

# Orašar kao suvremeni društveno-kulturni fenomen

---

Đurišić, Tea

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:189281>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-21**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU  
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU  
(Odsjek za kulturu, medije i menadžment)  
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ KULTURE MEDIJA I  
MENADŽMENTA

TEA ĐURIŠIĆ

**ORAŠAR KAO SUVREMENI DRUŠTVENO-  
KULTURNI FENOMEN**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:  
doc. dr. sc. Nebojša Lujanović

Osijek, 2023

## **Sažetak**

Ovaj se rad temelji na fenomenu *Orašara* u kulturnom, sociološkom i komercijalnom aspektu. Pojašnjava zašto su istoimeni balet i lutka postali dijelom popularne kulture te daje odgovor na pitanje što to privlači publiku *Orašaru*. Dio rada posvećen je teorijskom dijelu povijesti baleta te njegovu ekonomskom usponu kroz američko društvo, objašnjeno je zašto je *Orašar* dio popularne kulture i povučena je paralela između orašara kao lutke i *Orašara* kao baleta. U praktičnom dijelu rada analiziran je ekonomski uspjeh Orašara i potvrđen je trend rasta prodaje ulaznica svake božićne sezone.

Ključne riječi: balet, *Orašar*, popularna kultura, lutka orašar, komercijalizacija Božića

## **Summary**

This paper is based on the phenomenon of *Nutcracker* in cultural, sociological and commercial aspects. It explains why the ballet and the doll of the same name have become part of popular culture and answers the question of what attracts the audience to *Nutcracker*. Part of the paper is dedicated to the theoretical part of ballet history and its economic rise through American society, explaining why the nutcracker is part of popular culture and drawing a parallel between the nutcracker as a doll and the *Nutcracker* as a ballet. In the practical part of the paper, the economic success of the *Nutcracker* was analyzed and the trend of ticket sales growth every Christmas season was confirmed.

Keywords: ballet, *Nutcracker*, popular culture, nutcracker doll, the commercialization of Christmas

# SADRŽAJ

UVOD .....	1
1. PRIČA O <i>ORAŠARU</i> .....	2
2. TEORIJSKI OKVIR .....	3
2.1. ŠTO JE BALET? .....	3
2.2. BIJELI BALET .....	3
2.3. LIBRETO <i>ORAŠARA</i> .....	4
3. POVIJESNI PREGLED BALETA .....	6
4. ORAŠAR U SAD-u I HRVATSKOJ .....	10
5. ORAŠAR KAO DIO POPULARNE KULTURE .....	12
5.1 KINEMATOGRAFIJA I GLAZBA .....	14
5.2 ESTETIKA <i>ORAŠARA</i> .....	15
5.3. DJEČJE ULOGE .....	15
5.4. FIGURA ORAŠAR .....	16
5.5. ORAŠAR U MEDIJIMA I NA DRUŠTVENIM MREŽAMA .....	18
5.7. ORAŠAR KAO PREDMET KULTURALNIH STUDIJA .....	20
6. KOMERCIJALIZACIJA <i>ORAŠARA</i> .....	23
7. FINANCIJSKI USPJEH <i>ORAŠARA</i> .....	25
ZAKLJUČAK .....	28
LITERATURA .....	29
PRILOZI .....	31

## UVOD

Tema ovog završnog rada jest društveno-kulturalni fenomen *Orašara* kao baleta, lutke i simbola Božića. *Orašar*, balet Petra Iljiča Čajkovskog, jedan je od najpopularnijih i najizvođenijih baleta na svijetu. Napisan 1892., kada je premijerno i izveden, naišao je na brojne kritike i smatrao se fijaskom. Od sredine prošlog stoljeća, njegova je popularnost u porastu i *Orašar* postaje neizostavna tradicija Božića. Ovaj baletni spektakl, poznat i kao imigrantski balet, najizvođeniji je bijeli balet na svijetu te je naslov koji u kazalištima diljem svijeta godinama ruši sve rekorde posjećenosti i popularnosti. Osim što plijeni pozornost publike i božićnih sajмова, *Orašar* ekonomski najviše doprinosi kazališnim skupinama i baletnim ansamblima koji veći dio troškova kazališne sezone pokriju upravo prodanim ulaznicama *Orašara*. Osim baleta pod nazivom *Orašar*, važno je razlikovati i orašare, odnosno njemačke tradicionalne krckalice za orahe koji su poslužili kao inspiracija za lutku lika Orašara. Danas orašare koristimo isključivo u dekorativne svrhe i u blagdansko vrijeme ih možemo pronaći na svim božićnim sajmovima. Cilj je ovog rada odgovoriti na pitanje zašto su istoimeni balet i lutka, koji nemaju nikakve veze s kršćanstvom, postali neizostavni oblik zabave i dekoracije u adventsko vrijeme. Objasniti ću neke od najučestalijih pojmova kao što su lutka Orašar i komercijalizacija Božića te ću prikazati povijesni pregled rasta popularnosti baleta od premijere u Rusiji do danas. Detaljno ću se posvetiti pojmu imigrantskog baleta i njegovu dolasku i uspjehu u Sjedinjenim Američkim Državama. Kroz analizu relevantnih pojmova otkrit će se ključni faktori koji su pridonijeli trajnoj i sveprisutnoj popularnosti Orašara. U radu ću se dotaknuti komercijalizacije Božića te povući paralelu s ekonomskim uspjesima koje je sa sobom donio *Orašar*. Analizirat ću financijski uspjeh u stranim, ali i domaćim kazalištima te doći do zaključka što to godinama dovodi publiku *Orašaru*. Promatranje utjecaja ovog baleta na industriju zabave, turizam i trgovinu omogućit će bolje razumijevanje kako su se tradicionalne vrijednosti Božića povezale s tržišnim trendovima i kako je *Orašar* postao neizostavan dio komercijalnog aspekta ovog blagdana.

## 1. PRIČA O ORAŠARU

*Orašar i kralj miševa* naslov je priče za djecu prema kojoj je nastao jedan od najpopularnijih bijelih baleta, *Orašar*, posljednji u nizu triju koje je skladao Petar Iljič Čajkovski. Priča o *Orašaru* ima svoje korijene u E.T.A. Hoffmannovoj priči *Nussknacker und Mausekönig* objavljenoj 1816. godine. Kako tvrdi službena facebook stranica New York City Balleta, to je bila „...strašna bajka namijenjena samo odraslima.“ Godinama kasnije, verzija priče Alexandera Dumasa Pèrea učinila ju je veselijom i prikladnijom za čitanje djece. Mariusu Petipau, glavnom baletnom majstoru ruskog carskog baleta, svidjela se ova nova priča i odlučio je od nje napraviti balet. Zadužio je Petra Iljiča Čajkovskog da napiše glazbu. Kako piše Fisher (2003), tematika novog baleta bila je pametno odabrana iz kratke priče *Orašar i Kralj Miševa* autora E. T. A. Hoffmanna, koja je u toj prilagodbi baletu došla od Ivana Vsevolozhskog, sofisticiranog bivšeg diplomata koji je bio direktor carskih kazališta. Tijekom pisanja libreta, uz doprinose od strane Petipe, napravljene su značajne promjene, što će svatko tko pročita Hoffmannovu priču brzo uočiti. Vsevolozhsky i Petipa, obojica govornici francuskog jezika, oslonili su se na blago izmijenjenu francusku verziju Hoffmannove priče koju je napisao Alexandre Dumas. Međutim, ni jedna od priča nije se lako mogla prilagoditi baletnoj sceni. Na papiru je priča bila uzbudljiva, ali zaplet je bio pun vremenskih skokova. Stoga je došlo do ogromnog pojednostavljenja, kao što je na primjer eliminacija cjelokupne priče unutar priče o princezi Pirlipat. Također su eliminirane bilo kakve Hoffmannove slike koje bi se mogle sudariti s elegantnim baletnim stilom tog doba. Petipaov pomoćnik Lev Ivanov osmislio je koreografiju. Sadržaj priče prati mladu Marie Stahlbaum čija božićna igračka Orašar oživi. Prema priči, Marie i Orašara napada Kralj miševa, a nakon pobjede nad zlim kraljem, Orašar odvodi Marie u čarobno kraljevstvo snijega, cvijeća i slatkiša. Originalna je priča puno mračnija od baleta jer sadrži krvavu bitku između Orašara i vojske Kralja miševa te pojašnjava pozadinsku priču o tome kako se princ pretvorio u Orašara. 1892. adaptaciju priče napisao je Alexander Dumas, a iste godine Petar Iljič Čajkovski i koreografi Marius Petipa i Lev Ivanov pretvaraju priču u balet. Ime Marie zamjenjuje Clara, iako je, ovisno o verziji, ime Marie i dalje postojano.

## 2. TEORIJSKI OKVIR

### 2.1. ŠTO JE BALET?

Pojam balet dolazi od talijanske riječi *balletto* i označava ples. Balet potječe s talijanskih dvorova u doba renesanse, ali ne od plemstva, već od skromnih pojedinaca koji su s pomoću talenta i umijeća stjecali društveni ugled. Mnogi od njih bili su španjolski židovi, kojima je jedino Italija omogućila rad kao učiteljima plesa (Enciklopedija.hr). Najplodnije razdoblje njegova razvoja svakako je vrijeme romantizma. Kreiravši svoje temelje u Francuskoj gdje je zlatno doba doživio početkom 19. st., romantični je balet svoju najveću slavu stekao u Rusiji krajem 19. i početkom 20. st. (Brkljačić, 2006). Mnogi baletni pokreti teško su fizički izvedivi, no kad su dobro uvježbani, publika ni ne primijeti napor koji zahtijeva ovaj oblik plesa. Ponekad se čini da plesači prkose gravitaciji dok gotovo lebde u dugim, sporim skokovima. Neki koraci zahtijevaju vrlo brzo pomicanje stopala ili brze okrete. Žene često plešu na vrhovima prstiju, a muškarci ih, naoko bez previše truda, podižu iznad glave. Plesači baleta uživaju u sposobnosti kontroliranja vlastitoga tijela. Harmoničnim pokretima tijela iskazuju se različiti osjećaji poput ljutnje, straha, ljubomore, radosti ili tuge. Upravo se zbog takvog čistog i dobro usklađenog kretanja balet smatra klasičnim plesom (Plesni portal).

