

Marketinški razlozi uporabe pseudonima u svrhu prikrivanja identiteta u suvremenih hrvatskih književnika

Ivanović Remenar, Viktoria

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:906304>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-02**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Viktorija Ivanović

**MARKETINŠKI RAZLOZI UPORABE
PSEUDONIMA U SVRHU PRIKRIVANJA
IDENTITETA U SUVREMENIH
HRVATSKIH KNJIŽEVNIKA**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2021. godina



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KROATOLOGIJU

VIKTORIA IVANOVIĆ
**MARKETINŠKI RAZLOZI UPORABE
PSEUDONIMA U SVRHU PRIKRIVANJA
IDENTITETA U SUVREMENIH
HRVATSKIH KNJIŽEVNIKA**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc. Davor Piskač

Zagreb, 2021. godina

SADRŽAJ

1. Uvod.....	1
2. Identitet	2
2.1 Osobni identitet.....	2
2.2 Nacionalni identitet.....	3
2.3 Povezanost osobnog i nacionalnog identiteta	4
3. Pseudonim.....	5
3.1 Pseudonim kroz povijest i njegov alter ego.....	5
3.2 Primjeri poznatih pisaca koji su rabili ili rabe pseudonime.....	8
4. Utjecaj medija na odabir pseudonima u suvremenih hrvatskih književnika.....	9
5. Marketing u izdavaštvu.....	13
6. Naklada i čitateljstvo i dobra književnost.....	15
7. Zaključak.....	17
Literatura	18

1. Uvod

Uporaba pseudonima stoljećima je prisutno u hrvatskoj književnosti. Razlozi su razni, ali kod današnjih suvremenih hrvatskih pisaca razlog je zapravo isti. Uporabi pseudonima podliježu radi profita i bolje prolaznosti knjige. Tako ciljaju na vanjsko tržište odnosno na svjetsku popularnost. Tu se u pitanje dovodi identitet. Definirat će se osobni i nacionalni identitet kao i usporedba odnosno njihova međusobna suradnja.

Osobni identitet započinje našim imenom i prezimenom pa sve do našeg izgleda, rase, nacionalnosti, hobija, posla. Osim identiteta, definirat će se značenje pseudonima te njegovo uporaba kroz povijest hrvatske i svjetske književnosti. Popisom hrvatskih književnika koji još od razdoblja humanizma koriste pseudonime istaknut će se njihov razvoj do suvremenih pisaca gdje se može uočiti kako su se razlozi za uporabom pseudonima potpuno promijenili.

Uz pseudonim dolazi i alter ego. Definicija, značenje i razlozi alter ega temeljit će se na knjizi *Todda Hermana: The Alter Ego Effect*. Propitat će se zašto ljudi općenito koriste alter ego i istaknut će se kako ga zapravo svi ponekad koristimo u svakodnevnom životu. Kroz tri primjera suvremenih hrvatskih pisaca istražiti će se razlozi korištenja pseudonima, izdavaštvo te profit i prolaznost određenih djela. Svi primjeri i djela sličnih su žanrovskih vrsta, točnije radi se o znanstvenoj fantastici i fantaziji.

Za kraj će se pobliže definirati i propitati što se zapravo može smatrati kvalitetnom književnosti u Hrvatskoj? Marketinški trikovi koji imaju važnu ulogu u današnjem izdavaštvu bit će objašnjeni na primjeru mlade izdavačke kuće Mitopeja. Kroz nekoliko bitnih stavki u vezi fizičkog izgleda knjige, vrsti korica, naslovne strane i samog pakiranja vidjet će se način na koji se Mitopeja izdvaja iz mase više od 2000 izdavačkih kuća u Hrvatskoj. Osim što izdaje prve hrvatske prijevode, veliku važnost pridaje izgledu i kvaliteti dizajna knjige. Istaknut će se utjecaj nacionalnog identiteta na izdavaštvo, trenutno loša čitateljska publika u Hrvatskoj i trenutno stanje za izdavaštvom. Stereotipna mišljenja Hrvata o njima samima te konstantno uzdizanje drugih naroda odrazili su se na suvremenu hrvatsku književnost i izdavaštvo koje je u najvećoj krizi svoje povijesti.

2. Identitet

"Identitet je jedna od onih zbunjujućih riječi u svakodnevnom govoru, ali i podjednako teorijski nepreciznih pojmova ili koncepata oko kojih se posljednjih godina, u cijelom svijetu, zbiva velika intelektualna, politička i istraživačka živost, praćena snažnom diskurzivnom eksplozijom" (Lukić, Skoko, 2009: 26). Identitet je riječ koju često čujemo i upotrebljavana je u različitim prilikama te je tako postala riječ nejasna i ispražnjena značenja. Zato treba obratiti pozornost na sam korijen riječi. "U Žepićevu Latinsko-hrvatskom rječniku iz 1881. upućuje se na korijen te riječi: identitet dolazi od latinske riječi idem, eadem, što znači "isti", i tom se riječju "označuju osobe ili stvari jednake, jedne vrste" (Lukić, Skoko, 2009: 9).

Prema Klaićevu Rječniku stranih riječi, riječ identitet je definirana kao "podudaranje, izjednačivanje, potpuna jednakost, priznanje da netko ili nešto zaista jest ono čime se prikazuje, da je netko zaista osoba o kojoj se radi; skup značajki koje neku osobu čine onom koja jest" (Lukić, Skoko, 2009: 9). Te dvije definicije su različite, no ukazuju na isto značenje. Identitet ne označava samo osobnost, istost ili istovjetnost, već i svijest pojedinca o vlastitoj pripadnosti istoj biološkoj ili društvenoj skupini (Lukić, Skoko, 2009: 9-10). Pojam je vrlo složen i može mu se pristupiti na različite načine. Zato postoje duboka neslaganja oko određenja samog identiteta, njegove akademske i društvene važnosti (Musa, 2009: 268). Postoje različite vrste identiteta, kao što su osobni, nacionalni, društveni, kulturni, politički, teritorijalni. Najjednostavnija definicija identiteta bi bila da je to osjećaj i predodžba nekog pojedinca ili skupine o samom sebi (Lukić, Skoko, 2009: 9-10). U grčkoj, židovskoj i rimskoj kulturi možemo vidjeti kako je glavno središte na kolektivu i plemenu, a ne na osobi (Lukić, Skoko, 2009: 9-10). Tek je u kršćanstvu glavna usmjerenost na osobi i pojedincu. Dakle, identitet kreće od pojedinca i on ga čini, ali je taj pojedinac dio većih jedinica, a to su obitelj, plemena, narodi. Iako se u sve više razgovora i pisanih tekstova riječ identitet prvenstveno odnosi na narod, točnije skupinu koja dijeli zajedničke istosti i sličnosti, zapravo sve počinje od pojedinca, osobe (Lukić, Skoko, 2009: 10-11).

