

# Lacanovi koncepti "objet petit a" i "jouissance" kao alati za analiziranje današnje digitalne konzumacije želja

---

**Maštruko, Ivar**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:343460>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-01**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET**

**Ivar Maštruko**

**Lacanovi koncepti „objet petit a“ i „jouissance“ kao  
alati za analiziranje današnje digitalne konzumacije  
želja**

**(ZAVRŠNI RAD)**

**Rijeka, 2022.**

SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET  
Odsjek za kulturalne studije

Ivar Maštruko

0009083470

Lacanovi koncepti „objet petit a“ i „jouissance“ kao alati  
za analiziranje današnje digitalne konzumacije želja

ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije

Mentor: dr. sc. Hajrudin Hromadžić

Rijeka, 09.09.2021.

1. UVOD .....	1
2. Razrada .....	1
2. 1. “Osnovne postavke” Lacanovog psihoanalitičkog modela .....	1
2. 1. 1. Lacanovo stvaralašto .....	1
2. 1. 2. Zrcalni stadij kao “méconnaissance” .....	2
2. 1. 3. Konstrukcija manjka putem simbolične kastracije .....	4
2. 1. 4. Nemogućnost utaživanja želje .....	5
2. 2. Jouissance i višak užitka na primjerima listanja, binđanja i masturbacije .....	6
2. 2. 1. Dvije referentne točke čitanja značenja pojma jouissance .....	6
2. 2. 2. Listanje kao primjer “viška užitka” .....	7
2. 2. 3. Prekomjerna konzumacija i analni nagon u “hustle kulturi” .....	9
2. 2. 4. Masturbacija u digitalnoj domeni .....	11
2. 3. Društvene mreže, objet petit a i “djeljenje” .....	13
2. 3. 1. Objet petit a .....	13
2. 3. 2. Digitalni prozori .....	14
2. 3. 2. Sheranje - želja je uvijek želja drugoga .....	15
2. 4. Društveni utjecaj “viška uživanja” preko digitalne domene .....	16
2. 4. 1. Monetiziranje viška užitka .....	16
2. 4. 2. Uvijek prisutni “višak uživanja” i kulturni gestalt koji ga potiče .....	17
3. Zaključak .....	18
3. Popis literature .....	19
4. Sažetak .....	21

## 1. UVOD

U zadnjih trideset godina su se dogodile mnoge promijene u načinu na koji ulazimo u odnos sa društvom. Najznamenitija od kojih je pojava digitalne domene, kao pojma koji bi opisivao ono s čim smo u interakciji kada smo u interakciji s digitalnim. Integralni dio današnjice su upravo razni uređaji koji su u interakciji i omogućuju nam pristup internetu, koji je svojom pojavom u desevesetima inspirirao utopijske mogućnost za čovječanstvo. Obećavao je nade čovječanstva koji ima pristup informacijama i mogućnost povezivanja društva i kultura, čime će ljudi postati izučeniji i plemenitiji.

Nade se većinski nisu ispunile i ono sa čime smo ostavljeni su društvene mreže i platform sličnog tipa čiji je glavni poticaj zadržati korisnike na njima samima radi profita. Internet je tako postao samo novo mjesto gdje se reproduciraju stari društveni odnosi.

Ovaj rad će isčitavanjem Lacanovog psihanalitičkog sistema objasniti promjene koje su se dogodile unutar digitalne domene unutar zadnjih trideset godina isto koliko i sam način na koji njihova logika funkcionira u današnjici. Pojmovi *jouissance* i *objet petit a*<sup>1</sup> će služiti centrale točke ovog rada oko kojih se veže niz drugih Lacanovih pojmova koji zajedno tvore zatvoren i cijelovit sistem.

## 2. Razrada

### 2. 1. “Osnovne postavke” Lacanovog psihanalitičkog modela

#### 2. 1. 1. Lacanovo stvaralaštvo

Jacques Lacan je bio francuski psihanalitičar i najpoznatiji nasljednik Freudove koncepcije psihanalize. Njegova teorija je često percipirana kao hermetična i teško shvatljiva, kao paradoksalni produkt njegove želje za preciznošću. Većinu svojih pojmova je razvijao kroz svoj cjeloživotni rad, zbog čega su kasnije iteracije pojmova često različite od prvobitnih, što je dovelo do toga da nekada proturiječi sam sebi ili nedostatne elaboracije. Zbog toga je kasnije u karijeri krenuo koristiti kvazi-matematičke simbole. Za vrijeme svojeg intelektualnog djelovanja nije imao tendenciju pisati knjige, veliki dio osavštine koje je ostala iza njega su zapisi njegovih predavanja, tekstova koje je rijetko pisao i jednu znatniju zbirku njegovih zasebnih teksova pod nazivom *Ecrits*,

---

<sup>1</sup> Oba dva pojma ostanu neprevedena u engleskoj i hrvatskoj literaturi koju navodim.

za koju je sam rekao da ju nije napisao s namjerom da se razumije, nego da se čita<sup>2</sup>. Stil njegovih predavanja je često pratio metodogoliju nalik onoj u terapijskoj ordinaciji, gdje bi nerijetko radio stanke u govoru, podcrtavajući time određenu misao ili pak ne bi dovršio rečenicu do kraja, omogućujući tako prostor sudionicima da sami zaključe. Ovjekovječivanje njegovog intelektualnog djelovanja zbog toga ima ozračje nekoherentnosti i nestrukturiranosti (Bailly, 2009).

Gore navedeni faktori u spoju sa samim konceptualnim okvirom psihoanalize, koja je sama po sebi kompleksan i često apstraktan sistem, dovode nekada do krivih interpretacija ili čak odbacivanja Lacanovog životnog rada. Lacan je sam svoje djelovanje nazivao “povratak Freudu”, pri čemu je uzimao Freudove ideje i ponovno ih analizirao kroz strukturalistički pristup i Ferdinand de Saussureov “lingvistički zaokret” (Milanko, 2010). Kasnije tijekom svojeg djelovanja znatnije je razvijao svoju vlastitu konceptualnu strukturu. Najznačajniji uspjesi takvog pristupa bili su u pojmovima *jouissance* naspram želje, *objet petit a*, zrcalnog stadija, Falusa i njegove metapsihološke teorije psihe koja funkcionira unutar tri registra; Imaginarnog, Simboličkog i Realnog.

Radi samog obujma, kompleksnosti i međusobne povezanosti pojmova i konceptualnih modela nastojat ću predstaviti one dijelove njegove teorije koje smatram najrelevantnijima za rad, točnije za shvaćanje pojmova, njihovog nastajanja u subjektu i primjene unutar analize konzumacije želja u digitalnoj domeni.

