

Ψηφιακότητα – Αισθητικοποίηση – Αυτονομία Συναισθήματος (Προλεγόμενα)

Το παρόν τεύχος της *Ουτοπίας* εξετάζει μια ορισμένη υπόθεση: για να κατανοήσουμε τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης (social media), τα οποία χαρακτηρίζουν την ψηφιακή επικοινωνία της τελευταίας δεκαετίας, χρειάζεται να διαπραγματευθούμε ξανά τους όρους με τους οποίους σκεφτόμαστε τις σχέσεις ανάμεσα στην εικόνα, τη γλώσσα και τα συναισθήματα. Στερεοτυπικά μιλώντας, τα κοινωνικά μέσα είναι εικονικές (virtual) πλατφόρμες που στήνονται μέσω των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας (ICT), και οι οποίες λειτουργούν ως μέσα αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας μεταξύ ατόμων και ομάδων ατόμων, συγκροτώντας αυτό που είναι ευρέως γνωστό αλλά όχι και εξίσου ευσύλληπτο ως «διαδικτυακές κοινότητες». Το Facebook, λόγω της αναγνωρισιμότητάς του, ίσως είναι το καλύτερο παράδειγμα. Το YouTube, επίσης, παρότι συνιστά περισσότερο ένα δίκτυο διαμοιρασμού –βίντεο συγκεκριμένα– έχει από καιρό προσθέσει λειτουργίες που προσωποποιούν έναν λογαριασμό, προσομοιώνοντας έτσι ένα δίκτυο επικοινωνίας μεταξύ προσώπων (συγκρότηση καναλιού, δυνατότητα σχολιασμού, εγγραφή σε άλλα κανάλια, ειδοποιήσεις, ενδείξεις «μου αρέσει/δεν μου αρέσει» κ.ά.). Οι βιβλιογραφίες της επικοινωνίας και των μέσων ενημέρωσης έχουν από καιρό διερευνήσει τα τοπία κοινωνικότητας που έχει διανοίξει η ψηφιακή δικτύωση και η εκθετική αύξηση των ρυθμών στην κυκλοφορία ειδήσεων, εικόνων, ιδεών και τρόπων ζωής (lifestyles).

Στους πιο συστηματικούς και ίσως κριτικούς προβληματισμούς των θεωρήσεων των σπουδών Νέων Μέσων (New Media studies), όμως, αυτή η εντατικοποίηση των ρυθμών στην ενημέρωση και την επικοινωνία σχετίζεται με τη συμμετοχή στις διαδικτυακές πλατφόρμες με έναν πολύ ειδικό τρόπο: *η επικοινωνία ακολουθεί την τροπικότητα της διασύνδεσης των υποκειμένων*. Αυτό το επιχείρημα είναι διατυπωμένο ήδη από τη δεκαετία του 1960 από τον Μάρσαλ Μακλούαν και συγκεκριμένα ως εξής: το μέσο είναι το μήνυμα. Ωστόσο, όταν αναφέρεται

* Ο Λέανδρος Κυριακόπουλος είναι Υπότροφος του ΚΕΑΕ και Διδάσκων στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

στα ψηφιακά δίκτυα και ειδικά στα κοινωνικά μέσα, το επιχείρημα αυτό, ακόμα και ως μεταφορά, προσλαμβάνει καινοφανείς διαστάσεις: Η επικοινωνία δεν διαδραματίζεται μεταξύ υποκειμένων· διαδραματίζεται μεταξύ αισθητοποιημένων ψηφιακών ιχνών που μετακινούνται και αλληλεπιδρούν όταν τα υποκείμενα-χρήστες των μέσων δεσμεύονται συναισθηματικά στις απεικονίσεις και τις μετακινήσεις των άλλων ψηφιακών ιχνών. Το διακύβευμα της συμμετοχής στις πλατφόρμες των κοινωνικών μέσων, δηλαδή, δεν αφορά τις «νέες κοινότητες» ή τις «νέες κοινωνικότητες» επικοινωνίας απλά και μόνο. Μια τέτοια προοπτική παραγνωρίζει τις δυνητικότητες που τα νέα μέσα δημιουργούν στο ιστορικό παρόν. Το διακύβευμα της συμμετοχής στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης αφορά την τεχνική ονομαστικοποίηση των κοινωνικών συμπεριφορών και πρακτικών παρουσίασης σε μια τεχνολογία ορατότητας, και τη διέγερση του ενδιαφέροντος των ατόμων ώστε να επιθυμούν να εμφανίζονται εκεί. Το υποκείμενο, δηλαδή, δεν συμμετέχει απλά σε νέες κοινότητες· στον βαθμό που επιθυμεί την παρουσία του στα κοινωνικά μέσα, μαθαίνει να εκφράζεται *εικονικά* και ταυτόχρονα «εκπαιδεύεται» συναισθηματικά.