### 2.2. BIJELI BALET

U vrijeme romantizma pojavljuje se nova vrsta baleta, tzv. bijeli balet. To je vrsta baleta u kojem je karakter baletnih koraka podređen sadržaju baleta. Balerine se uzdižu na vrhove prstiju, postaju eterična i prozirna bića (zato i jesu nastale baletne papuče koje nazivamo špicama – kako bi balerine djelovale kao da lebde). Muški plesači ustupaju mjesto balerinama te oni postaju samo mimičari (odnosno, nosači balerine). Hiton se ukida, a plesačice nose duge, prozirne haljine koje se nazivaju tutuima. Oni se kasnije skraćuju tako da ne prijelaze gležnjeve, te osim što balerinu prekrivaju izmaglicom, potpuno oslobađaju korake (Korljan, 2009). Drugi naziv za bijeli balet jest klasičan balet, čijem žanru pripada *Orašar*. Klasični balet najviše se od svih vrsta plesa bazira na

tehničari i pet pozicija nogu koje čine bazu baleta. Ova vrsta baleta simbol je elegancije, gracioznosti i sofisticiranosti klasične baletne izvedbe.

### 2.3. LIBRETO *ORAŠARA*

*Orašar* je 71. balet koji je napisao ruski skladatelj Petar Iljič Čajkovski. Upravo je Čajkovski onaj čijim je visokokvalitetnim glazbenim partiturama *Labuđeg jezera*, *Orašara* i *Trnoružice* započelo koncertno vrednovanje baletne glazbe, piše Madžar (2016). Osam skladbi napisane za *Orašara* namijenjene su koncertnom izvođenju te su zajedno poznate i kao "*Ščelkunčikova suita*", koja je 1909. godine izdana kao jedan od prvih albuma u povijesti. Nedugo prije nego što je Čajkovski počeo skladati *Orašara*, preminula je njegova sestra. Smatra se da je njezina smrt utjecala na to da sklada melankoličnu melodiju u silaznoj ljestvici za adagio *Grand Pas de Deux*. Nakon nepunih godinu dana od premijere, 6. studenog 1893. Petar Iljič Čajkovski umire i ne saznaje za kasniji uspjeh baleta. Glazbeni dio baleta sastoji se od petnaest glazbenih brojeva: *Uvertira minijatura*, *Marš djeca*, *Pas de quatre Lutke*, *Djedov ples laku noć*, *Borba san*, *Pas de Deux Gruda snijega*, *Čokolada- Španjolski ples*, *Kava- Arapski ples*, *Čaj -Kineski ples*, *Kozaci Trepak*, *Mirlitonci Andantino*, *Cvjetni valcer*, *Pas de deux + soli*, *Finale Valcer*, *Valcer Pčela* (Michels, 2006:500). Balet je sastavljen od dva čina, a originalno traje 85 minuta. Kako piše Koprčina (2016) za potrebe baleta, Ivan Aleksandrovič Vsevoložski znatno je pojednostavio originalnu Hoffmannovu priču, a libreto je dalje razradio i proširio tadašnji prvi baletni majstor Carskih kazališta u St. Peterburgu i Moskvi, Marius Petipa te mu podario konačnu formu.

Slijedi radnja libreta preuzeta sa službene stranice Hrvatskog narodnog kazališta Ivana pl. Zajca u Rijeci.

Badnjak je. Obitelj i prijatelji okupljaju se u salonu kako bi ukrasili božićno drvce, pripremajući se za blagdansko veselje. Božićna proslava počinje. Počinje i darivanje djece. Odjednom, tajanstvena osoba ulazi u prostoriju. To je Herr Drosselmeyer, lokalni vijećnik, mađioničar, te Clarin i Fritzov kum, ali i talentirani lutkar koji je djeci donio darove – četiri lutke koje plešu na oduševljenje sviju. Drosselmeyer tada zatraži da se skupocjene lutke radi sigurnosti sklone. Clara i Fritz su tužni jer su lutke odnesene, ali Drosselmeyer ima još jednu igračku za njih: drvenog



orašara u obliku čovječuljka koji služi za drobljenje oraha. Dok je drugoj djeci nezanimljiv, Clari se odmah jako sviđa. Fritz, ipak, namjerno slomi igračku. A Clari to slomi srce.

Tijekom noći, nakon što su svi otišli na spavanje, Clara se vraća u salon kako bi provjerila svog voljenog orašara. Iznenada, miševi počinju puniti prostoriju. Orašar raste. Clara se nalazi u središtu bitke između vojske slatkiša i miševa. Orašar predvodi vojsku slatkiša, kojoj se pridružuju kositreni vojnici i lutke. Kad Kralj miševa nadjača Orašara, Clara mu priskače u pomoć i Kralju miševa odvlači pažnju dovoljno dugo da ga Orašar savlada. Miševi se povlače, a Orašar se preobražava u prekrasnog princa. Vodi Claru kroz mjesečinom okupanu noć u šumu dok pahulje plešu oko njih.

Clara i Princ putuju po Zemlji slatkiša. U Clarinu čast započinje slavlje slatkiša sa svih strana svijeta: plešu čokolada iz Španjolske, kava iz Arabije, čaj iz Kine, šećerni štapići iz Rusije... U toj svečanosti i cvijeće pleše valcer, nakon čega su Clara i Princ okrunjeni za vladare Zemlje slatkiša. Uskoro, ipak, ljudi iz Zemlje slatkiša počinju nestajati jedan po jedan, dok ne nestane i sam Princ Orašar te se Clara nađe u svojoj sobi. Lutak Orašar je ispod božićnog drvca. Clara se pita je li to sve bio san.

### 3. POVIJESNI PREGLED BALETA

*Orašar* je premijerno izveden u Rusiji 1892. godine. Kako piše Fisher (2003), *Orašar* je nastao za vrijeme ruske kraljevske obitelji kada su baleti i opere privlačili kraljevstvo i elitu u kazališta. Već je spomenuto kako publika u početku nije dobro primila balet *Orašar*.

Slika 1: K.M.Ivanov, Nacrt scenografije baleta Ščelkunčik, II čin – Dvorac slatkiša, Rusija, Sankt Peterburg, 1892



izvor: preuzeto u cijelosti (MUO)

Kako piše službena stranica HNK-a u Osijeku, tijekom putovanja (i dirigiranja) zapadnom Europom, Čajkovski se intenzivno dopisivao s koreografom Petipaom i direktorom Carskog baleta u Sankt Peterburgu. Prvu verziju libreta za *Orašara* pokazao je tako Petipa koji je u njoj prepoznao velik potencijal za svoju koreografiju te skladatelju predao skicu glazbenih ulomaka koje bi još trebao pridodati baletu kako bi priča bila potpuna. Kako se Petipa tijekom priprema za praiizvedbu razbolio, koreografiju je preuzeo njegov asistent, Lav Ivanov. Gotovo je nevjerovatno za povjerovati da je ova božićnim začinima namirisana priča o djevojčici Klari i igrački koja se u njezinu snu pretvara u princa doživjela neuspjeh na praiizvedbi 1892. godine. Iste je večeri, naime,

premijerno izvedena i opera *Jolanta* Petra Iljiča Čajkovskog koju je publika dočekala s popriličnom blagonaklonošću. Sam je skladatelj jednom od svojih prijatelja tako napisao: “Opera je prijateljski primljena, ali ne i balet. Iskreno govoreći, bio je pomalo dosadan, usprkos raskošnoj scenografiji. Novine su me ponovno slistile.”

Kritičari su istaknuli kako originalna priča nije dobro predstavljena, prvenstveno kostimima i baletnom postavom. Bili su protiv dječjih uloga i smatrali su balet neozbiljnim i neprofinjenim. David Brown se u svojoj biografiji skladatelja protivi besmislici libreta: Zašto se Čajkovski ikada dao nagovoriti da prihvati ovu priču kao temu za balet. Priča o *Orašaru* nije bila samo banalna, bila je besmislena. Zašto bi, pobogu, mlada djevojka, za blagi čin sentimentalne nesebičnosti i herojski čin gađanja cipelom miša, trebala biti nagrađena najgrubljom ponudom blještavila i razumijevanja prosjaka za slatkiše. *Orašar* je besmislen u najdubljem smislu (Mahiet, 2016.). Unatoč kritikama, djelo se pojavilo na većini baletnih večeri do kraja sezone.

Balet je izmijenio nekoliko koreografija u svojoj domovini, dok se uglavnom izvodila verzija Aleksandra Gorskog. Iako su dijelovi originalne koreografije Leva Ivanova preneseni u nekom obliku, ne postoji dovoljno dokumentacije da se reproducira produkcija koja je premijerno izvedena u Marijanskom kazalištu u Sankt Peterburgu. Nakon toga, balet je s vremena na vrijeme nestajao, a povremeno se pojavljivao kao solo dionica za jednu balerinu, najviše jer nije bio virtuozan za glavne uloge pa nije bio popularan za ruske plesače (Fisher, 2003). Godine 1929. Feodor Lopukhov postavio je avangardnu verziju s konstruktivističkim dekorom, govornim tekstom i akrobatskom koreografijom. Najvažnija produkcija, iz koje potječu verzije Nurejeva i Barišnjikova, bila je Vainonenova verzija iz 1934. godine. U skladu s novim sovjetskim realizmom 1930-ih, ovaj *Orašar* prikazuje Mašu kako se budi u svojoj sobi. (Kisselgoff, 1977.) Početak 20. stoljeća bio je prekretnica u izvođenju. Izvan Rusije *Orašar* se počeo izvoditi 20-tih godina, ponajviše u Europi. Tako je, izvan Rusije, *Orašar* prvi puta izveden u Engleskoj 1934. godine. Do 1950. izveden je svega nekoliko puta, a prekretnica dolazi 1950. kada je predstavljen na festivalu baleta u Londonu. Najvažniji koreografi engleskog *Orašara* toga doba su David Lichine (verzija 1957.) i Vassilie Trunoff (verzija 1965).