### **2. 1. 2. Zrcalni stadij kao “*méconnaissance*”**

Za razliku od anglo-američkih koncepcija ega kao cjelovitog i racionalnog, Lacan koncipira osobu kao fragmentiranu u dva dijela, rascjepljenog subjekta, koji kroz jezik izražava nesvjeno, i ega, kao sliku sebe s kojom se subjekt identificira (Johnston, 2018). Različitost u koncepcijama ne predstavlja trivijalnost, nego temelj, koji utječe na daljnju percepciju ljudskog djelovanja. Anglo-američke koncepcije ega objašnjavaju konzumaciju kao odabir racionalnog pojedinca koji putem slobodne volje i izbora bira između ponuđenog sadržaja, dok se psihoanaliza poziva na koncepte

---

<sup>2</sup> „Ja ih nisam pisao sa svrhom da ih ljudi razumiju, ja sam ih napisao sa svrhom da ih ljudi čitaju“ (Lacan, 2013, str. 69).

nagona, nesvjesnoga, “manjaka”, želje za Falusom, traganje za “objektom izvora želje” da objasni način na koji osoba tvori i konzumira svoje želje.

Psihoanaliza crpi iz ranog djetinjstva mjesta i trenutke djetetovog suočavanja s neizbježnim događajima odrastanja kako bi objasnila nastajanje određenih psiholoških formacija. Lacan locira dva najvažnija događaja u zrcalnom stadiju i simboličkoj kastraciji, kada dijete izlazi iz registra realnog u kojemu je do tada obitavao te ulazi u registre Imaginarnog i Simboličkog. Dijete izlaskom iz registra realnog ne napušta taj registar u svojoj psihičkoj prošlosti, nego ga inkorporira u boromejske prstenove, pojam koji daje vizualnu prezentaciju Lacanovog modela registara. Registar realnog koegzistira u subjektu i posredovan je putem drugih dvaju registra.

“Zrcalni stadij” je konceptualni pojam koji je Lacan prvobitno locirao u trenutaku djetetovog odrastanja, a kasnije je u svojem radu preformulirao ideju u nešto što je prisutno i reafirmira se kroz cijeli život. Dijete od svojeg dolaska na svijet pa sve do između šest i osamanest mjeseci života, nema koncepciju sebe. Osjetilno doživljava svoje udove, glas i tijelo, percipira sebe kao fragmentiranog, ne shvaća sebe kao sebe. U zrcalnom stadiju dijete dolazeći do ogledala shvati da je to on<sup>3</sup> koji se gleda u ogledalo, po prvi put se vidi kao unificirano, no u tom trenu se dogodi ono što Lacan naziva “méconnaissance”, to jest krivo prepoznavanje. Trenutak u kojem se dijete vidi unificiranim je zapravo moment u kojem se identificira sa “zrcalnom slikom” to jest s objektom slike iliti egom. Subjekt nikada ne može biti jedan sa svojom zrcalnom slikom ili točnije rečeno, kako subjekt nikada ne može biti objekt, nastane doživotna i nepovratna alienacija subjekta naspram ega. Paradoksalni učinak koji ovaj proces ostvaruje je da u trenu kada se dijete po prvi put vidi kao unificirano je isti taj trenutak kada se nepovratno odvoji od slike sebe i time i fragmentira (Lacan, Fink, i Grigg, 2006). Tim procesom subjekt ulazi i prihvaća Imaginarni registar te postavlja put za ulazak i razumijevanje simboličkog registra.

“Subjektova imaginarna objektifikacija sebe se zove ‘ego (le moi)’; i ‘ego (le moi)’ pripíše sebi ja.” (Bailly, 2012 prema Dor, 1985)

Identifikacija sa slikom dovodi do raznih maštanja unutar Imaginarnog, registra koji je prvenstveno okupiran slikama, fantazijama, osjetilnim aparatom, i načina na koji se ta “zrcalna slika” može napraviti boljom i ljepšom. Registar Realnog je “mjesto iz kojeg dijete dolazi” isto

---

<sup>3</sup> Muški padež se koristi jer je Lacanova teorija subjektivnosti nastala iz perspektive muškog djeteta.

koliko i “mjesto” gdje bi se riješio “iskonskog grijeha” alienacije koji nastane putem “zrcanlog stadija”. Problem leži u tome da kad jednom osoba uđe u registar imaginarnog, pa i simboličkog, više nema izlaska iz njega, a jouissance o kojemu će biti riječ kasnije, time ostaje nedostupan subjektu. Alienacija od svoje “zrcalne slike” konstruira želju da se subjekt vrati u tren kada se percipirao unificiranim, želja koja se nikada ne može ispuniti jer je tren kada se dijete percipiralo unificiranim bio “méconnaissance”.

### **2. 1. 3. Konstrukcija manjka putem simbolične kastracije**

Freud je često naznačivao važnost “bespomoćnosti” (Johnston, 2018) kod mlade djece kao važnu odrednicu pri nastajanju psiholoških formacija, Lacan je znao uzeti određeni dio premise, ali onda napraviti odmak od zaključaka koje je Freud naveo, točnije rečeno sa svojim sistemom je ponudio nove interpretacije. Ime Oca je pojam napravljen na bazi metafore, kao i većina Lacanovih pojmova, koji je inačica koja potakne subjekt da shvati svoj “manjak”.

Dijete u ranim mjesecima, pa i godinama nakon rođenja nema mogućnost preživljavanja bez skrbnika, najvažniji od kojih je majka, koja mu svojim tijelom i pažnjom omogućava preživljavanje. Majčino prisustvo time utiče na sve potrebe i želje djeteta, a manjak njezine prisutnosti ga potiče na postavljanje jednog od prvih pitanja<sup>4</sup> s kojim će dijete uspostaviti odnos s okolinom. Pitanje koje si dijete postavlja nalikuje “Zašto majka nije uvijek samnom?”, nakon kojeg sljedi pitanje “Zašto je majka nekada samnom?”. Dijete u tom trenu kreira u svojoj konceptualnoj shemi shvaćanje da postoji “nešto što majka želi kao razlog njezinog odlaska” (Evans, 1996). Lacan formulira to shvaćanje kao “objekt majčine želje” ili preformulirano “objekt koji može ispuniti manjak drugoga”, što naziva Falusom. Majka težeći za “objektom svoje želje” u istu ruku prati i pravila Falusa zbog čega dijete tada njemu pripisuje posjedovanje i mogućnost postavljanje Zakona. Zakon se veže uz registar simboličnog kao skupa pravila koji se manifestiraju putem jezika.

Dijete želi posjedovati “objekt majčine želje”, ali shvaća da nema falus jer bi inače majka bila uvijek uz njega, te krene tražiti tko ili što ga ima. Majka govoreći djetetu o razlozima svojeg odsustva često evocira posao, socijalne obaveze ili oca djeteta. Radi kompleksnosti shvaćanja

---

<sup>4</sup> Postavlja pitanje se misli na konceptualnoj razini, dijete tada ne posjeduje znanje jezika kojim bi mogao uistinu formulirati takvo pitanje.



socijalnih odgovornosti s jedne strane, koliko i bliskosti oca s druge, dijete pripisuje ocu posjedovanje Falusa. Ime Oca je metafora kojom se opisuje proces gdje dijete vidi svojeg oca<sup>5</sup> kao posjedovatelja Zakona ili točnije rečeno, kao izvor simboličnog registra i pravila jezika (Brenner, 2019).