Αυτός ο προβληματισμός ανήκει ενδεχομένως στην παράδοση των κριτικών θεωρήσεων της νεωτερικότητας, οι οποίες διατηρούν έναν σκεπτικισμό για τα πολιτικά προγράμματα που αξιώνουν τον «εκδημοκρατισμό» της συμμετοχής στον δημόσιο βίο. Ο σκεπτικισμός έγκειται, κυρίως, στο ότι τέτοιες πολιτικές αξιώσεις υποκύπτουν σε μια απαίτηση για την εκπαίδευση του υποκειμένου και τον επιπολιτισμό των αισθήσεών του στη βάση πολιτειακών προτύπων συμμετοχής στα κοινά. Στα κριτικά αφηγήματα της νεωτερικότητας, δηλαδή, ο «κίνδυνος» τέτοιου είδους προγραμμάτων έγκειται στο ότι το βάρος της εκπλήρωσής τους εναποτίθεται στο υποκείμενο με τη μορφή μιας εκ των άνω προπαιδευτικής της «προσωπικής του έκφρασης» και μιας «αναγκαίας» έως επιτακτικής κοινωνικοποίησης των συναισθημάτων του. Η αρνητική διαλεκτική της «παραδοσιακής» κριτικής θεωρίας (της σχολής της Φρανκφούρτης) που ταλανωνόταν ανάμεσα στη «μαζική κουλτούρα» της πολιτιστικής βιομηχανίας από τη μία πλευρά (η οποία αισθητοποιεί την έκφραση) και την «αισθητικοποίηση της πολιτικής» από το ναζιστικό καθεστώς από την άλλη (που επιδιώκει την κανονικοποίηση του *προσώπου* και της δημόσιας συμμετοχής) είναι παραδειγματική ως προς την έκθεση του κινδύνου αυτού. Τέτοιου είδους πολιτικά προγράμματα φαίνεται, πράγματι, να συνεργάζονται υποδειγματικά με τις Καλές Τέχνες. Η τέχνη του υψηλού, ως η τέχνη της απεικόνισης της αισθητικής πρόσληψης, αποκτά εδώ την αρμοδιότητα να απεικονίζει υπερβατικά σχήματα οικουμενικού εκκοινωνισμού και, μαζί, να συστήνεται ως μια μήτρα για την ανάπτυξη τεχνικών που θα διαπαιδαγωγούν το υποκείμενο ως προς έναν τέτοιο σκοπό.

