

Az utcák sorai
Nemzetközi utcai lapok hajléktalanság-reprezentációinak
összehasonlítása



Pécsi Tudományegyetem
Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar

A pályamunkát lezártuk: 2023. 01. 11.

KONZULENS:
Dr. Bigazzi Sára

KÉSZÍTETTE:
Müller Tündér Éva

Tartalomjegyzék

1. Bevezető	2
1.1. Elméleti háttér	2
1.1.1. Szociális reprezentáció	2
1.1.1.1. Moscovici elmélete	2
1.1.1.2. Moscovici és a társadalmi változás	5
1.1.2. Reprezentáció és kommunikáció	6
1.1.2.1. Moscovici és a tömegkommunikáció	6
1.1.2.2. A hajléktalanság reprezentációja a médiában	8
1.1.2.2.1. A hajléktalanság reprezentációja az utcai lapokban – empirikus vizsgálatok	8
1.1.2.2.2. A hajléktalanság reprezentációja mainstream médiában – empirikus vizsgálatok	9
2. A kutatás célja és indoklása	10
3. Kutatói kérdés	10
4. Vizsgálat	10
4.1. Minta	10
4.1.1. Minta kiválasztása	11
4.1.1.1. Alberta Street News (Kanada) - ASN	11
4.1.1.2. Big Issue North (Egyesült Királyság) - BIN	12
4.1.1.3. GROUNDCOVER NEWS (Egyesült Államok) - GN	12
4.2. Az adatgyűjtés leírása	13
4.3. Eszköz	13
4.4. Módszer	14
4.4.1. Szófelhő elemzés	14
4.4.2. Klaszterezés (<i>Descending hierarchical classification-DHC</i>)	14
5. Eredmények	15
5.1. Szófelhő elemzés	15
5.2. Klaszterelemzés	17
6. Megvitatás	20
6.1. Szófelhő elemzés	20
6.2. Klaszterelemzés	21
7. Konklúzió	22
8. Limitáció, kitekintés	22
9. Felhasznált irodalom	24

Az utcák sorai

Nemzetközi utcai lapok hajléktalanság-reprezentációinak összehasonlítása

„Mondhatnám, hogy Révész hajléktalan volt,
de ő nem szerette az ilyen megnevezéseket,
és az AVM sem szereti beskatulyázni az embereket.
Nem szoktunk valakit a lakhatása alapján megnevezni,
kivéve, ha hajléktalan. Rólam sem mondják,
hogy Szatmári Áron, sorházban lakó.”

Szatmári Áron, 2022.

1. Bevezető

A jelen exploratív kutatás célja a különböző utcai lapok hajléktalanságról alkotott reprezentációs mezejének feltárása. A dolgozat kvalitatív módszer segítségével arra vállalkozik, hogy három ország egy-egy utcai lapjának (Alberta Street News [Kanada], Big Issue North [Egyesült Királyság], GROUNDCOVER NEWS [Egyesült Államok]) 2021-ben megjelent cikkeit bottom-up típusú tartalomelemzéssel az IRaMuTeQ program segítségével (szófelhőelemzés, klaszterelemzés) vizsgálja. Az elemzés elméleti háttérét Serge Moscovici szociálisreprezentációs kutatási nyújtják, egy ezekkel inherensen összekapcsolódó kommunikációs síkon. Dolgozatomban arra a megállapításra jutottam, hogy a lapok közötti tartalmi eltérések eltérő kommunikációs stratégiákat takarnak, és ezáltal eltérő szociális reprezentációs mezőt alakítanak ki a hajléktalanságról. Az angliai lap számára a hajléktalanság egy eladásra kínált termék, a kanadai lapnál egyéni élettörténet, az amerikai lapban pedig társadalmi probléma, amely közösségi válaszok aktiválását generálja.

1.1. Elméleti háttér

1.1.1. Szociális reprezentáció

1.1.1.1. Moscovici elmélete

Serge Moscovici 1961-ben publikálta doktori disszertációját, amelynek egyik fejezetét a pszichoanalízis szociális reprezentációjának szentelte. Az 1960-as évekre a pszichoanalízis Franciaországban a mindennapi gondolkodás részévé vált: a témában publikációk születtek, amelyek sűrűn a közbeszéd tárgyát képezték. Moscovici azt próbálta megragadni, hogy egy

addig ismeretlen dolog, mint a pszichoanalízis elmélete, hogyan kerül be a mindennapi gondolkodásba, hogyan válik szociális reprezentációvá. Írásain keresztül önálló jelenséggént mutatja be a szociális reprezentációt, amelynek egy elméleti keretrendszert hoz létre. A szerző szerint a szociális reprezentáció egy nézetrendszert alkot, amelynek szervezettségi foka társadalmi csoportonként eltérő. Elmélete szerint a szociális reprezentáció és a kommunikáció egymást kiegészítő aspektusai ugyanannak a dinamikának, a pszichoanalitikus elmélet eltérő közegekben eltérő mértékben strukturált, és olyan kapcsolathalmazzá alakul át, melyet az adott közeg úgy használhat fel, ahogy azt céljai megkívánják.

Az elmélet születésekor korának morális, politikai és vallási normái miatt többféle pszichoanalízis-reprezentáció jött létre. Moscovici szerint a pszichoanalízis szociális reprezentációjának (mint minden szociális reprezentációnak) van egy központi magja és az ebből a magból elmosódó tartalmak képesek jelölő formaként megjelenni. Moscovici szerint az a fontos, hogy konstatáljuk a mag viszonylagos állandóságát, tekintettel a jelentések változékonyságára. A reprezentációs tevékenység során az ember elfelejti, hogy ez a reprezentáció valójában az övé, és úgy fogja azt fel, mint valami olyasminnek a tükörképét, ami valójában létezik. Ez egy olyan tükörkép, amely két szakaszra bontható: az egyik mozgás a pszichoanalízistől – mint elvont koncepciótól – a képi sémáig terjed, a másik a képi sémától a társas valóság megalkotásáig halad. Az első fázisban az elmélet reprezentálódik (lehorgonyzás: az új információ már meglévő ismeretekhez kötődik, jelentése létrejön és nevet kap), a másodikban a tapasztalatból származó közvetlen tényeket a reprezentációhoz alakítjuk (tárgyasítás: a már megnevezett, de absztrakt fogalom konkréttá válik) (Moscovici, 1961/1976; Bigazzi, 2015). Amikor ezt az eredményt elérjük, megszűnik a társadalmi csoport közvetítő munkája a tudományos elmélet és szociális reprezentáció között. A szociális reprezentáció harmadik tényezőként lép be az egyén önmagához fűződő vagy társas kapcsolataiba.

A pszichoanalízis – Moscovici elgondolásában – elsőként mindenki számára egy interpretációs rendszerként jelenik meg, amellyel saját vagy mások indítékait [*drive*] elemezheti, ehhez pedig nem szükséges szisztematikus tudás megszerzése (pl. Freud eredeti tanulmányait ismerni). Elegendő azokra a megfontolásokra hivatkozni, amelyek közszájon forognak és amelyek széles társadalmi elfogadottságnak örvendenek. Mindez attól a jelentéshálózattól függ, amelyet a pszichoanalízis köré szőttek az emberek és amely számos ponton összekapcsolja azt a társadalommal. Minden reprezentációhoz mindig hozzáadódik egy olyan osztályozási rendszer, amelyben a személyek más formában vagy más színben tűnnek fel, mint azelőtt, vagy amely különbözne egy másik szociális reprezentáció fényében.

A legtöbben úgy vélik, hogy tudják mit jelent a „félénkség” [*timidité*] kifejezés. A „félénkségi komplexus” [*complexe de timidité*] kifejezés egy első látásra mindenki számára nyilvánvaló tény egy ok megnyilvánulásává változtat át: a komplexus okává. Ez esetben a félénkség integrálja a közszájon forgó pszichoanalitikus szókincset. A komplexus szót nemcsak főnévként használhatjuk, hanem igeként is (komplexusossá tenni valakit) vagy akár melléknévként (komplexusos személy), a kifejezés gyakori használata indokolja ezt a nyelvi gyarapodást.