Simbolička kastracija tada reprezentira trenutak kada dijete shvati da ne može posjedovati Falus, koji bi mu omogućio onipotentnost njegove želje putem provođenja Zakona i prihvati “manjak” koji rezultira time. Dijete u tom trenu postane subjekt koji unutar simbličkog registra pokušava formuliranjem želja putem jezika popuniti svoj “manjak”.

#### **2. 1. 4. Nemogućnost utaživanja želje**

Lacan koristi tri pojma - želja, htjenje i potreba, pri stvaranju sistema kojim opisuje motivaciju za ljudsko djelovanje. To ne čini na način da zasebno izolira pojmove, već ih izlaže unutar jednadžbe.

“On utvrđuje da je želja ono što ostane nakon što je potreba oduzeta od htjenja.” (Johnston, 2018)

Dijete u ranom djetinjstvu signalizira svojim roditeljima ili skrbnicima svoje potrebe i to radi putem plača ili drugih zvukova, što se shaća kao htjenje. Htjenje doduše uvijek sadržava i komponentu nebioloških potrebu u obliku brige, pažnje pa i ljubavi roditelja. Na primjeru hrane - potreba bi bila određena količina kalorija, htjenje bi bio plač koji signalizira potrebu, a želja bi bila upravo talog ove jednadžbe, u prepoznavanju potrebe djeteta. Želja se tako uvijek temelji na nebiološkim potrebama.

Kasnije u životu osobne želje postanu kompleksnije, u obliku želje za određenom karijerom, materjalnom dobiti, objektom itd. što funkcionira kao “kamuflača” za ono što subjekt uistinu traži. Lacan je to formulirao kao “želja je uvijek želja Drugoga”, što bi značilo da je ono što želimo u želji za nečime, zapravo želja da nas drugi žele. Želju tako nikada nije moguće ostavariti u nekom objektu, jer ono što želimo nije unutar objekta samoga, istodobno se ne može

---

<sup>5</sup> Ne treba nužno biti otac djeteta, to je i razlog formulacije Ime Oca, kao pojam koji nije vezan uz specifične odrednice djetetovog odrastanja.

utažiti u potpunosti jer je formulirana kroz jezik, kao sistem u funkciji simobličkog registra koji u sebe ima upisan “manjak” (Lacan, 1998).

Alienacija od zrcalne slike je podrijetlo subjektovog maštanja u imaginarnom registru i želje za “uljepšavanjem” svojeg ega u nadi da se ostvari cjelovitosti prvotnog prepoznavanje sebe u slici. Jezik funkcionira kao vječno prebacivanje sa želje na želju koja se nikada ne može ispuniti radi manjkavosti sistema putem kojeg se formulira i izražava. Zrcalni stadij i simbolička kastracija su procesi kroz koje dijete prođe, s kojima izade iz realnog registra unutar kojega se nalazi “das Ding”, prevedeno na hrvatski kao Stvar, koji mu je davao jouissance. Stvar u funkciji registra realnog, koji tad još nije u djetetu posredovan drugim dvama registrima, manifestira se u obliku majke, točnije njezinih dojki. Subjekt lišen istinskog jouissanca koju mu je pružala Stvar pokušava naći kompenzaciju u obliku “neznatnog jouissanca” to jest “viška užitka” koji mu je dostupan kao kastriranom subjektu (Evans, 1996).

Cijeli Lacanov sistem je izgrađen na manjkavostima koje podsvjesno usmjeravaju djelovanje subjekta na određene načine, manjkavostima koje subjekt ne može ispuniti, čime se njegova percepcija ljudskog djelovanja radikalno suprotstavlja anglo-američkim koncepcijama konzumacije kao slobodnom izrazu volje racionalnog pojedinca.

## **2. 2. Jouissance i višak užitka na primjerima listanja, bindanja i masturbacije**

### **2. 2. 1. Dvije referentne točke čitanja značenja pojma jouissance**

“Kao i poredak Realnog s kojim je najbliže povezan, jouissance, pojam koji dolazi do izražaja pri kraju 1950ih, je teško inkapsulirati na sažeto definirajuće formule. Do kraja Lacanovog djelovanja na početku 1980ih, je ovaj pojam uzeo pletoru označitenja, uranjajući ili napola uranjajući u široki niz različitih-ali-srodnih koncepta” (Johnston, 2018)

U svrhu ovog rada uzet će se dvije referentne točke čitanja značenja ovog pojma, unutar široke palete različitih interpretacija i primjenjivosti jouissanca unutar Lacanovog psihonaličkog sistema.

Lacan locira jouissance kao potpuno uživanje u registru Realnog. Registar realnog je nedostupan subjektu radi ulaska u simbolički i imaginarni registar iz čega slijedi zaključak da je za subjekt jouissance nemoguć, ili kako bi Lacan poetski formulirao “nedostupan onome koji priča”.

U njegovom najznamenitijem radu, *Ecrits*, Lacan piše “Ali nije Zakon onaj koji priječi subjektov pristup jouissance – ono jednostavno napravi rascjepljenog subjekta od skoro prirodne barjere” (Lacan, 2006, str. 822)

Ono što subjekt može doživjeti je “neznatan jouissance” ili nekad opisano kao “virtualni jouissance”. U ovoj točki se događa podjela dvaju referentnih točaka čitanja ovog pojma, prva koja se vrti oko Lacane formulacije u njegovom sedamnaestom seminaru.

“Ovdje nije nikakva transgresija, nego radije provala, pad u polje, nešto što nije da nenalikuje (something not unlike) jouissance - višak.” (Lacan, Miller, Grigg, 1991)

Žižek je najznamenitiji predvodnik ovakvog čitanja jouissanca kao “viška užitka”. Subjekt ne može doživjeti jouissance, no ono što može je crpiti “višak uživanja” koji se dogodi pri frustraciji nagona. Lacan postavlja razliku između nagona i želje, nagon je primarno povezan s registrom realnog i jouissancom, dok je želja primarno povezana sa simboličkim registrom i pokušava se realizirati jezikom. Nagoni se dijele na analni, oralni, skoptički i auditivni, a koji imaju svoje referente točke u organima anusa, ustiju, očiju i ušima. Željama je cilj da se ispune, dok se užitak koji nastane iz nagona temelji na ponavljanju i kruženju oko određenog objekta.

Druga referentna točka odnosila bi se na shvaćanje neznatnog jouissanca kao nečega što teži “izvan principa užitka”, nečega što je “užitak u boli”, velikog intenziteta i vidno destruktivnog karaktera. Uz ovu točku čitanja veže se i jouissance kao “višak života”, ili kako bi to Lacan formulirao preoblinost vitalnosti.

“Ideja je ovdje da mi ne možemo otići iznad određene razine užitka prije nego udarimo u zid boli, iskustvo jouissanca” (Hewitson, 2015)

### **2. 2. 2. Listanje kao primjer “viška užitka”**

Prostor s kojim smo u interakciji, kada smo u interakciji s digitalnim, je digitalna domena. Interakcija se događa preko računala, pametnih telefona, tableta i srodnih uređaja, često s uporabom interneta s kojim je danas sve više uređaja u interakciji. Osoba koja u današnjici ulazi u odnos s digitalnom domenom je tako usmjerena prema interakciji s internetom.