2.1 Osobni identitet

"Općenito govoreći, identitet se odnosi na ono kako ljudi shvaćaju sebe. On u sebi uključuje pitanje tko sam ja" (Musa, 2009: 268). Prema tome, svaka osoba ima svoj identitet. Počevši od imena i prezimena do fizičkog izgleda i osobnosti te karakternih značajki. "Osoba je jedna i

jedinstvena, ona je kao pojedinac uvijek dio šire cjeline, obitelji, društva, naroda, čovječanstva" (Lukić, Skoko, 2009: 10). Kako bi osoba spoznala sebe, svoj identitet, mora se omjeriti o druge, jednake, ali i različite (Lukić, Skoko, 2009: 10-11).

Svoj identitet razvijamo pri samom rođenju, kada nam je nadjenuto ime i prezime. "Prezimenom se svaka osoba vezuje uz svoju obitelj, s kojom živi, ali i uz brojne članove koji su, u istoj obitelji nosili, ili i danas nose isto prezime" (Lukić, Skoko, 2009: 10). Na taj način osoba postaje dio veće cjeline, a to je obitelj. U takvom krugu spoznajemo istost i različitost, sličnost s ocem, majkom, bratom ili sestrom (Lukić, Skoko, 2009: 10). Naš osobni identitet se tako utvrđuje u istosti s onima koji s nama dijele dom, selo, zavičaj, domovinu, jezik, ali se u isto vrijeme utvrđuju i različitosti od onih koji govore drugačije, koji imaju drugačije običaje, vjeru, boju kože (Lukić, Skoko, 2009: 10-11). "Identitet se tako neprestano očituje pokazujući jednako i različito lice" (Lukić, Skoko, 2009: 10). Osobni identitet čini naš spol, fizički izgled, nacionalnost, obitelj, karakterne osobine, ono što volimo raditi u slobodno vrijeme, hobiji, posao, film, glazba ili knjiga koju volimo. Sve to čine svakog pojedinca posebnim, određuju njegov identitet i ono što on jest.

2.2 Nacionalni identitet

Kako bi se definirao nacionalni identitet, prvo se treba odrediti pojam nacije. "Nacija je etnička, politička i kulturna zajednica, povijesno oblikovana u različitim okolnostima i uvjetima na osnovi jezika, teritorija, tradicije, ekonomskog života, vjere, bitno prožeta težnjom za zajedničkom pripadnošću i vlastitom državno-političkom organiziranošću i suverenitetom" (Čičak, Žuškić, 2013: 97). Ona je danas globalni fenomen i mnoge nacije su nastajale kroz povijest u različitim političkim i društvenim uvjetima što je utjecalo na ono kako ih definiramo danas (Čičak, Žuškić, 2013: 97). Za naciju se još može reći da se definira kao osjećaj pripadnosti i zajedništva s nekom nacionalnom zajednicom. "Nacionalni je identitet zajednički identitet stanovnika određenog politički i geografski definiranoga prostora, odnosno nacije" (Čičak, Žuškić, 2013: 97).

Iako je lako definirati nacionalni identitet, ono je izloženo stalnim promjenama radi trenutnih procesa globalizacije i integracije, utjecaja medija i modernog životnog aparata. Bitno je istaknuti kako je najvažniji dio nacionalnog identiteta, ali i identiteta općenito jezik. "Jezik je najprepoznatija i najsnažnija veza među osobama koje govore istim jezikom, jezikom razmjenjuju spoznaje, u njemu se prepoznaju kao zajednica" (Lukić, Skoko, 2009: 11). Dio

nacionalnog identiteta čine jezik, kultura, običaji, vjera, povijest naroda i države u kojoj živimo. Osim tih nekih teorijskih odrednica, nacionalni identitet možemo odrediti i sami, po osjećaju pripadnosti. Teritorijalni element također može uključiti jedan ili više pripisanih (rasa, etnicitet), kulturnih (religija, jezik) i političkih (država, ideologija) elemenata, kao što ponekad može uključiti i gospodarske (poljodjelstvo) ili društvene (socijalna povezanost, mreža) elemente (Lukić, Skoko, 2009: 11). Nacionalni identitet je subjektivni osjećaj u kojem pojedinac preuzima kulturu i vrednovanja svoje države i nacije.

2.3 Povezanost osobnog i nacionalnog identiteta

Kao što je već navedeno, osobni identitet započinje našim imenom i prezimenom. U njemu su sadržane krajnosti individualnoga i zajedničkoga između kojih se čovjek neprestano kreće (Musa, 2009: 266-269). Osobni identitet je svijest pojedinca o vlastitoj pripadnosti nekoj skupini i sposobnosti samorefleksije (Lukić, Skoko, 2009: 11). Prema tome se može zaključiti kako se tu malo umiješao i nacionalni identitet. Nacionalni identitet je dio našeg osobnog identiteta jer nas određuje i daje nam neke, često stereotipne karakteristike. Ta dva identiteta se međusobno nadopunjuju i jedan je dio drugoga. Razlika je u tome što je osobni identitet promjenjiv i njega razvijamo cijeli život.

Promjenjiv je zato što odrastajući prolazimo kroz različite faze života, stvaramo svoj karakter na temelju životnih iskustva. Kroz te faze imamo različite hobije, poslove, volimo različite knjige, filmove, sportove. Pronalazimo se i tako razvijamo taj svoj osobni identitet koji će biti promjenjiv čitavog života. Nacionalni identitet nam je prvenstveno nametnut. Rođeni smo kao dio neke nacije, naroda. Za taj narod nas veže jezik, kultura, tradicija. No, i taj nacionalni identitet možemo promijeniti, ali to ljudi drugih nacionalnosti rijetko rade. Smatram kako je to češći slučaj kod Hrvata. Jedan od hrvatskih utemeljitelja komunikologije kao znanstvene i nastavne discipline, profesor Pavao Novosel isticao je kako se hrvatski narod mora promijeniti i postati narod svjestan sebe i svojih mogućnosti te narod koji diči svoju povijest „On se zauzimao za to da se nova hrvatska nacionalna svijest mora definirati kao nacionalni ponos, kao uvjerenje da smo jednaki sa svim ostalim nacijama u Europi i svijetu. To, dakako ne znači da bi sada trebali nerazumno odbacivati sve što dolazi od drugih.

Naprotiv, naš razvoj, kao i razvoj drugih nacija, nadalje će se sastojati u tome da prihvaćamo sve vrijednosti koje nam dolaze od drugih i da se na taj način integriramo u širu

međunarodnu zajednicu, ali je isto toliko jasno da to moramo učiniti bez podcjenjivanja svojega, dakle s punom sviješću koliko i sami vrijedimo“ (Lukić, Skoko, 2009: 71).

3. Pseudonim

"Pseudonim označava izmišljeno ime koje neka osoba stalno ili povremeno koristi u svom stvaralačkom radu" (Nosić, 2019; str. 2). Kako bi odredili točno značenje i definiranje te riječi, bitno je istaknuti njezino porijeklo. Riječ pseudonim potječe iz grčkog jezika *pseudonimos* što znači lažnoimeni, lažnog imena; *pseudos* znači laž, izmišljotina i *onoma* znači ime (Nosić, 2019: 2). Još se može definirati kao izmišljeno ili iskrivljeno ime kojim autor potpisuje sva ili neka od svojih djela (Nosić, 2019: 2). U doslovnom prijevodu pseudonim znači lažno ime. Stvaranjem drugačijeg identiteta stvara se svojevrsna zaštita i sigurnost pri iznošenju svojih osobnih stavova ili emocija, naročito ako se radi o političkim i intrigantnim temama (Šafranko, 2019: 6-7).

