

Der Einkaufswagen zwischen Wohlstand und Armut

Eine Untersuchung von Pressefotografien

Milena Hügli

Ein Afroamerikaner¹ kniet auf einem Schlafsack neben einem mit Umzugsboxen gefüllten Einkaufswagen (Abb. 1). Beide sind einem Kirchentor zugewandt. Der Afroamerikaner betet, durch seine parallele Ausrichtung sieht der Einkaufswagen aus, als ob er dies ebenfalls tut. Am Kirchentor hängen Anschläge. Der Prominenteste liest sich folgendermassen: «Save St. Brigid Church». Ist der Mann obdachlos? Weshalb kann er nicht in der Kirche beten? Weshalb muss man die Kirche retten? Welche Rolle spielt der Einkaufswagen in dieser Fotografie? Dies sind alles Fragen, welche die Fotografie weckt. Einkaufswagen wurden bereits zahlreich in alltäglichen Szenarien fotografisch abgelichtet. Sei es, dass in Teenie-Filmen Jugendliche in ihm sitzen und sich durch die Gänge in Läden schieben lassen, während sie über Liebesbeziehungen reden², dass Einkaufswagen die Waffe in einem peinlichen Todesfall darstellen³ oder dass sie zur Darstellung von Kaufkraft verwendet werden.⁴ Ebenso in der Pressefotografie wird der Einkaufswagen immer wieder abgelichtet. Dabei sind Fotografien wie die zuvor beschriebene keine Seltenheit. Es scheint, dass der Einkaufswagen in der Darstellung von Armut in urbanen Gebieten ein beliebtes Sujet ist. So sieht man des Öfteren Obdachlose, die einen Einkaufswagen, der all ihr Hab und Gut beinhaltet, vor sich herschieben oder neben

1 Bezeichnung für die circa 40 Millionen Bürger*innen in den USA, mit Wurzeln in Afrika südlich der Sahara. Es ist im Sprachgebrauch seit der «Abschaffung» der Segregation die normierte Bezeichnung für diese amerikanische Bevölkerungsgruppe. Der Begriff wurde von dem führenden afroamerikanischen Bürgerrechtsaktivisten Jesse L. Jackson vorangetrieben. Mit ihm soll das kulturelle Erbe jener mit Vorfahren aus Afrika hervorgehoben werden, und vor allem die Rolle der Sklaverei in der Entwicklung Amerikas anerkannt werden (Vgl. Eligon 2020).

2 Vgl. LETTRES EN TON NOM.

3 Vgl. THE GOOD PLACE.

4 Vgl. Fischer 2022 oder Alexandrowicz 2022; Je mehr sich in den Einkaufswagen legen lässt, desto höher ist die Kaufkraft einer Nation.

sich stehen haben. Dass in der obigen Fotografie der Einkaufswagen betend und so gleichwertig wie der obdachlose Afroamerikaner wirkt, stellt eine gesellschaftliche Problematik dar und macht diese sichtbar. So lässt sich vermuten, dass er wie ein Instrumentarium in diesem Szenario abgebildet ist, und so zu einem symbolträchtigen Mittel zur Äusserung einer bestimmten Aussage wird. Wird er gar ikonografisch eingesetzt? Bezüglich der Obdachlosigkeit im urbanen Raum wird seit einigen Jahren aus den Städten der Vereinigten Staaten von Amerika, vor allem aus Los Angeles und San Francisco, berichtet. San Francisco hat aufgrund einer massiven Immobilienkrise⁵ mit geschätzten über 8'000 Obdachlosen statistisch eine der drei höchsten Obdachlosenzahlen in Amerika.⁶ Dieser Umstand wird in der Pressefotografie dokumentiert. In der Lokalzeitung von San Francisco, dem *San Francisco Chronicle*, wird die Obdachlosigkeit durch Artikel, die Position beziehen, breit thematisiert. Dabei nehmen die Pressefotografien viel Platz ein. Es stellen sich folgende Fragen: Inwiefern wird das fotografische Bild des Einkaufswagens ikonografisch eingesetzt? Wird durch die ikonografische Darstellung des Einkaufswagens in den Pressefotografien die gesellschaftliche Stellung obdachloser Menschen hervorgehoben? Grundsätzlich wird hier die These vertreten, dass die Bildsymbolik des Einkaufswagens eine kritische Dualität ausdrückt, die sich widerspricht – Wohlstand und Armut.