“Scrolling” ili hrvatski prijevod listanje, je akcija pri kojoj osoba ide niz neku internetsku stranicu, pri čemu tim procesom otkriva “novi sadržaj” točnije sadržaj koji ne vidi u okviru prije listanja. Listanje nudi najefikasniji način kretanja na internetu, zbog čega je i većina stranica dizajnirana upravo za takav način kretanja uz i niz njih. U počecima interneta većina se listanja obavljala na tražilicama pa zatim i zasebnim stranicama do kojih je osoba došla nakon listanja na tražilici. Svrha je u tom trenutku bila puno uočljivija, osoba je “tražila” ili koristeći psihoanalitički riječnik “željela naći” određenu stanicu i sadržaj koji se nalazi na njoj. Traženje je radnja koja prati logiku želje, gdje se pokušava pronaći objekt i pri uspješnom nalasku osjetiti užitek.

Današnje korištenje interneta se sve više odvija na društvenim mrežama i platformama sličnog tipa<sup>6</sup>, koje su dizajnirane s namjerom da budu određen tip “digitalnih bazara različitog sadržaja”. Logika koja stoji iza njihovog stvaranja temelji se na kapitalističkom sustavu profita, a one same zarađuju putem vremena provedenim na njima. Koncipirane su na način, da je zadaća njihovih algoritama zadržati osobe na društvenim mrežama. Listanje kao način dolaska do onog sadržaja koji osoba želi pronaći nadilazi svrhu tražanja i postaje cilj sam sebi odnosno cilj je bivanje unutar digitalne domene.

Žižek tijekom jedne debate organizirane na sveučilištu u New Yorku daje primjer obitelji srednje klase koje nakon financijske krize dvije tisuće i osme godine, nemaju novaca za masovnu kupovinu u supermarketima, no svejedno napune svoju “košaricu do vrha” tek tako da ju ostave na blagajni. Višak uživanja je upravo lociran u procesu kupovanja, a ne u objektima koji se kupuju (Žižek, Zupančić, Dolar, 2017).

„Dok je želja zapeta sa svojim nezadovoljnim lutanjem od objekta do objekta i zauvijek nadalje... nagon dobiva pervezni užitek preko ovog željom-potaknutog libidalnog kruženja oko nestajuće točke nemogućeg qua-nedostižnog. Tamo gdje je želja frustrirana, nagon je zadovoljen. Nagon dobije svoju satisfakciju kroz vampiričko hranjenje od disatisfakcije želje“ (Johnston, 2018)

Društvene mreže i platforme sličnog tipa su upravo stvorene da potaknu “*željom-potaknutog libidalnog kruženja*” od sadržaja do sadržaja putem frustriranja želja te zadovoljavanje nagona sa svrhom stvaranja viška užitka u subjektu, a istodobno viška vrijednosti tj. profita kompanijama. Želja koja je prisutna kod subjekta ulaskom na “digitalne bazare različitog sadržaja” bi se generalno

---

<sup>6</sup> (Roser, Ritchie i Ortiz-Ospina, 2015)

mogla formulirati na dva načina, da se pronađe dobar sadržaj ili “da se vidi šta ima”. U primjeru “da se vidi što ima” subjekt im pristupa bez pretenzija, ulazi na njih kako bi ih koristio za namjenu za koju su stvorene, dok primjer želje za pronalaskom dobre objave ili sadržaja može biti iskrena, može se čak i ostvariti (čime prati prvobitnu logiku traženja), no u ovom procesu odmaže činjenica da se bivanjem na “digitalnim bazarima različitog sadržaja” subjekt bori sa njima samima. Lacan bi rekao “Sa tim viškom jouissance dobije na neki način (a kind of) “vlastiti život” (Hewitson, 2015), listanje postane svrha za sebe kao izvor “viška užitka”

### **2. 2. 3. Prekomjerna konzumacija i analni nagon u “hustle kulturi”**

“Binging” ili neadekvatan hrvatski prijevod prekomjerna konzumacija, prema Cambridge Dictioneriju bi se definirao kao „moment kada se neka aktivnost radi na ekstreman način, pogovo jedenje, pijeње ili trošenje novca“<sup>7</sup>, termin koji ima svoje korijene daleko van digitalne domene, a u digitalnoj domeni dobiva sasvim novo ruho. Definicija pojma u svojem nazivu ima prekomjernost što ga čini inherentno vezanim s pojmom jouissanca, ako ne i u potpunosti.

Današnji način konzumiranja užitka na društvenim mrežama i platformama sličnog tipa ima tendenciju ući u višak uživanja, prekomjerna konzumacija sadržaja bi bila samo radikaliziranje te iste radnje. Prekomjerna konzumacija time sa sobom dovodi prvu referentnu točku čitanja neznatnog jouissanca u kontakt s drugom, kao mjestom gdje se vidi užitak u boli. U procesu prekomjernog konzumiranja sadržaju bol se manifestira tijekom, koliko i nakon procesa. Mjerna jedinica za prekomjernost u konzumaciji sadržaja, koju će ovaj rad primjeniti kao točku reference jest vrijeme.

„Na primjer, novac dijeli svojstvo stolice (izmeta) (objekta analne funkcije) u tome da je to nešto što može biti izgubljeno ili zadržano, neočekivani gubitak koji može biti uzrok anksioznosti, trošenje koje može biti uzrok uživanja (ugode) (koliko je čest fenomen trošenja novaca zbog samog čina?)“ (Bailly, 2012, str. 106)

život sam po sebi, kao što ga opisuje u jednom trenu, je jednostavno aparat jouissancea, kao suvisak života lacan ga opisuje kao životno obilje

---

<sup>7</sup> Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus

Osoba putem prekomjerne konzumacije sadržaja u digitalnoj domeni slijedi analni nagon u kojemu se za razliku od citiranog primjera ne radi o novcu, nego o vremenu. Kontroliranju trošenja vremena ili suzdržavanju od trošenja istoga je izvor “neznatan ili virtualni” jouissance. Uz drugu referentnu točku čitanja neznatnog jouissanca se spominje motiv života u odnosu s jouissancom. Owen Hewitson, prezentirajući navedenu perspektivu, izlaže “Život sam po sebi, kao što ga opisuje u jednom trenu, je jednostavno “aparatus jouissancea”” i kasnije u tekstu “kao “višak života” Lacan ga opisuje kao “obilje vitalnosti”” (Hewitson, 2015). Autor želi reći da je to težnja za određenom afirmacijom, da smo živi u pokušaju nadživljavanja života samog. Ono što se manifestira u trenutku prekomjerne konzumacije sadržaja preko digitalne domene je nešto što se može definirati kao vapaj za životom, u pokušaju nadilaženja principa užitka osoba kao da želi dokazati sebi da je živa. Ono što je tu kontradikcija, koja je u samom središtu pojma jouissancea, jest da u tom trenutku življenja upravo dolazi do destrukcije.