U Hrvatskoj je premijerno izveden 1923. u HNK-u Zagreb, ali samo u dijelovima, dok je u cijelosti izveden 8 godina kasnije, 1931. Prepoznatljivost baleta u svijetu dolazi 1940. kada Disney lansira film pod nazivom *Fantazija*. Film je predstavio brojne klasične skladbe među kojima je bila suita iz *Orašara*. Tako su se melodije *Plesa šećerne vile* i *Valcera cvijeća* komercijalizirale i postale

prepoznatljive publici. Iako sam *Orašar* nije dobio hvalospjeve u Europi, glazba je prošla mnogo bolje u Americi i postala je poznata i voljena diljem svijeta. *Fantazija* je bila veliki uspjeh, a način na koji je povezivala prepoznatljive melodije klasične glazbe s animiranim temama, izazvao je veliku privlačnost američke djece. Prva produkcija u Americi održana je u San Franciscu 24. prosinca 1944., što je bio savršen vremenski period pred kraj rata jer su vojnici iz Njemačke donosili njihove tradicionalne krckalice za orahe, orašare, lutku koja zauzima glavni lik istoimenog baleta. Nakon rata postojala je potreba za slavljem nakon tmurnih dana. Sama zemlja ulazila je u razdoblje prosperiteta i osjećao se optimizam nakon dugih mračnih vremena Velike depresije i Svjetskog rata. Odabir izvedbe baleta na Badnjak pokazao se sjajnim izborom i *Orašar* je od tada cvjetao kao blagdanski balet. Pravu popularnost kakvu bilježimo danas, balet je zadobio 1954. godine kada je koreograf George Balanchine predstavio svoju verziju *Orašara* u New Yorku o čemu ću više govoriti u sljedećem poglavlju.

Baletne trupe slobodno su interpretirale *Orašara*, dodajući mu autentičnost i posebnu notu. Primjerice, havajske izvedbe obogatile su ples s hula elementima, dok su trupe iz Arizone uključile kaubojske plesove. Donald Byrdova produkcija posebno je privukla afroameričke zajednice i producente, čime je *Orašar* postao još popularniji unutar tog kulturnog kruga. Otvorio se put za mnoge druge verzije, uključujući fantastičnu izvedbu Debbie Allen pod nazivom *Hot Chocolate*. Ova raznolikost prilagodbi odraz je globalne privlačnosti *Orašara* jer se svaka verzija može približiti publici na drugačiji način. Tako smo vidjeli reggae, hip-hop i salsa verzije koje su pridonijele dojmu da je *Orašar* pristupačan svakomu. Unatoč tome, neke su zemlje premijerno izvele *Orašara* kasnijih godina prošloga stoljeća. Na primjer, u Kanadi je prva izvedba ovog baleta u Kadanu održana tek 1998. godine. Produkcija američkog koreografa Johna Neumiera obuhvatila je izmjene karakteristične za Kanadu, uključujući scenu u kojoj djeca igraju hokej prije večere. U Sjedinjenim Državama, afroamerička zajednica igrala je ključnu ulogu u stvaranju nekih od najkreativnijih prilagodbi tradicionalnog *Orašara*. Ova zajednica često se suočila s izazovima izvan dominantnog svijeta bijelog klasičnog baleta. Kroz inovativne prilagodbe, poput one Capitol Ballet Guild i Jones-Haywood School, lik Vile šećera preoblikovan je u Vilu smeđeg šećera, čime je obogatio balet različitim kulturnim perspektivama. Posebnu vrijednost Madžar (2016) pridaje jazz aranžmanu devet brojeva *Orašara* Dukea Ellingtona i Billy Strayhorna iz 1960. godine, klavirskoj solo preradi koncertne suite *Orašar* iz 1978. godine ruskog dirigenta i pijanista Mihaila Pletnjova te preradi orkestralne suite *Orašar* op. 71a za klavirski duo iz 1988. godine Nicholasa

Economoua, rumunjskog pijanista. Uz različite produkcije i kulturne aspekte, Fisher (2003) piše da je nevjerojatno koliko stvari *Orašari* imaju zajedničkog. Božićno stablo mora biti postavljeno, miševi se moraju boriti, snijeg mora padati, a slatkiši označavaju kraj baleta. Možda netko odluči da glavni lik ne bude djevojčica, nego baka ili ruska balerina iz rata ili ilegalac (dogodilo se), ali balet je ipak priča o snu, putovanju, obitelji. U većini verzija sve počinje s Clarom (ponekad Marie ili Masha), optimističnom djevojčicom čiji roditelji imaju zabavu na Badnjak. Lutku Orašara uvijek daje Drosselmeier, tajanstveni lik ujaka ili kuma, a zatim se orašar lomi i popravlja. Održavaju se lutkarske predstave, kao i društveni plesovi za djecu i odrasle.

## 4. ORAŠAR U SAD-U I HRVATSKOJ

*Orašar* je baletni imigrant koji je postigao veliki uspjeh na raskošnoj razini i zbog toga izazvao određenu mjeru zavisti i sumnje. Na kraju krajeva, to je jedini klasični balet iz Starog svijeta koji je, nakon turbulentnih početaka kod kuće, svoj glavni dom našao u Sjevernoj Americi (Fisher, 2003). Balanchine, koji je odrastao u Rusiji, plesao je ulogu Princa u *Orašaru* 1919. kada je imao 15 godina. Nakon što se preselio u Ameriku i osnovao New York City Ballet, odlučio je koreografirati vlastitu verziju *Orašara* za NYCB, a zadržao je neke detalje baleta iz mladosti - poput štapića s pomponima. Prva produkcija u Americi bila je u San Franciscu 24. prosinca 1944. što je bio savršen vremenski period pred kraj rata jer su vojnici iz Njemačke donosili njihove tradicionalne krekalice za orahe, orašare. Odabir Badnjaka za prvu produkciju bio je odličan izbor jer se osjećao optimizam i ljudima je bilo potrebno slavlje nakon tmurnih dana rata. Balanchine je prilagodio balet američkom kontekstu i počeo postizati iznimne rezultate. Njegov *Orašar* predstavlja ideal obiteljskog života srednje klase. U radnji baleta očevi plešu sa svojim kćerima, a majke plešu sa sinovima koji su ostali bez plesne partnerice. Djeca se svađaju zbog igračaka, no roditelji uvijek interveniraju kako bi smirili situaciju. Obitelji se poistovjete s predstavom jer prikazuje svakodnevicu i obiteljske radosti. Najvažnije od svega, prikazivanje uživanja u blagdanskoj gozbi ne oslikava tjeskobu radničke klase ili dekadenciju više klase, a upravo je to jedan od glavnih razloga popularizacije baleta toga doba. Balet je prenosio emociju koja nije bila uvjetovana normama po kojima su baleti toga doba rađeni. Upravo je zato *Orašar* prekretnica u svijetu baleta jer po prvi puta imamo balet koji privlači ljude zbog ukupnog doživljaja, a ne uglednog statusa odlaskom u kazalište. Popularnost baleta još se više proširila kada je Balanchineova verzija baleta emitirana na nacionalnoj televiziji 1957. Godine 1958. John Houseman ponavlja emitiranje *Orašara* na televiziji. Ova uzastopna emitiranja *Orašara* približila su predstavu širem krugu ljudi i pretvorila ono što je bila lokalna ili regionalna božićna praksa u nacionalnu "blagdansku tradiciju", a Balanchineova produkcija je za Amerikance postala konačna verzija djela. Ubrzo je *Orašar* postao toliko financijski uspješan da se osigurava značajan iznos godišnjeg proračuna za mnoštvo baletnih društava. Već je tada bilo jasno da se ne radi o prolaznom trendu i da *Orašar* spaja visoku i nisku kulturu. Sada već komercijalno uspješan *Orašar* brisao je granicu između klasičnog remek-djela i popularne zabave. Još 1966. plesni kritičar Jack Anderson prepoznao je ovaj trend. „Zanimljivo je da je popularnost *Orašara* izgleda gotovo isključivo

sjevernoamerički fenomen. Iako se od 1892. carski ruski balet pleše u istočnoj i zapadnoj Europi, čini se da ni u jednoj zemlji nije tako preplavljeni blagdanskim *Orašarima* kao Sjedinjene Države i Kanada. Skoro a da toga nismo svjesni, uspostavili smo tradiciju“ (Anderson 1966:47) *Orašar* se kasnije prilagođavao nacionalnim i lokalnim specifikacijama te izlazio u različitim verzijama, a Fisher (2003) piše da je 1990. Newsweek procijenio broj izvedenih *Orašara* samo u Sjedinjenim Državama na preko tisuću.

Zahvaljujući primabalerini moskovske Carske opere i kasnije prvakinji zagrebačkog kazališta Margareti Froman i njezinoj braći Valentinu, Maksimilijanu i Pavelu, *Orašar* je stigao i u Hrvatsku (Koprčina, 2016). Sukladno istočno-europskim razmišljanjima, ni zagrebačka publika nije ostavila balet bez kritičkog komentara. Jednako kao i u Rusiji, zamjerke su bile usmjerene na dramski sadržaj i smisao predstave, piše Koprčina (2016). Unatoč tome, „na krilima dobrih kritika i usprkos negativnim balet *Orašar* trajao je i traje na zagrebačkoj sceni“ (Koprčina, 2016: 11). Kao najuspješnija verzija baleta ističe se ona iz 1970. koju je koreograf svjetskog glasa Orlikovsky postavio u Zagrebu, nakon Basela i Berlina. Njegova se koreografija ponovno na scenu zagrebačkog HNK-a vratila 2004. i tada je *Ščelkuncik* postao, hrvatski rečeno, *Orašar*. Ova je verzija baleta proglašena pravim "draguljem" i najbajkovitijom od svih ostalih. Osim na HNK-u u Zagrebu, *Orašar* je na repertoaru i ostalih nacionalnih kazališta u Hrvatskoj. Varaždinska adaptacija dodaje baroknu tradiciju grada svojoj verziji *Orašara*. Redatelj *Orašara* u HNK-u Varaždin, Tišljarić, rekao je kako je ovo dramsko-plesna predstava koja spaja i originalnu priču i balet tako da ima za svakog ponešto, a zapravo se bavi pitanjima kojima se i mi svaki dan susrećemo u životu, pitanjem oprost. Osječko kazalište svog je *Orašara* premijerno izveo 2013. Kako piše Vuk (2015) 22. studenog 2013., premijerno je izveden i balet *Orašar*, u kojem su uz baletni ansambl i osječke soliste, kao gosti nastupili nacionalni prvaci Edina Pličanić i Tomislav Petranović. Tek kasnije riječki HNK učinio je isto s njihovim *Orašarem* po uzoru na Osijek, pa su tako ubacili za vojnike capoeira plesače i djecu iz plesnih klubova i baletnih studija. U samo godinu dana odigran je preko 25 puta, gostovao u Varaždinu (samo dijelovi) i u Slavonskom Brodu. Balet *Orašar* definitivno je nadmašio sva očekivanja, kako publike, tako i kritike. Glavni preduvjet jest svakako samo kazalište i scena. Kako veličina scene zadovoljava sve uvjete, iskustveno i povijesno dokazano, nema nikakvih zapreka u tom smislu. Razvoj i trnovit put koji je Baletni ansambl, od svoga ponovnog osnutka prije punih 19 godina do danas prošao, odličan je pokazatelj da je plesna umjetnost itekako prijeko potrebna suvremenom glazbenom kazalištu, zaključuje Vuk (2015).