A jelentéshálózat, az interpretációs rendszer, a tematikus nyelvezet és a személyiség típusok klasszifikációja mind-mind az arculatai egy olyan gondolatmenetnek, amellyel az elmélet társadalmilag alkalmazhatóvá válik. Két folyamat zajlik le: egyrészt a szociális reprezentáció elemeinek tárgyiasulása rendszerezi a valóságot és képet ad az elméletről, másrészt a lehorgonyzással a psziché figuratív modellje a jelentéssel rendelkező jelzések együttesével gazdagodik, amennyiben eszközként, elméleti diskurzus tárgyaként, vagy mások viselkedésének az alakítójaként viszonyulunk hozzá. A reprezentáció több szempontból is társassá válik. Moscovici (1961) szerint a társadalom megismerését érdemes a társadalom reprezentációinak vizsgálatával kezdeni.

Moscovici a *What is in the name?* (2000) című írásában a nyelv fontosságára és különleges szerepére hívja fel a figyelmet. A megnevezés folyamata és maguk a főnevek közös találkozhelyei lehetnek a nyelvnek és a szociális reprezentáció elméletének. A nyelvre nem egy eszközként gondol, hanem egy olyan nem-passzív közegként, amelyen keresztül valamit közölnek valakivel. Először is különbséget tesz a szó (*word*) és a név (*name*) kifejezések között: a szó mindig kevésbé meghatározott, mint az általa jelölt fogalom, míg a név mindig határozottabb és tágabb tartalmú, mint a nyilvánvalónak látszó jelentése. A szerző szerint a nevek, különösen a tulajdonnevek közül a legfontosabbak nem egyéni, hanem társadalmi/társas jellegűek, mind eredetüket, mind értéküket tekintve. A megnevezések erejének változatossága annál markánsabb, minél inkább azonosulnak velük a személyek társadalmi, vallási, politikai vagy pszichológiai okokból. A szerző kihangsúlyozza a tulajdonnevek szerepét a szociális reprezentációk genezisében. Állítása szerint a *denomináció* közvetlen és fontos hatással van a szociális reprezentációk elemzésére, abban az esetben, ha feltételezzük, hogy egy tulajdonnév rögzül egy egyénhez, csoporthoz vagy célkitűzéshez, akkor ez szerepet játszik a reprezentáció rögzülésében vagy stabilitásában. A tulajdonnevek nemcsak stabilizálják a reprezentációk halmazát, hanem újat is életre hívhatnak, a hallott és érzett dolgok jelentését és potenciális képeit tömörítik; ha egyszer társadalmilag legitimáltak, akkor felszabadíthatnak, azaz konvergálhatnak a közösségi reprezentációk irányába, és megváltoztathatják azokat azáltal,

hogy egyesítik őket. A megnevezés folyamatával a különböző és képlékeny ábrázolások egy és ugyanazon ponthoz kapcsolódnak, valamint az időtartam és a következetesség is részükké válik.

Durkheim (2000) szerint kizárólagosan a kollektív reprezentációknak van lehetőségük az egyéni lelkiismerettel szembeni autonómiára, és ezáltal arra, hogy a társadalmi változások referenciáiként szolgáljanak. A kollektív szint, beleértve az intézményi és a tömeges szférát is, saját szerveződéssel rendelkezik, amely új valóságként önmagában jelenik meg, nem azonos az őt alkotó részek összességével, az egyéni cselekvés közvetítőjeként szolgál. A szerző azt állítja, hogy az egyéneket a társadalmi szint korlátozza, még akkor is, ha bizonyos fokú autonómiát meg is tudnak őrizni. A csoportok ugyanis naponta megosztják egymással a reprezentációkat, amelyeket egyéni és kollektív viselkedésükkel egyaránt reprodukálnak.

1.1.1.2. Moscovici és a társadalmi változás

Moscovici és Pérez 2009-es tanulmánya szerint azon csoportok és társadalmak akaratlanul is engedelmeskednek „magasabb”, azaz etikai és történelmi céloknak, amelyeket egy (gyakran) teljesen instrumentális hatalom, külső nyomás hajt a saját politikai céljaik felé. A konfliktusokkal, szenvedéssel és hódításokkal szemben ezek az etikai és történelmi célok az igazságtalanság és az áldozathozatal érzetét keltik, továbbá valaminek a szolgálatában történnek. Ez a folyamat a magasabb színvonal felé irányuló történelmi mozgásának nagyszerű és progresszív emberi kiteljesedését jelenti és ez az etikai szemlélet a létezés minden területét áthatja. Ez a folyamat hatással van a hétköznapi beszédünkre, valamint a csoportok saját reprezentációjára is, továbbá a társadalmi prioritásokat is befolyásolja. A szerzők szerint megváltoztatja a társadalmi problémák jellemzőit azáltal, hogy a deviánsok és a kirekesztettek régi ábrázolását egy új alakkal, az áldozat figurájával helyettesíti. Egyes történelmi időkben bizonyos kollektívákat vagy csoportokat alsóbbrendűnek tekintettek: nemcsak politikai vagy gazdasági jogaiktól fosztották meg őket, hanem még alapvető emberi identitásukat is megtagadták tőlük. Ezen csoportok a társadalomból kiszorultak az előítéletes családi vagy szomszédsági bánásmód és az alacsony gazdasági vagy munkaügyi szabályozások miatt. Minden ilyen diszkriminatív esetben nyíltan vagy burkoltan megsértették ezen csoportok hitét, az emberi jogait vagy a társadalom alapját képező értékeket.

A tanulmány írói két kisebbséget különböztetnek meg: az aktív és az áldozattá váló kisebbséget. Az áldozati kisebbségek másképp hatnak a többségre, mint az aktív kisebbségek, az áldozattá vált kisebbségek társadalmi büntudatot váltanak ki. Az áldozati státuszra igényt

tartó kisebbségeket elismerik, legitimálják, így a többség elfogadhatja, sőt köteles elfogadni követeléseiket vagy osztani véleményüket, nyílt társadalmi elismerést kapnak. Üzenetük nagyobb valószínűséggel vált ki konfliktust a többségi társadalmon belül, mint a többségi társadalom és a kisebbségi csoport között. Ez a konfliktus a bűnösség érzését kelti a többségben, a meggyőződéseik, eszméik és elveik, valamint kisebbséggel szembeni cselekedeteik vagy előítéleteik és viselkedésük között. Az áldozattá vált kisebbségek lehetőséget kínálnak a többségnek, hogy feloldják ezt a belső konfliktust, hogy újra gondolják kapcsolatukat a kisebbségi csoporttal az általuk okozott károk után. Az aktív kisebbségek megfeleltek a történelmi elbeszéléseknek, de azokra a csoportokra is vonatkoztak, amelyek bizonyos időkben nyomot hagytak maguk után konfliktusok provokálásával, a többség normáinak és hiedelmeinek elutasításával és tilalmak áthágásával. Az aktív kisebbségek nagyobb valószínűséggel hoznak létre külső konfliktust, amely a kisebbség megítélésének vagy előítéletének megváltozásához vezethet. Az aktív kisebbségek politikai, míg az áldozati kisebbségek etikai kapcsolatban állnak a többséggel. A konfliktusos viszony szükséges ahhoz, hogy a többségben látens változást és megtérést idézzon elő, ezzel szemben az etikai viszony a kompenzáció eléréséhez elegendő, anélkül, hogy feltétlenül meggyőzné a többséget a kisebbség álláspontjának elfogadásáról.

