

DOI: 10.32347/2786-7269.2023.5.370-380

УДК 72.01:130.2

к.філос.н., доцент **Покотило К.М.**,
pokotylo.km@knuba.edu.ua, ORCID: 0000-0002-7428-5411,
Творонович І.О.,
igorwork19@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8173-2139,
Київський національний університет будівництва і архітектури

ПРО ПОТЕНЦІАЛ ВИКОРИСТАННЯ ФЕНОМЕНОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ У ДОСЛІДЖЕННІ БАР'ЄРНИХ СИТУАЦІЙ В УНІВЕРСАЛЬНОМУ ДИЗАЙНІ

Робота присвячена дослідженню сприйняття індивідами (ексклюзивних) об'єктів, в навколишньому середовищі. Також описаний потенціал екстраполяції феноменологічного методу у площину науки про дизайн, оскільки дизайн сприймається як соціальний та інтерсуб'єктивний процес. У статті пропонується теза, що феноменологічна методологія, на відміну від аналітичної, (концентрується на дослідженні) саме «причин», смислів об'єкту дизайну а також досліджує смислопродукуючі конструкції, що впливають на формування об'єкту у процесі його виникнення. Пропонується думка, що дослідивши саме контекстуальну історію процесу створення певного об'єкту універсального дизайну, а не вже готовий (завершений) об'єкт, можна виявити смислопродукуючі чинники, характерні контекстуальні особливості соціального (або фізичного) середовища, що вплинули на те чи інше рішення дизайнера на різних етапах процесу створення дизайну. Феноменологічні методи мають потенціал стати цінним інструментом для дослідження явищ універсального дизайну, зокрема для аналізу бар'єрних ситуацій.

Ключові слова: феноменологія; ерочé; ексклюзія; універсальний дизайн; інклюзія; інтерсуб'єктивність; бар'єрна ситуація.

Постановка проблеми та аналіз досліджень.

Універсальний дизайн, орієнтований на створення доступного та комфортного середовища для різних груп людей, спонукає нас звертатися до феноменології — філософського напрямку, який ставить досвід та сприйняття в основу свого вивчення. Філософські концепції відомих феноменологів, таких як Едмунд Гуссерль, Макс Шелер та Моріс Мерло-Понті, можуть виявитися цінними інструментами для розуміння та аналізу взаємодії з дизайном у контексті універсального дизайну.

Зокрема, концепції Шелера щодо етики матеріальних цінностей, емоцій та емпатичного досвіду, в контексті універсального дизайну, можуть

виокремлювати той важливий аспект взаємодії між людьми, який дизайн повинен враховувати. Цей підхід дозволяє поглибити розуміння того, як людська взаємодія та моральний досвід формує цінності універсального дизайну.

Мерло-Понтівське розуміння "тіла" та "предмету" може бути використане для розкриття, як саме людина взаємодіє з процесом та предметами дизайну та як ця взаємодія може бути поліпшена для всіх користувачів. Засновані на принципах гуссерлівської феноменології, дослідження дизайну може фокусуватися на аналізі "інтенціональності" сприйняття та взаємодії, враховуючи різноманіття індивідуальних досвідів.

Такий підхід до універсального дизайну, спрямований на феноменологію, може відкривати нові можливості для розробників, роблячи дизайн більш інклюзивним і враховуючим різноманітність людського досвіду у взаємодії з оточуючим світом.

Як зазначає Е. Штайнфельд, будь-яке матеріальне втілення універсального дизайну ймовірно вже є по суті ексклюзивним (не інклюзивним). [1] Будь-який об'єкт, будь-який архітектурний простір, втілений у реальність, вже матиме не інклюзивні елементи для якоїсь групи населення. Адже створення чогось настільки універсального, наскільки це можливо, для кожної окремої категорії населення здається не зовсім можливим не в останню чергу через брак ресурсів. [1] Із появою будь-якого об'єкту дизайну, логіка інклюзії автоматично «забігає наперед», прогресує, знаходячи вади у існуючому дизайні та пропонуючи вже наступні «ще інклюзивніші» форми та ставлячи нові питання щодо тільки що створеного об'єкта дизайну. Іншими словами пропонується думка, що все, що є матеріальне матиме певний рівень «неспівпадіння» або «неточність відтворення» у порівнянні із умовним ідеальним конструктом. Саме неточності відтворення, які є по суті унікальними для кожного матеріального об'єкта дизайну і будуть вважатись нами ознаками його ексклюзивності.