Poriv za kontrolom i destrukcijom proizlazi među ostalim i iz kulture prekomjernog rada s nazivom “hustle culture” kao pojam koji opisuje radikalizaciju produktivnosti unutar kasnog kapitalizma koji potom uzrokuje burnout (Hojsak, 2021). “Burnout” opisuje osjećaj umrtvljenosti i istrošenosti od prekomjernog rada, obaveza, briga i upravo iz te točke umrtvljenosti subjekt traži afirmaciju svojeg “života” u prekomjernom konzumiranju sadržaja. Koristeći psihoanalitički rječnik, prekomjerno konzumiranje sadržaja u ovom bi slučaju bio simptom, a bolest bi bila društveni uvjeti. Subjekt u pomanjkanju mogućnosti promijene društvenih odnosa, traži kontrolu kroz analni nagon sa ciljem neznatnog jouissanca kao kompenzacije za takvo stanje.

Gleda li se prekomjerna konzumacija sadržaja kroz perspektivu Freudovog ranog modela libida<sup>8</sup> tada možemo toj radnji pripisati i seksualnu komponentu “simptom je seksualni čin. Drugim riječima, predstavlja užitak, i to specifično seksualni užitak” (Hewitson, 2015) Seksualna karakteristika u prekomjernoj konzumaciji sadržaja bi bila mazohistička tendencija nje same, kada osoba aktivno ugasi kontrolu nad sobom i svojom sposobnošću upravljanja da uživa u prepuštanju sadržaju.

---

<sup>8</sup> Freudov rani model libida nije u potpunosti kompatibilan s Lacanovom kasnijom interpretacijom. Povezanost Freudovih teza je u točki simptoma koji vodi do određene formacije u psihi.

#### 2. 2. 4. Masturbacija u digitalnoj domeni

Digitalna domena omogućila je procvat pornografske industrije. Ona je prošla put od nečega što se smatralo pojavom “na rubu društva”, do monopolizirane medijske industrije. Izrazi poput “Big Pharma” ili “Big Buissnes” se danas mogu primjeniti isto tako i na gigante pornografske industrije pod nazivom “Big Porn”. Intenzitet osjećaja koji nudi masturbacija i “neanonimna privatnost” pokazale su se kao plodno tlo za razvitak i enormni rast u povećanju i širenju konzumacije ovakvog sadržaja.

Riječ *jouissance* u francuskom jeziku riječ ima inheretnu seksualnu komponentu kao konotacija s orgazmom. Orgazam kao “*petit mort*”, mala smrt, pojam je koji često pruža dobar kut shvaćanja, što bi to *jouissance* bio prema drugoj referentnoj točki čitanja ovog pojma. Kao što je već navedeno, neznatan *jouissance* je intenzivan osjećaj užitka koji graniči s traumatičnim, užitak u boli, s onu stranu načela ugone. Logika *jouissance* teži izlaskom, nadjačavanjem principa užitka, time u sebi ima upisanu destruktivnu ili bar destabilizirajuću dimenziju, koja se u kliničkom djelovanju psihoanalitičara često pokušava iskorijeniti.<sup>9</sup> Pokušaji “borbe protiv” težnje za *jouissance*om putem želje, iako su poželjni, ne mogu garantirati uspjehom, jer je neznatan *jouissance*, kvalitativno drugačiji tip užitka (Hewitson, 2015).

Digitalna domena pruža korisniku neprivatnu privatnost, osoba ima mogućnost pristupiti digitalnoj domeni u privatnosti svojega doma, dok u isti tren nema privatnosti radi konstantnog prikupljanja podataka od strane “*provejdera*” sadržaja unutar digitalne domene. Važnost privatnosti za čin masturbacije je većim dijelom samorazumljiv, dok komponenta prikupljanja preferenci i načina konzumiranja sadržaja od “*provajdera*” izgleda kao da prima korisnika za ruku i vodi ga do granica njegovog užitka. Podaci se prikupljaju sa svrhom da zadrže korisnika na njihovim web stranicama, a posljedica je da im se individualno nudi specifična “*niša*” sadržaja koja određenog korisnika dovede “*lice u lice*” s neznatnim *jouissance*om.

---

<sup>9</sup> Riječ “često” je ovdje upotrijebljena radi dva razloga. Sam “simptom”, koji se često prikaže u porivima za *jouissance*om, drži boromejske prsteove imagirano, simboličkog i realnog zajedno, to je obranbeni sistem koji se osoba napravila “da može podnet život” i može doći od velike koristi pri analiziranju pacjenta te nije preporučeno da se pokuša odmah razriješiti. Drugi razlog je da jedna forma težnje za *jouissance*om, npr. prekomjernog konzumiranja ekstremnih porno videa, bolja od druge, npr. prekomjerna konzumacija opojnih droga. Krajnji poželjni rezultat je “dobar simptom je onaj koji ti dopusta održavati želju u njejoj neizvjesnosti, više nego da te vuče u negativni beskraj oko objekta “ (Hewitson, 2015).

Dolazak do granice užitka je prije bio proces odlazaka do fizičkih mjesta, kupovanje različitih vrsta sadržaja i utrošak određenog vrijeme, u koji je bio uložen trud i sram pojedinca. Danas je putem digitalne domene dostupnost ovog izvora neznatnog jouissanca sveprisutna. Masturbiranje kao čin intenzivne libidalne nabijenosti s intrinzičnom poveznicom s neznatnim jouissancom u kombinaciji s sveprisutnom dostupnosti sadržaja, točnije onog sadržaja koji određenog subjekta “ovdvede s one strane načela ugone”, stvara pristupačan i povodljiv put k jouissancu preko masturbacije unutar digitalne domene.

Masturbiranje u današnjoj digitalnoj domeni ima tendenciju više poprimiti oblik traženja nego samog gledanja sadržaja. Otvarajući određenu stranicu s pornografskim sadržajem korisniku je ponuđena “lavina” sadržaja, od slika i videa do uživo prijenosa. Sadržaj se nudi po regijama, “pogledima”, lajkovima, nude se kategorije tog sadržaja po “nišama”, fetišima, bojama kože, “jačinom”, količinom ljudi... (Wright, Tokunaga, Kraus i Klann, 2017) Neznanat jouissance u tom trenu postaje potraga za sadržajem kao frustracija nagona, a ne sama konzumacija sadržaja.

“specifičan oblik uspjeha, nagon koji itinerar mora poduzeti kako bi pristupio njegovom objektu ili kako bi dobio zadovoljstvo od nekog drugog objekta na njegovom mjestu. Uvijek postoji užitak u ovoj stranputici - zaista, ovo je ono što ugoda je, kretanje više nego posjedovanje, proces više nego objekt” (Hewitson, 2015, prema Copjec, 2001)

Čin potrage, ili kako u citatu piše itinerar koji nagon mora poduzeti, koji se prije ili van digitalne domene češće događao unutar jednog te istog sadržaja, sada se pretvora u “avanturu niz bazar pornografskog sadržaja”.