1.1.2. Reprezentáció és kommunikáció

A szociális reprezentáció konstruktivista elmélete szerint a reprezentációnkat a kommunikációs mezők mentén alkotjuk meg, tartjuk fenn, vagy éppen változtatjuk meg. Reprezentálni és kommunikálni tehát ugyanannak az éremnek a két oldala. Bármely kommunikációs sík, a művésztől a social médiáig, egyszerre eszköze és alkotója is azoknak a jelentéseknek, amelyekkel operál.

1.1.2.1. Moscovici és a tömegkommunikáció

A pszichoanalízis az 1950-es években a teljes francia társadalmi nyilvánosságot áthatotta. Moscovici azt akarja bemutatni, hogy az üzenetek rendszere, a helyzetek, amelyekben ezek az üzenetek áramlanak (küldik és fogadják őket), és az elérni kívánt céloknak a vizsgálata láthatóvá teszi az erősen individualizált kommunikációs rendszereket. Ennek az állításnak fényében a kommunikáció koncepciója többé már nem egy durkheim-i homogén valóságot jellemez, hanem egy olyan kategóriává válik, amelybe több minden beleillik. Moscovici

(1961) a pszichoanalízisről szóló diskurzusok vizsgálatánál három francia lapot elemzett: egy nagy példányszámban megjelenő népszerű újságot, egy katolikus lapot és egy kommunista folyóiratot (a *France-Soir*, a *Guérir* és a *Le Monde*-ot). Ebben az időben az egyik fő dinamikus kommunikációs csatornát (a rádió és a televízió mellett) az újság olvasás jelentette.

A népszerű lapokban az újságíró sosem jelöl ki jól meghatározott viszonyulást vagy értelmezési irányt a pszichoanalízishez, előfordulhat, hogy egyazon személy egymásnak ellentmondó nézeteket hangoztat a témáról. A szövegek arra törekszenek, hogy a távolságtartás benyomását keltsék, a pszichoanalízis önmagában inkább egy nyelvezetet, beszédmódot alkot. A mérsékletességre való törekvés jelenik meg, amennyiben a lap a pszichoanalízisről beszél az nem azért van, mert ezzel kapcsolatban mondani akar valamit, hanem azért, mert az adott téma már előzőleg jelen van az olvasók „fejében”. Az újságíró megpróbálja újraalkotni az olvasóinak tulajdonított nézetek gondolatfonalát, a kiadvány nem képvisel egy intézményt vagy egy egyedi csoportot, az olvasók különböző társadalmi, vallási és politikai kategóriákba tartoznak.

A katolikus sajtótermékek missziója egyszerre asszimilálni a pszichoanalízist egy már meglévő keretrendszerbe, valamint megtanulni felhasználni azt. A lap és az újságíró egy intézményt testesítenek meg, amelynek céljai világosak. Az üzenet felépítése megfelel ennek a helyzetnek – tükrözi azt. A pszichoanalízis egy keresztény modelljét kínálják fel, eltávolítva Freud materialista alapelveit, csökkentve a szexualitás szerepét és szétválasztva az elméletet a pszichoanalitikus terápiától. A témák rendje és az őket egyesítő kötések explicitek, meghatározottak, nem pedig implicitek és véletlenszerűek, mint ahogyan azok a tömegsajtó esetében. A létező megközelítések és reprezentációk így olyan keresztény értelmezést kapnak, amellyel azelőtt nem rendelkeztek.

A pszichoanalízis abszolút kritikája és teljes visszautasítása jellemzi a kommunista sajtót. A kommunista párt és a többi párt közötti konfliktus, továbbá a Szovjetunió és az Egyesült Államok (ahonnan akkoriban sokan eredeteltették a pszichoanalízist) közötti gyakorlati és ideológiai konfliktus minden témát áthat. Ebben a helyzetben a nem elkötelezett pszichoanalízis, ami kizárólag a tudományok közé helyezi magát, azt a kockázatot hordozza, hogy a kommunista csoport doktrinális egysége sérülhet. Ebben az összefüggésben a sajtó célja az, hogy a pszichoanalízisről olyan képet alakítson ki, amely alkalmazkodik a marxista elvekhez és a konfliktus akkori állásához. Az üzenet felépítése így kettős: a pozitív pólus a marxizmusé, a munkásosztályé és a Szovjetunióé; a pszichoanalízis, a tőkésosztály és az Egyesült Államok alkotják a negatív pólust. A pszichoanalízist egyértelműen politikai síkon ítélik meg, és ezáltal azonosítják az egész reakciós ideológiával, a kapitalista kizsákmányolással, az amerikai dominanciával, az irracionálizmussal. Az ismétlés ebben a

kommunikációban döntő szerepet játszik. A kommunista sajtó célja explicit: a pszichoanalízis irányába teljesen elutasító viselkedést kell kialakítani. A nyelvezet, az intellektuális eljárások és a tartalmak ennek az eredménynek az eléréséhez igazodnak.

Mindegyik sajtótípuson keresztül kirajzoltunk egy-egy sajátos kommunikációs rendszert, amely egy sajátos mentális „leképződést” próbál meg létrehozni. A tömegsajtóban azonosított rendszer az ismeretterjesztés mentén a véleményformálódást teszi lehetővé, a katolikus sajtó a népszerűsítés mentén egy attitűd létrejöttét, illetve a kommunista újságok propagandája a sztereotípa mentális szerveződését teszi lehetővé. A jelenségek ilyesfajta újrendezése által Moscovici rámutatott arra, hogy specifikus kommunikációs modalitások mentén eltérő reprezentációs formák születhetnek. Mindegyik út megfelel annak a szituációnak, amely generálja; azoknak a viszonyoknak, amelyek fixálják; és annak a célnak, amely életet ad neki; valamint azoknak a terjesztési modelleknek, amelyek jellemzik. A nyelvezet, a stílus, amely abban megvalósul, idomul mindegyik rendszer elvárásaihoz. Moscovici az alap kutatása második részében egyszerre pszichológiai tényként és kulturális tényként közelít a szociális reprezentációhoz (Moscovici, 1961).

1.1.2.2. A hajléktalanság reprezentációja a médiában

1.1.2.2.1. A hajléktalanság reprezentációja az utcai lapokban – empirikus vizsgálatok

Az utcai lapok olyan újságok vagy magazinok, amelyeket leginkább hajléktalan emberek árúsítanak a köztereken. Egy francia, egy holland, egy amerikai és egy angol lap diskurzus- és tartomelemzésénél egy vizsgálat (Torck, 2001) úgy ítélte meg, hogy az utcai újságok elsődleges területet jelentenek a hajléktalanok diskurzusának és reprezentációinak vizsgálatához. Ezen lapok elkészítési és befogadási formája betekintést nyújthat abba, hogy az író és az olvasó közötti kanonikus újságírói megállapodás végül gazdasági és szolidaritási szerződéssé alakul-e át. A kutatás során azt találták, hogy különböző kereteket (újságokat) különböző célkitűzések és megközelítések mentén szervezik, szerkesztik, amelyek megerősítik a lap helyét a kanonikus – nem kanonikus sajtó skáláján.

A kutatás várakozásaival ellentétben az újságok nem mindig adnak valódi platformot a hajléktalan emberek hangjának. Az amerikai lap kivételével (ahol mindenféle műfajban elbeszélők, szerzők és főszereplők ezen kisebbségi csoport tagjai) a másik három korlátozott teret enged a hajléktalan emberek hangjának, és gyakori, hogy csak bizonyos műfajokban jelenítik meg őket. A francia lapban a megszólalási lehetőségük a költészetre korlátozódik, az angol újságban és kisebb mértékben a holland folyóiratban, az elbeszéléseket és az érzelmek

kifejezését részesítik előnyben. Torck (2001) szerint a kisebbségeknél gyakran megfigyelhető, hogy először az érzés, a művészet (költészet), majd végül a racionális és érvelő diskurzusba vonják be a kisebbségi csoportot a többségi társadalom tagjai. Ezek a diskurzuson keresztül történő felhatalmazás felé vezető legitimáló és kanonizáló lépések, ugyanakkor az európai lapok nem keltik azt a benyomást, hogy szándékukban állna ezeket a lépcsőfokokat végigkövetni.