U današnjem digitalnom dobu ono se često koristi, a naročito u grupnim razgovorima ili komentarima preko internetskih portala (Šafranko, 2019: 6-7). Prema tome je lakše shvatiti današnje upotrebljavanje pseudonima, no autori su i prije imali brojne razloge za njihovu uporabu. Prema Vesni Nosić neki od tih razloga su: želja za potpunom anonimnošću zbog političkih razloga koji mogu stvoriti opasnost za karijeru ili život, želja za izbjegavanjem kritika i negativnih recenzija, želja za skrivanjem pravog imena koje zvuči loše ili je trivijalno, skromnost i možda ono najvažnije skrivanje spola, uglavnom ženskog jer se u povijesti smatralo kako pisanje književnih djela nije primjereno ženama (Nosić, 2019: 2-3). Kao što se da iščitati, pseudonim ima različitu upotrebu i u jednu ruku služi kao umjetničko ime.

3.1 Pseudonim kroz povijest i njegov alter ego

"Različiti su razlozi zbog kojih su književnici uzimali pseudonime. Razlozi su se kroz povijest mijenjali, ali cilj je uvijek ostao isti – sakriti identitet! No, skrivajući svoj identitet, književnici su otkrivali nešto drugo – svoju kreativnost kojom su često iznenađivali čitatelje" (Nosić, 2019: 2). Prvi pseudonim nastao je još u antičkoj Grčkoj. "Grčki povjesničar i filozof Ksenofont (430. pr. Kr. – 354. pr. Kr.) prvi je autor koji je upotrijebio pseudonim. Djelo „*Anabaza, Povijest helenska*“ potpisao je pseudonimom Temistogen Sirakužanin" (Nosić, 2019: 3). Pojam pseudonima može se povezati s anonimnošću koja je bila vrlo česta pojava u

srednjovjekovnim tekstovima. Razlozi anonimnosti su bili različiti, no jedan od glavnih je taj što se naglasak uvijek stavljao na građu i tekst te ono što se želi prenijeti tim tekstom, a autor je bio na sekundarnom mjestu (Šafranko, 2019: 6-8). "Osim toga, jedan od zanimljivih razloga postojanja pseudonima pokazuju zabilježeni primjeri anonimnih pohvala vlastitih djela, što je zapravo izvrsna samoreklama karakteristična za 17. i 18. stoljeće" (Šafranko, 2019: 6).

Još jedan razlog korištenja pseudonima u srednjem vijeku je prepisivanje tekstova pri čemu se ne bi prepisalo ime autora. U renesansi se pojava skrivanja vlastitog identiteta iza drugog imena javlja zbog straha ili izbjegavanja neželjene pažnje (Šafranko, 2019: 6-8). Mnogi europski književnici koristili su pseudonime u renesansi pa sve do postmodernizma. "Jedan od poznatijih autora koji je pisao pod pseudonimom zbog straha pred crkvenim vlastima bio je François Rabelais; on se koristio anagramom svog imena i prezimena, Alcofribas Nasier" (Šafranko, 2019: 6). Danas mnogi autori žele stvarati pod vlastitim imenom, ali zbog razloga kao što su utjecaj obitelji, prijatelja ili poslovnih obveza odustaju od svojega imena kako bi zaštitili svoju privatnost (Šafranko, 2019: 6).

Kao što je već rečeno, pseudonim zapravo znači "lažno ime" te se danas u digitalnom dobu često koristi i zato je njegova svrha danas shvatljiva. U povijesti nije bilo dopušteno pisati o svim temama. Književnost i stvaralaštvo bili su vrlo ograničeni. Iako je danas dopušteno pisati o gotovo svim temama i dopušteno nam je reći svoje mišljenje, nemamo zaštitu od tuđih komentara i osuđivanja. "Korištenjem "lažnog imena" i stvaranjem drugačijeg identiteta, zapravo se stvara svojevrsna zaštita i sigurnost u izražavanju vlastitih misli, emocija i stavova bez straha od osuđivanja istih" (Šafranko, 2019: 6).

No u suvremenosti se susrećemo s jednom novom pojavom koju bismo mogli nazvati *marketinški motiviranom uporabom pseudonima*. Takav se pseudonim rabi kako bi autor prikrio svoje ime u svrhu poboljšanja prodaje knjige. Bez obzira o kojem se motivu uporabe pseudonima radi, svima je zajedničko da autori žele da ih se percipira drugačije, odnosno žele se predstaviti svojim alter egom.

Alter ego je riječ latinskoga podrijetla i u doslovnom prijevodu znači "drugo ja". To je pojam koji se koristi za označavanje druge osobnosti i identiteta u jednoj osobi. Može se definirati kao druga strana nečije osobnosti i skupa ponašanja, uvjerenja i karakteristika od onih koje ta osoba inače ima. Prema Leksikografskom zavodu Miroslav Krleža u etnologiji i kulturnoj antropologiji alter ego je naziv za vjerovanje kako svaki čovjek ima svojeg dvojnika. Ideja za stvaranje i uporabom alter ega je zapravo ta da se stvori udaljenost između toga kako trenutno vidimo sebe i kako želimo da nas drugi vide (Herman, 2019: 35-39). U neku ruku ono može služiti kao zaštita ili snažnija osobnost iza koje se netko skriva.

Ta osobnost, taj alter ego zapravo je karakter koji osoba želi imati i kada uđe u tu "ulogu" dobiva samopouzdanje i postane ono što želi, što zapravo ta osoba i je unatoč alter egu. Osim što daje samopouzdanje, alter ego može aktivirati kreativnost i tako osoba iskoristi potencijal za ono što želi stvoriti. Kod nekih je to postizanje nečeg većeg u životu, bilo da se radi o stvaranju pozitivnih misli, emocija ili se može raditi o umjetnostima kao što su pjevanje, plesanje, javni nastup, pisanje knjige i sl (Herman, 2019: 39). "Zbog toga koristimo alter ego i tajni identitet; pomažu nam da zaustavimo svaku nevjericu u sebe i da iskoristimo moć usklađivanja s nečijim drugim snagama, mogućnostima i velesilama" (Herman, 2019: 39). Pomaže nam da pokažemo najbolju verziju sebe, ono što bismo zapravo i htjeli biti. Tako definiramo način na koji se želimo predstaviti, definiranjem velesila i posuđivanjem karakteristika postojeće osobe, lika, superheroja, životinje ili bilo čega drugog što će nam pomoći da aktiviramo svoje herojsko ja (Herman, 2019: 35-39).