Um der Fragestellung nachzugehen, wird zuerst die Ikonografie, dann die politische Ikonografie und schliesslich die Dualität von Wohlstand und Armut ermittelt. Bei der Ikonografie handelt es sich um eine Form des Symbolismus. Hier wird mit Ikonografie gearbeitet, da mit der Ikonografie eine beschreibende Methodik der Bildanalyse verstanden wird, wobei die Komponenten der Bilder im Vordergrund stehen. Der Untersuchung liegen drei Fotografien aus dem *San Francisco Chronicle* zugrunde. Der *San Francisco Chronicle* ist ein Lokalblatt, das regelmässig über die Krise der Obdachlosen in San Francisco berichtet und dabei politische Ansätze vorbringt. Interessant dabei ist, dass die Artikel alle folgendermassen aufgebaut sind: zuerst ein wertender Titel, dann eine Pressefotografie und erst dann der Artikel. Durch diese Reihenfolge entsteht automatisch eine Beeinflussung der Lesenden durch die Fotografie. Aus diesem Grund wird hier nach Ikonografie zusätzlich auch die politische Ikonografie betrachtet. Erst durch die Ermittlung dieser an der Fotografie kann eine Aussage über den Zusammenhang des Einkaufswagens mit den Themen Armut und Wohlstand getroffen werden.

⁵ Vgl. Rezal und Caughey 2022, URL: <https://www.sfchronicle.com/projects/2022/fixing-san-francisco-problems/sf-homelessness-data> (Abgerufen: 26.11.2022).

⁶ Vgl. Fagan 2018, URL: <https://projects.sfchronicle.com/sf-homeless/2018-state-of-homelessness/> (Abgerufen: 01.12.2022).



1

John Bullock



2

Scott Strazzante, *San Francisco Chronicle*



3

Michael Macor, *San Francisco Chronicle*

Zusammenspiel zwischen Realität und Informationsvermittlung

Ein Ansatzpunkt für die Eruierung der Fragestellung ist eine Auseinandersetzung mit den Umständen, woraus eine Fotografie Bedeutung evoziert. Fotografien sind eine komplexe Konstruktion aus Zeichen, die in Relation zueinanderstehen und so als Text aufgefasst werden.⁷ Semiotisch gesehen entsteht so aus Darstellungsmitteln eine Bedeutung-generierende Sprache⁸. So muss man sich in der Untersuchung der Aussage eines Bildes nicht nur fragen, was vermittelt wird, sondern auch *wie*.⁹

Bei der Fotografie von Scott Strazzante (Abb. 2), die in einem Artikel des *San Francisco Chronicle* am 20. September 2022 veröffentlicht wurde, sieht man den Obdachlosen Alvin Craig Calloway.¹⁰ Aus dem Artikel erfährt man, dass er seit 30 Jahren auf der Strasse lebt und in der Fotografie seinen Besitz verschiebt, nachdem er von der Russ Street in San Francisco verwiesen wurde. Mit den Informationen aus dem Artikel erfährt man das *Was*. Allerdings fällt auf, dass dies ohne den Kontext, der vermittelt wurde, nicht ersichtlich ist. Die Fotografie an und für sich zeigt lediglich einen Afroamerikaner, der einen Einkaufswagen vor sich herschiebt, der mit Habseligkeiten, wie einem Schlafsack, gefüllt ist. Dennoch ist selbst ohne den Beschrieb des Artikels ersichtlich, dass es sich um einen Obdachlosen handeln muss. Grundlegend dafür ist das *Wie*, woraus Assoziationen entstehen. Der Mann trägt abgetragene, aber funktionelle Kleidung. Sein Gesicht ist von Strapazen gezeichnet. Die Strasse ist vermüllt und die Wand ist voller Graffiti. Doch in der Bildmitte ist der Einkaufswagen, über den ein Schlafsack gelegt ist. Die Bildkomposition leitet den Blick als erstes auf den Einkaufswagen, weshalb dem eine Gewichtung zukommt. Die Fotografie ist unspezifisch, doch der Einkaufswagen lässt unverkennbar auf Obdachlosigkeit schliessen. Der zur Semiotik forschende Wissenschaftler Tzvetan Todorov erläuterte in diesem Sinne, dass Assoziationen erst durch Relationen – «relations of coordinations and subordination, predication and determination, generalization and entailment»¹¹ – entstehen. Wie der Einkaufswagen dargestellt wird, fördert also Assoziationen, die die Fotografie mit Bedeutung aufladen. Diese können aber, wie Todorov beschreibt, nur aus Relationen entstehen. Hier wird davon ausgegangen, dass die Beziehung zwischen dem Fokus auf den Einkaufswagen mit Schlafsack und dem Setting im urbanen Gebiet eine Kon-