1.1.2.2.2. A hajléktalanság reprezentációja mainstream médiában – empirikus vizsgálatok

Minden országban eltérő kontextusban írnak a hajléktalan emberekről: egy szlovén újságokat elemző kutatás azt találta (Hrast, 2008), hogy általában véve nem mutatnak negatív képet az ott megjelenő lapok a hajléktalan emberekről, viszont ritkán kapnak aktív szerepet vagy hangot a szlovén médiában megjelenő cikkekben; ha mégis, akkor többnyire azért, hogy kifejezzék elégedettségüket a rendelkezésre álló szolgáltatásokkal, vagy bemutassák élettörténetüket a nyilvánosság számára. A szlovén média úgy reprezentálja őket, mint egy sajátos csoportot, egy „törzset”, amelyet a sors megfosztott attól, hogy fedél legyen a fejük felett. Ők a város „festői” része, és általában elégedettek az életükkel és a segítséggel, amit kapnak.

Egy másik kutatás, amely a többségi társadalom két, az Egyesült Államok egyik nagyvárosában megjelenő újságját elemezte, arra a következtetésre jutott, hogy a hajléktalan emberek hangja nem hallatszik a hajléktalansággal kapcsolatos vitákban. Az ezzel a témával kapcsolatos 752 cikkből mindössze 32-ben, tehát 4%-ban idéztek közvetlenül érintett embereket. A vizsgált amerikai újságokban folyó diskurzusból az érintett embereket nagymértékben kihagyták (Werman, 2019).

Schneider, Chamberlain és Hodgetts (2010) négy kanadai újságban (két városi lapban [Calgary és Vancouver], egy városi bulvárlapban [Vancouver] és egy országos újságban) vizsgálta a hajléktalanság reprezentációját a tartomelemzés módszerével. A kutatás arra jutott, hogy Calgaryban az újság pozitívabban viszonyult a hajléktalan emberekhez, mint a Vancouveri lapok. Erősebb volt a probléma megoldásának sürgetése és az optimizmus érzése azzal kapcsolatban, hogy a hajléktalanság problémáját meg kell és meg lehet oldani. A megoldás forrásaként inkább a közösségre, s nem a kanadai kormányra koncentrált. Vancouverben az újságcikkek negatívabbak voltak, kevésbé sürgették a lehetséges megoldások bevezetését, és a kormányra mint a megoldás forrására összpontosítottak. Az országos lap a hajléktalanságot inkább helyi, mintsem országos problémaként mutatta be. A vizsgálat azt

találta, hogy ha a hajléktalanságot pozitívabban mutatják be (mint Calgaryban) a közösség hajlandóbb felelősséget vállalni és részt venni a megoldások keresésében. Amennyiben negatívabban mutatják be a problémát (mint Vancouverben), úgy azt várja a közösség, hogy a kormány keressen megoldást a problémára. A hajléktalanságot úgy keretezi, mint egy problémát, amelyet kontrollálni és szabályozni kell, továbbá olyan átfogó narratívát kínál, amely dominálja a hajléktalanság mint szociális probléma megalkotását.

2. A kutatás célja és indoklása

A kisebbségi csoportok szemszögéből kiinduló kutatások azért fontosak, mert *bottom-up* módszerrel próbálják feltérképezni az adott témát, amely más kutatási módszerrel nehezen megragadható lenne, viszont ezen vizsgálatok eredményei közelebb vihetnek minket ezen kisebbségi csoportokat érintő társadalmi problémák pontosabb megismeréséhez. Jelen kutatás nem arra fókuszál, hogy mi a hajléktalanság a többségi társadalom szerint, és ezen csoport emberei mit gondolnak a hajléktalan emberekről, hanem hogy milyen reprezentációs mezőt alkot a hajléktalanság egy vele inherensen összekapcsolódó kommunikációs síkon.

A vizsgált újságok mint kommunikációs felületek a hajléktalanság szociális reprezentációját építik, amelyeken keresztül egy adott cél, és egy adott célcsoport mentén szerveződik és szerveződik újra a hajléktalanság témája. Hasonlóan Moscovici alapkutatásához arra kerestem a választ, hogy három angol nyelvterületen megjelenő utcai lap milyen eltérő kommunikációs stratégiával járul hozzá a hajléktalanság témaköréhez. A kutatás célja, hogy feltárja azt a szociális reprezentációs mezőt, ami körülveszi direkt vagy indirekt módon a hajléktalanság témakörét a vizsgált lapokban.

3. Kutatói kérdés

- Hogyan jellemezhető a három vizsgált lap (Alberta Street News, Big Issue North, GROUNDCOVER NEWS) kommunikációjában a hajléktalanság témájában kialakított szociális reprezentációs mezeje?

4. Vizsgálat

4.1. Minta

A kutatás három ország (Kanada, Egyesült Királyság, Egyesült Államok) három utcai lapjának hat-hat, 2021-ben megjelent lapszámának cikkeit elemzi. Összesen 18 lapszám és 396 angol nyelvű cikk került feldolgozásra.

A kiadványok a szegénységgel és a társadalmi igazságtalansággal kapcsolatos különböző nézőpontokat közvetítik, arra törekedve, hogy az oktatás és a közvélemény tudatosítása révén befogadó, pozitív társadalmi változást hozzanak létre. Ezen felül platformot szeretnének teremteni a hajléktalan személyek számára, hogy az ő hangjuk is hallható legyen, az ő problémáik is láthatóvá váljanak. A szerkesztőségek a hajléktalan emberekre nemcsak, mint a lap terjesztőire gondolnak, hanem mint munkatársakra is, akik részt vesznek az újságkészítés minden folyamatában, a cikkek írásától a lapszámok szerkesztéséig.

4.1.1. Minta kiválasztása

A vizsgálatban szereplő lapok mindegyike része az ISPN-nek (*International Network of Street Papers* – Az utcai újságok nemzetközi hálózata). Ezt a hálózatot 2005-ben skót jótékonyági szervezetként alapították Glasgow-ban. Mára már nemzetközi hálózattá fejlődött, amely világszerte támogatja az utcai újságokat az indulásukban, fejlődésükben és növekedésükben. Támogatásuk magában foglalja a szerkesztői tartalmat, az üzletfejlesztési támogatást, különböző képzéseket, a hálózati lehetőségeket, valamint az együttműködést, az innovációt és a cserekapcsolatok globális közösségének részét. Ma a glasgow-i központjukból 35 országban több, mint 100 utcai újságot támogatnak, hogy évente több mint 20500 terjesztő dolgozhasson, és az újságok által előállított tartalom több mint 4,6 millió olvasóhoz juthasson el. Az elmúlt évben összesen 19,4 millió utcai újságot adtak el világszerte, ennek a networknek a lapjai közül lett kiválasztva három különböző, de azonos nyelvű (angolszász) ország folyóirata. Fontos volt a minta kiválasztás szempontjából a lapok online elérhetősége.

4.1.1.1. Alberta Street News (Kanada) - ASN

A kanadai *Alberta Street News* egy két havonta Edmonton, Albertában megjelenő utcai lap, 2003 novemberében alapította Linda Dumont. A 17-es évfolyam 1/2 (január/február), 3/4 (március/április), 5/6 (május/június), 7/8 (július/augusztus), 9/10 (szeptember/október), 11/12 (november/december) számait dolgoztam fel, ez összesen 154 cikket jelent.

A lap leginkább személyes történeteket jelenít meg, sok benne a véleménycikk, saját novella vagy vers. A legtöbb tartalom egy személyhez, a főszerkesztőhöz (Linda Dumont)

köthető, általa íródott, de más személyeknek is vannak állandó rovataik. Az írások kevésbé strukturáltak, nem szerveződnek egy szigorú rendbe, kevés állandó rovat van. A cikkek személyközpontúan mutatják be a hajléktalan emberek nézőpontját, mindennapi problémáikat.