## 5. ORAŠAR KAO DIO POPULARNE KULTURE

Industrijalizacija, komercijalizacija, ekonomski rast te masovna i popularna kultura pojmovi su koji karakteriziraju 20. stoljeće. Kako bi bolje razumjeli *Orašara* kao dio popularne kulture, objasniti ću razlike između masovne i popularne kulture. Masovna kultura odnosi se na kulturne obrasce, vrijednosti, izraze i oblike zabave koji su široko dostupni i prihvaćeni od strane velikog broja ljudi u društvu. Ona obično potječe iz industrijskog, komercijalnog i političkog konteksta te je često povezana s popularnom kulturom. Popularna kultura, s druge strane, odnosi se na trendove, ideje i konzumerističke proizvode koji su popularni među širim slojevima društva. Popularna kultura proizvedena je od strane društva i konzumirana je od strane društva. Da je *Orašar* prepoznat od strane društva, svjedoče upravo njegovi loši počeci. Ignorirajući baletne norme toga doba, bilo je za očekivati kako kritičari neće prihvatiti nešto novo i drugačije. Da bi doživio uspon kakav zaslužuje, *Orašar* je gotovo morao obići pola svijeta ne bi li se udomaćio u kazalištu. Bilo je potrebno predstaviti balet ne kao umjetničko djelo (iako on to neupitno jest), već kao izraz dubokih emocija, pokreta i glazbe koje zajedno stvaraju čarobni svijet na pozornici.

Kada je riječ o američkom kontekstu vremena komercijalizacije i industrijalizacije, balet *Orašar* može se povezati s popularnom kulturom na nekoliko načina. Impresivan rast *Orašara* proizlazi iz činjenice da je ruski balet migrirao u zapadno društvo. Susret Balanchinea s američkim društvom označio je preporod baleta koji nije bio uspješan i postao je značajan sastavni dio zapadne božićne kulture. Američka verzija *Orašara* usmjerena je prema srednjoj klasi u doba Hladnog rata, prezentirajući obitelj i tradicionalne vrijednosti, a istovremeno nudi sadržaj koji može rezonirati s djecom i odraslima. Tijekom tog razdoblja, industrijska revolucija i komercijalni napredak omogućili su širenje zabavnih sadržaja i kulturnih proizvoda među masama putem različitih medija. Fisher (2003) piše kako je Cynthia Jean Cohen Bull istaknula činjenicu da balet treba proučavati u odnosu na njegov društveni, institucionalni i kulturni kontekst. Kao što je već spomenuto, *Orašar* spaja visoku i nisku kulturu, a prikazivanjem na televiziji bio je dostupan i onima koji ne bi ovakvu vrstu zabave konzumirali u kazalištima. Jasno je kako je došlo do prekretnice u svijetu baleta, a *Orašar* je prvi balet koji dovodi publiku u kazališta neovisno o dobi, spolu ili statusu u društvu. To je balet koji prenosi emociju, koji ne zahtijeva velika promišljanja, dovoljno je uživjeti se u pozornicu i uživati bez opterećenja o poruci koju balet prenosi. O popularnoj kulturi slično razmišlja i Hall (1981: *n.p.*) koji naglašava kako bi polazište svakog



istraživanja popularne kulture moralo biti u činjenici da je pojačan interes vladajućih, posebice nastupanjem razdoblja industrijske revolucije, za kulturu radnih ljudi, radničke klase i siromašnih društvenih slojeva. Jedan dio popularnosti *Orašara* može se pripisati političkim korijenima. Godine 1961., prva dama Jacqueline Kennedy započela je tradiciju odabira teme za službeno božićno drvce Bijele kuće, pri čemu je balet *Orašar* bio odabran kao prva tema uređenja. U Plavoj sobi Bijele kuće, drvce je bilo ukrašeno igračkama, pahuljicama i vojnicima koji su bili inspirirani baletom. Orašar je ponovno bio tema uređenja Bijele kuće 1990. godine, kada je prva dama Barbara Bush drvce okitila malim porculanskim plesačima. Dekorateri Bijele kuće obukli su figurice, a izgrađen je i dvorac iz Zemlje slastica. Ova tradicija uređenja Bijele kuće s motivima iz *Orašara* pokazuje koliko je balet bio prisutan u popularnoj kulturi i koliki je utjecaj imao na američko društvo. Još jedna povezanost baleta s popularnom kulturom je kroz privatnu vezu predsjednika s izvođenjem baleta. Kći predsjednika Clintona, Chelsea Clinton, aktivno je nastupala u baletu, što je stvorilo sliku predsjednika kao obiteljskog čovjeka. Ta obiteljska povezanost s baletom bila je prepoznata i cijenjena kod drugih obitelji u Americi. Interes za balet bio je toliko velik da je svaka nacionalna televizija pratila izvedbe baleta, a u službenoj knjižici Bijele kuće stajala je osobna poruka Billa i Hillary Clinton, koja je uspostavila vezu između baleta i cijele nacije. Kroz uređenje Bijele kuće, osobne poveznice s političarima i televizijskim praćenjem izvedbi, balet *Orašar* postao je ikona popularne kulture u Americi. Njegova prisutnost na najvišim političkim pozicijama i u široj javnosti svjedoči o snazi i utjecaju baleta na društvo. Drugi način na koji *Orašara* možemo razumjeti kao dio popularne kulture je prihvatiti da *Orašar* ima „ono nešto“ što privlači publiku. Bile to obiteljske vrijednosti, sama božićna radnja unutar baleta, umjetničke preferencije ili naprosto odlazak u kazalište radi kulturnog uzdizanja, *Orašar* za svakoga ima ponešto.

Analizirajući njegovu prisutnost, primjećujem da se *Orašar* inkorporira u razne oblike medija, od televizije do društvenih mreža, postajući integralan dio vizualne i simboličke božićne tradicije. Ovaj fenomen možemo sagledati kao spoj tradicije i suvremenosti, gdje lik Orašara postaje katalizatorom između prošlih narativa i suvremenih estetika. Osim toga, na temelju široke marketinške strategije, *Orašar* se danas također smatra simbolom blagdanske potrošačke kulture. S obzirom na kompleksnost i dinamiku popularne kulture, analiza uloge *Orašara* u njoj pruža uvid u duboke slojeve kazališne umjetnosti i njegovu sposobnost generiranja kulturnog nasljeđa unutar suvremenog okvira. U idućim ću poglavljima analizirati simbol *Orašara* kroz medije,

kinematografiju, glazbu, estetiku, a prikazat ću i ključne dječje uloge, kako u doprinosu popularnosti, tako i u ekonomskom porastu baleta.

## 5.1 KINEMATOGRAFIJA I GLAZBA

Disneyev film *Fantazija* nije jedina obrada *Orašara* u kinematografiji. *Orašar* je poslužio kao inspiracija još jednom Disneyevom filmu iz 2001. pod nazivom *Mickey's Magical Christmas: Snowed in at the House of Mouse*. Od šezdesetih godina prošlog stoljeća igračka Barbie lutke pronašla je svoje mjesto u popularnoj kulturi. Originalno namijenjena djeci, Barbie ubrzo postaje inspiracija modnih kuća i najpoznatija lutka na cijelome svijetu. Upravo je prvi kompjutorski animiran Barbie film inspiriran Orašarom i originalno nazvan *Barbie in the Nutcracker*. Film je premijerno prikazan 2001. godine kada je bio velika uspješnica, a za aktualnost među mlađim generacijama zaslužna je kompanija Netflix koja ga je otkupila i počela prikazivati 2021. godine. Sve popularniji među animiranim filmovima, motive i glazbu iz *Orašara* pronaći ćemo u božićnim izdanjima *Simsona* i *Tom&Jerryja*. Međutim, popularnost samog baleta obično se ne temelji na filmovima i crtićima, već na izvedbenoj umjetnosti, popularnim baletnim ansamblima te medijskoj uključenosti. Iako zanimanje za balet i dalje ovisi o pojedincima i njihovim osobnim interesima, animirani filmovi pridonose povećanju svijesti o baletu među djecom i mladima te kontinuirano priču o Orašaru održavaju aktualnom.

Glazbena kulisa baleta nije ograničena na tradicionalne izvedbe. Ona je prilagodljiva i može se čuti u različitim adaptacijama i reinterpetacijama, uključujući filmske i televizijske verzije te glazbene aranžmane za različite ansamble. Melodije *Orašara* lako su pamtljive i prepoznatljive publici pa ih nerijetko čujemo na božićnim sajmovima ili komercijalnim reklamama. Glazbeni brojevi *Orašara* poslužili su kao inspiracija brojnim glazbenicima, a kao primjer možemo uzeti pjesmu pod nazivom *The Swingin' Nutcracker*, jazz obradu Shorty Rogersa iz 1960. Godine 1962. klavirski aranžman pod nazivom *Nut Rocker* bio je prvi na ljestvicama u Velikoj Britaniji i broj 21 u SAD-u.

## 5.2 ESTETIKA *ORAŠARA*

Jedan od glavnih razloga koji čine ovaj balet privlačan publici jest upravo estetika samog baleta. Pokloni, božićno drveće, snijeg i raskošne baletne haljine igraju ključnu ulogu u stvaranju jedinstvenog iskustva koje privlači publiku tijekom blagdanske sezone. Ova estetika manifestira se kako u modi i ukrasima, tako i na pozornici, privlačeći pažnju gledatelja zimskom idilom scenografije. Moderne produkcije uključuju specijalne efekte svjetla i dima pa pozornica djeluje kao zaleđeno kraljevstvo. Dominante boje su plava i siva što stvara zimsku atmosferu, a kada se glavna junakinja Klara nađe u Zemlji slatkiša, tada se paleta boja preobrazi u živahne, tople i pastelne nijanse. Gledatelji mogu osjetiti veselje i uzbuđenje koje Klara doživljava, dok je okružena živim bojama i slasticama. Orašar ima prepoznatljiv kostim koji se sastoji od crvene vojničke uniforme, crnih čizama i kacige, što ga čini jedinstvenim i prepoznatljivim likom. Na pozornici se raskošne baletne haljine koje balerine nose ističu svojom elegancijom i detaljima. Dizajnirane u bordocrvenim i tamnozelenim bojama te ukrašene perlicama i šljokicama, ove haljine dodatno naglašavaju božićnu atmosferu. Snijeg koji pada na pozornicu stvara zimsku bajku, a obiteljska večera i darivanje djece daju dojam obiteljske topline s kojom se gledatelji poistovjećuju.