Το κατά πόσο τα κοινωνικά μέσα συνιστούν την πραγματοποίηση (reification) ενός πολιτικού προγράμματος αποτελεί, ίσως, ένα πολύ ενδιαφέρον ερώτημα, αφού πραγματικά ως παράγωγα των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας προσομοιώνουν πρότυπα δημόσιων σφαιρών και πρακτικές κοινωνικής έκφρασης και συμμετοχής. Τα κοινωνικά μέσα της εποχής μας, όπως, π.χ., τα TripAdvisor, Airbnb, Instagram, Twitter κ.ά., είναι ένα ελάχιστο δυνατό υποπροϊόν των ψηφιακών δυνατοτήτων. Ως εμπορικές πλατφόρμες που προσδοκούν και επιδιώκουν τη συμμετοχή, εξαντλούν τη δυνατότητα της μαζικής κοινωνικής δικτύωσης στον κατώτατο κοινό παρονομαστή: την εικονική προβολή μας αυτεξούσιας προσωπικότητας. Όπως εύστοχα διέβλεψε ο Ζιλ Ντελέζ (Gilles Deleuze) στο *Υστερόγραφο για τις Κοινωνίες του Ελέγχου* (1992: 6), «οι κοινωνίες του ελέγχου λειτουργούν με μηχανές τρίτου τύπου, υπολογιστές», στις οποίες το υποκείμενο αναπτύσσει τη συμπεριφορά του μέσα σε «διακριτές μήτρες» (ό.π.: 4) και όπου ο έλεγχός του αφορά τη συνθήκη του να κατοικεί «μια αυτο-παραμορφούμενη μήτρα που αλλάζει συνεχώς από τη μια στιγμή στην άλλη» (ό.π.). Στις «κοινωνίες του ελέγχου», το υποκείμενο (μαθαίνει να) εκφράζεται μέσα από τεχνικά τροποποιήσιμα πρότυπα αλήθειας που ως φόρμες λειτουργούν αρχειοθετώντας τις «συμπεριφορές». Αυτή η συνθήκη συμπυκνώνεται παραδειγματικά στην περίπτωση των κοινωνικών μέσων: Οι αναπαραστάσεις του εαυτού αρθρώνονται ως κινούμενα σημεία για να αποκριθούν σε άλλες αλγοριθμικά επιλεγόμενες απεικονίσεις· οι μετακινήσεις των ψηφιακών ιχνών καταγράφονται και αποθηκεύονται για στατιστικές αναλύσεις και για τις ανάγκες της πολιτιστικής διαχείρισης· οι κοινωνικές μηχανικές, όπως τα «likes», «comments», «follows», «posts», το χτίσιμο του προφίλ, αναπτύσσονται στα πρότυπα της δημόσιας ορατότητας του γούστου, των προσωπικών δεξιοτήτων και της υποκειμενικής γνώμης· και οι ιστορίες των υποκειμένων στο «timeline» ξεδιπλώνονται εμπρόθετα και καταφατικά όταν τα επιμέρους εικονικά συμβάντα ανταποκρίνονται στα συναισθήματά τους· όταν δηλαδή χτυπάνε στα «σωθικά» ή αντιστοιχούν σε προσδοκίες και επιθυμίες.

Για να κατανοήσουμε τον ρόλο των συναισθημάτων στη λειτουργία των κοινωνικών μέσων δεν θα πρέπει να τα αντιμετωπίσουμε ως ενικότητες. Περισσότερο φαίνονται σαν επιμέρους θυμικές «αντηχήσεις» σε ερεθίσματα που δέχεται ένα σώμα καθώς αναπτύσσεται μέσα σε πλέγματα ενεργειών· και, αντίστοιχα, το θυμικό (affect) καθίσταται ένας χώρος δυνητικότητας των αποκριτικών ενεργειών του σώματος. Η απορία για τον ρόλο των συναισθημάτων προκύπτει καθώς τα νέα μέσα εμφανίζονται να κοιτούν επίμονα αυτόν τον χώρο ώστε να έρθουν όλο και πιο κοντά στους σωματικούς τρόπους έκφρασης και να τους διαμεσολαβήσουν. Το επίκεντρο των νέων μέσων δεν είναι τα «προϊόντα» της σωματικής έκφρασης (οι εικόνες, τα σύμβολα, οι λέξεις) αλλά οι σωματικές αποκρίσεις, και ως εκ τούτου το θυμικό. Μια σειρά από συγγραφείς της φιλοσοφίας της εξέλιξης

(δηλαδή του δυνητικού), όπως οι Σπινόζα, Μπερξόν, Whitehead και Ντελέζ, ανασύρονται στην κριτική θεωρία των νέων μέσων για να εξεταστεί αυτή η σχέση. Ίσως η επένδυση στην κατανόηση (της σημασίας) των συναισθημάτων να μην έρχεται τυχαία από τα μέσα της δεκαετίας του 1990. Είναι η εποχή που εισάγεται η τεχνική δυνατότητα της εικονοποίησης του ψηφιακού ίχνους και της διαδικτυακής επικοινωνίας μέσω της web 2.0 τεχνολογίας.