4.1.1.2. Big Issue North (Egyesült Királyság) - BIN

Az Egyesült Királyságban megjelenő *Big Issue North* egy hetente publikált utcai lap. 1992 decemberében indult a londoni székhelyű *Big Issue* manchesteri mellékleteként, ettől kezdve független kiadványként jelent meg, amelyet északnyugaton, valamint Yorkshire-ben és Humberben terjesztenek, de online formában is megvásárolható.

A következő lapszámok adták a vizsgálat tárgyát: NO.1371 (január 4–10.), NO.1374 (március 11–31.), NO.1387 (június 28. – július 4.), NO.1381 (április 26. – május 2.), NO.1396 (augusztus 30. – szeptember 5.), NO.1405 (november 1–7.), mindig a kéthavonta megjelenő első újság lett kiválasztva, összesen 153 cikk került feldolgozásra.

Ez a lap egy sokkal szélesebb közönséget szólít meg, mint az ASN, emellett sokkal strukturáltabb, több állandó rovattal rendelkezik. Egy kulturális magazin, amely a többségi (tehát nem hajléktalan) csoportnak szól, programajánlókka, híres emberekkel készített színvonalas interjúkkal. A hajléktalanság témája itt is megjelenik, de a személyes emberi történetek helyett inkább a művészetet keresztl.

4.1.1.3. GROUNDCOVER NEWS (Egyesült Államok) - GN

2010 áprilisában alapították a *GROUNDCOVER NEWS* egyesült államokbeli kéthetente megjelenő utcai lapot. A lap szerkesztőségének székhelye Washtenaw megyében, Michiganban, Ann Arborban található.

A kutatásban a következő lapszámok lettek feldolgozva: 12. évfolyam 1. szám (január), 12. évfolyam 3. szám (március), 12. évfolyam 5. szám (május), 12. évfolyam 7. szám (július), 12. évfolyam 9. szám (szeptember), 12. évfolyam 11. szám (november). Összesen 98 újságcikk került feldolgozásra a lapszámok alapján.

A lap jól strukturált, a cikkek állandó rovatokba rendeződnek, sok cikk szól a közösségi cselekvés fontosságáról, a véleménycikkek is inkább egy csoport szemszögéből mutatják be az aktuális témákat, nem dominálnak az egyéni történetek, élmények és beszámolók. A BIN-hez képest kevesebb a kulturális tartalom, ugyanakkor hangsúlyosabban megjelennek a klímaválsággal kapcsolatos cikkek.

4.2. Az adatgyűjtés leírása

A vizsgált minta az ISPN szervezetei közül három angol nyelvű lap. Az újságok három különböző országban jelennek meg (Kanada, Egyesült Királyság, Egyesült Államok). A 2021-ben kiadott lapok közül hat-hat lapszámot és ezek cikkeit választottam ki, illetve dolgoztam fel; összesen tizenhét újság 396 cikkét gyűjtöttem ki. A vizsgálat korpuszát azok az írások adják, amelyekben expliciten szerepel a hajléktalan ember (*homeless*) vagy hajléktalanság (*homelessness*) kifejezés, tehát azok a cikkek kerültek bele az adott lap korpuszába, amelyekben a két kifejezés közül legalább az egyik, legalább egy alkalommal megjelenik. Ennek a kritériumnak eleget téve az írások kizárólag a hajléktalanság témáját érintve, annak valamely aspektusáról, hozzá köthető jelenségről vagy a problémáról magáról szólnak. Így a vizsgálat korpuszát a 396 cikkből ilyen módon kiszűrt 62 cikk adja, ami összesen 41880 szó (ASN: 18 cikk, 12422 szó; BIN: 22 cikk, 9799 szó; GN: 22 cikk, 19659 szó).

4.3. Eszköz

A cikkek elemzéséhez az IRaMuTeQ programot (letöltés ideje: 2020. 11. 04.) használtam. Az 1990-es években feltűnő *Natural Language Processing* (természetesnyelv-feldolgozás) irányzattal jelent meg az írott nyelv szoftverekkel történő vizsgálata. Az ALCESTE (*Analyse Lexicale par Context d'un Ensemble de Segments de Texte* [Szövegrészek kontextus alapján történő lexikális elemzése]) nevű francia szoftver a maga nemében úttörőnek számít. Különlegessége az, hogy lehetővé teszi a szövegkontextus figyelembevételét is más, korábbi programokkal ellentétben, ahol csak egy- vagy többváltozós mennyiségi vizsgálatokat lehetett végezni. Az IRaMuTeQ program is ezen szoftver működési elvén alapszik. A legjelentősebb (leggyakrabban előforduló) szavak és mondatok kinyerését teszi lehetővé, ezek a vizsgált szöveg legfontosabb témáiként és gondolataiként jelennek meg. Az elemzés első lépéseként részletesen megvizsgálja az adott korpusz szókincsét és ezáltal szótárt készít, felmérve a szavak tövét és frekvenciáját. Ezután – már a program által elkészített szótár alapján – egymást követő részekre osztásokkal azonos elemekből álló, összehasonlításhoz elegendő számú szót tartalmazó részekre darabolja fel a szöveget, majd osztályozza a szegmenseket a szavak közötti legmarkánsabb ellentétek vizsgálatával (Dézma és Bigazzi, 2020).

4.4. Módszer

Mindkét vizsgálat (szófelhőelemzés, klaszter elemzés) az IRaMuTeQ program használatával lett elvégezve az adott lap meghatározott korpuszán.

4.4.1. Szófelhő elemzés

A szófelhőelemzés egy szógyakorisági elemzés, amelyből relatív gyakorisági adatokkal, klasszikus lexikai elemzés technika révén megállapítható a leggyakoribb szavak előfordulása. Egyszerű szöveges adatok elemzése során lehetőség van szógyakorisági számítások elvégzésére, amelyek egy szófelhőben megjeleníthetők. A szavakat gyakoriság szerint csoportosítja a program és grafikus elrendezi őket, ami könnyen lehetővé teszi az azonosítását egyetlen, korpusznak nevezett fájlként, amely az újságokból származó szövegeket gyűjti össze. Így minden egyes újság szófelhőjén megfigyelhető a szavak egymáshoz képest kirajzolódó gyakorisága. A program a grafikai elrendezésen felül a szavak gyakoriságát konkrét számmértékkel is megadja (Kami és mtsai., 2016). A kutatás a 3 leggyakoribb címszót értelmezi mindegyik korpuszon.