7 Vgl. Fehr 1997, 87.

8 Vgl. Metz 1972, 135–139.

9 Vgl. Gräf 2017, 74.

10 Vgl. Moench und Fagan 2022, URL: <https://www.sfchronicle.com/sf/article/homelessness-plan-numbers-17453102.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

11 Todorov 1982, 18.

kretheit darstellt, die gleichermaßen allgemeingültig ist und somit eine Wiedererkennung hervorbringt. Es zeigt sich, dass die Informationsvermittlung dieser Fotografie ein Eigenleben erhält. Allerdings ist zu vermuten, dass die Assoziation, die mit der Fotografie einhergeht, nicht wertfrei ist. Pressefotografie ist zwar dokumentarisch, doch ist, was wie in der Bildkomposition gezeigt wird, entschieden gewählt. Das Dargestellte ist nur ein Fragment des gezeigten Umfelds und der Fokus liegt klar auf dem Einkaufswagen. Ausserdem ist die Fotografie in einen Artikel eingebettet, der den Titel «S. F. had bold plan to cut chronic homelessness in half in 5 years. The numbers only got worse»¹² trägt. Der Artikel kontextualisiert die Fotografie und setzt sie mit einer politischen Diskussion in San Francisco in Verbindung. Dass es sich bei der Person um einen seit 30 Jahren obdachlosen Mann handelt, spielt in diese Beziehung zwischen Kontext und Fotografie hinein. Auch dass der Einkaufswagen der Fokus dieser Fotografie ist, bindet ihn mit dieser Bedeutung. Es muss bedacht werden, dass die Fotografien in solchen Artikeln logischerweise an die Leser*innen gerichtet sind, welche meistens einer bestimmten Adressatengruppe angehören. Da es sich um die Lokalzeitung von San Francisco handelt, sind es die Bürger*innen dieser Stadt. Die Publikation dieser öffentlichen und halböffentlichen Fotografien wird also gezielt an bestimmte Adressat*innen gerichtet inszeniert und kann somit nicht mehr als wertfreie Darstellung der realen Wirklichkeit betrachtet werden, sondern vielmehr als ein Zusammenspiel zwischen dem realen Geschehen sowie dem Eigenleben der fotografischen Informationsvermittlung.¹³

Das Gegenstück zur Masse?

In dem zuvor genannten Artikel wird das Versagen der Behörden in der Stadt San Francisco in ihrer Bekämpfung der chronischen Obdachlosigkeit angeprangert. Zum Beispiel endet der Artikel mit der Aussage Tamara Freedmans, einer Bürgerin San Franciscos, mit folgenden Worten:

«Does it look like it worked? No. [...] People are dying a slow death out here. And if they're coming up with a new five-year plan, that's not the answer. I don't want to wait that long.»¹⁴

12 Moench und Fagan 2022, URL: <https://www.sfchronicle.com/sf/article/homelessness-plan-numbers-17453102.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

13 Vgl. Fleckner et al. 2014, 9–10.

14 Moench und Fagan 2022, URL: <https://www.sfchronicle.com/sf/article/homelessness-plan-numbers-17453102.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

Eine Pressefotografie kann aber auch in sich selbst eine Position beziehende Aussage evozieren.