Основна частина

Інклюзію можна розглядати як постійно незавершений процес, який інтегрований у феномені процесу дизайну. У цьому контексті логіка «включення» подібна до діалектичного принципу. Бо кожне нове покращене втілення дизайну, все одно матиме певні вади, якщо порівнювати його із ідеальним конструктом. Іншими словами: пропонується теза, що завжди знайдеться група людей, для яких певний простір або елемент дизайну буде не інклюзивним.

Аби зрозуміти смисл інклюзії, можна спробувати поглянути на логіку ексклюзивності. Кожен елемент дизайну сприймається людиною, як

«ексклюзивний» (через ексклюзивний характер ситуації сприйняття та водночас через унікальну структуру та характеристику матеріальності кожного об'єкта) проте деякі ексклюзивні елементи за певних обставин стають (починають сприйматись як інклюзивні) інклюзивними.

Якщо прийняти тезу, що кожен об'єкт проектування має ексклюзивний і унікальний характер, то досліджувати його порівняльно-кількісними методами ймовірно буде недоцільно, оскільки це спрощує сприйняття об'єкта та виключає вплив контексту. Аналітичний метод дозволяє описати властивості (матеріальності) об'єкта, але ніколи не дозволяє зрозуміти ані внутрішній смисл (зміст) об'єкта ані причини та принципи його використання і сприйняття іншими людьми.

За такою логікою, можна припустити, що оскільки кожен бар'єр є також принципово ексклюзивним і кожна ситуація людського сприйняття бар'єрів контекстуальна та унікальна, то вивчення проблем бар'єрів та універсального дизайну взагалі потребує використання принципово іншого підходу, що концентрувався би на дослідженнях контекстів, смислів та смислопродукуючих факторів, деталей процесу а саме феноменологічної методології та якісних досліджень а не кількісних.

Із цього слідує, що також варто підкреслити важливість дослідження, інтерсуб'єктивних факторів та конструкцій, які дозволяли б зрозуміти причину формування того чи іншого об'єкта під час вивчення процесів універсального дизайну.

Оскільки об'єкт дизайну, створюється для певного «бенефіціара» «іншого», то у його розробці умовний «творець» (як одна людина або ж «етос») послуговується (зрозумілими іншим а отже «спільними») конструкціями, що характерні для того чи іншого соціально-культурного середовища, тобто для певної спільноти («етосу») (4) (тими ж дискурсами та конструкціями мусить послуговуватись і бенефіціар дизайну). У такому випадку цілі, методи дизайну будуть детерміновані локальним соціально-політичним контекстом та притаманними (актуальними) для нього «ціннісним ієрархіями», у рамках яких працює умовні автор та бенефіціар об'єкта дизайну. Тож можна стверджувати на процес дизайну впливають інтерсуб'єктивні (тобто спільні) чинники, що доволі абстрактно описуються понятійними конструкціями характерними для феноменологічного дискурсу.

У даній ситуації можна розглядати потенціал позиції та методологію (соціогенетичної точки зору), запропоновану К. Мангеймом для аналізу інтерсуб'єктивних процесів та соціокультурних явищ, яка базується на тому, що світ і соціальні процеси не піддаються спостереженню як такі, але можна досліджувати самі процеси, які сформували ці артефакти або простори.

Ймовірно, можна говорити про потенціал застосування такої позиції щодо дослідження та аналізу процесів дизайну, оскільки практика дизайну також є інтерсуб'єктивним (а отже колективним) соціальним процесом. [2]

Теза полягає в тому, що слід аналізувати ще незавершений процес проектування та виявляти деталі процесу створення артефакту, коли реальність ще «конструюється», щоб краще розпізнати локальний контекст та історію появи елементів універсального дизайну в конкретному випадку.

Тому частину досліджень можна проводити в просторах, які ще знаходяться в процесі створення. Таке дослідження матиме на меті вивчення інтерсуб'єктивних процесів, які так чи інакше впливають на створення того чи іншого артефакту, тобто йдеться про дослідження виникнення сенсу (смыслопродуктування) цього артефакту та самого простору.

Екстраполяція феноменологічних методів (та методології якісних досліджень) у науку про дизайн (та практику аналізу універсального дизайну в цілому) може бути виправдана саме інтерсуб'єктивною та соціальною природою процесу проектування.

Особливо важливим методологічним принципом у феноменології – є принцип *epoché*, який вперше ввів і використовував німецький філософ і математик Едмунд Гуссерль.