4.4.2. Klaszterezés (*Descending hierarchical classification-DHC*)

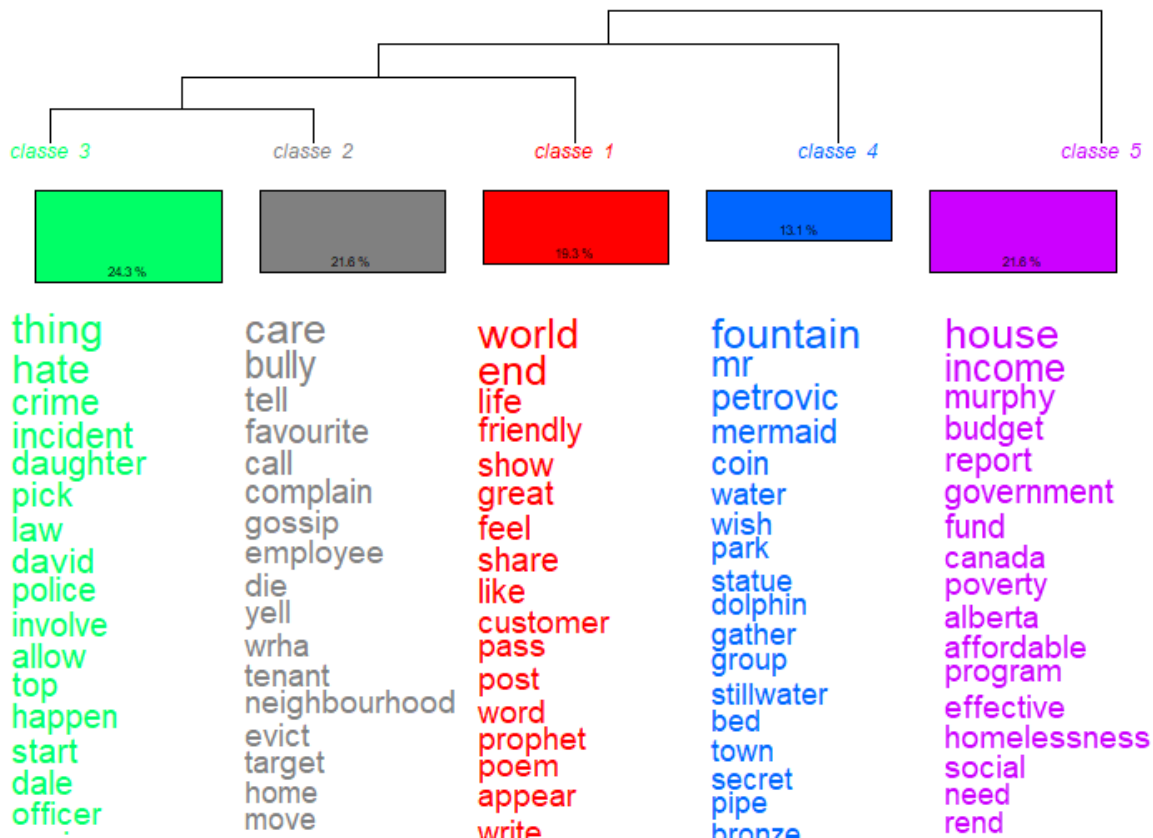
A klaszterezés (*Descending hierarchical classification – DHC*, Reinert-módszer) egy olyan eljárás, amely során a szövegrészeket a szókinsük szerint osztályozzák. Az IRAMUTEQ szoftver többféle dendrogramot biztosít a kiválasztott elemzési típushoz. A dendrogram lehetővé teszi azoknak a szavaknak a megjelenítését, amelyek a legnagyobb százalékos átlaggyakoriságot mutatták egymáshoz képest, és amelyek között ez az átlaggyakoriság a legnagyobb a különbséget mutatja. A chi-négyzet (χ^2) eljárás segítségével rendezik a szavakat szótárrá. Az adatfeldolgozás után a szoftver osztályokat hoz létre, ezekbe az egyes osztályokba csoportosított elemi kontextusegységek (szavak) átfogóan grafikus megjeleníthetők az egyes osztályok megértése, megnevezése és vizsgálata céljából. Ezt az adatfeldolgozási szakaszt követi az adatelemzési szakasz, amely során szövegkorpusz egy hat lépéses eljárásan megy keresztül (Souza és mtsai., 2018).

5.1. Szófelhő elemzés

[illegible]

A BIN szövegek szófelhőjén azt láthatjuk (2. ábra), hogy a „személy/ember” (47 alkalom) a központi fogalom, de olyan más domináns kifejezések is megjelennek, mint a „lapterjesztő” (*vendor*, 44 alkalom) és a „munka” (*work*, 41 alkalom). 22 cikk felelt meg a megadott kritériumnak, a program 271 szegmensre tagolta a szöveget, 2544 különböző szóalakot azonosított, amelyek összesen 9896-szor fordultak elő.

megoldást kereső kifejezések is, (Laura) „Murphy” (egy lakhatással foglalkozó civil szervezet vezetője), „bevétel” (*income*)¹ és a „megfizethető” kifejezés, mint megfizethető lakhatás (*affordable housing*).



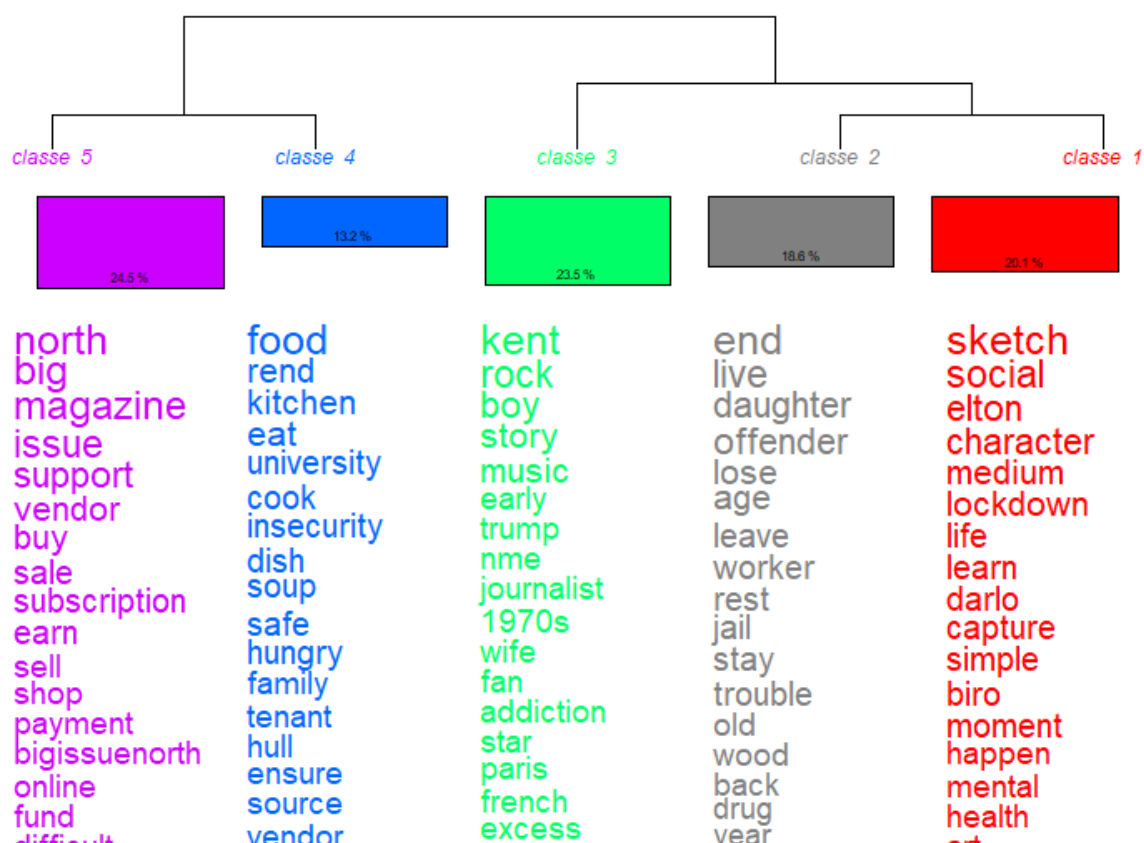
4. ábra: Dendrogram: Alberta Street News

A BIN dendrogramjáról leolvashatjuk (5. ábra), hogy öt osztály különíthető el, ezen osztályok két csoportot alkotnak (egyik csoport: 5. és 4. osztály, másik csoport: 3., 2. és 1. osztály). Az 5. számú osztály, amely egyben a legdominánsabb is (24,5%), a lap termékjellegét jeleníti meg. Az újsággal („magazin” [*magazine*], „Big Issue North”, „online”) és az eladásával („lapterjesztő”, „vásárolni” [*buy*], „eladni” [*sale*]) kapcsolatos kifejezések túlsúlyban vannak, amelyek a lapot eladó személyekhez (a hajléktalan emberekhez) köthetőek, és az újság termék jellegére utalnak. A 4. osztály ehhez (a termékhez) a legszorosabban hozzákapcsolódó tartalmat jeleníti meg, az „étel” (*food*) témakörét.