«[D]ass [Pressefotografien] politische Tendenzen zum Ausdruck bringen und selbst Partei ergreifen [können], indem sie politische Mächte stützen, verherrlichen, aber auch kritisieren, stellt freilich keine neue Erkenntnis dar.»¹⁵

Ein Beispiel hierfür ist die Fotografie von Michael Macor, die im *San Francisco Chronicle* am 27. Juni 2017 veröffentlicht wurde (Abb. 3).¹⁶ Der Artikel thematisiert den neuen Ansatz der lokalen Polizei, wie mit Obdachlosen umzugehen ist, nämlich, dass humanitäre Hilfe geleistet werden soll.¹⁷ Die Fotografie selbst kritisiert jedoch die Haltung der Polizei gegenüber Obdachlosen. Die Bildkomposition der Fotografie arbeitet mit einer Diagonalen. Im Vordergrund stehen zwei mit ihrem Rücken zur Kamera gewandte Polizist*innen. In der Mitte steht ein Zelt, aus dem der zerzauste Kopf eines Mannes hervorblickt. Im Hintergrund befindet sich ein Einkaufswagen, der mit Habseligkeiten gefüllt ist. Durch die Positionierung der Polizisten und den Kamerawinkel entsteht eine Diagonale im Bild, die den Blick auf den Mann und den Einkaufswagen freigibt und lenkt. Die beiden Polizeibeamten sind dabei in ihrer Ausrichtung parallel zueinander und schauen in die gleiche Richtung. Wie auch in Abbildung 1 entsteht eine Parallele, die den Einkaufswagen und den Obdachlosen gleichwertig macht – der Einkaufswagen steht für den Obdachlosen. Während also die Polizei im Duo auftritt, so tun dies der Einkaufswagen und der Obdachlose ebenfalls. Jedoch ist das Machtverhältnis ein ungleiches. Die Polizeibeamten schauen auf die beiden hinunter. Die erhöhte Position der Kamera und deren gekippter Winkel zeigen ebenfalls ein Von-oben-herab. Die Fotografie suggeriert, dass die Macht bei den Beamt*innen liegt. Da es sich bei ihnen um Vertreter der Behörden der Stadt San Francisco handelt, wird hier die Frage in den Raum geworfen, welche Rolle die Stadt gegenüber den Obdachlosen einnimmt – sind die Obdachlosen ein Problem, das von Vertretern des Gesetzes gelöst werden muss? Mit dem Bewusstsein, dass die Haltung der Regierung der Stadt San Francisco unter anderem diejenige ist, dass man die Obdachlosen aus der Stadt vertreiben müsse¹⁸, stellt sich folgende Frage: Muss der Einkaufswagen weggerollt werden? Es werden mit der Fotografie und dem Einsatz des Einkaufswagens «Aussagen über die kulturelle, soziale und damit letztlich auch politische Verfasstheit

¹⁵ Fleckner et al. 2014, 8.

¹⁶ Vgl. Kurtis 2017, URL: <https://www.sfchronicle.com/bayarea/article/San-Francisco-struggles-to-use-police-as-lever-11240822.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

¹⁷ Vgl. ebd.

¹⁸ Vgl. Knight 2018, URL: <https://www.sfchronicle.com/news/article/Neighbors-disgusted-over-despair-on-block-hit-13015964.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

[der] [Gesellschaft]»¹⁹ formuliert, und mit wiedererkennbaren Visualisierungen des Einkaufswagens Assoziationen evoziert – die Fotografie nutzt also politische Ikonografie. Die politische Ikonografie wird als etwas verstanden, das «aktualisierbare, aufklärende und kritische Einblicke in den Mechanismus visueller politischer Überzeugungsarbeit vermitteln will»²⁰. Diese ist eine «Konstruktion», «Imagination», die durch «Sinnbildern [...] identitätsstiftend[e]» Affekte hat.²¹ Sie sind erfunden und müssen «nicht notwendigerweise mit der historischen Wirklichkeit übereinstimmen [...], immer aber kontext- und zeitgebunden auftreten»²². Dies zeigt sich auch an dieser Fotografie. Denn die Realität ist diejenige, dass es sich bei den Polizeibeamten um Mitglieder des *San Francisco Police Department Homeless Outreach Unit* handelt, die sich um den Veteranen John Hunter kümmern, indem sie ihn in soziale Hilfsprojekte der Stadt San Francisco integrieren wollen.²³ Dies zeigt, dass die Darstellung des Einkaufswagens mit gesellschaftspolitischen Lebensumständen in wiedererkennbaren Bildkompositionen einhergeht. Der Einkaufswagen wird zu einem wertenden Objekt, das den allgemeinen gesellschaftlichen Vorstellungen davon, wie und wo gelebt wird, entgegengesetzt ist und vielmehr ein Gegenstück zu der Masse der Gesellschaft wird, die sich die Immobilienpreise in San Francisco leisten kann.