Η θεωρητικός των μέσων Πατρίσια Κλαφ (Patricia Clough) θα ονομάσει «θυμική στροφή» (affective turn, 2008) αυτή την επιστημολογική «διεκδίκηση» μιας ερμηνευτικής που θα κινείται πριν και ανάμεσα από τα σημεία, τα σύμβολα, τις ιδεολογίες, τους Λόγους και τα «καθεστώτα Αλήθειας». Η «αναγκαιότητα» αυτής της στροφής δεν αφορά κάποιο είδος εξελικτικής εκλέπτυνσης της θεωρητικής σκέψης απέναντι στα κοινωνικά φαινόμενα που την αφορούν. Είναι ίσως καλύτερα να συλλογιστούμε αυτή τη «στροφή» με τον τρόπο που η Σούζαν Μπακ-Μορς (Susan Buck-Morss 1996) ιστοριοποιεί τη φαινομενολογία, συσχετίζοντάς τη με την εμφάνιση του κινηματογράφου: την ξεετάζει ως μεταφυσική θεώρηση ενός διανύσματος στην αισθητική πρόσληψη του κόσμου, το οποίο προστίθεται από τα τεχνικά μέσα διαχείρισης των αισθητήριων εντυπώσεων – συγκεκριμένα από την κινηματογραφική κάμερα. Πράγματι, η Κλαφ από τη μεριά της θα αναφερθεί στην «πληροφοριακή στροφή» (datalogical turn, 2013) για να εντοπίσει την αναγκαιότητα μιας θεωρίας του συναισθήματος στις τεχνολογικές μετατοπίσεις που λαμβάνουν χώρα στο ιστορικό παρόν του 21ου αιώνα. Σαν μια κατά Κουν (Kuhn) μετατόπιση επιστημονικού παραδείγματος –όπου η κανονικότητα των θεωριών έλκεται από το ιστορικό βάρος των φαινομένων– η τρέχουσα θεωρητική επένδυση στο θυμικό ακολουθεί τη διάνοιξη ενός διανύσματος στην *αισθητική* που επισυμβαίνει με τις τεχνολογίες της πληροφορίας. Και αυτό το διάνυσμα «προστίθεται» από την πληροφορική κωδικοποίηση του «οντολογικού πεδίου». Η επιστήμη της κυβερνητικής έχει ως ενδιαφέρον αυτήν ακριβώς τη «μετάφραση» ενός βιοφυσικού πεδίου σε πληροφορικό. Και αν την τελευταία δεκαετία έχει αναπτυχθεί ένα έντονο κριτικό ενδιαφέρον για τη νέα συνθήκη της συλλογής «μεγάλων σειρών δεδομένων» (big data) –λόγω της σημασίας τους στην ανάλυση και τη διακυβέρνηση των κοινωνικών συμπεριφορών– αυτό συμβαίνει επειδή ήδη αναπτύσσεται η δυνατότητα άρθρωσης μιας πληροφορικής των κοινωνικών σχέσεων.

Τα κοινωνικά μέσα συνιστούν μια τέτοια προσαρμογή των τεχνολογιών πληροφορίας. Το ερώτημα των κοινωνικών μέσων, δηλαδή, αφορά τις συνθήκες δυνατότητάς τους· και στον παρόν τόμο συμπεριλαμβάνει μια κριτική διερεύνηση των επιπτώσεων της χρήσης τους τόσο στην αισθητική του εαυτού (στην υποκειμενική έκφραση μιας αίσθησης «αυθεντικότητας») όσο και στην παραγωγή «νέων» συναισθηματικών σχηματισμών. Η συσχέτιση του εκδημοκρατισμού της

εικονικής έκφρασης –τουτέστιν του δικαιώματος κάθε υποκειμένου να συμμετέχει στα κοινωνικά δίκτυα– με τις δυνατότητες των νέων μέσων είναι ουσιώδης. Το ερώτημα για τον υπολογιστή ως τεχνικό μέσο είναι ένα ερώτημα για την επισημοτεχνική δυνατότητα παραγωγής ιστορικής αλήθειας – συλλογικά αντικειμενοποιημένων συμβάντων. Και αυτό επειδή το προϊόν του ηλεκτρονικού υπολογιστή δεν είναι τα κοινωνικά μέσα αυτά καθαυτά. Το προϊόν του υπολογιστή είναι αυτό που εν είδει ερμηνευτικής περιεκτικότητας ονομάζεται στο παρόν πλαίσιο *ψηφιακότητα*: ένας δυνητικός χώρος παράγωγων συμβολοποιήσεων. Με λίγα λόγια, τα εικονικά σημεία, οι ιστορίες και τα συμβάντα που διαδραματίζονται στις ψηφιακές πλατφόρμες δεν ανήκουν σε «πολιτικές (ή δυϊστικές) κατηγορίες»· ανήκουν στον συναρτησιακό ορίζοντα μιας απεικονιστικής κειμενικότητας· και στην περίπτωση των κοινωνικών μέσων, αναμεσοποιημένης για να *προκαλούν* τη συμμετοχή.