## 5.3. DJEČJE ULOGE

Dječje uloge u baletu jedan su od najvažnijih razloga koji publiku godinama drže privrženu *Orašaru*. Nakon prve produkcije u Rusiji, sva djeca u baletu smatrana su smetnjom. To što balet ima toliko uloga za djecu, razlog je zašto je savršen za produkcije u zajednici. Može privući mlade ljude svih dobi i svih razina vještina, od uloga malih anđela i miševa, do uspješnih studenata plesača u glavnim ulogama. Ako se produkcija izvodi godišnje, izvođači i njihove obitelji mogu imati dugogodišnju posvećenost predstavi. Kako piše Levine (2021) Balanchineov *Orašar* bila je prva produkcija koja je uključivala mlade učenike iz njegove Škole američkog baleta i do danas uključuje više djece nego bilo koja druga produkcija NYCB-a. New York City Ballet ima 126 djece, u dobi od 8 do 12 godina, koja nastupaju u dvije naizmjenične postavbe. Balanchine, koji je kao dijete u Rusiji mrzio satove baleta sve dok nije imao priliku nastupiti na pozornici u *Uspavanoj ljepotici*, želio je djeci dati priliku za izvedbu kako bi razumjela čemu teže u baletnoj učionici. Velik dio Balanchineova životnog rada bio je usmjeren na popularizaciju baleta u Sjedinjenim

Državama. I vidio je djecu kao ključ tog nastojanja: „Uključite djecu u umjetnost i to uključuje cijele njihove obitelji, obučavajte ih od malih nogu i na kraju imate plesače koje možete angažirati za svoju kompaniju.“ U tu je svrhu 1934. utemeljio Školu američkog baleta u New Yorku i uključio učenike u profesionalne produkcije poput *Orašara*. Integracija djece u ansambl donosi raznolikost uloga i autentičnost predstavi što privlači širok raspon publike. Slično razmišlja i Talmadge (2015), čarolija Orašara nije u briljantnosti glazbe ili izvrsnosti plesa. To je mladalačka toplina uzbuđene djece na sceni. To je poznatost cijele produkcije, čak i ako je vidite prvi put. Sposobnost baleta da dosegne i dotakne dio vas, izaziva toplu uspomenu božićnih praznika.

Plesač Nikolay Solyannikov ukratko je opisao kako je *Orašar* balet koji je jednostavnije prirode, manje izazovan za plesače, ali zato scenografski i grafički obogaćeniji. Razlog tomu je to što je on prvenstveno namijenjen dječjoj publici. Tako je fokus ovog baleta stvaranje atmosfere da i oni najmlađi mogu spoznati radnju. Borbu dobra i zla najviše prikazuje kroz dolazak miševa koji u svojim akromatskim kostimima i zastrašujućim sitnim koracima odjednom preplavljaju pozornicu. Ubrzo pozornicu obasjava bijela svjetlost, nježni kostimi i imitacija snijega koja djecu dovodi u sasvim drugu atmosferu. Upravo takva kontrastna scenografija, muzika i pokreti u očima djece izazivaju uzbuđenje. Tako iz godine u godinu, najčešći posjetitelji ove baletne predstave i jesu djeca. Osim bogate blagdanske scenografije, tome uvelike pridonosi činjenica da je *Orašar* predstava u kojoj plešu, osim odraslih baletnih profesionalaca, i učenici baletnih škola. Djecu, dakako, veseli na sceni vidjeti one koji su njima sličniji i dostižniji (Wiley, 1997: 132-149).

Veza između publike i plesača potiče obitelji, prijatelje i poznanike djece da redovito posjećuju predstave, čime se povećava prodaja ulaznica, a osim emocionalne povezanosti s publikom, dječje uloge prostor su za poticati mlade na ples. Promatranje vršnjaka na pozornici inspirira djecu i potiče ih da se sami upuste u svijet baletne umjetnosti. „Kao balet koji se odnosio na svačije 'unutarnje dijete', kao i na nekadašnju djecu, *Orašar* je bio na pravom mjestu u pravo vrijeme“ (Fisher, 2003). Ova inspiracija djeci stvara želju da se prijave na plesne tečajeve i razvijaju svoje vještine, što pridonosi širenju baze mladih baletnih plesača i očuvanju baletne tradicije.

## 5.4. FIGURA ORAŠAR

Figura orašara dekorativna je verzija alata za drobljenje oraha te se izrađuje u obliku igračke vojnika. Iako orašari danas imaju samo dekorativnu svrhu, većina ih je do prve polovice 20. stoljeća bila funkcionalna. Većina današnjih orašara inspirirana je istoimenim baletom i proizvodi

se samo u komercijalne svrhe. Stojeći drveni vojnik orašar sa crvenom kacigom i crnim čizmama, kultni orašar kakvog danas poznajemo, prvi je put napravljen u regijama Sonneberg i Ezerberge u istočnoj Njemačkoj početkom 19. stoljeća. Prvi komercijalno proizvedeni orašari djelo su njemačkog stolara Wilhelma Fuchtera iz 1865. godine. Njegov se lik temeljio na liku iz popularne dječje knjige Heinricha Hoffmanna *König Nußknacker und der arme Reinhold*. Upravo je započeo s prodajom tradicionalnih figura orašara, kada je 1892. godine u Sankt Petersburgu premijerno izveden balet Petra Iljiča Čajkovskog. Kako je radnja baleta smještena u božićno vrijeme, a jedan od ključnih likova je upravo Orašar, pa su se Fuchterovi proizvodi brzo povezali s blagdanskim dekorom.“ (Nacional.hr)

Nakon Drugog svjetskog rata, američki vojnici koji su bili stacionirani u Zapadnoj Njemačkoj, kupovali su orašare kao božićne poklone. Vojnici su ih slali kući zbog njihove vješte izrade, jarkih boja i simbolike koju donose u dom. Tako je orašar postao popularan i izvan njemačkog područja. Veći dio prodaje bio je na božićnim sajmovima te po prvi put uviđamo povezanost ove lutke s Božićem.

Od kuglica na boru, do raznih vrsta i veličina figura, orašari su neizostavni artikl božićnih ukrasa u supermarketima. Cijene se kreću usporedno s visinom lutke pa se tako oni od 50 centimetara kreću od 20 eura, a ovisno o kvaliteti, cijena se penje do visokih 40 eura. Među skupljim varijantama su dakako već spomenuti Steinbach orašari za koji će kolekcionari izdvojiti minimalno 180 eura, dok oni najskuplji sežu do 500 eura. Masovna proizvodnja prisutna je i zemljama trećeg svijeta poput Kine i Tajlanda pa nešto jeftinije varijante od svega nekoliko dolara možemo pronaći na web prodajnim stranicama kao što su Ebay i Aliexpress. Iako su orašari u ovom obliku prisutni i popularni nekoliko stotina godina, u zadnjih su par godina popularniji nego ikad. Trendovi nam kazuju kako se potražnja za orašarima višestruko povećala u posljednjih pet godina što možemo vidjeti na brojnim objavama društvenih mreža. Ponuda oblika i boja nikada nije bila raznolikija pa osim tradicionalnih drvenih orašara u zagasitim bojama, na tržištu pronalazimo ružičaste verzije s dodatcima poput perja, cirkona, ukrasnih vrpca i šljokica.

## 5.5. ORAŠAR U MEDIJIMA I NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Mediji imaju dubok i sveprisutan utjecaj na današnje društvo te imaju sposobnost oblikovanja stavova, mišljenja i vrijednosti publike koja ih konzumira. Njihova uloga seže od informiranja do zabave, ali također imaju i moćnu ulogu u podizanju svijesti o kulturnim događanjima. Bilo da se radi o masovnim medijima, internetu ili društvenim mrežama, *Orašar* je tema koja se u adventsko vrijeme nalazi na svakoj platformi. Mediji često izvješćuju o produkcijama *Orašara* koje se odvijaju u različitim kazalištima i dvoranama diljem svijeta. Kritike, recenzije i intervjuirani umjetnici daju medijima mogućnost da istraže kako su se različite produkcije *Orašara* razlikovale u tumačenju priče, scenografiji, glazbi i plesu. Kroz recenzije i reportaže, mediji potiču ljude da se upuste u svijet klasičnog baleta te stvaraju svijest o vrijednosti kulturnih događanja. *Orašar* postaje više od pukog baleta; postaje simbolom zajedništva, obiteljskih vrijednosti i čarolije blagdana. Analizirajući neke od hrvatskih medija i portala poput Index.hr i 24 sata primjećujem izrazitu blagonaklonost vijesti i članaka na ovu temu. Gotovo da nema nikakve kritike upućene baletu, propagira se odlazak na predstavu uz dojmljive prikaze scene i kostima na fotografijama. Kroz digitalizaciju kulturnih sadržaja, *Orašar* je pronašao novu dimenziju interakcije i angažmana. Njegova prisutnost na društvenim mrežama omogućuje publici da zaroni dublje u priču i interpretacije. Umjetnici, produkcije i kazališta koriste platforme kao što su Instagram, Facebook, YouTube i Twitter kako bi prenijeli fragmente izvedbi, backstage trenutke, intervjue s umjetnicima i snimke proba. Ovaj pristup omogućava publici da osjeti puls umjetničkog procesa i da se osjeća povezano s izvođačima, čak i ako nisu fizički prisutni u dvorani. Društvene mreže također omogućavaju detaljniju analizu reakcija publike. Kroz praćenje komentara, lajkova i dijeljenja, produkcije i umjetnici mogu dobiti uvid u to kako njihova interpretacija rezonira s publikom. Ovi podaci omogućavaju kontinuirano prilagođavanje i poboljšanje izvedbi, usmjeravajući umjetnički izričaj prema preferencijama publike. Trenutno hashtag s engleskom inačicom riječi orašar na društvenoj mreži Instagram broji više od 1,4 milijuna objava dok isti hashtag na društvenoj mreži Tik Tok broji 940,3 milijuna pregleda.

Dostupnost tehnologije, medija i društvenih mreža omogućilo je publici istražiti sadržaj koji ih zanima i pogledati kratke videozapise određene izvedbe na temelju čega dobivaju predodžbu o djelu prema kojemu su isprva bili skeptični. Kasnije na društvenim mrežama mogu podijeliti fotografije, vlastito iskustvo i recenziju te privući novu publiku.