Wohlstand oder Armut?

An dieser Stelle muss bemerkt werden, dass der Einkaufswagen ursprünglich ein Symbol von Wohlstand ist. Immerhin wurde er in der Zeit der stetigen Zunahme des Massenkonsums und der steigenden Kaufkraft erfunden.²⁴ Intendiert wurde eine Erleichterung des Konsums, wobei er schliesslich selbst Teil und Ausdruck des kapitalistischen Wirtschaftswachstums wurde.²⁵ In dieser Hinsicht ist bereits eine klare Dualität in der Symbolik des Einkaufswagens ersichtlich. Allerdings wird diese Zweideutigkeit erst richtig spürbar, wenn die beiden differierenden Assoziationen zum Einkaufswagen, jene des Wohlstands und der Armut, in ein und derselben Fotografie nebeneinander- oder sich gar gegenübergestellt werden (Abb. 4).

19 Flückner et al. 2014, 7.

20 Ebd., 10–11.

21 Marchal und Mattioli 1992, 12.

22 Ebd., 13.

23 Vgl. Kurtis 2017, URL: <https://www.sfchronicle.com/bayarea/article/San-Francisco-struggles-to-use-police-as-lever-11240822.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

24 Vgl. Grandclément 2009, 233–234.

25 Vgl. ebd., 250–251.

Die Fotografie, die von Lea Suzuki aufgenommen wurde und am 28. Juni 2016 im *San Francisco Chronicle* veröffentlicht wurde, zeigt im Vordergrund eine obdachlose, hungrige Frau.²⁶ Doch der Blick fällt als erstes auf den Mann im Bildmittelpunkt, der einen Einkaufswagen mit Habseligkeiten und einem Plastiksack mit Depotflaschen vor sich herschiebt. Die einzelnen Aspekte der Fotografie lassen darauf schliessen, dass es sich um einen Obdachlosen handelt. Diese Schlussfolgerung rührt aus der Wiedererkennung einzelner Aspekte. Gleichzeitig bedingt die Wiedererkennbarkeit einzelner Aspekte eine Sehgewohnheit zur Darstellung von Obdachlosen. Neben dem Obdachlosen stehen junge Menschen mit Markenkleidern. Im rechten Bildhintergrund sieht man ein weisses Cabriolet. Dies sind Aspekte, die auf Wohlstand schliessen lassen. Diese Annahme ist nicht abwegig. Schliesslich wurde die Fotografie auf der Kreuzung der Strassen *Mission* und *Second Street* aufgenommen, die im Quartier *South Market* von San Francisco liegen. Dabei handelt es sich um einen relativ wohlhabenden Stadtteil, worin grosse Technologieunternehmen, Kunstateliers und -hochschulen, eine Ausgehmeile, Schauräume bis hin zu Eigentumswohnungen vorherrschen. Wie die Fotografie zeigt, tummelt sich die Armut dennoch inmitten dieses Gebiets. Es wird erkennbar, dass der Einkaufswagen im Rahmen dieser Fotografie von seiner ursprünglichen Symbolik distanziert und umgenutzt wird, um die Armut inmitten von Wohlstand darzustellen. Der Einkaufswagen wird somit zu einem Objekt, das dem Wohlstand gegenübergestellt wird. Er findet sich also zwischen Wohlstand und Armut wieder. In der Fotografie liegt der Schwerpunkt nicht auf dem Wohlstand. Das Quartier bildet den Schauplatz, den Rahmen, doch der Fokus liegt auf dem Obdachlosen, der darin eingebettet wird. Diese zwei Seiten, das Vorwissen über die Entstehung des Einkaufswagens und die eigentliche Nutzung, signalisieren die gesellschaftliche Schere, die in der Stadt San Francisco vorherrscht. Dass diese unterschiedlichen Lebenssituationen so offensichtlich einander gegenübergestellt werden, verdeutlicht die Krise und prangert sie an.