Epoché в інтерпретації Гуссерля означає "утримання від судження" або «виведення за дужки». Гуссерль ввів цей термін, щоб підкреслити необхідність вивчення явищ без попередніх упереджень і впливу наукових теорій чи вірувань.

Цей метод дозволяє досліджувати явища так, як вони виявляються у свідомості, незалежно від будь-яких зовнішніх або теоретичних конструкцій. За допомогою *epoché*, феноменологи прагнуть звертати увагу на те, як ми відчуваемо та сприймаємо світ, не припускаючи заздалегідь, що цей світ має певні властивості чи структури.

Важливо зауважити, що *epoché* - це методологічний прийом, а не ствердження про те, що об'єктивна реальність не існує. Вона використовується для того, щоб відокремити явища свідомості для подальшого аналізу, і не є ствердженням про їхнє неіснування чи відсутність значення.

У контексті універсального дизайну принцип *epoché* може допомогти дизайнерам зрозуміти потреби та бажання людей з різноманітними можливостями, не покладаючись на свої власні упередження про те, як такі люди повинні взаємодіяти з навколишнім світом. Наприклад, дизайнер, який розробляє продукт для людей з обмеженим зором, може використовувати принцип *epoché*, щоб уявити себе людиною з обмеженим зором. Це допоможе

дизайнеру зрозуміти, як такі люди сприймають світ і як вони можуть взаємодіяти з предметами дизайну.

Застосування принципу *erosché* є не простим завданням, але це може бути цінним інструментом для дизайнерів, які прагнуть до створення предметів та середовищ, які є доступними для всіх людей.

За подібною логікою можна проаналізувати досвіди переживання бар'єрів (бар'єрних ситуацій), намагаючись прослідкувати за кожним етапом їх створення таким чином виокремивши саме «смыслопродукування» а значить і дослідити процес їх утворення в середовищі. Таким чином вивчення самих бар'єрів може показати нам проекцію їх «відсутності». Дослідження походження та смислів у (кожній контекстуальній) бар'єрній ситуації може відкрити бачення альтернативи «бар'єрам» тобто «доступності». Слід наголосити про важливість деталей локального контексту, що упускається в аналітичному підході. Переживання кожного бар'єру індивідом буде унікальним і вихід із бар'єрної ситуації теж потребуватиме унікального а не типового методу вирішення.

Можна сказати, аби зрозуміти інклюзію, варто вивчити історію виникнення ексклюзії. Достатньо часто ціллю «доступного» або «безбар'єрного» дизайну дослідники називають відсутність бар'єрів у середовищі. Проте через багатовекторність та фрагментарну природу феномену (інтенційної) свідомості бар'єром у певній ситуації може виступати будь-який «матеріальний» об'єкт навколишнього середовища, тож підхід, що має на меті «знищення» бар'єрів є не надто виправданий. Таким чином, нами підкреслюється потенціал для переміщення оптики аналізу з дизайну об'єктів, призначених для умовного «знищення» або усунення бар'єрів із життєвого середовища, до вивчення матеріальності та значення самих бар'єрів.

Пропонується думка про те, що важливо дослідити походження самих артефактів, які (у певній ситуації) почали сприймаються як бар'єри, щоб визначити їхнє початкове значення.

Вивчення історії об'єкта дизайну дозволяє нам виокремити мотиви, та смыслопродукуючі фактори а отже зрозуміти і розпізнати, яка група людей (та у який час, у якому соціально-політичному середовищі) починає сприймати певний об'єкт як бар'єр, а яка ні. Отже, вивчення сенсу дій дозволяє нам побачити межі самого «бар'єру» (а саме межі бар'єрної ситуації, де?, коли? і ким був сприйнятий той чи інший об'єкт як бар'єр?). Постає потреба в уточненні меж самої бар'єрної ситуації.

Такий підхід дослідження виникнення смислу дії допомагає з'ясувати, для якої конкретної групи населення даний дизайн (у певному місці у та у

певний час) стає бар'єром. і як інші групи взаємодіють з бар'єрами «інших» людей чи груп населення.

Можна припустити, що кожна група людей має свої «бар'єри». Іноді різні групи людей бачать «спільні бар'єри», але повністю позбутися поняття бар'єрів неможливо, оскільки це поняття є радше феноменом системи сприйняття світу (а отже свідомості). У цьому контексті Універсальний дизайн можна розглядати як початок науки про бар'єри.