Η αρχιτεκτονική των κοινωνικών μέσων προϋποθέτει και, κατά ένα μεγάλο μέρος, προοιδαίνει και προδιαθέτει την καθημερινή ενασχόληση του ατόμου με την εικονική του προβολή. Αυτή η ενασχόληση σημαίνει τη σωματική επένδυση στις γραμμές εντολών και τους μηχανισμούς κοινωνικής επαφής της κάθε πλατφόρμας ώστε το υποκείμενο να συμμετέχει με επαγγελματικές ή άλλες βιογραφίες, προσωπικά νέα, βιωματικές δημοσιεύσεις, συγκινητικά συμβάντα, καθημερινές ειδήσεις ή/και πολιτικές παρεμβάσεις. Σε περιπτώσεις που τα κοινωνικά μέσα διαμεσολαβούν την προώθηση ενός συγκεκριμένου οικονομικού ή αισθηματικού στόχου (όπως, π.χ., τα Academia, Uber και Tinder), το άτομο έρχεται ακόμη πιο έντονα αντιμέτωπο με τη διασύνδεση της αίσθησης του εαυτού του με την «επιτυχημένη» εκδραμάτιση της εικονικής του παρουσίας. Σε αυτήν ακριβώς την «απόσταση» μεταξύ του προσώπου και του άβατάρ (avatar) του έγκειται ο προβληματισμός για την αυτονομία του συναισθήματος. Δεν είμαστε δηλαδή μάρτυρες μιας νέας επιδίωξης για «πειθάρχηση» ή «ρύθμιση» του σώματος. Στον βαθμό που στη νέα ψηφιακή συνθήκη «το υποκείμενο έχει γίνει “διαιρετό” (dividual)», όπως θεωρεί ο Ντελέζ (1992: 5), ο προβληματισμός αφορά το κατά πόσο υπάρχει το μέλημα για την πυροδότηση του θυμικού από τεχνολογολογικά διαμεσολαβημένα κοινωνικά ερεθίσματα ώστε το σώμα να *κινείται*· τόσο εντός των τεχνικά ονομαστικοποιημένων κοινωνικών ροών όσο και «μακριά» ώστε να δημιουργείται η ανάγκη για την ονομαστικοποίηση νέων. Τα κοινωνικά μέσα εμφανίζονται σαν ένας απόηχος του θυμικού *καπιταλισμού* (affective capitalism, Καρρι κ.ά., 2016), όπου η κεφαλαιοποίηση του συναισθήματος για την *επιτάχυνση* του σώματος αφορά «τη σύλληψη, τη δόμηση, και την προσαρμογή των υποδομών στις οποίες [το συναισθημα] κινείται» (ό.π.: 2).

Η αρχική υπόθεση, λοιπόν, μπορεί να διατυπωθεί ως εξής: Η «αυτονομία» των συναισθημάτων από τα σημεία (signs), με τη συνεχή πυροδότηση του θυμι-

κού, δημιουργούν τις συνθήκες για τον ριζωματικό πολλαπλασιασμό των εικόνων του εαυτού (και των άλλων) αλλά και για την περαιτέρω ταύτιση των μαζών σε κοινές αναπαράστασεις. Και η κριτική θέση της παρούσας προβληματικής είναι η ακόλουθη: Η κοινωνικότητα των κοινωνικών μέσων δεν μπορεί να κατανοηθεί όταν παραγνωρίζουμε την τεχνολογική διαμεσολάβηση του υποκειμένου με την «κυριολεξία» της εικονικής του παρουσίας: με το άβαταρ, την αποκαλυπτική είδηση, τη «λειτουργική» ταύτιση σε μια συλλογικότητα· και αυτό επειδή η συμμετοχή στις ψηφιακές πλατφόρμες επιτελείται «επιτυχημένα» όταν το υποκείμενο *παρα-κινείται* συναισθηματικά. Δεν είναι συμπτωματικό το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια της διάχυσης των κοινωνικών μέσων έχουν αυξηθεί τα δημοσιεύματα που προκαλούν σοκ στην κοινή γνώμη. Αν όπως διατείνεται ο Βάλτερ Μπένγιαμιν στο *Έργο Τέχνης*, το τεχνολογικό σοκ είναι ο τρόπος για την ταύτιση του υποκειμένου σε μια αισθητοποιημένη παράσταση, τότε στα κοινωνικά μέσα η παραγωγή σοκαριστικών συμβάντων είναι καταστατικό στοιχείο για την υποτίμηση (ή την ελαχιστοποίηση) της απόστασης μεταξύ του προσώπου και του άβαταρ· και ως εκ τούτου, η «βασιλική οδός» για την εμπρόθετη εμπλοκή με τις κοινωνικές μηχανικές (και το σωματικό άνοιγμα σε μια τάξη ερεθισμάτων που στοχεύει στο συναίσθημα), όπως και για τη συμμετοχή σε πλατφόρμες επικοινωνίας μέσα από μοντέλα αισθητοποίησης και αλγορίθμους που διακυβερνούν την εικόνα του εαυτού και την κυκλοφορία της ως πληροφορία.