Die Dualität des Einkaufswagens

In der Eruierung der Fragestellung, inwiefern das fotografische Bild des Einkaufswagens ikonografisch eingesetzt wird und ob dadurch die gesellschaftliche Stellung von Obdachlosigkeit betroffener Menschen hervorgehoben wird, kann gefolgert werden, dass mit dem Einkaufswagen wiedererkennbare Bildkompositionen genutzt werden, die ideologische, gesellschaftspolitische Lebensumstände präsentieren. Dies liegt daran, dass Pressefotografien von Obdachlosen in San Francisco

²⁶ Vgl. Palomino 2022, URL: <https://projects.sfchronicle.com/sf-homeless/numbers/> (Abgerufen: 01.12.2022).

bewusst nur Fragmente der Realität darstellen und in ihrer Komposition den Fokus auf die Informationsvermittlung legen. Dabei wird oftmals ein Augenmerk auf die Darstellung von Einkaufswagen gelegt, so dass sie auch tatsächlich sichtbar sind und in einer bestimmten Weise abgeleuchtet sind. Indem die inszenierten Fotografien ausserdem gezielt an bestimmte Adressat*innen gerichtet sind, nehmen sie eine wertende Haltung ein; sie geben vor, uneingeschränkt die Realität darzustellen, doch bieten sie mit konstruierten, wiedererkennbaren Bildkompositionen genügend Raum für Assoziationen. Der Einsatz einer solchen politischen Ikonografie evokiert kontext- und zeitgebundene Sinnbilder, die von dem ursprünglichen Nutzen des Einkaufswagens entfremdet sind. Indem mit dem Einkaufswagen Obdachlosigkeit assoziiert wird, wird eine Aussage über eine Gesellschaft und deren wirtschaftliche, aber auch soziale und politische Situation gemacht. Gerade in der Fotografie von Lea Suzuki (Abb. 4) wird die Divergenz der Lebensumstände dadurch ersichtlich. In einem Quartier mit hohem Lebensstandard sticht der Einkaufswagen negativ hervor und die Dualität, die Schere zwischen Armut und Wohlstand in der Stadt San Francisco wird schmerzlich spürbar.



4

Lea Suzuki, *San Francisco Chronicle*

Bibliographie

Literaturverzeichnis

Fehr, Wolfgang: Grundprobleme der Filmanalyse im Deutschunterricht. In: Wolfgang Fehr (Hg.): Der Deutschunterricht 3. Hannover: Friedrich Verlag, 1997, 86–92.

Fleckner, Uwe et al.: Vorwort. In: Uwe Fleckner et al. (Hg.): Politische Ikonografie. Ein Handbuch. Band 1: Abdankung bis Huldigung. München: C.H.Beck Paperback, 2014, 7–13.

Gräf, Dennis et al.: Filmsemiotik. Eine Einführung in die Analyse audiovisueller Formate. Marburg: Schüren Verlag, 2017.

Grandclément, Catherine: Wheeling One's Groceries around the Store: The Invention of the Shopping Cart, 1936–1953. In: Warren Belasco und Roger Horowitz (Hg.): Food Chains. From Farmyard to Shopping Cart. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2009, 233–252.

Marchal, Guy P. und Aram Mattioli: Nationale Identität – allzu Bekanntes in neuem Licht. In: Marchal, Guy P. und Aram Mattioli (Hg.): Erfundene Schweiz. Konstruktionen nationaler Identität. Zürich: Chronos, 1992, 11–20.

Metz, Christian: Semiologie des Films. Aus dem Französischen von Renate Koch (franz. Original: Essais sur la signification au cinéma). München: Fink, 1972.

Todorov, Tzvetan: Symbolism and Interpretation (Translated by Catherine Porter). Ithaca, New York: Cornell University Press, 1982.