Mnogi ljudi koriste alter ego ili njegove aspekte spontano, da toga nisu ni svjesni (Herman, 2019: 39-40). To se da uočiti u situacijama prije nekog velikog nastupa, prezentacije ili neke velike situacije koja nam izaziva nervozu i strah. U tim si trenucima osoba složi određen *mindset*, zaokupi se pozitivnim mislima o toj situaciji, daje si samopouzdanje, možda poslušati određenu pjesmu za sreću ili izmoli molitvu. "Intuitivno su koristili svoju maštu i stvorili alter ego. Jednostavno ga nisu iskoristili u punoj mjeri, ali se prepoznaju njegov oblik. Njima je poznato. Samo nisu imali naziv za to" (Herman, 2019: 46). Na kraju mi zapravo postanemo taj alter ego, postanemo ono što smo uvijek i htjeli biti. Alter ego je zapravo ono što mi istinski i jesmo, ali zbog straha od predrasuda, manjka inspiracije, neshvaćanja, treme, anksioznosti ne uspijemo biti. Zato se stvori taj alter ego, ta druga osobnost i lik kojem se da ime i on može sve ono što bismo mi htjeli, ali ne možemo. No, zapravo smo mi taj alter ego i mi to sve isto možemo. Piscima ponekad treba alter ego zato što ih oslobađa od društvene osude. Na primjer, pisac horora, treba ući u um svoga ubojice i ubiti bez grižnje savjesti, premda sam to nikada ne bi učinio. Pisac „ljubića“, mora vjerovati da ljubav na kraju uvijek pobjeđuje premda zna da to nije uvijek tako. Pisac *fantasya* mora stvoriti pravilima svoje „magije“, a ne se fiksirati na način na koji oni prkose zakonima fizike. Svi oni trebaju alter ego kako bi lakše zaobišli pitanja složene osobnosti koji čitatelji žele. Naime, čitatelji žele samo jedan dio pisca i to onaj koji se može prepoznati kao čvrsti alter ego. Danas se pseudonim može još predstaviti i kao avatar ili kao mali ritual poput paljenja svijeće prije početka pisanja ili stavljanja nekoga nakita ili oblačenja odjeće, o čemu pisci isto tako govore. Alter ego može postati autorski brend, a iz povijesti hrvatske književnosti imamo puno primjera za vrlo uspješne pseudonime koji su zaista stvorili prave, pa čak i svjetski poznate pisce poput npr. Marulića.

3.2 Primjeri poznatih pisaca koji su rabili ili rabe pseudonime

Postoje brojni primjeri poznatih pisaca koji su kroz svoje stvaralaštvo koristili pseudonime. Tu se poglavito radi o europskim i američkim književnicima. Hrvatski književnici pseudonime koriste od 15. stoljeća, točnije od razdoblja humanizma. Književnici su iz različitih razloga odlučili pisati sva ili samo neka djela pod pseudonimom. Oni književnici koji su pisali na latinskom jeziku zvali su se latinisti te su imali i latinske pseudonime (Nosić, 2019: 5). "Marko Marulić, najveći hrvatski humanistički književnik i otac hrvatske književnosti, u latinskim djelima potpisivao se kao Marcus Marulus, Marcus Marulus Spalatensis, Marcus Marulus Delmata, a u hrvatskim i kao Marko Pečinić" (Nosić, 2019: 5). Pravo ime Stanka Vraza je zapravo Jakob Frass. On je bio slovenski pjesnik koji je promijenio svoje ime priključivši se hrvatskom romantizmu i narodnom preporodu. August Šenoa je za pseudonim koristio Petricu Kerempuh, lik iz kajkavskih pučkih legendi (Nosić, 2019: 5-6).

Najviše hrvatskih književnika za svoje je pseudonime uzelo nazive rodni mjesta. Tako je Eugen Kumičić uzeo pseudonim Brsečanin po rodnom selu Brseč u Istri, a Jenio Sisolski po brdu Sisola iznad Brseća (Nosić, 2019: 5-6). Još jedan takav primjer možemo vidjeti kod Silvija Strahimira Kranjčevića koji se nazvao Nehajski po brdu Nehaj pokraj Senja te Senjski po rodnom mu Senju (Nosić, 2019: 5-6). Također je Milutin Cihlar Nehajev uzeo pseudonim Nehajev po istom brdu. "Antun Branko Šimić uzeo je pseudonim Drinovci po istoimenom selu u Hercegovini u kojem je rođen, a pseudonim Hercegovac izražava Šimićeve povezanost s rodnom krajem" (Nosić, 2019: 5). Nije nužno imati i koristiti samo jedan pseudonim, neki književnici su ih imali više. "Dragutin Domjanić imao je nekoliko pseudonima, jedan je i Dragutin Zrinski po selu Sveti Ivan Zelina u blizini kojeg se nalazi mjesto Krče u kojem je rođen" (Nosić, 2019: 5). Milan Begović u svome stvaralaštvu nije koristio pseudonime, no 1900. godine tiskao je zbirku pjesama *Knjiga Boccadoro* pod pseudonimom Xeres de la Maraja. Zbirka je privukla veliku pozornost čitatelja i kritičara, a tema tjelesne ljubavi izazvala je oštru polemiku između „mladih“ i „starih“ književnika (Nosić, 2019: 5). To je izvrstan primjer korištenja pseudonima kada pisac želi pisati o osjetljivim ili kontroverznim temama. Vrlo vjerojatno bi nastale još veće rasprave i nesuglasice da je tu zbirku izdao pod svojim pravim imenom.

Dalje imamo Janka Polića, svima poznatiji kao Kamov. Izabrao si je taj pseudonim po starozavjetnom liku Kama, Noinog sina koji, za razliku od svoje braće, nije pokrio pijanog oca

nego ga je promatrao gologa nakon čega biva proklet od svoga oca (Nosić, 2019: 5-6). Ovakva vrsta pseudonima ima nekakvo dublje značenje. Ono naglašava Polićevu ukletost i prognaničku sudbinu, ali i visoki intelekt u razdoblju hrvatske moderne (Nosić, 2019: 5-6). Poput Milana Begovića i njegove zbirke pjesama, isto je radio i Mijo Mirković. On je svoja znanstvena djela objavljivao pod pravim imenom, a književna pod pseudonimom Mate Balota (Nosić, 2019: 5-6). Dragutin Tadijanović svoju je prvu pjesmu *Tužna jesen* iz 1922. godine objavio pod pseudonimom Margan Tadeon, a tek je od 1930. godine počeo objavljivati djela pod svojim pravim imenom (Nosić, 2019: 6). Ivan Kovačić je tijekom svoga stvaranja svom imenu dodao i drugo, Goran. Na taj način je izražavao povezanost sa zavičajem (Nosić, 2019: 6).