Таким чином питання полягає не в тому, що може вирішити проблему дизайну, а в тому, як дослідити, як ця проблема виникла. Іншими словами питанням є не «що є бар'єром в реальності?» А «як об'єкт став бар'єром?»

Ймовірно, бажання швидко вирішити проблему (до прикладу: людина з інвалідністю не може увійти в будівлю) може віддалити дослідника від причин і смислів, які закладені в цьому «умовно проблематичному» просторі. Практика універсального дизайну може зосередитися на поглибленому контекстуальному вивченні простору, щоб визначити вже існуючі власні елементи, які можуть забезпечити непряме (невидиме) рішення.

Проблематика та методологія якісного дослідження були достатньо пророблені у межах феноменологічного філософського дискурсу. Термін «феноменологія» з'являється в працях Г. Гегеля, але повноцінне становлення феноменологічного методу, пов'язане з визначенням феноменології як науки про феномени, міститься в працях німецького філософа Едмунда Гуссерля.[9]

Феноменологія із часом утвердилася як наука, що вивчає структуру і зміст свідомості, через суб'єктивність. Замість позитивістського світу об'єктивних абстракцій Гуссерль пропонував повернутися до «життєвого світу» людини в усій його «суб'єктивній повноті». [5] Центральною проблемою стає не дослідження незалежно існуючого світу, а дослідження світопродукування (продукування сенсів) людьми.

Спроба екстраполяції феноменологічного методу у науку про дизайн можна трактувати не лише як спробу нівелювати об'єктивну реальність, а перш за все як спробу побачити дизайн речей в «дійсності їх суб'єктивності». Згідно із тезами феноменології реальність як така нам не дана а об'єктне поле реальності існує для сприймаючого суб'єкта лише в тому вигляді, в якому його конструює інтенціональна свідомість і, відповідно, суб'єкт отримує зміст, детермінований актуальним аспектом індивідуального досвіду.

Переважає більшість феноменологічних методів мають спільні базові «інтенціональні принципи» Е. Гуссерля, які стосуються вивчення інтенціональної свідомості як такої. [9]

Інтенціональність свідомості передбачає певний відбір (виділення та ієрархізацію) об'єктів сприйняття, а отже, включає ціннісний відбір цих об'єктів.

Таким чином особисті історії людей, задіяних у процесі створення простору або дизайну об'єкту, стають важливими. Через особисті історії можна буде розкрити особисті ціннісної ієрархії та принципи індивідуального «сміслопродукування» (виробництва сенсу), які безпосередньо створили цей простір або елемент дизайну.

Оскільки такі особисті ієрархії та точки зору можуть змінюватися, необхідно враховувати відсутність певної аподиктичності існування світу та реальності.

Феномен можливості зміни точки зору, позиції та форми проектування виникає передусім із багатовекторної та багатоваріантної природи реальності.

Як стверджує Х. Абельс - реальність - це завжди ескіз, над яким індивіди постійно працюють, вони роблять це за допомогою інструментів, які суспільство надає в їхнє розпорядження. [6]

З цього можна зробити висновок, що конструювання реальності та процес проектування відбуваються в інтерсуб'єктивному вимірі, тобто у процесі спілкування та взаємодії («Я») з «іншими» в конкретній контекстуальній соціальній ситуації. Можна сказати, що вчинки, дії та соціальні ролі детермінуються (визначаються) змістом, який вкладає в них індивід.

Коли процес соціальної взаємодії відбувається на основі феномену інтерсуб'єктивності, аналіз цих смислів, які детермінують дії особистості, стає актуальним. У твердженні А. Шютца про те, що «світ не мій особистий, а інтерсуб'єктивний, наш», міститься твердження про можливість «взаємності перспектив». Це у свою чергу вказує на можливість інтерсуб'єктивної реальності. [3]

На феномені взаємозамінності точок зору ґрунтується можливість подібного тлумачення світу та бар'єрів абсолютно різними соціальними групами та індивідами з абсолютно різним смислотворчим досвідом.

До прикладу взаємозамінність перспектив виглядає так: «віра в те, що якщо я поміняюся місцями з іншим (нею чи ним), займаючи його або її «місце тут», я буду бачити речі (об'єкти дизайну) так само, як він/вона.»

Та також можливість подібного аналізу світу ґрунтується на на можливості збігу систем цінностей і релевантності («віра в те, що інша людина за певних умов зможе оцінити певну ситуацію як я це роблю і вибере ті ж самі дії що і я»). І тому «я зможу бачити ті самі бар'єри і виконувати з ними ті ж дії, що й інший».