A másik nagy csoport a lapban a hajléktalansághoz köthető kulturális tartalmakat jeleníti meg. A 3. osztály Nick Kent-hez köthető, aki egy hajléktalanságot megtapasztalt

¹ Ez a kifejezés olyan formában jelenik meg, mint *income support* (jövedelempótlék), *income assistance programs* (jövedelemtámogatási programok).

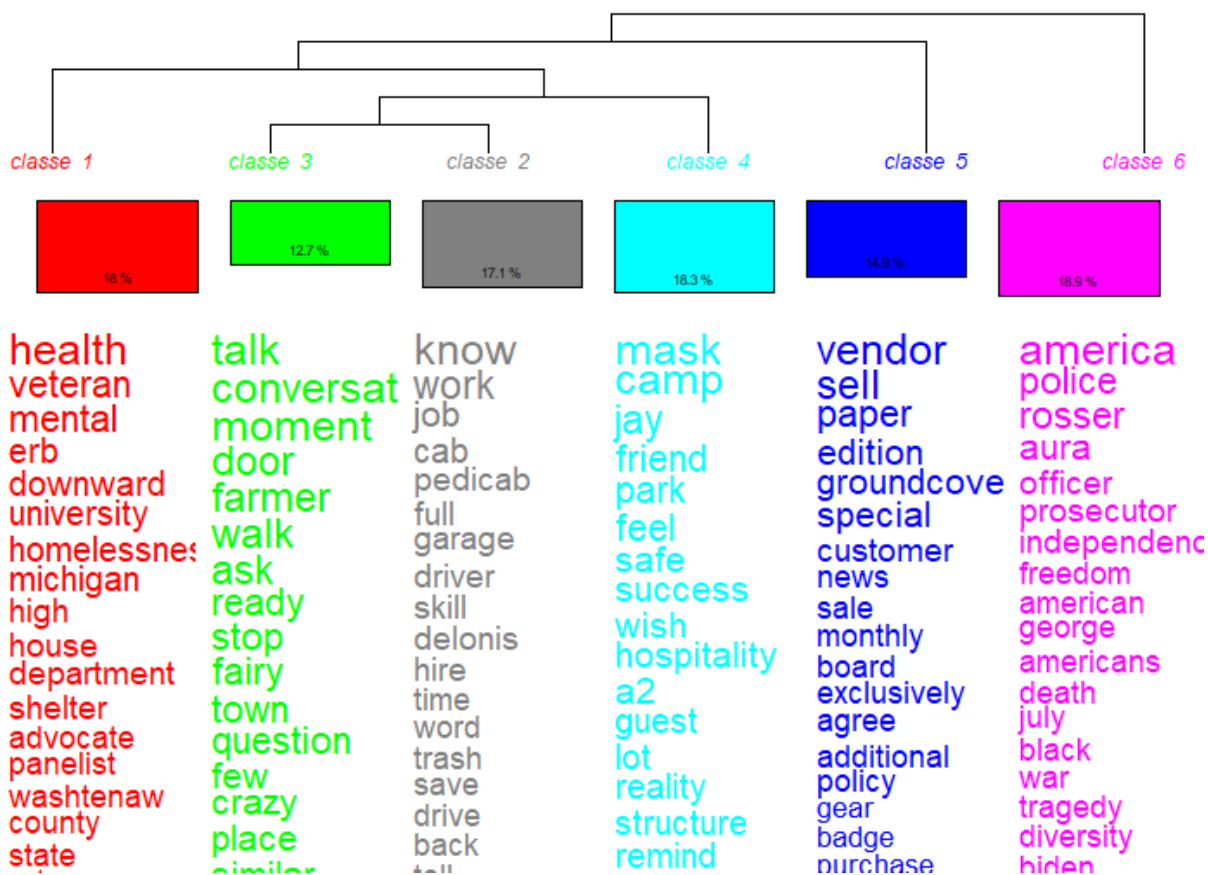
rockkritikus. A 2. osztályban tömörített szavak egy tv műsor ajánlójához köthetőek (*CRIME AND PUNISHMENT: BACK TO JAIL* [BÜNZÉS ÉS BÜNTETÉS: VISSZA A BÖRTÖNBE] a cikk címe) amely film egy hajléktalan emberről szól, míg az 1. osztály egy hajléktalan ember könyvét bemutató szöveg kifejezéseit tartalmazza (*Elton Darlo sketches Manchester life in biro* *New book documents summer lockdown* [Elton Darlo golyóstollal vázolja fel a manchesteri életet a nyári lezárás alatt az Új könyv című írásában]). Tehát a hajléktalan ember mint művész, vagy a hajléktalanság mint művészeti téma jelenik meg ebben a 3 osztályban.



5. ábra: Dendrogram: Big Issue North

A GN lap dendrogramján (6. ábra) megfigyelhetjük, hogy hat osztály három csoportba tömörül. A 6. osztály a legdominánsabb (18,9%) és ez is különül el a legjobban a többitől. Itt a rendőri atrocitás témája jelenik meg (Aura Rosser és George Floyd rendőri brutalitás áldozatai lettek). Külön csoportként jelenik meg a lap termékjellege („lapterjesztő”, „eladni”, „újság” [*paper*]) az 5. osztályban. A harmadik csoport négy osztályt tömörít, ezen osztályok közül az első a társadalmi problémákat („mentális egészség” [*mental health*], „hajléktalanság”, „hajléktalanszálló” [*shelter*]) és a megismerésükhöz szükséges fogalmakat tartalmazza (Erb Downward egy egyetemi kutató, az „egyetem” [*university*] a hely, ahol a kutatás zajlik). A 2.

és 3. osztály a társas cselekvéseket („beszélgetni” [talk], „társalgás” [conversation], „dolgozni”), és ezen cselekvések helyszíneinek („Farmers’ Market”, „Delonis Center”) megnyilvánulása. Végül a csoport 4. osztálya a Covid19-pandémiához köthető fogalmakat tartalmazza.



6. ábra: Dendrogram: GROUNDCOVER NEWS

6. Megvitatás

Az irodalmi bevezetőnél ismertetett vizsgálatokból láthatjuk, hogy mind az utcai lapoknál, mind a mainstream újságoknál, még egy országon belül is nagy különbség figyelhető meg a hajléktalanság reprezentációjában, valamint az elméletileg hajléktalan emberek által szerkesztett és árusított lapok célkitűzéseiben. A dolgozat az elméleti bevezetőben a tartalom és a kommunikációs síkok közti kölcsönösségre próbált fókuszálni Moscovici (1961) újságokban megjelenő pszichoanalízis kutatására tekintve alapként.

6.1. Szófelhő elemzés

A szófelhőelemzésben azon szövegrészek címszavainak együttjárását vizsgáltam, amelyekben a hajléktalanság témája expliciten megjelenik. Ezen elemzés alkalmazásánál arra voltam kíváncsi, hogy a hajléktalanság reprezentációs mezejéhez milyen kifejezések kapcsolódódnak. Azt láthatjuk, hogy mindegyik vizsgált lap mezejében elsődlegesen a hajléktalan mint ember, személy jelenik meg elsőként ezeken a kommunikációs felületeken, ezzel próbálva a célközönség deindividualizációs folyamatait feszíteni.

Ezen a fő címszón felül minden lap más-más, a saját kommunikációs stratégiáját jellemző fogalmat kapcsol a hajléktalansághoz. Az ASN újság szófelhőjén az látszik, hogy nagy szerepe van a narratíva időbeli és térbeli elhelyezésnek, mert a 2. leggyakoribb szó egy időhatározó (év), míg a 3. egy helyhez köthető főnév (ház). A BIN újságnak a lapterjesztő és a munka a 2. és 3. leggyakrabban megjelenő címszava, ami jól kifejezi a lap termék jellegét. A GN lapnak maga a hajléktalan ember és a közösség a kiemelt címszavai, ami azt tükrözi, hogy a hajléktalanság problémáját közösségiséggel kötik össze.