Još jedan primjer pseudonima imamo kod Petra Šegedina koji se na početku svoje književne karijere potpisivao pod pseudonimom Petar Kružić po hrvatskom vojskovođi i kapetanu Klisa iz 16. stoljeća (Nosić, 2019: 5-6). Iako su ovdje navedeni oni najpoznatiji i najznačajniji hrvatski književnici, pseudonime su koristili i oni nešto manje poznati. Razlozi za uporabom pseudonima mogu i jesu vrlo različiti. Većina navedenih književnika za razlog su imali neke osobne želje, najčešće emotivne prirode i povezanošću s rodnim krajem. Na taj način bi se vidjelo i zapamtilo od kuda potječe neki pisac. Drugi razlozi, poput Janka Polića Kamova, su puno dublje i intelektualne prirode. Neki su pseudonim koristili samo za svoja prva djela vjerojatno kako bi "probili led". Kroz sve ove primjere možemo zaključiti kako je uporaba pseudonima uvijek bilo normalno i zapravo toliko učestalo da se za imena nekih pisaca ni ne zna da su pseudonim.

4. Utjecaj medija na odabir pseudonima u suvremenih hrvatskih književnika

Mnogi su hrvatski pisci objavljivali jedno ili više svojih djela pod pseudonimom. Takvih književnika u Hrvatskoj ima i danas. Pošto se radi o suvremenoj hrvatskoj književnosti razlozi korištenja pseudonima su dakako drugačije prirode nego oni u starih hrvatskih književnika. Često se događa da pisci odaberu maketinčki motiviran pseudonim samo zato da bi se bolje prodali. Kao što je već rečeno, to ne mora biti loše, ali može otvoriti ozbiljna pitanja oko identiteta.

Engleski je jezik danas prvi strani i svjetski jezik koji se uspio nametnuti te omogućuje stranim autorima lakše prodiranje na tržište izvan domovine. Svijet se prilagođava njima, a ne oni svijetu. Tu veliku ulogu imaju i mediji. Mediji su kompleksni pojam koji označava više

srodnih podsustava koji čine jedan sustav. „Društvena komunikacija stvara različite medije/forme, već prema tome koji problem treba riješiti. Mediji širenja određuju i proširuju krug primalaca neke komunikacije“ (Luhmann, 2011: 179). Mediji mogu pozitivno i negativno utjecati na suvremenu književnost. „Brzi razvoj i sve veći utjecaj medija i globalnog javnog mišljenja te tržišnih sila u međunarodnim odnosima odrazili su se i na način ponašanja potrošača, donošenja odluka, kao i funkcioniranje političkih i gospodarskih institucija ali i pojedinaca, pri čemu je imidž stekao nadmoć nad činjenicama i realnošću“ (Lukić, Skoko, 2009: 66).

Prema svemu navedenom, hrvatski autori koriste pseudonime kako bi se približili svjetskom tržištu. Tako ne mijenjaju nužno svoj identitet jer se i dalje deklariraju kao Hrvati i Hrvatice, no skrivaju se iza novog, drugačijeg imena koje je bliže engleskom jeziku. Činjenica je da će strano ime privući više čitatelja nego nekakvo klasično i tradicionalno hrvatsko ime. Prema tome je prvi i najčešći razlog za uporabom pseudonima prilagođavanje engleskom jeziku koji je svjetski jezik isključivo zbog veće naklade i potražnje knjige stranog autora. Tako bi kao prvi primjer hrvatskog suvremenog književnika istaknula Davora Kujeka.

Radi se hrvatskom piscu koji je učitelj geografije i povijesti u zagrebačkim osnovnim školama. On je 2015. godine izdao povijesno fiktivni (fantazija) roman pod nazivom *Smrtnici*. U njegovom primjeru korištenja pseudonima posebno je zanimljivo to što se u hrvatskom izdanju romana potpisao kao Davor Kujek, no na engleskom izdanju potpisao se D. L. Kuyek. Tako se potpuno prilagodio vanjskom tržištu. Iza njegovih pseudonima ne znamo krije li se muškarac ili žena jer nam je općenito nepoznato njegovo puno ime. Autor na svojoj službenoj internetskoj stranici govori kako je romanu *Smrtnici* odlučio donijeti novi pristup popularnom i podcijenjenom žanru te se radi o nešto drugačijoj *fantasy* literaturi (Smrtnici.com). To se može definirati kao još jedan od razloga zašto se odlučio na pseudonim. Također se na taj način prilagodio slavnim piscima kao što su J. R. R. Tolkien i G. R. R. Martin. „Veličini“ poznatih svjetskih književnika teže brojni autori, a to je naročito vidljivo u današnjem hrvatskom društvu gdje se hrvatska književnost i hrvatski suvremeni pisci manje cijene, no pitanje je koliko je to dobro u smislu izražavanja nacionalnoga identiteta ako se pritom gubi dio sebe pa osoba stvara pomutnju u vlastitom sustavu. Kujek se pokušao prilagoditi svijetu i postati privlačniji izvan domovine te se to, na neki način, može razumjeti, ali ne i lako opravdati. Naime, može postojati tzv. marketinški motiviran pseudonim koji ide za time da bolje proda knjigu, ali kada bi se to pretvorilo u globalnu pojavu, to nikako ne bi bilo dobro za stjecanje i očuvanje hrvatskoga kulturnog identiteta kroz književnost.

Jedan drugi domaći suvremeni književnik otišao je korak dalje predstavljajući se pod stranim pseudonimom ženske osobe. Radi se o zagrebačkom sveučilišnom profesoru Benjaminu Čuligu čiji je pseudonim Norma C. Rey te je svoj prvi roman *Prodor* iz 2002. godine izdao pod spomenutim pseudonimom. U njegovom primjeru razlog korištenja pseudonima je posebno zanimljivi jer on kao muški pisac koristi žensko ime. Čulig je kao sveučilišni profesor većinom pisao znanstvene radove te mu je ulazak u književni žanr romana s elementima fantazije bilo nešto novo i svakako je postajao pritisak i njegova želja da taj roman bude kvalitetan. Njegov primjer točnije razlog korištenja pseudonima bih usporedila s Milanom Begovićem.

Begović je pisao razne vrste književnik djela, a najviše se istaknuo kao dramatičar i prevoditelj. Pisanje poezije za njega je bilo nešto novo. Može se pretpostaviti kako je možda to razlog korištenja pseudonima u njegovoj već spomenutoj zbirci pjesama *Knjiga Boccadoro*. Isto radi i Čulig i sam ističe kako pisanje znanstvenih radova nema veze s književnošću te je morao naći drugi dio u sebi (Devčić, Jutarnji.hr, 2017). Taj drugi dio je njegov pseudonim točnije i alter ego Norma C. Rey. Svoj identitet otkrio je nekoliko godina nakon izdavanja *Prodora*, točnije 2017. godine. Na pitanje zašto se koristi ženskim pseudonimom rekao je kako je htio da kritičari procijene napisanu knjigu, a ne književni pokušaj nekog sredovječnog "glupog statičara" (Devčić, Jutarnji.hr, 2017). Profesor Čulig, premda je uporabio marketinški motiviran pseudonim, želio se ograditi od stereotipa kako domaći autori zaostaju za stranim, no pitanje je što je postigao odabirom takvog pseudonima.