Prema Google trendsu, na grafu možemo vidjeti rastući interes pretraživanja pojma Nutcracker (Orašar) u tražilici. Od zimskih mjeseci 2018. do zimskih mjeseci 2022. kada traje sezona *Orašara*, primijećen je kontinuirani porast pretraživanja. Zbog koronavirusa 2020. taj je interes bio smanjen, ali već je iduće godine nastavljen trend rasta. Najveći interes u pretraživanju bilježe Sjedinjene Američke Države, zatim Ujedinjeno Kraljevstvo, Kanada, Irska i Australija.

Tablica 1: : interes za pretraživanje pojma Nutcracker u tražilici tijekom 5 godina



izvor: Google trends

## 5.6. KULTURNI ZNAČAJ

Kazalište ne pruža samo zabavu, već signalizira kulturnu povezanost i intelektualni interes. Ono je oduvijek bilo sinonim za ugled i prestiž, a *Orašar* je često prvi balet koji publika pogleda u kazalištu. S jedne strane, *Orašar* ima odlike klasičnog baleta kao što su strogoća tehničkih pokreta, graciozno i elegantno izvođenje baletnih koraka i Pas de Deux, a s druge strane libretom odskaače od svakog klasičnog baleta 19. stoljeća. Uz to, *Orašar* je jedini sezonski balet koji je za razliku od svih drugih baleta, namijenjen izvođenju u prosincu. Iako sama radnja baleta nije povezana ni na koji religiozan način s Božićem, štoviše, za neke je apsurdna i banalna priča koja nikada nije trebala postati balet, za druge je fleksibilan, ritualan, rezonantan fenomen kojemu se publika rado vraća svake godine. Istina je da radnja libreta nije linearna, a ono što se događa na pozornici može biti pomalo kaotično, ali kvaliteta glazbe je neupitna. Predstavljajući se svake godine u različitim verzijama od strane stotina baletskih kompanija i ansambla, *Orašar* je sada postao ono što nazivamo baletnom tradicijom. Iako razumljiva obiteljska tema, posebno atmosfera koja se uklapa u proslave, vizualno i estetsko zadovoljstvo kostima i scenografije, bajkovita maštovitost koja potiče djetinju radoznalost te svjetska slava genijalnog Čajkovskog sastavni su elementi koji *Orašara* čine jednim od najpopularnijih baleta na svijetu.

## 5.7. ORAŠAR KAO PREDMET KULTURALNIH STUDIJA

Aktivno uvođenje kulturalnih studija i kritičke teorije u studiji plesa krajem 1980-ih proširio je opseg znanja i zainteresirao ljude za proučavanje plesa kao društva i kulture. Za razliku od ostalih grana umjetnosti, kazalište je zbog svoje stroge povijesti teže zauzimalo svoje mjesto u popularnoj kulturi. Ples i dramska umjetnost u 19. i 20. stoljeću stvarani su za elitu, što prkosi definiciji masovne i popularne kulture. U tom kontekstu, balet *Orašar* postaje zanimljiva studija slučaja jer od sredine prošlog stoljeća bilježi povećanu popularnost, kako u kazalištima, tako i u medijima, na društvenim mrežama i božićnim sajmovima. *Orašar* uistinu spaja visoku i nisku kulturu te je prvi balet koji je to postigao. Dijelom to možemo pripisati procesu amerikanizacije, ali identitet *Orašara* puno je složenije i kompleksnije naravi da bismo mogli reći da je njegov uspjeh isključivo proces amerikanizacije. Pokušat ću dati odgovor na pitanje može li *Orašar* svoju popularnost



pripisati činjenici da je umjetničko djelo čiju je glazbu skladao jedan od najvećih skladatelja svih vremena, ili tome što izlazi iz okvira klasičnog baleta, a publici daje više od kulturne ispunjenosti. Odgovor leži u kombinaciji dvaju navedenog. Svi elementi baleta, od glazbe, scenografije i kostima do likova i koreografije, nose sa sobom poruke koje se odražavaju u širem sociokulturnom okruženju.

Čajkovski je onaj čijim je visokokvalitetnim glazbenim partiturama *Labuđeg jezera*, *Orašara* i *Trnoružice* započelo koncertno vrednovanje baletne glazbe, piše Maždar (2016) te nadodaje da takvo vrednovanje, ovi baleti, mogu zahvaliti visokoj kvaliteti njihovih orkestralnih partitura što ih čini samodostatnima i neopterećenima scenskom nadogradnjom. Čajkovski je jedan od najvažnijih skladatelja u povijesti glazbe, a glazba nije samo sredstvo koje prati plesne pokrete, već je i sama po sebi umjetničko djelo koje izaziva snažne emocionalne reakcije kod slušatelja. Stoga je njegovo ime i glazba prvo na što publika pomisli kada je riječ o *Orašaru*. Uz to, balet *Orašar* jedan je od rijetkih klasičnih baleta iz razdoblja romantizma „čije su glazbene partiture trajno opstale i na koncertnim podijima“, piše Maždar (2016: 93). Nacionalni plesovi i raznolikost likova pružaju uvid u tadašnje razmišljanje o kulturi i identitetima, dok suvremeni interpretativni okviri pomažu u čitanju tih poruka u današnjem kontekstu. Mogućnost izmjene kostima, priče i vremena radnje omogućuje fleksibilnost i konstantno prilagođavanje cijele produkcije ciljanoj publici. Međutim, korištenje nacionalnih plesova utječe na to kako je Orašar percipiran pa veliki dio baletnog svijeta ovu veliku prednost baleta kritizira.

Na simboličkoj razini, *Orašar* može predstavljati prelazak iz djetinjstva u zrelost, borbu između dobra i zla te susret sa svijetom mašte i realnosti. Osim toga, prisutnost različitih nacionalnih plesova može ukazivati na važnost multikulturalizma i raznolikosti u suvremenom društvu. Naposljetku, *Orašar* je simbol svake božićne kazališne sezone, a blagdanska radnja libreta privlači publiku poput božićnih filmova kojima se vraćamo svake godine.

Zbog svega navedenog, *Orašar* nema konkurenciju kada je balet u pitanju. Ne mora se boriti za medijski prostor jer su božićna sezona i praznička atmosfera sami po sebi dovoljan PR. Za razliku od drugih popularnih baleta kao što su *Labuđe jezero* ili *Trnoružica*, *Orašar* nema mogućnost biti cijele godine na repertoaru kazališta. Kada bi se to dogodilo, *Orašar* bi izgubio svoj smisao i prestao biti zanimljiv, a njegova ograničenost na dvomjesečni broj izvedbi razlog je zašto se svake godine traži ulaznica više. Svake se godine bilježi povećan broj prodanih ulaznica u cijelome

svijetu, a usporedno s time, rastu i cijene ulaznica pa se postavlja pitanje hoće li se publika ikada zasititi *Orašara* ili će on jednostavno postati preskup za masovnu publiku koja ga konzumira. U tome bi slučaju *Orašar* izgubio razlog zašto ga nazivamo popularnom kulturom jer bi za svoju primarnu publiku (obitelji, djecu, srednju klasu) bio nedostižan. Na pitanje hoće li *Orašar* ikada dosaditi publici, povukla bih paralelu s već spomenutim dječjim ulogama. Iz sezone u sezonu generacije se izmjenjuju i u svakoj produkciji vidimo različitu postavu djece u odnosu na prošlu sezonu. Roditelji i obitelj uvijek će popunjavati veći dio gledališta neovisno o cijeni ulaznice. Također, kako *Orašar* i dalje prije svega glasi kao klasično djelo, uvijek će ostati relevantan za školske izlete i posjete kazalištu.

*Orašar* je klasika i tradicija, ali i moderan prilagodljiv balet što bih navela kao glavni ključ njegova uspjeha. Jedna od karakteristika popularne kulture je raskid sa starijim, tradicionalnim običajima i vrijednostima i otpor „visokoj kulturi“, piše Pavlović (2020). Njegov uspon kakav danas bilježimo, započeo je onog trenutka kada je izašao iz okvira klasičnog baleta i kada je zaobišao baletne norme toga doba. Ono što je prije bilo dostupno samo višem društvenom sloju, sada je dostupno običnim ljudima. Po prvi puta u povijesti baleta imamo djelo koje privlači obitelji, djecu, i stvara osjećaj povezanosti između publike i izvođača. *Orašar* je postao ne samo plesna izvedba, već i kulturna manifestacija.

Ovaj pristup omogućava analizu kako su se društvene norme, ideje i vrijednosti manifestirale u umjetničkom izričaju i dokazuje sveprisutnost ovog klasično-modernog baleta. Uspon uspjeha *Orašara* ujedno je proširio kulturološki utjecaj *Orašara*, kontinuirano povezujući prošlost s budućnošću kroz prizmu božićne kulture. Klasični balet danas igra ulogu ne samo u umjetničkom svijetu, već i u komunikaciji s masovnom publikom, postajući umjetnost koja se povezuje s publikom, umjetnost koju publika konzumira te katalizator za višeslojnu kulturnu razmjenu. Njegovo istraživanje otkriva mnoštvo kulturnih vrijednosti, promjenjivu rodnu dinamiku, prilagodbe koje se odnose na rasnu i etničku pripadnost, klasne razlike, globalni doseg, prijem publike i transformacije digitalnog doba. Ova klasična priča ne samo da pruža leću kroz koju možemo analizirati kulturu, već također pokazuje trajnu moć umjetnosti da odražava i oblikuje društvo. Stoga, *Orašar* ne samo da ostaje popularan, već i sve više razvija različite verzije koje se prilagođavaju specifičnim skupinama publike i raznim medijima.

## 6. KOMERCIJALIZACIJA ORAŠARA

Komercijalizacija Božića odnosi se na pretjeranu trgovinu, marketinške akcije i prodaju proizvoda i usluga vezanih uz Božić kako bi se ostvario profit. Mnoge trgovine počinju svoje blagdanske prodaje i promocije već u studenom te se teži kupnji što skupljih poklona i dekoracija. Kako se blagdanska euforija približava, uočljiva je sve veća prisutnost komercijalizacije u svijetu baleta, posebice u promociji proizvoda povezanih s pričom o *Orašaru*. Unatoč umjetničkoj i kulturnoj vrijednosti ovog remek-djela, marketinške kampanje sve češće koriste likove i elemente iz *Orašara* kako bi potaknule potrošnju i povećale prodaju tijekom blagdana. Jedan od najupečatljivijih primjera komercijalizacije Orašara je kroz promociju igračaka i božićnih ukrasa. Na policama trgovina sve češće možemo pronaći šarene igračke lutaka Orašara, balerina i vojnika, pa čak i životinjskih likova iz predstave. Trgovine kao što su "Toys 'R' Us" i "Target" nude različite vrste lutaka prilagođenih svim dobnim uzrastima. Marketinške kampanje često povezuju lik Orašara s drugim popularnim likovima kako bi povećale privlačnost proizvoda pa je tako Disney trgovina predstavila posebnu liniju lutaka "Orašar i Klara", a nerijetko nailazimo na limitirana izdanja koja stvaraju pritisak na što bržu kupnju. Tu su i božićni ukrasi kao što su čestitke, kuglice za bor, papiri za umatanje, snježne kugle i slično.