Društvene mreže i slične platforme koje su navedene u poglavlju scrollanja kao primjeri “bazara različitog sadržaja” se suptilno, ali znatno razlikuju. “Bazar različitog sadržaja” je namjenjen funkciji da se pojedinac izgubi u njemu, bez određenog objekta za kojim traga, zadržavajući se na njemu u “gledanju što ima”, dok “bazari određenog sadržaja” funkcioniraju u svrhu pronalaska “najboljeg” sadržaja. Uzimajući raniji citat “Dok je želja zapeta sa svojim nezadovoljnim lutanjem od objekta do objekta i zauvijek nadalje... nagon dobiva pervezni užitak preko ovog željom-potaknutog libitalnog kruženja oko nestajuće točke nemogućeg qua-nedostižnog” (Johnston, 2018) kao opis koji se primarno bazira na višku užitka, u kombinaciji s aktivnim traženjem najboljeg sadržaja, dolazimo do točke u kojoj se ide iz prve referetne točke čitanja pojma jouissance u drugu. Dok primjer viška užitka može biti primjenjen na kupnju u



supermarketima, neznatan jouissance koji proizlazi iz ovakvog tipa masturbiranja dovodi subjekt do užitka u boli.

## **2. 3. Društvene mreže, objet petit a i “djeljenje”**

### **2. 3. 1. Objet petit a**

Objet petit a je jedan od najpoznatijih Lacanovih pojmova radi njegove primjenjivost van psihoanalize u poljima kao što su filmski studiji, konzumerizam ili općenito u raznim humanističkim područjima. Pojam koji je povezan s manjkom koji nastaje pri procesu kastracije i ulaska u simbolički registar, isto kao i sa zrcalnim stadijem unutar kojega se prvotno konstruira odnos s malim drugim.

Lacan vidi nastajanje subjekta kao proces ulaska u odnos s drugosti. “Petit a”stoji za malo drugo, “petit autre” na francuskom, pojam koji se prvi put pojavljuje u zrcalnom stadiju, kada djetu u svojoj zrcalnoj slici, prepozna sebe kao malog drugog. Nakon toga subjekt ulazi u odnos s mnoštvom malih drugih s kojima se može identificirati i na koje može projicirati svoj ego, na primjer na drugu djecu, braću, sestre, majku. Za razliku od toga, “veliki drugi” je koncept s kojim se subjekt ne može identificirati, to bi bila radikalna drugost, ali isto tako i jezik, kao i Zakon. Kao što je ranije naznačeno, “zrcalna slika” je objekt, na temelju čega male druge shvaćamo kao objekte (Evans, 1996).

Objet petit a je fantazija o objektu koja dolazi iz registra imaginarnoga, simbolizirana u određeni znak iz simboličnog i nagonom iz realnog, s kojom subjekt smatra da može popuniti svoj manjak, no manjak se u subjektu nikada ne može ispuniti, što na posljetku ovu fantaziju, kao i svaku drugu, čini obmanom. Subjekt se nada da će putem tog objekta dobiti fragment Falusa koji je izgubljen u procesu kastracije (Kirshner, 2005).

“Falus ostavlja tragove sebe svugdje- malo kao ogledalo Zimske Kraljice u bajci, koje se potrga u tisuću komadića koji se smjeste u objekte i ljude. Ovi Falični fragmenti su objekt petit a - objekt uzroka želje - i koji se mogu naći u puno stvari - brzim autima, novoj tehnologiji, savršenoj haljini.” Iako ne treba biti samo materjalne prirode “i u drugim ljudima - žena koja žudi za ljubavi moćnog čovjeka će biti privučena Falicnom fragmentu za kojeg se čini da posjeduje” (Bailly, 2012, str. 106)

Subjekt smatra da će posjedovanjem fragmenta Falusa, kao cilja fantazije objet petit a, uspjeti premostiti simboličnu kastraciju. Posjedovanjem Falusa očekuje da će uspjeti ostvariti onnipotentnost želje, ili točnije rečeno “bivanja željenim” kao što i navedeni citat naznačuje. U procesu revertiranja simblične kastracije bi isto tako mogao pristupiti jouissanceu Stvari koju nema kao rascjepljeni subjekt.

„das Ding je aplosutna praznina, doslovni ponor koji proguta subjekta; dok objet petit a dezinira ono što ostane od Stvari nakon što je prošla proces simbolizacije” (Žižek, 2008, str. 105)

### **2. 3. 2. Digitalni prozori**

Društvene mreže se mogu percipirati kao vrsta prozora s kojih gledamo u tuđe živote. Digitalni prozor može biti, metaforički shvaćeno, pogled iz naše rezidencije u javni prostor ili pak dopušteno gledanje iz javnog prostora u nečiju privatnost, što ovisi o tipu profila koji netko održava. Određeni korisnici objavljuju slike i sadržaj javne prirode, to jest onakve kakve bi vidio da ih gledaš kroz prozor na ulicu, dok drugi dijele veoma privatni sadržaj. Najčešće se pojavljuju oni profili koji su obuhvaćaju cijelu skalu između jednoga i drugoga.

Subjekt ili točnije korisnik društvenih mreža, koji koristi njih same kao digitalni prozor, “gleda kao proces” tuđe živote te u tom trenutku izlazi iz primarne logike za koju su same usluge namjenjene. Izlazi iz geštalta viška užika, skiciranog u prethodnim poglavljima, te ulazi u radnju koja u svojoj prirodi ima dugoročniju narav, a koja mu omogućuje konstrukciju fantazije objet petit a. Konstanta dostupnost posjećivanja i korištenja društvenih mreža, kao i količina sadržaja funkcioniraju kao ulje na vartu fantaziji i omogućuju kako održavanje tako i konstrukciju fantazije.

Digitalni trgovinski izlozi, kao što su Amazon i Alibaba, bili bi u tom slučaju samo preformuliranje prvobitne ideje digitalnog prozora, gdje umjesto da promatranje bude orjentirano prema osobi na društvenim mrežama, ono biva usmjereno prema određenoj materjalnoj stvari. Ovaj tip promatranja objekta naše želje, u kojem je objekt želje uistinu i objekt, iako je ta distinkcija nevažna za psihianalizu kao takvu, već je detaljno opisan fenomen unutar studija konzumerizma. Odlazak u “šoping”, pri čemu subjekt u promatranju određenog proizvoda stvara fantazije koje za njega predstavljaju objet petit a, nije ništa novo ili posebno drugačije unutar digitalne domene, za razliku od prvog primjera koji je novotvorenica unutar digitalne domene.

Opsesino praćenje nekoga i hranjenje object petit a slikama i pričama iz nečijeg života nije nova pojava, sam Lacan je predočio studiju (smrtnog) slučaja u kojoj je jedna žena razvila čudnu opsesiju jednom pariškom glumicom<sup>10</sup>. Pojava koja je prije bila ekskluzivna, u smislu da je bila jedino (legalno) moguća i usmjerena prema javnim osobama, “celebritijima” i “rockstarovima”, u digitalnom je dobu “demokratizirana”.