У цій системі те, що відбувається обмін точками зору, є вже ідеалізацією та спрощенням. Загальні системи релевантності та подібні спрощення пропонують «акторам процесу» гарантії для спільної дії (дій), але виникає питання про побудову конкретної дії або конкретного об'єкта проектування.

Якщо уникати спрощень, виникає питання про те, яка позиція все ж є найважливішою в конкретній дії. У дійсності якась сторона (дизайнер або ж бенефіціар дизайну) «жертвує» спрощує свої погляди, що базувались на унікальному досвіді.

Феноменологічний метод допомагає уникнути ідеалізацій, притаманні аналітичному дискурсові, ставлячи питання про глибинні структури виробництва смислів. При розробці конкретного дизайну дизайнер зосереджується на певній ціннісній позиції та певній ієрархії цінностей. Ця ієрархія цінностей вже імпліцитно містить ексклюзивність, оскільки вона базується на унікальному інтерсуб'єктивному досвіді дизайнера, що навряд чи повторюється. Тому при використанні об'єкта бенефіціар дизайну зустрічається із втіленнями ціннісної системи дизайнера. За такою логікою при зустрічі двох, несхожих втілень ексклюзивних ієрархій цінностей між ними не буде комунікації, оскільки без «спрощення якоїсь позиції» навряд чи виникне спільна позиція або ж феномен комунікації.

Проте цікавими залишаються випадки, коли навіть при неспівпадінні різних ексклюзивних систем цінностей бенефіціара дизайну та дизайнера ексклюзивний об'єкт виступав у ситуації як інклюзивний. Прикладом такого випадку може слугувати успішне використання пандусу, що був розроблений спеціально для потреб людей із вадами опорно-рухового апарату людьми із вадами зору або вагітними жінками. Або ж успішне засвоєння та використання у своїх цілях субтитрів багатьма групами людей, котрі розроблялись спеціально для потреб людей із вадами слухового апарату. Іншими словами у даних прикладах об'єкт дизайну, що базувався на ексклюзивній ієрархії цінностей, в реальному втіленні спрацював як дещо «спільне» та інклюзивне, хоча обидві ієрархії цінностей не зазнавали змін та навряд чи мали на меті створити умовні «спільні позиції».

Таким чином постає проблематика дослідження історій ситуацій у яких ексклюзивний об'єкт стає (або може стати) інклюзивним.

Подібно до феноменологічної соціології, феноменологічний метод, що застосовується для аналізу процесів у проектуванні може виявити ідеалізації та спрощення, за допомогою яких індивіди конституують і конструюють свій світ.

Ідеалізації на кшталт «Я можу робити ту ж саму дію знову і знову» або «Цей дизайн (який був втілений раніше) буде працювати і в цьому новому випадку теж, тому що цей дизайн працював раніше», або «я можу сприйняти один і той самий дизайн так само як і інший індивід» які роблять відносини індивіда зі світом надійними, критикуються зі сторони феноменологічних позицій думки, оскільки спрощують ексклюзивні деталі обох ієрархій цінностей. Спрощення (поступка) якоїсь із позицій може часто розглядається як

можливість утворення «спільної позиції», яку багато вчених нахшталт Ю. Хабермаса [7] бачать як необхідність для процесу комунікації, проте некритичне ставлення у науковому дискурсі до ідеалізованого поняття «спільної (спрощеної) позиції» радше унеможлиблює достеменне розуміння причин та глибинних смислів, що були закладені в дію або дизайн. Намагання аналітичної думки ототожнити поняття «інклюзивність» та «спільна позиція» ймовірно створює лише пояснення,[8] проте не дає розуміння причин процесів створення «інклюзивної ситуації» та нівелює виключаючи з поля зору вплив контексту та всіх ексклюзивних інтрасуб'єктивних деталей.

Висновки

Феноменологічні методи мають потенціал стати цінним інструментом для дослідження явищ універсального дизайну, зокрема для аналізу бар'єрних ситуацій. Вони можуть допомогти дизайнерам краще зрозуміти, як люди з різноманітними можливостями сприймають і взаємодіють з навколишнім світом, а також виявити бар'єри, які перешкоджають їхній повноцінній участі в суспільстві. Це важливо для створення продуктів та середовищ, які є доступними та інклюзивними.

Екстраполяція феноменологічних позицій у практику дослідження процесів універсального дизайну може мати потенціал виявлення ідеалізацій та поглиблення розуміння смислопродукуючих конструктів, що вплинули на ситуацію виникнення інклюзивності.