Postavlja se pitanje što je dovelo do komercijalizacije baleta i kako je lik Orašara postao simbolom Božića. Prema Google Trendsu, pretraživanja orašara porasla su za više od 60% u posljednjih pet godina, a na Instagramu postoji više od 2 milijuna objava s korištenim hashtagom Nutcracker. Da bi neki proizvod postao zanimljiv tržištu, potrebno je ispuniti određene kriterije. Orašar je dekorativno popularan zbog kombinacije kulturnog nasljeđa, estetske privlačnosti, emocionalne povezanosti i prisutnosti u umjetnosti. Iako najveći razlog možemo pripisati samoj božićnoj radnji unutar baleta, sličnost možemo pronaći u usporedbi s komercijaliziranim likom Djeda Mraza. Iako Coca-Cola nije stvorila legendu o Djedu Mrazu, značajno je doprinijela oblikovanju modernog i veselog karaktera kakvog danas poznajemo. U 1931. godini, Coca-Cola je angažirala priznatog ilustratora Haddona Sundbloma da kreira slike Djeda Mraza za svoje božićne reklame. Njegove ilustracije Djeda Mraza prikazivale su ga kao toplu i sretnu figuru s ljudskim crtama lica, uključujući rumene obraze, bijelu bradu, svjetlucave oči i bore od smijeha. Te su slike prenijele dojam radosti, obiteljske topline i velikodušnosti. Ovakav lik Djeda Mraza postao je simbol blagdanskog duha i radosti koji možemo povezati s Orašarom. Iako su Djed Mraz i Orašar različiti

likovi s različitim kontekstima i poviješću, postoje određene sličnosti u njihovim radnjama i emocionalnim aspektima tijekom blagdanske sezone. Božićna drvca, darivanje djece, ukrasi i obiteljska druženja motivi su koji karakteriziraju Božić. Kao likovi iz svijeta mašte koji prezentiraju obiteljske vrijednosti, njihova prisutnost unosi radost, čaroliju i veselje u blagdanske proslave te prenose emociju koja se kasnije iskorištava u prodajne svrhe. U kontekstu potrošačkog društva, Orašar je uspješno prilagođen kao sredstvo vizualne atraktivnosti i kulturnog nasljeđa čineći ga atraktivnim prodajnim artiklom, dok istovremeno zadržava svoje umjetničko značenje unutar baletne izvedbe.

Da se lik Orašara često koristi u komercijalne svrhe dokaz je i tema zagrebačkog Adventa 2019. godine. Martina Bienenfeld, direktorica Turističke zajednice grada Zagreba objasnila je temu Adventa: „Orašar je globalni simbol Božića i blagdana, njega svi znaju i razumiju.“ (ZG-magazin) Komercijalizacija Orašara pokazatelj je kako se umjetnost baleta može uspješno spojiti s potrebama modernog potrošačkog društva. Orašar je povezan s klasičnim elementima blagdanskog dekora, poput zlatnih i srebrnih detalja, vrpce, borova i svjetala. Sve to zajedno stvara vizualno bogatstvo koje privlači pažnju prolaznika. Stvaranje raznovrsnih verzija, povezivanje s drugim likovima, marketinške kampanje i digitalne inovacije doprinose popularnosti lutke Orašar tijekom blagdanske sezone.

Slika 2: Orašari na zagrebačkom trgu, Advent 2019.

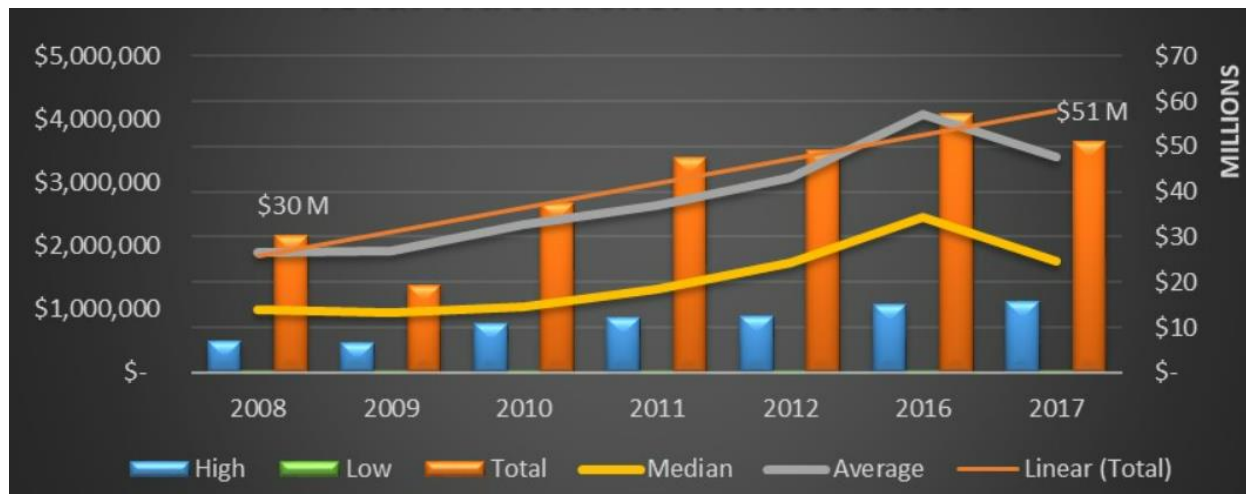


izvor: preuzeto u cijelosti (ZG-magazin.com)

## 7. FINANCIJSKI USPJEH ORAŠARA

Do sada možemo zaključiti kako *Orašar* ima veliki utjecaj na američko društvo te se u Sjedinjenim Američkim Državama ostvaruje najveća financijska dobit od prodaje ulaznica. U svom članku Segundo (2018) piše da su u analizi pod nazivom *The Nutcracker* (provedene 2007.-2017.) koju je proveo Dance/SAD otkriveni sljedeći trendovi. Među 24 države članice koje su bile obuhvaćene istraživanjem, ispitanici su zabilježili da je prodaja ulaznica za *Orašara* iznosila 51 milijun USD u 2017. godini u usporedbi s 30 milijuna USD u 2008. godini. Kako bi zadovoljile povećanu potražnju, plesne tvrtke bile su prisiljene dodati u prosjeku dvije dodatne predstave po sezoni, što predstavlja povećanje od 29 posto u broju predstava. Zabilježen je rast posjećenosti od 14 posto, što je rezultiralo više od 83 tisuće posjetitelja. Prosječne cijene ulaznica gotovo su se udvostručile od 2008. godine, dok se istovremeno povećala posjećenost. Potrošnja na marketing kao postotak od prodaje ulaznica ostala je stabilna u prosjeku između 10 i 12 posto.

Tablica 2: Godišnja prodaja ulaznica Orašara prema Dance/SAD istraživanju iz 2017



Izvor: preuzeto u cijelosti (Dance/SAD)

Iako se prodajom ulaznica ostvaruje sve veći profit iz godine u godinu, sve je veći pritisak na baletne ansamble. Financijska ovisnost *Orašara* stvara pritisak na plesne tvrtke da balet održavaju relevantnim i profitabilnim. Postavlja se pitanje hoće li se sada kada je *Orašar* na vrhuncu, publika zasititi na određeni vremenski period te hoće li uskoro prodaja ulaznica početi opadati. Kako bi

zadovoljile visoka očekivanja publike i ostvarile financijski uspjeh, plesne kompanije moraju biti u tijeku s trenutnim trendovima i preferencijama svoje publike. To zahtijeva temeljitu analizu i istraživanje kako bi se razumjele promjene u ukusima i interesima publike te način na koji se ti trendovi odražavaju na *Orašara*. Osim toga, plesne tvrtke trebaju pažljivo razmotriti demografske karakteristike svoje publike. *Orašar* treba biti prilagođen i privlačan različitim skupinama ljudi, bilo da se radi o dobnim skupinama, kulturnim preferencijama ili socijalnom statusu. Razumijevanje tih razlika omogućuje plesnim tvrtkama da ciljaju određene segmente publike i pruže im relevantno iskustvo. Dodatno, geografska lokacija također igra važnu ulogu u uspjehu *Orašara*. Kazališta, baletni ansambli i plesne tvrtke trebaju razmotriti specifičnosti svakog tržišta i prilagoditi svoje predstave prema tim potrebama. To može uključivati prilagođavanje scenografije, kostima ili čak promjenu repertoara kako bi se odgovorilo na lokalne preferencije i kulturološke kontekste. Kako sam balet sa sobom donosi sliku božićne idile, nije ni čudo kako prodavači nastoje iskoristiti lik orašara u komercijalne svrhe. Heath (2011) piše da u hotelu Willard postoji čaj *Nutcracker* koji košta oko 65.000 dolara. Balet Sugar Plum Shop u Warner Theatreu zaradi dodatnih 65.000 dolara od prodaje svojih ukrasa, sapuna, Djeda Božićnjaka i vojnika. Postoje partnerstva s Tiffanyjem, Georgetown Cupcakeom, Clyde'som, Old Ebbitt Grillom i Sullivan's Toy Store & Art Supplies.

Dječje uloge također predstavljaju način zarade. Uloge za djecu unose poseban šarm i privlačnost u predstavu te stvaraju emocionalnu povezanost s publikom, što rezultira povećanim interesom i privlačnošću za predstavu. Roditelji kupuju poklone djeci kako bi ih nagradili, a pokloni koji se kupuju uključuju razne dizajne orašara i snježnih kugli inspiriranih Orašarem. Ovi su suveniri postali neizostavan dio iskustva vezanog uz predstavu te su, osim obiteljima plesača, dostupni i ostaloj publici.