Kujek se nastoji integrirati u širu međunarodnu zajednicu i pritom zadržati vrijednosti domaćeg sustava identiteta jer ipak u hrvatskom izdanju svog romana *Smrtnici* koristi pravo ime, no Čulig u potpunosti odbacuje svoj identitet biranjem pseudonima, ali i alter ega Norma C. Rey na domaćoj sceni. Svaki autor kao osoba je temeljna odrednica identiteta, ali sami ne mogu djelovati, već trebaju sustav društva i medija koji ih moraju predstaviti u svijetu.

Još jedan zanimljiv primjer korištenja pseudonima je hrvatski žanrovski autor Eric Johansson, a pravo ime mu je Leontin Čapo Milenić. Radi se o piscu, lektoru, uredniku, prevoditelju, glazbeniku i magistru hrvatskog jezika i povijesti na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Osijeku. Radi se o piscu koji već dugi niz godina piše pjesme i priče raznovrsnih žanrovskih smjerova, a njegova djela su objavljena u Hrvatskoj, Srbiji, Bosni i Hercegovini i Makedoniji. Do sada je objavio romane *Kordina šaka* (2011.) i *Izlet smrti* (2019.), a uz to i nekoliko pjesama. Svoj treći roman *Kraljevstvo nade* objavljuje 2020. godine, ali ovaj put pod pseudonimom u humorističnome *fantasy* romanu u izdanju "Hangara 7" u Zagrebu.

Prema web stranici Hrvatska.Roman knjiga je nekoliko tjedana bila na rang listi Top 20 najčitanijih hrvatskih romana. Iako je Johansson već pisao *fantasy* romane te je prepoznatljiv u tom žanru, tek je ovaj roman objavio pod pseudonimom. Glavni razlog za taj postupak je okretanje vanjskom tržištu. Iako je roman prošao dosta dobro u Hrvatskoj, iste godine na Amazonu je objavljena i verzija romana na engleskom jeziku pod naslovom *Kingdom of Hope*. Tako je knjiga predstavljena svijetu kao djelo engleskog autora zbog njegova imena i teksta knjige. Činjenica je kako je od svih njegovih djela, baš ovaj roman prošao najbolje. Roman je pisan njegovim prepoznatljivim stilom i vrlo čestim humorom, tema je zanimljiva, no sve karakteristike romana su njegov prepoznatljivi stil. U ovom se slučaju da zaključiti kako je njegov postupak uporabe marketinški motiviranog pseudonima, odnosno stranog imena pri objavi ovog romana doprinijelo popularnosti autora i djela.

Jedan od hrvatskih utemeljitelja komunikologije kao znanstvene i nastavne discipline, profesor Pavao Novosel isticao je da se hrvatski narod mora promijeniti i da mora postati narod svjestan sebe i svojih mogućnosti te narod koji diči svoju povijest „On se zauzima za to da se nova hrvatska nacionalna svijest mora definirati kao nacionalni ponos, kao uvjerenje da smo jednaki sa svim ostalim nacijama u Europi i svijetu. To, dakako ne znači da bi sada trebali nerazumno odbacivati sve što dolazi od drugih. Naprotiv, naš razvoj, kao i razvoj drugih nacija, i nadalje će se sastojati u tome da prihvaćamo sve vrijednosti koje nam dolaze od drugih i da se na taj način integriramo u širu međunarodnu zajednicu, ali je isto toliko jasno da to moramo učiniti bez podcjenjivanja svojega, dakle s punom sviješću koliko i sami vrijedimo“ (Lukić, Skoko, 2009: 71). Korisno i opravdano je pratiti kretanja unutar tržišnog sustava, ali identitet i srž osobe moraju ostati isti, barem kada govorimo o književnosti i snazi jezika, jer ako ne ostanu tako odbacujemo sebe i svoj identitet. „Hrvatska je premala zemlja da bi na bilo što ozbiljnije mogla utjecati! ta je tvrdnja postala općeprihvaćena, istina među našim ljudima“ (Skoko, 2016: 117). Naučeni smo da imamo takvo mišljenje o našoj državi, no trebamo isticati svoj kulturni identitet jer je on jedini koji očuvao Hrvatsku državu kroz povijest. Stoga se trebamo vrlo odgovorno ponašati s afirmacijom pseudonima koji ne proizlaze iz hrvatskog identitetskog i kulturnog naslijeđa i jezika pa ako već rabimo pseudonime, neka to onda budu pseudonimi generirani iz hrvatskoga kulturnog identiteta.

Na temelju tri primjera navedenih pisaca može se zaključiti kako uporaba pseudonima ima svoje prednosti za bolji marketinški prolazak. Različiti su razlozi njihova korištenja, ali jedan od razloga koji je svima zajednički svakako je žanr navedenih knjiga. Radi se o *fantasy* žanru koji puno teže "prolazi" kod hrvatske čitateljske publike.

5. Marketing u izdavaštvu

Izdavaštvo ima ključnu ulogu po pitanju izdavanja knjige. Bilo da se radi o nekoj izdavačkoj kući ili vlastitoj nakladi, postoje bitne stavke u nakladništvu koje mogu bitno odrediti prodaju knjige i njezino promoviranje. Izdavaštvo je s jedne strane kulturna i informacijska djelatnost, jer objavljene publikacije postaju dijelom kulturnog korpusa nekog naroda, prenose znanje, obrazuju, obogaćuju naciju. S druge je strane, kao i ostale komercijalne djelatnosti, nakladništvo tek utrka za profitom (Blažević, 2009: 182-184). Dakle, nakladništvo kao i sve druge gospodarske grane ima svoj cilj, a to je profit.

Marketing je opširan pojam koji se danas temelji na razvoju društva koji je pod utjecajem stalnih promjena. Promjene koje dolaze i s medijima usmjeravaju distribuciju, prodaju i čitateljske trendove. Brojevi knjiga i novih naslova su u porastu, a ono dovodi do veće borbe za pozornošću potencijalnih kupaca te dolazi do ulaganja u marketing koji u ovom dijelu ima ključnu ulogu (Blažević, 2009: 182-184). Kvalitetna književnost je dosta subjektivna jer postoje mnogobrojni žanrovi koji su dio sadašnje suvremene književnosti u Hrvatskoj, ali i svijetu. Imamo beletristiku, povijesne romane, horor priče, epske fantastije, religijske knjige, znanstveno fantastične romane, trilere, ljubavne romane, noir romane i brojne druge. Tu se dovodi u pitanje može li se književnost uopće gledati kroz prizmu žanrova? Nobelovac Kazuo Ishiguro 2017. godine dobio je nagradu za književnost upravo za djelo *Pokopani div* s elementima fantastije u nakladi Mitopeje.

Prema Ishiguru žanrovi su izmišljeni zbog užurbanog stila života gdje ne stignemo konzumirati sve, a želimo biti dio svega što nas zanima. Tu na scenu stupa medijski utjecaj posredovan razvojem informatičkih tehnologija, koji pak dovode do stvaranja spomenutih žanrova koji su plod marketinških stručnjaka. Ako sagledamo povijest hrvatske književnosti, prevladavali su romani najčešće socijalnih tematika i na temu ratovanja, ljubavni romani i poezija. Nije bilo velikog izbora, ali zato što nije postajala pjesnička sloboda i pisci su tada bili ograničeni. Danas je dopušteno pisati o čemu god pisac želi, pa čak i ako se radi o nekoj kontroverznoj temi postoji mogućnost da knjiga bude prodavanija. S druge strane, a s obzirom na marketinšku promociju pisca i knjige, pitanje je koliko se uvijek može govoriti o kvalitetnoj književnosti danas jer je ona na subjektivnoj razini svakog pojedinca.