Звичайно, феноменологічні методи мають і свої обмеження. Вони можуть бути складними для застосування, і вони можуть не завжди бути придатними для дослідження конкретних проблем. Однак, незважаючи на ці обмеження, феноменологічні методи мають потенціал для дослідження явищ універсального дизайну з акцентом на аналіз бар'єрних ситуаціях.

Бібліографія

1. Вальденфельс Бернхард (2002) Вступ до феноменології. Альтерпрес 172 с.
2. Гуссерль Едмунд (2021) «Картезіанські медитації. Вступ до феноменології» Темпера. 304 с.
3. Abels, Heinz (2016) Sozialisation: Über die Vermittlung von Gesellschaft und Individuum und die Bedingungen von Identität (Studententexte zur Soziologie)
4. Bohnsack, Ralf; (2001) Iconology and Documentary Method in the interpretation of divergent types of visual materials. In: Pauwels, Luc / Mannay, Dawn (eds.), The SAGE Handbook of visual research methods. London: Sage Publications,

5. W. Dilthey, (1911) *Die Typen der Weltanschauung und ihre Ausbildung in den Metaphysischen Systemen*, Berlin: Reischl,
6. Fraser, Nancy. (1990) "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of the Actually Existing Democracy." *Social Text* 25.26
7. Habermas, Jürgen (1984) *Theory of Communicative Action, Volume One: Reason and the Rationalization of Society* Boston, Mass.: Beacon Press.
8. Steinfeld, Edward; Maisel, Jordana, eds. (April 10, 2012). *Universal Design: Creating Inclusive Environments*. Wiley. pp. 408 pages.
9. Schütz, Alfred (1962) *Collected papers, Vol. I: The Problem of social reality*. Den Haag: Martinus Nijhoff.

PhD, associate Professor **Pokotylo Kostiantyn,**
Tvoronovych Ihor
Kyiv National University of Construction and Architecture

ON THE POTENTIAL OF USING PHENOMENOLOGICAL METHODS IN THE RESEARCH OF BARRIER SITUATIONS IN UNIVERSAL DESIGN

The article is focused on the study of individuals' perception of (exclusive) objects in the environment. The paper also describes the potential of extrapolating the phenomenological method to the field of design science, since design is perceived as a social and intersubjective process. The article proposes the idea that phenomenological methodology, unlike analytical methodology, (focuses on the study of) the "causes", the meanings of the design object and also explores the meaning-producing constructions that influence the formation of the object in the process of its emergence. This article suggests that by studying the contextual history of the process of creating a certain universal design object, rather than the finished (completed) object, it is possible to identify the meaning-producing factors, characteristic contextual features of the social (or physical) environment that influenced a particular designer's decision at different stages of the design process. Phenomenological methods have the potential to become a valuable tool for researching the phenomena of universal design, in particular for the analysis of barrier situations.

Keywords: phenomenology; epoché; exclusion; universal design; inclusion; intersubjectivity; barrier situation.

REFERENCES:

1. Waldenfels Bernchard (2002) *Vstup do fenomenologii* Alterpres 172c. {in Ukrainian}

2. Gusserl Edmund (2021) Kartesianske medutacii, Vstup do femenologii Tempera 304 c. {in Ukrainian}
3. Abels, Heinz (2016) Socialization: About the mediation of society and the individual and the conditions of identity (Study texts on sociology). {in English.}
4. Bohnsack, Ralf; (2001) Iconology and Documentary Method in the interpretation of divergent types of visual materials. In: Pauwels, Luc / Mannay, Dawn (eds.), The SAGE Handbook of visual research methods. London: Sage Publications. {in English}.
5. W. Dilthey, (1911) The types of worldview and their formation in the metaphysical systems, Berlin: Reichl. {in English}.
6. Fraser, Nancy. (1990) "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of the Actually Existing Democracy." Social Text 25.26. {in English}.
7. Habermas, Jürgen (1984) Theory of Communicative Action, Volume One: Reason and the Rationalization of Society Boston, Mass.: Beacon Press. {in English}.
8. Steinfeld, Edward; Maisel, Jordana, eds. (April 10, 2012). Universal Design: Creating Inclusive Environments. Wiley. pp. 408 pages. {in English}.
9. Schütz, Alfred (1962) Collected papers, Vol. I: The Problem of social reality. The Hague: Martinus Nijhoff. {in English}.