### **2. 3. 2. Sheranje - želja je uvijek želja drugoga**

“Sheranje” prevedeno dijeljenje je veoma rudimentarni postupak kojim korisnik interneta podijeli neki sadržaj. Kako svaka internetska stranica ima svoj link se tehnički bilo što sa interneta može podijeliti, do točke gdje se može zapisati “link” kao skupinu slova, znakova i brojki na papir i nekome to u ruku dati gdje se sam postupak djeljenja stavlja van digitalnog svijeta, doduše najčešće je pojava gdje se preko društvenih mreža podijeli određen sadržaj ili s te stranice od drugog korisnika ili pak sadržaj s vanjske stranice. Sve su to tehnikalice iz perspektive ovog rada, te fenomen koji je od interesa je sami moment dijeljenja, točnije kako on spada u Lacanom psihoanalitički aparat shvaćanja želje.

Lacan je u svom jedanaestom seminaru koji se bavio s četiri fundamentalna koncepta u psihoanalizi “čovjekova želje je uvijek želje Drugoga” (Lacan, 1998, str. 38)

Koncept Drugoga, nekada naznan veliki Drugi, je iznesen u ranijim djelovima rada u poveznici s Zakonom i radikalnom drugosti, se ovdje može povezati jezikom samim isto koliko i pravila koje određeno društvo nalaže. Adekvatnije sročeno do bi bio kolektivni simbolički poredak kao takav. Lacan želi reći da pri željenju zapravo želimo biti željeni od, laički rečeno, “društva”. Ovdje se očitava poveznica s Falusom kao konceptom koji je vezan uz pojam Drugog. Djetetu pokušava imati Falus za majku no to je nemoguće jer nikada ne može posjedivati Zakon što ga tjera da se pita “što Drugi ima” ili točnije sročeno “što Drugi želi”.

Osoba pri želji za konzumiranjem određenog sadržaja radi to u želji da time biti afirmirana od kolektivnog simboličkog poredka. Trenutak odlaska na društvene mreže i dijeljenje određenog

---

<sup>10</sup> (A Tour of Lacan’s Graph of Desire, 2020)

sadržaja je moment gdje se samo afirmira ta tvrdnja. Osoba pri dijeljenju tako kao da okreće karte i pokazuje ono što je oduvijek bilo tu, da je želja uvijek želja Drugoga.

## **2. 4. Društveni utjecaj “viška uživanja” preko digitalne domene**

### **2. 4. 1. Monetiziranje viška užitka**

Nova logika korištenja digitalne domene koju je ovaj rad locirao na “bazarima sadržaja” se upravo odmiče od logike konzumacija želja prema logici uživanja u frustraciji nagona, to jest “višku užitka”. Promjena logike korištenja digitalne domene je proizašla iz samih kompanija koje programiraju i dizajniraju “bazare sadržaja”. Vrijeme provedeno na njihovim stranicama direktno korelira s količinom profita koja određena tvrtka zaradi ili pak s profitom koji projicira da će zaraditi, što dovodi do jednostavnog poticaja za što duljim zadržavanjem osobe na njihovom “bazaru”. Kako je užitak od “višak užitka” i “neznatnog jouissancea” fundamentalno različit od onoga koji subjekt dobije pri ostvarenju želje, te stranice su otkrile načine na koje mogu eksploatirati intenzitet koji proizlazi iz “frustracije nagona” (Flisfeder, 2021).

Kapitalizam, unutar kojeg je nastao poticaj za eksploataciju “frustracije nagona”, je sistem koji apsorbira sve što mu je vanjsko pa tako i točke otpora prema njemu samome. Studentski prosvjedi šezdesetih godina prošlog stoljeća, u nekim slučajima i povezani radnički, ostali su zapamćeni u povijesti po antikapitalističkim aspiracijama i želji za socijalnom liberalizacijom društva. Generacija studenata koja je sudjelovala u prosvjedima odrasla je u društvu malograđanskog, “sitno buržuskog” morala koji je branio promiskuitetnost i prekomjerno uživanje van normi građanskog društva. Njihove aspiracije su bile napraviti novi oblik kulture u kojem se može živiti punim plućima.

Uz drugu referentnu točku čitanja pojma jouissance se veže i “prekomjernost života” koji dolazi s njim, i upravo bi se na taj način mogao opisati “ethos” tog generacijskog bunta. Njihova želja za životom i užitkom van granica malograđanskog morala, prodaje se danas nama natag u obliku radnje listanja na “digitalnim bazarima sadržaja”

#### **2. 4. 2. Uvijek prisutni “višak uživanja” i kulturni gestalt koji ga potiče**

Višak užitka koji se konzumira na društvenim stranicama i platformama sličnog tipa može se dovesti i u odnos s današnjom sveprisutnom mogućnošću viška užitka naspram prijašnjeg manjka njegove dostupnosti. Danas ono što nas odvaja od viška užitka i neznatnog jouissance je veoma kratak vremenski period priključivanja na digitalnu domenu, najčešće putem mobitela ili računala, kao proces niske razine napora. Komponenta lakoće i sveprisutnosti dovodi do situacije kada živimo zajedno s viškom užitka i neznatan jouissance ili drugačije formulirano, živimo tako da je višak užitka i neznatan jouissance skoro uvijek potencijalno moguć. Višak užitka i neznatan jouissance postali su a taj način integralni dio svakodnevnog života.

Kapitalizam koji inkorporira sve što mu je bilo strano u tom procesu “jede samog sebe”. Kako je prije višak užitka proizlazio iz materijalnih proizvoda koje kapitalizam stvara, kao u Žižekovom primjeru nabavke namjerna bez kupnje, sada se taj izvor nalazi u nematerijalnim proizvodima. Proces koji se ovdje događa je micanje materijalnog proizvoda kao posrednika koji sadržava višak užitka. Može se reći da je to okretanje karata, da se prikaže ono što je zapravo oduvijek bio izvor; proces, a ne proizvod. Preokretanje karata se može percipirati kao nešto “pozitivno”, “gdje se više ne varamo” proizvodima, ali i kao nematerijalna alternativa višku uživanja u svijetu koji bi zbog globalnog zatopljenja trebao manje proizvoditi. Takav bi pogled, doduše, mogao biti i varka, jer konzumiramo više nego ikada i živimo okruženi s gestaltom viška. Žižek zagovara navedenu poantu, no dodaje da upravo putem viška užitka možemo definirati što nam je zapravo potrebno i uživati u tome (Žižek, 2016).

### 3. Zaključak

Na primjerima nekolicine radnji koje se često izvode unutar digitalne domene se može vidjeti kako Lacanov psihoanalitički sustav ima objašnjenje na njih, što govori o njegovoj relevantnosti u današnjici. Način na koji tvorimo i konzumiramo želje se u zadnjih trideset godina se samo prebacio na još jedan ispust ventil u obliku digitalne domene. Digitalna domena koja ima faktor vječne prisutnost radi skoro pa konstantne dostupnosti preko računala, telefona i drugih uređaja „živi s nama“. Apsiracije koje su postojale pri početku interneta bi to smatrale uspjehom, no oblik digitalne domene koju imamo je konstruirana za svrhu profita. U potrazi za profitom su tvrtke otkrile načine na koji mogu monetizirati višak užitka i neznatan jouissance sa svrhom zadržavanja korisnika na njima.