Svako ima neki svoj žanr knjige koju preferira i koju će uvijek kupiti ili posuditi. Pitanje je možemo li o kvaliteti knjige govoriti uspoređujemo li njezin vanjski izgled i dizajn? S jedne strane, različito se percipira knjiga u tvrdom ili mekom uvezu s naslovnicom koja je ilustracija

umjetnika ili fotografija preuzeta na internetu i uređena u nekom od programa za obradu slike, no što se tiče kvalitete samoga sadržaja knjige, to ne mora imati nikakve veze.

Mnogi ljudi danas procjenjuju knjigu prema njezinom vanjskom izgledu, dizajnu korica ili ovitku. "U šesnaestom stoljeću knjige dobivaju tipografski izgled primjeren određenoj vrsti publikacije. Uobičajena je ponajprije naslovna stranica s impresumom odnosno svim važnim podacima o djelu: imenom autora, naslovom, mjestom i godinom izdanja te imenom tiskara. Naslovne stranice nerijetko su bile opremljene drvorezima ili bakrorezima koji su vizualno privlačili kupce i čitatelje" (Blažević, 2009: 187).

„Prve „moderne“ korice datiraju iz 20-ih godina 19. stoljeća iako je do pred kraj stoljeća njihova uloga načelno bila zaštitna. Korice i ovici na važnosti su počeli dobivati 1890-ih, kada se počinje shvaćati da se njima može privući pozornost potencijalnih kupaca“ (Blažević, 2009: 187). Do kraja 20. stoljeća uočila se važnost korica kao bitan marketinški alat pri proizvodnji knjiga.

U Hrvatskoj se u tome smislu ističu Mitopejina luksuzna izdanja debelih su korica i pri njihovoj izradi se koriste razni materijali kao što su drvo, baršun, koža i sl. Uz luksuzna izdanja knjiga postoji i mogućnost kupnje i kutije u kojoj knjiga može stajati te je na taj način zaštićena od vanjskih čimbenika, a kutija je od istog materijala kao i određena knjiga. Također, ništa manje predanosti imaju i za meko ukoričena izdanja. U njima je još više istaknut prijevod koji je sve bolji svakim novim izdanjem, kao i visoka razina promišljanja o vanjskom izgledu knjige.

Kako je izgled knjige važan u privlačenju pozornosti svjedoči i Alberto Manguel u svojoj studiji o različitim aspektima čitanja: Kada moje ruke biraju knjigu za čitanje, u krevetu ili za stolom, u vlaku ili kao dar, uzimaju u obzir njenu formu isto koliko i sadržaj. U različito vrijeme i na različitim mjestima očekujem da određene knjige izgledaju na određeni način i, kao što je slučaj sa svakom modom te promjenjive osobine daju točno svojstvo u određenju neke knjige (Blažević, 2009: 187-190).

„Iako marketinške kampanje u nakladništvu najčešće pokušavaju prodati priču, avanturu, misteriju, informaciju ili pomoć, a ne fizički primjerak knjige, istraživanja pokazuju da je tek svaka peta i pol kupljena knjiga pročitana, iz čega se može zaključiti da sadržaj nije uvijek glavni motiv za kupnju i da se zapravo vrlo često prodaju upravo primjerci kojima će pojedinci ukrasiti svoje police nastojeći se prikazati obrazovanijima i kulturnijima“ (Blažević, 2009: 183).

6. Naklada i čitateljstvo i dobra književnost

Knjiga je tekstualna kultura, a kultura je ta koja je omogućila Hrvatskoj državi opstanak kroz čitavu povijest. Zato se dovodi u pitanje zašto su hrvatski pisci često trivijalizirani kada se uspoređuju sa stranim. Kao polazišne točke i problemi kvalitete hrvatskih književnika ističu se upitnost ciljeva hrvatskog nakladništva te srž samog identiteta Hrvata, koji opet ima uporište, točnije on ovisi o medijima. Kroz medije se proteže teza kako smo nacija koja malo čita, odnosno manje negoli prošlih nekoliko desetljeća. Zanimljivo je što u zemlji, gdje je naklada od 500 primjeraka velika brojka posljednjih desetak godina, zapravo djeluje, odnosno registrirano je više od 2000 izdavačkih kuća. Dosta ih je nastalo ili tek našlo svoje mjesto na tržištu nakon propasti najvećeg književnog lanca u Hrvatskoj, Algoritma 2017. godine.

Iako malo čitamo, postoji tržišna niša za određeni dio tih izdavačkih kuća. Neke su veće, neke manje, no svatko je uzео svoj dio kolača. Školska knjiga, Jesenski i Turk, Znanje, otprije su poznati hrvatskoj čitateljskoj publici, no oni imaju sve i svašta, kao i Profil i Fraktura. S druge strane, postoje specijalizirane izdavačke kuće poput „stripaša“ Libellus i Fibra, Mitopeja za mitove, Hangar 7 za znanstvenu fantastiku, Izvori za razne beletrističke naslove (jedni od starijih), Alienus za nepoznate mlade domaće autore i one iz regije. Iako postoje mnogobrojne izdavačke kuće koje djeluju u Hrvatskoj, ne postoji velika publika koja je željna kupovati ta štiva.

Hrvatsko čitateljstvo se temelji na trendovima i svjetskoj popularnosti. Kao primjer možemo navesti seriju *Shuškinjina priča*, originalni naslov *The Handmaids Tale* kanadske autorice Margaret Atwood. Knjiga je objavljena 1985. godine, a na hrvatski jezik je prevedena 1988. godine. No, unatoč tome, tek kada je 2017. godine snimljena televizijska serija knjiga je postala čitana. Također je tada došlo i do novih prijevoda, a naslovnicu knjige krase glavna glumica serije. To je odličan pokazatelj čitateljske publike u Hrvatskoj koja je probudi s novim svjetskim trendom. Također mnoštvo hrvatskih autora u prolozima svojih knjiga ističu poteškoće koje su nastale pri želji da se ta ista knjiga izda. Shodno s time može se reći kako hrvatski izdavači jednostavno ne žele objaviti djela nepoznatih, uglavnom domaćih autora, ako ne mogu sa sigurnošću predvidjeti novčani uspjeh. Boje se riskirati te igraju na sigurno. Ako kojim slučajem i objave djelo koje donosi rizik, onda su to spomenute male naklade.

Oliver Franić u predgovoru svoje knjige *Araton* ističe kako je bilo teško objaviti knjigu. „Pokazuje se da *Araton* nije bilo teško samo napisati već i objaviti. Dijelom zbog opsega koji iziskuje skuplju knjigu i nakladniku znači neizvjesniji povrat uložениh sredstava, dijelom zbog nepovjerenja u domaću pisanu riječ (ili u primanje domaćе pisanje riječi kod čitalaca), a najviše

zbog potpune nepoznatosti pisca koji nema povijesti na hrvatskoj književnoj sceni (ni na nekoj drugoj), nakladnik se nije lako našao“ (Franić, 2004: 6).