Ulaznice za *Orašara* rekordnom se brzinom prodaju i u Hrvatskoj. Nakon puštanja karata u prodaju 2018., u zagrebačkom se HNK- u dva dana prodalo više od 11.000 ulaznica za *Orašara*, a profit je iznosio više od dva milijuna kuna. Čak 6000 ulaznica prodano je u tri sata u drugom danu, online prodajom (Službena web stranica HNK Zagreb). Slična se situacija dogodila i u Osijeku. Svih 10 izvedbi 2021. godine bilo je potpunosti rasprodano, a ista se ponovilo i 2022. godine kada se pri puštanju ulaznica u prodaju srušila web stranica HNK-a u Osijeku. Ljudi su se okupljali ispred kazališta nekoliko sati prije kako bi osigurali svoju ulaznicu, a ista se situacija dogodila i ispred HNK-a u Zagrebu 2022. godine.

Slika 3: red za ulaznice Orašara ispred HNK-a u Zagrebu



Izvor: preuzeto u cijelosti (Sanjin Strukić/PIXSELL)

Od 1931. godine do danas, *Orašar* je doživio preko 300 izvedbi na hrvatskim pozornicama (Sporiš, 2016). Kombinacija ispunjenih gledališta i mogućnosti prodaje darova povezanih s Orašarem pretvara ovaj balet u gotovo zajamčenu ekonomsku blagodat za svaku baletnu kompaniju koja izvodi ovu predstavu.

## ZAKLJUČAK

U radu je objašnjen društveno-kulturalni fenomen istoimenog baleta i popularne božićne lutke Orašara. Priča koja je služila kao inspiracija za balet posuđena je iz knjige za djecu pod nazivom *Orašar i kralj miševa*. Mariusu Petipau se svidjela priča te angažira Petra Iljiča Čajkovskog za skladanje glazbe. Balet je premijerno izveden 1892. u Rusiji, no u početku nije primljen dobro od strane publike. Prekretnica dolazi s dolaskom baleta u Sjedinjene Američke Države. Jedan od glavnih razloga *Orašareve* popularnosti danas jest savršen vremenski period za premijeru u Americi. Badnjak 1944. godine bio je idealan odabir jer su pred kraj rata vojnici iz Njemačke donosili njihove tradicionalne krckalice za orahe te je postojala potreba za slavljem nakon tmurnih dana.

*Orašar* je uglavnom način na koji se većina ljudi inicijalno upoznaje s umjetnošću plesa i kazališta, a postaje dijelom popularne kulture jer spaja visoku i nisku kulturu, tematizira obiteljsku idilu, prilagođava se kulturalnim i nacionalnim vrijednostima, uživa estetiku zime i Božića te prezentira slojevitost ljudskih emocija kroz maštoviti svijet slatkiša. Možemo reći da je *Orašar* jedan od najpopularnijih bijelih baleta čija kulturna vrijednost doseže izvan umjetničkog okvira, duboko prožimajući svjetsku baštinu i postajući simbol božićne tradicije te inspirirajući generacije publike širom svijeta. Kroz kulturne implikacije Božića, *Orašar* kontinuirano evoluirao kroz povijest, postajući ne samo nasljednik klasičnog baleta, već i pionir uvođenja modernih koreografija i inovativnih ideja koje odražavaju raznovrsne potrebe suvremenog društva. *Orašar* ne samo da uspješno privlači zaljubljenike u klasični umjetnički balet, već i kao oblik umjetnosti aktivno komunicira s publikom, zadovoljavajući različite potrebe i očekivanja. Stoga, uzimajući u obzir različite aspekte kao što su kinematografske produkcije, glazbene produkcije te uključivanje lokalnih i etničkih elemenata, *Orašar* se kontinuirano reinteretira u različitim verzijama. Rastuća popularnost i neprekidan razvoj *Orašara* stvara i značajan tržišni potencijal u obliku knjiga, filmova, igračaka, božićnih ukrasa, nakita, prehrambenih proizvoda i drugih segmenata. Na taj način, *Orašar* postaje simbol kulture uživanja u blagdanima te reprezentira aspekt potrošačke kulture u suvremenom društvu.



## LITERATURA

1. Anderson, J. (1979) *The Nutcracker Ballet*. New York: Mayflower Book.
2. Brkljačić, D. (2006) *Uvod u balet*. Zagreb: NOVA iz NOVA d.o.o..
3. Fisher, J.(2003): „*Nutcracker" Nation: How an Old World Ballet Became a Christmas Tradition in the New World*. New Haven and London :Yale University Press.
4. Hall, S. (1981):*Notes on deconstructing „the popular”*. Iz zbornika Cultural Theory and Popular Culture. A Reader, prir. J. Storey, The University of Georgia Press, Athens 21998.
5. Koprčina, A. (2016.) *ORAŠAR najljepša božićna bajka*. Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb.
6. Koprčina, A. (2016.) *Orašar u obliku figure vojnika – lajtmotiv baleta i kolekcionarske strasti*. Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb.
7. Mahiet , D. (2016.) *The Aesthetics and Politics of Wonder in the First Nutcracker*.
8. Maždar, Z. (2016.) *Orašar op. 70 – najljepša glazbena bajka Petra Iljiča Čajkovskog*. U: Koprčina, A. (ur.). *ORAŠAR najljepša božićna bajka*. Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb.
9. Kisselgoff, A. (1977.) *And They Said The Nutcracker Wouldn't Last..* New York Times.
10. Michels U. (2006.) *Atlas glazbe 2*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
11. Ognjenović, V., (2015.) *Osječki balet – jučer, danas, sutra*, Umjetnička akademija u Osijeku, Artos - časopis za znanost, umjetnost i kulturu
12. Pavlović, L (2020.) *Popularna kultura*. Stručni završni rad
13. Wiley, R., J. (1997.) *The life and ballets of Lev Ivanov*. Oxford: Clarendon Press
14. Culturenet. URL <https://www.culturenet.hr/izlozba-orasar-najljepsa-bozicna-bajka-balet-u-muzeju-60882/60882> [pristup: 10.6.2023.]
15. Dance/USA. URL: <https://www.danceusa.org/> [pristup: 10.6.2023.]
16. Dorf, E. (2020.). History of the Nutcracker. URL: <https://nutcrackerballetgifts.com/blogs/blog/history-of-the-nutcracker> [pristup: 10.6.2023.]
17. Google Arts & Culture. URL: <https://artsandculture.google.com/story/5QURVdWXMSdeAQ> [pristup: 03.07.2023.]
18. Heath, T. (2011). Value Added: The economics behind ‘The Nutcracker’ are no fairy tale. URL: [https://www.washingtonpost.com/business/economy/value-added-the-economics-behind-the-nutcracker-are-no-fairy-tale/2011/12/08/gIQATNX0nO\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/business/economy/value-added-the-economics-behind-the-nutcracker-are-no-fairy-tale/2011/12/08/gIQATNX0nO_story.html) [pristup: 03.07.2023.]

19. HNK Zagreb. URL: <https://www.hnk.hr/hr/> [pristup: 01.08.2023.]
20. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=54982021> [pristup: 10.1.2023.]
21. Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca Rijeka. URL: <https://hnk-zajc.hr/predstava/orasar-4/> [pristup: 10.6.2023.]
22. Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu. URL: <https://www.hnk.hr/hr/balet/predstave/ora%C5%A1ar/> [pristup: 10.6.2023.]
23. Kotrljan, Z. (2009). URL: <https://zrinkakorljan.wordpress.com/tag/bijeli-balet/> [pristup: 03.07.2023.]
24. Levine, J.A. (2021). The secret to “The Nutcracker’s” success. URL: [https://www.reuters.com/graphics/USA-CHRISTMAS/NUTCRACKER-BALLET/jnvweaomdvw/?fbclid=IwAR1nJC2XeFMO-f\\_uAvZaIteTVNdY2VbpUOF4JxExKKIwzkMn8u64SQo1fWA](https://www.reuters.com/graphics/USA-CHRISTMAS/NUTCRACKER-BALLET/jnvweaomdvw/?fbclid=IwAR1nJC2XeFMO-f_uAvZaIteTVNdY2VbpUOF4JxExKKIwzkMn8u64SQo1fWA)
25. McGuire, K. (2018). The Nutty History of "The Nutcracker". URL: <https://dancespirit.com/the-history-of-the-nutcracker/> [pristup: 03.07.2023.]
26. MUO. URL: <https://www.muo.hr/blog/2016/11/23/najava-novih-izlozbi-u-muo/> [pristup: 01.08.2023.]
27. Nacional.hr. URL: <https://www.nacional.hr/inozemni-uspjeh-baleta-u-ljubljani-se-od-stare-godine-oprastali-uz-rijeckog-orasara/> [pristup: 01.08.2023.]
28. New York City Ballet. URL: <https://www.facebook.com/nycballet> [pristup: 03.07.2023.]
29. Nutcracker Museum. URL: <http://www.nutcrackermuseum.com/history.htm> [pristup: 10.1.2023.]
30. Plesni portal ples.com.hr. URL: <https://ples.com.hr/> [pristup: 01.08.2023.]
31. Segundo, S. (2018). Nutcracker by the Numbers: Results from Dance/USA’s Annual Survey. URL: <https://www.danceusa.org/ejournal/2018/12/03/nutcracker-again> [pristup: 03.07.2023.]
32. Steinbach. URL: <https://steinbach-shop.com/pages/our-story> [pristup: 10.1.2023.]
33. Talmadge, S. (2015). How The Nutcracker became so wildly popular. URL: <https://theweek.com/articles/595717/how-nutcracker-became-wildly-popular?fbclid=IwAR1tJo2T7CjFLOeg5TtMoFgwNI2mPK0OhnHjlo3a9rQ1pVA5xHQWkiN1kn8> [pristup: 01.08.2023.]
34. ZG-magazin. Orašar je tema Adventa jer je to globalno prepoznatljiv simbol Božića. URL:

<https://zg-magazin.com.hr/orasar-je-tema-adventa-je-je-to-globalno-prepoznatljiv-simbol-bozica/> [pristup: 01.08.2023.]

## PRILOZI

### Popis slika:

<u>Slika 1: K.M.Ivanov, Nacrt scenografije baleta Ščelkunčik, II čin – Dvorac slatkiša, Rusija, Sankt Peterburg, 1892.....</u>	6
<u>Slika 2: Orašari na zagrebačkom trgu, Advent 2019.....</u>	22
<u>Slika 3: red za ulaznice Orašara ispred HNK- a u Zagrebu.....</u>	25

### Popis tablica:

<u>Tablica 1: : interes za pretraživanje pojma Nutcracker u tražilici tijekom 5 godina.....</u>	19
<u>Tablica 2: Godišnja prodaja ulaznica Orašara prema Dance/SAD istraživanju iz 2017.....</u>	23