Κατά πόσο, λοιπόν, η συναισθηματική υπεραξία που αποκτούν οι αναρτήσεις και τα δημοσιεύματα σχετίζονται με τα αισθήματα επίτευξης, εκπλήρωσης, αναγνώρισης που πυροδοτούνται στο υποκείμενο μέσα από κοινωνικές μηχανικές επιβράβευσης και αναστολής – μέσω των «likes», των «retweets» και των σχολίων των άλλων χρηστών; Κατά πόσο η ικμή μετάδοση των δημοσιεύσεων σχετίζεται με την ένταση που αποκτούν στα συγκεκριμένα των αλγοριθμικών συναρτήσεων; Πόσο «αληθινό» μπορεί να αποβεί ένα ψηφιακό συμβάν όταν τα υποκείμενα ταυτίζονται συναισθηματικά μαζί του; Πόσο «άλογα» συντελείται ένας συλλογικός συντονισμός σε εικόνες δύναμης, προστασίας ή οργής μέσα από την πυροδότηση αντιδραστικών συναισθημάτων – ειδικά σε συνθήκες καθημερινής διάρρηξης της αίσθησης ταυτότητας; Η παρούσα συλλογή κειμένων επιχειρεί μια κριτική διερεύνηση των ψηφιακών μέσων και των πλατφορμών δικτύωσης, σε σχέση με την εικόνα και την αναπαράσταση, τις αισθήσεις και το σώμα, την ταυτότητα και την ετερότητα, και σε σχέση με τα σημεία – τη μη εμπρόθετη, αλγοριθμική οργάνωση των σημασιών. Πρόθεση του παρόντος τόμου είναι να εμπλακεί ουσιαστικά με τις σύγχρονες θεωρίες των νέων τεχνολογιών, των συναισθημάτων, των αισθήσεων και της πληροφορίας ώστε να σκιαγραφήσει μια πολιτισμική ερμηνευτική του κοινωνικού σε συνθήκες ριζοσπαστικής κυκλοφορίας ομοειδών εικόνων και πολιτικών.

Αναφορές

- Buck-Morss, S. (1996), “Η κινηματογραφική οθόνη προσθήκη στην αντίληψη: Ένας ιστορικός απολογισμός”. Στο Κ. Νάντια Σερεμετάκη (επιμ.), *Παλινόστηση Αισθήσεων: Αντίληψη και Μνήμη ως Υλική Κουλτούρα στη Σύγχρονη Εποχή*. Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη, 111-140.
- Clough, P. (2008), “The Affective Turn: Political Economy, Biomedicine and Bodies”. *Theory, Culture & Society* 25(1), 1-22.
- Clough, P., Gregory, K., Haber, B., & Scannell, J. R. (2013), “The Datalogical Turn”. Στο P. Vannini (επιμ.), *Non-Representational Methodologies: Re-Envisioning Research*. New York & London: Routledge.
- Deleuze, G. (1992), “Postscript on the Societies of Control”. *October* 59, 3-7.
- Karppi, T., Kähkönen, L., Mannevo, M., Pajala, M., & Sihvonen, Tanja (2016), “Affective Capitalism: Investments and Investigations”. *Ephemera: Theory and Politics in Organization*, 16(4), 1-13.