Érdekes lehet megfigyelni azt is, hogy mennyire egyenletes a szavak eloszlása: mindegyik korpusz egy fő fogalom és pár dominánsabb szó köré rendeződik, nagy egyenlőtlenségek vannak a kifejezések előfordulási gyakorisága között, ez tükrözi a reprezentációs struktúrát, tehát szemlélteti a reprezentáció magját és a perifériás részét.

6.2. Klaszterelemzés

A klaszterelemzésben a dolgozat a hajléktalanság reprezentációs mezejéhez kapcsolódó nagyobb tematikus egységeket tette láthatóvá. Kutatásomban Moscovici megállapításai alapján azt vizsgáltam, hogy az egyes utcai lapok (amelyek témája többek között a hajléktalanság) a három vizsgált kontextusban miként, milyen reprezentációs mezőben kommunikálnak a hajléktalanságról.

A lapok közös célja, hogy munkahelyet és bevételi forrást teremtsenek hajléktalan emberek számára, viszont a klaszterelemzés után arra jutottam, hogy mindhárom újság eltérő kommunikációs stratégiát alkalmaz. Ez egyik oldalról eltérő közönséget invitál a befogadásra, ezért mást is kommunikál, és tartalmi különbségekben eltérő reprezentációkkal is dolgozik. Az ASN újságban a hajléktalanság reprezentációs mezejében egyéni élettörténetek elmesélésének tematikái jelennek meg, a BIN lapban a hajléktalanság reprezentációs mezejében a lap mint termék tematikák jelennek meg, a GN-ban aktuális politikai történésekhez kapcsolható tartalmak alkotják a reprezentációs mezőt.

Az ASN újság reprezentációs mezejében személyes történetek, egyéni megélések és fikciós elbeszélések jelennek meg. Megjelenik egy külön osztály, ami a lakhatáshoz köthető tartalmakat tömöríti, itt a téma megoldandó problémák és a hozzájuk kapcsolódó megoldások mentén szerveződik. Az angliai lap mottója a „*Working not begging*” („Dolgozni, nem koldulni”), ami a segélyalapúval szemben, egy munkaalapú társadalomképet tükröz. Itt a lap termékjellege a klaszterében is markánsabban megjelenik, a teljes mintában az az osztály a legdominánsabb. Ennek a kommunikációs stratégiának az a lényege, hogy a lap munkát ad a munkanélkülieknek és olyan termék, amelynek a megvásárlása az ő megélhetésüket támogatja. A klaszter három, egy csoportba tömörülő osztálya a hajléktalan embert mint művészt, vagy a hajléktalanságot mint művészeti témát jeleníti meg a lap a hajléktalanság reprezentációs mezejében. A GN újság reprezentációs mezejében valós, aktuális (Covid-19) történések jelennek meg, a beszélő a szándékát nem egy fikciós történeten keresztül meséli el, hanem valós történetek (rendőri brutalitás) elbeszélésével fejezi ki. Hangsúlyos a társadalmi problémákkal való foglalkozás és ezen problémák vizsgálata, valamint a közösségiség megnyilvánulása.

7. Konklúzió

Dolgozatomban arra a megállapításra jutottam, hogy a választott kommunikációs stratégia és feltételezett közönség erősen befolyásolja a hajléktalanság körül szerveződő reprezentációs mezőt. Miközben a lapok közös célja, hogy munkahelyet és bevételi forrást teremtsenek hajléktalan emberek számára, eredményeinkben láthattuk, hogy a lapok közötti tartalmi eltérések eltérő kommunikációs stratégiákat takarnak és ezáltal eltérő szociális reprezentációs mezőt alakítanak ki a hajléktalanságról. Ez egyik oldalról eltérő közönséget invitálnak a befogadásra, ezért mást és másképpen kommunikálnak. Moscovici alapkutatásában vizsgált lapokkal ellentétben az általam vizsgált újságok – bár álláspontjuk megegyezik – egy sajátos kommunikációs mezőt alakítanak ki, más-más befogadói közeget hoznak létre és a kommunikált tartalmakat ehhez illesztik. Az angliai lap számára a hajléktalanság egy eladásra kínált termék, a kanadai lapnál egyéni élettörténet, az amerikai lapban pedig társadalmi probléma, amely közösségi válaszok aktiválását generálja.

8. Limitáció, kitekintés

Dolgozatommal a hajléktalanság társadalmi problémáját vizsgáló kutatások tudásanyagát szeretném bővíti, ugyanakkor azokhoz egy konstruktivista szemlélettel szeretnék

hozzájárulni. A kutatásom eredményei nem általánosíthatók, csak az adott időszakban kiadott, a minta kiválasztásnál meghatározott lapok hajléktalan reprezentációs mezőire vonatkoznak, csak ezeket jellemzik. A kutatás következő szakaszában egy magyar utcai lap elemzésére szeretnék sort keríteni (Fedél Nélkül), valamint a már vizsgált korpusz egy másik tartalomelemző módszerrel való analizálását szeretném elvégezni.

9. Felhasznált irodalom

- Bigazzi, S. (2015). Tudás és kontextus: a szociális reprezentáció elmélete. In A. Varga (Szerk.), *A nevelésszociológia alapjai* (49–79). Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar
- Dézma, L., és Bigazzi, S. (2020). A globális klímaváltozás és a gyermekvállalás összefonódása a szociálisreprezentáció-elmélet keretében. *ALKALMAZOTT PSZICHOLÓGIA*, 20(2), 37–57. <http://doi.org/10.17627/ALKPSZICH.2020.2.37>
- Durkheim, É. (2000). *Las Reglas del Método Sociológico*. Fondo de Cultura Económica México
- Hrast, M. F. (2008). Media representations of homelessness and the link to (effective) policies: The case of Slovenia. *European Journal of Homelessness*, 2(December)
- Kami, M. T. M., Larocca, L. M., Chaves, M. M. N., Lowen, I. M. V., Souza, V. M. P. D., & Goto, D. Y. N. (2016). Working in the street clinic: use of IRAMUTEQ software on the support of qualitative research. *Escola Anna Nery*, 20(3). <https://doi.org/10.5935/1414-8145.20160069>
- Moscovici, S. (1961). La représentation sociale de la psychanalyse. *Bulletin de psychologie*, 14(194), 807–810.
- Moscovici, S. (1961/1976): *Psychoanalysis: Its image and its public*. Polity Press
- Moscovici, S., & Pérez, J. A. (2009). A new representation of minorities as victims. In F. Butera & J. M. Levine (Eds.), *Coping with minority status: Responses to exclusion and inclusion* (pp. 82–103). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511804465.005>
- Moscovici, S. (2000). What is in the name. In Chaib, M., & Orfali, B. (Eds.), *Social representations and communicative processes* (12–28.). Jönköping University Press
- Souza, M. A. R. D., Wall, M. L., Thuler, A. C. D. M. C., Lowen, I. M. V., & Peres, A. M. (2018). The use of IRAMUTEQ software for data analysis in qualitative research. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 2018(52). <https://doi.org/10.1590/S1980-220X2017015003353>
- Szatmári. Á. (2022). Révész József „Ré”: A sikátorba nekem nem kell szemüveg. *Mérce A Város Mindenkié* oldal. <https://avm.merce.hu/2022/04/28/revesz-jozsef-re-a-sikatorba-nekem-nem-kell-szemuveg/> (letöltés: 2022. 11. 14.)
- Torck, D. (2001). Voices of homeless people in street newspapers: A cross-cultural exploration. *Discourse & Society*, 12(3), 371–392. <https://doi.org/10.1177/095792650101200300>

Werman, S. (2019). *Newspaper Representations of Homelessness: A Temporal Comparative Analysis*. Doctoral dissertation, Utah State University