Araton je primjer kako cilj nakladništva može ponekad biti profit, prije nego li kvalitetna i dobra književnost, no i to treba razumjeti. Franićeva trilogija izdana je 2004. godine, a desetljeće kasnije nema većeg pomaka prema naprijed. Još jedan hrvatski književnik Ivan Lutz je dobar primjer za možda ne tako poželjno nakladništvo. On je svoju prvu knjigu *Zovite je Zemlja* izdao u susjednoj Srbiji. Kasnije je prevedena na engleski jezik te se prodaje i na Amazonu što znači kako je knjiga ipak doživjela neki uspjeh izvan domovine.

Nisu nužno hrvatska književna djela upitna, ima u nas puno dobre književnosti, već problem s objavljivanjem dobre književnosti ponekad polazi od čitatelja kojima se nakladnici žele prilagoditi, često im podilazeći. Naklada i čitateljstvo su simbioza i ovisе jedan o drugome, a dobra književnost ne nalazi lako mjesto između njih. Nakladi je glavni cilj profit, a čitateljstvo naginje stranim odnosno svjetskim djelima dok za hrvatska djela nisu previše zainteresirani, zato što je strana književnost, navodno, bolja. Kako bi tome doskočili, neki pisci rabe marketinški motivirane pseudonime kako bi na neki način privukli čitateljstvo. „Hrvatska je još uvijek relativno nepoznata zemlja u globalnim okvirima“ (Lukić, Skoko, 2009: 73). Ali ta ista Hrvatska mora biti originalna, mora isticati svoju tekstualnu kulturu i poticati njezin daljnji razvoj. „U dvadesetom stoljeću javljaju se stvaratelji koje vlastiti osobni identitet ograničava jer ne mogu izraziti svoj unutarnji svijet, kreativnost, osjećajnost, promišljanja, stvarajući djela kao osoba s određenim imenom i prezimenom i povezanim atributima“ (Mrzljak, 2015: 209). Pisci tako traže način na koji bi se mogli slobodno izraziti neovisno o svom identitetu koji je ograničen nacionalnim identitetom koji dolazi s ostalim predrasudama te inzistiraju na razlikovanju imenovanja i bivanja (Mrzljak, 2015: 209-210).

Brend (izdavač), identitet (zajednica unutar koje autor djeluje i on sam) i imidž (slika koju odašilje pošiljatelj) mogu utjecati na kvalitetu knjige i želje potrošača. „Mediji nikada u potpunosti ne uređuju svakodnevno ponašanje. Ljubav se mora potvrđivati u svakodnevici, ne kao svakodnevica. Želi li se uživati u umjetnosti, prvo se mora znati gdje se ona može naći“ (Luhmann, 2011: 353).

7. Zaključak

Identitet je opširan pojam koji označava svakog pojedinca, njegov osjećaj pripadnosti i njegovu osobnost. Postoje različite vrste identiteta kao što su osobni, nacionalni, društveni, kulturni, politički i sl.

Nacionalni identitet definiramo pomoću nacije. Radi se o zajedničkom identitetu nekog naroda. Osobni i nacionalni identitet međusobno se nadopunjuju. Pseudonim je izmišljeno ime kojim se koriste pisci, umjetnici, pjevači i glumci. Njegova uporaba vidljiva je u medijima i na društvenim mrežama. Suvremeni hrvatski pisci podliježu korištenju pseudonima i alter ega zbog boljeg profita i prolaznosti knjige. Činjenica je kako su Hrvati veći ljubitelji strane književnosti nego hrvatske. Osim što je današnje izdavaštvo u velikoj krizi, problem je i loša čitateljska publika te njihova nezainteresiranost. Prema tome su vidljivi stereotipni stavovi Hrvata prema sebi samima.

Iako su marketinški trikovi u izdavaštvu zanimljivi i uistinu donose određeni profit, kao primjer imamo izdavačku kuću Mitopeja čije su knjige već izgledom vrlo specifične, posebne i svakako se ističu, sve je to uzaludno ako ne postoji publika odnosno čitatelji. Iako je suvremena hrvatska književnost u velikoj krizi, izdavačke kuće poput Mitopeje daju nadu za bolje sutra. Uz dobre pisce, dobro štivo i dobre marketinške radnje, hrvatska suvremena književnost može doživjeti novu renesansu bez narušavanja osobnog identiteta ili skrivanja iza stranih imena.

Literatura

Knjige

Franić, Oliver (2004). Araton: Tajna Aratona. Zagreb: Nova knjiga Rast.

Herman, Todd (2019). The Alter Ego Effect: The Power of Secret Identities to Transform Your Life. New York: Harper Business.

Luhmann, Niklas (2011). Društvo društva. Zagreb: Naklada BREZA.

Lukić, Zorislav; Skoko, Božo ur (2009). Hrvatski identitet. Zagreb, Matica hrvatska.

Skoko, Božo (2016). Kakvi su Hrvati. Zagreb: FOKUS KOMUNIKACIJE d.o.o.

Znanstveni članci u časopisima

Čičak, A. i Žuškić, A (2013). Nacionalni identitet i njegova važnost tijekom ulaska u Europsku uniju. *Essehist*, 5 (5), 97-103.

Mrzljak, N. i Polanski, D (2016). Bibliografski identiteti pojedinaca nastali uporabom više imena: heteronimi, egzonimi (ksenonimi), endonimi (autonimi). *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 59 (1/2), 207-232.

Musa, I (2009). Kulturni identitet i globalizacijski procesi. *Hum*, (5), 264-290.

Nosić, V (2019). Pseudonimi književnika . *Varaždinski učitelj*, 2 (2), 78-90.

Diplomski i stručni radovi

Blažević, L (2009). *Novi sadržajni, oblikovni i marketinški trendovi u komercijalnom nakladništvu*. Zadar, poslijediplomski studij Društvo znanja i prijenos informacija.

Šafranko, I (2019). *Pseudonimi, heteronimi, egzonimi i endonimi u knjižničnim katalogim*. Zagreb, Filozoski fakultet.

Internetski izvori

<http://smrtnici.com/o-autoru/> (pristupljeno: 0106.2021.)

<https://mitopeja.com/razgovor/neil-gaiman-i-kazuo-ishiguro-porazgovarajmo-o-zanru> (pristupljeno: 01.06.2012.)

<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=6621> (pristupljeno: 01.06.2021.)

<https://www.facebook.com/casopis.kvaka/posts/2867848983296397/> (pristupljeno: 01.06.2021.)

<https://www.jutarnji.hr/kultura/knjizevnost/kako-je-autor-kultnog-fantasticnog-romana-otkrio-svoj-pravi-identitet-iza-zenskog-imena-norma-c-ray-skriva-se-zagrebacki-profesor-benjamin-culig-5948717> (pristupljeno: 01.06.2021.)