Quellenverzeichnis

Alexandrowicz, Laurence: Frankreich wählt: Wie entscheidend ist das Thema Kaufkraft? In: Euronews, 08.04. 2022; URL: <https://de.euronews.com/2022/04/08/frankreich-wahlt-wie-entscheidend-ist-das-thema-kaufkraft> (Abgerufen: 10.12.2022).

Eligon, John: A Debate Over Identity and Race Asks, Are African-Americans 'Black' or 'black'? In: The New York Times, 26.06.2020, URL: <https://www.nytimes.com/2020/06/26/us/black-african-american-style-debate.html> (Abgerufen: 10.12.2022).

Fagan, Kevin: The Situation on the Streets. In: San Francisco Chronicle, 28.06.2018, URL: <https://projects.sfchronicle.com/sf-homeless/2018-state-of-homelessness/> (Abgerufen: 01.12.2022).

Fischer, Peter: Inflation in den USA. Es wird ernst! In: Neue Zürcher Zeitung, 13.07.2022, URL: <https://www.nzz.ch/wirtschaft/inflation-in-den-usa-es-wird-ernst-ld.1693480?reduced=true> (Abgerufen: 01.12.2022).

Knight, Heather: Poop. Needles. Rats. Homeless Camp pushes SF neighborhood to the edge. In: San Francisco Chronicle, 24.06.2018, URL: <https://www.sfchronicle.com/news/article/Neighbors-disgusted-over-despair-on-block-hit-13015964.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

Kurtis, Alexander: Police strive to focus on referrals, not arrests. In: The San Francisco Chronicle, 27.06.2017, URL: <https://www.sfchronicle.com/bayarea/article/San-Francisco-struggles-to-use-police-as-lever-11240822.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

Moench, Mallory und Kevin Fagan: S. F. had bold plan to cut chronic homelessness in half in 5 years. The numbers only got worse. In: San Francisco Chronicle, 20.09.2022, URL: <https://www.sfchronicle.com/sf/article/homelessness-plan-numbers-17453102.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

Palomino, Joaquin: How many people live on our streets? In: The San Francisco Chronicle, 28.06.2016, URL: <https://projects.sfchronicle.com/sf-homeless/numbers/> (Abgerufen: 01.12.2022).

Rezai, Adriana und Erin Caughey: SFNext Index. Key facts about homelessness in San Francisco. In: San Francisco Chronicle, 29.05.2022, URL: <https://www.sfchronicle.com/projects/2022/fixing-san-francisco-problems/sf-homelessness-data> (Abgerufen: 26.11.2022).

Filmografie

Lettres en ton nom. CH 2021, Alexandre Schild (Play Suisse: Schweizer Jugendfilmtage).

The Good Place. USA 2016–2020, Michael Schur (Netflix).

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 John Bullock: Ein Obdachloser betet vor einer geschlossenen Kirche. In: Pinterest, URL: <https://www.pinterest.ch/pin/196399233721249840/> (Abgerufen: 01.12.2022).

Abb. 2 Scott Strazzante: Der Obdachlose Alvin Craig Calloway in San Francisco. In: Mallory Moench und Kevin Fagan: S. F. had bold plan to cut chronic homelessness in 5 years. The numbers only got worse. The San Francisco Chronicle, 20.09.2022, URL: <https://www.sfchronicle.com/sf/article/homelessness-plan-numbers-17453102.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

Abb. 3 Michael Macor: Offiziere vom Homeless Outreach Unit beim Besuch des Obdachlosen John Hunter. In: Alexander Kurtis: Police strive to focus on referrals, not arrests. The San Francisco Chronicle, 27.06.2017, URL: <https://www.sfchronicle.com/bayarea/article/San-Francisco-struggles-to-use-police-as-lever-11240822.php> (Abgerufen: 01.12.2022).

Abb. 4 Lea Suzuki: Ein Obdachloser mit Einkaufswagen auf der Mission und Second Street in San Francisco. In: Joaquin Palomino: How many people live on our streets? The San Francisco Chronicle, 28.06.2016, URL: <https://projects.sfchronicle.com/sf-homeless/numbers/> (Abgerufen: 01.12.2022).



Einkaufswagen mit Smiley, Foto von Serafina Andrew, 14.11.2022, Honolulu