U više poglavlja u radu se događa trenutak gdje se putem digitalne domene pokazu uzroci naših želja na „otvoreniji“ način. Načini dolaska do viška užitka i neznatnog jouissanca odvojeni od materjalnosti i sa konstantnom mogućnosti pristupa njima kao da se ispoljavaju na način gdje još očitije potvrđuju Lacanov psihoanalitički sustav. Tako na primjeru dijeljenja možemo primjetiti da se u određenoj interakciji s digitalnom domenom utjelovljuje način na koji želimo, dok putem uspješnost zadržavanja korisnika na „bazarima sadržaja“ može se primjetiti uspješnost primjenjivanja logike frustracije nagona. Žižeka nada za otkrivanjem pravih potreba i uživanjem u njima tek nakon što smo prošli kroz višak je stavljeno na kraju rada kao

#### 4. Popis literature

1. A Tour of Lacan's Graph of Desire (2020, travanj). LacanOnline. Youtube Video. Pristupljeno (20.08.2022) preko [https://www.youtube.com/watch?v=67d0aGc9K\\_I&ab\\_channel=LacanOnline](https://www.youtube.com/watch?v=67d0aGc9K_I&ab_channel=LacanOnline)
2. Bailly, L. (2012). Lacan: A Beginner's Guide. Internet Archive. Preuzeto (10.07.2022) s <https://ia800709.us.archive.org/23/>
3. Binge. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. Pristupljeno (01.09.2022) preko <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/binge>
4. Brenner, L. (2019, prosinac). Lacan, the Phallus, and the Oedipus. Stillpoint. Youtube video. Pristupljeno (02.09.2022) preko <https://youtu.be/1cKaLM403Yg>
5. Evans, D. (1996) An Introductory Dictionary of Lacanian Psychoanalysis. New York: Routledge
6. Flisfeder, M. (2021). Algorithmic Desire: Toward a New Structuralist Theory of Social Media. Evanston: Northwestern University Press
7. Hewitson, O. (2015). What Does Lacan Say About... Jouissance?. LacanOnline.com. Pristupljeno (20.07.2022) preko <https://www.lacanonline.com/2015/07/what-does-lacan-say-about-jouissance/>
8. Hojsak, I. (2021). Opsesija produktivnošću. Dabar: Digitalni akademski arhivi i repozitorij. Preuzeto (02.09.2022) s <https://dabar.srce.hr/islandora/object/ffri:2908>
9. Johnston, A. (2018, jesen). Jacques Lacan. The Stanford Encyclopedia of Philosophy. Pristupljeno (20.7.2022) s <https://plato.stanford.edu/archives/fall2018/entries/lacan/>
10. Kirshner, L. (2005) Rethinking Desire: The Objet Petit A in Lacanian Theory. ResearchGate. Preuzeto (20.05.2022) s [https://www.researchgate.net/publication/7915207\\_Rethinking\\_Desire\\_The\\_Objet\\_Petit\\_A\\_in\\_Lacanian\\_Theory](https://www.researchgate.net/publication/7915207_Rethinking_Desire_The_Objet_Petit_A_in_Lacanian_Theory)
11. Lacan, J., Fink, B. (2013). The Triumph of Religion: preceded by Discourse to Catholics. Cambridge: Polity Press.
12. Lacan, J., Fink, B., Grigg, R. (2006). Écrits: The First Complete Edition in English. New York: W. W. Norton & Company

13. Lacan, J., Miller, J. A., Grigg, R. (1991). *The Seminar of Jacques Lacan: The Other Side of Psychoanalysis*. New York: W.W. Norton & Company
14. Lacan, J., Miller, J. A., Sheridan, A. (1998). *The Seminar of Jacques Lacan: Book XI The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis*. New York: W. W. Norton & Company
15. Milanko, A. (2010, ožujak). Poredak Realnog u lakanovskoj psihoanalizi. Hrčak. Preuzeto (20.07.2022) s <https://hrcak.srce.hr/72769>
16. Roser, M., Ritchie, H., Ortiz-Ospina, E. (2015). Internet. Our World in Data. Pristupljeno (02.09.2022) preko <https://ourworldindata.org/internet#licence>
17. Wright, P. J., Tokunaga, R., Kraus, A., Klann, E. (2017, ožujak). Pornography Consumption and Satisfaction: A Meta-Analysis: Pornography and Satisfaction. ResearchGate. Preuzeto (30.08.2022) s [https://www.researchgate.net/publication/314197900\\_Pornography\\_Consumption\\_and\\_Satisfaction\\_A\\_Meta-Analysis\\_Pornography\\_and\\_Satisfaction](https://www.researchgate.net/publication/314197900_Pornography_Consumption_and_Satisfaction_A_Meta-Analysis_Pornography_and_Satisfaction)
18. Žižek, S. (2008). *The Plauge of Fantasies*. London: Verso
19. Žižek, S. (2016, travanj) 'Masterclass on Excess' by Slavoj Žižek. Day 1: 'From Pleasure-in-Pain To Surplus-Enjoyment'. Youtube video. Pristupljeno (05.09.2022) preko <https://youtu.be/dMc09dAMiR8>
20. Žižek, S., Zupančić, A., Dolar, M. (2017, studeni) Žižek and Friends: Philosophy, Psychoanalysis and the Spaces Between. Youtube video. Pristupljeno (11.08.2022) preko <https://youtu.be/K81xpxYLcsQ>



## 5. Sažetak

Internet se promijenio u od svojeg začetka, te se uz tu promjenu dogodila i promjena u načinu korištenja njega samoga. Ovaj rad pokušava spojiti Lacanov psihoanalitički sistem tumačenja nastanka želja i način konzumiranja interneta u današnjici, putem pojmova “jouissance” i “objet petit a”. Društvene mreže i platforme sličnog tipa imaju poticaj zadržati korisnika na njihovim stranicama radi profita, te su u tu svrhu pretvorile listanje, kao način kretanja niz internet, u svrhu za sebe. Radi prisutnosti “hustle kulture” u društvu, osoba traži kontrolu nad svojim vremenom putem prekomjerne konzumacije sadržaja. Pornografske stranice “kao da vode” osobu “onkraj principa užitka”. Stvaranje i održavanje fantazije “objet petit a” nije nikad lakše uz prisustvo društvenim mreža kao određenog tipa “digitalnog prozora”, dok funkcija dijeljenja na njima samo donosi na vidjelo ono što je oduvijek bilo tu, da je “želja uvijek želja Drugoga”.

The internet has changed since its inception, and with that transformation follows a new way of using it. This paper tries to connect Lacan's psychoanalytic system of interpreting desire with the way the internet is being used today, by way of concepts “jouissance” and “objet petit a”. Social networks and similar platforms have an incentive to keep the user on their page because of profit and with this purpose has made scrolling, as a way of moving through the internet, into a purpose of its own. The presence of “hustle culture” makes it so that a person searches for control over his/her time with bingeing. Pornographic sites function “as if guiding” the user “beyond the pleasure principle”. The construction and maintenance of the fantasy “object petit a” was never easier due to social networks functioning as a kind of “digital window”, whilst the function of “sharing” on them only shows what was already there, that “desire is always a desire of the Other”.

