

Der ethnisch-interkulturelle Raum:

Das Quartier Barbès kann als Diskurs verstanden werden, der ein auf Grenzen beruhendes, essentialistisches Raum-, Kultur- und Identitätsverständnis gleichzeitig bestärkt und dekonstruiert. Obwohl die durch Reklametafeln, Kleidungsstile, Praktiken, Waren, Plakate, Bilder und Texte bzw. Narrationen vermittelten Repräsentationen auf substantialistischen Konzepten von Kultur und Ethnizität (wie beispielsweise dem Begriffspaar „Orient“ und „Okzident“) beruhen, befinden sich die dadurch konstruierten kulturellen „Themenräume“ in ein und dem gleichen geografischen Raum, dem Quartier Barbès, und bilden somit einen aus unzähligen Subräumen bestehenden Raum ethnisch-kultureller Diversität.

Die diskursive Konstruktion einzelner „Ethnoscapes“ (im Sinne Arjun Appadurais) im Analyse- und Diskursraum basiert dabei insbesondere auf dem Prinzip der Metonymie. Gleichsam lässt sich feststellen, dass die auf kulturelle Differenzierung abzielenden Zeichenprozesse miteinander sowie mit dem Raum interagieren. Eben aus diesem Grund bestätigen sie das statische, essentialistische Konzept von Kultur, auf das sie zurückgreifen, nicht, sondern stellen vielmehr ein Beispiel für die semiotische Dynamik kultureller Identität dar.

Darüber hinaus ist es interessant nachzuvollziehen, wie die Präsenz verschiedener Raumteilnehmer sowie deren diskursive Aktivität einen Raum im Zentrum der französischen Hauptstadt zu einem Raum differenzierter, transnationaler sowie transkultureller Zeichen und Bedeutungen umwandeln.

Angesichts dieser Prozesse ist es ebenso wichtig festzustellen, inwiefern Fragen kultureller Repräsentation und Identitätspolitik mit räumlicher Präsenz und Gestaltung verknüpft sind. Die Problematik sozialer Sichtbarkeit sowie die aktuelle Integrationsthematik (sowohl in Paris/Frankreich als auch an anderen Orten) scheint eng an Prozesse der „Raumpolitik“ geknüpft zu sein.

Der Raum der Fremdheit und Differenz:

Wie David Morley in seinem Werk „Home Territories. Media, Mobility and Identity“ herausstellt, ist ein exklusives, auf innerer Homogenität und Exklusion von Differenz beruhendes Verständnis räumlich-kultureller Identität eine mediale (oder diskursive) Konstruktion, welche heterogene Raumteilnehmer „markiert“.

Das Quartier Barbès ist ein möglicherweise seltenes Beispiel eines Raumes, in dem die Distinktion zwischen homogen und heterogen, zugehörig und fremd, „unmarkiert“ und „markiert“ nicht anwendbar ist. Vielmehr kann das Viertel als ein Raum genereller Fremdheit und Differenz verstanden werden. Somit erfüllt es ebenso eines der Kriterien eines „Nicht-Ortes“ im Sinne Marc Augés.

Der ethnisch-interkulturelle Raum:

Der „ethnisch-interkulturelle Raum“ ist einer der definierendsten imaginären Räume des Quartiers Barbès.

Wie bereits beschrieben wurde, ist insbesondere der östliche Teil des Analysebereiches durch Immigration, hauptsächlich aus Nord- und Mittel- bzw. Westafrika, geprägt.

Es wurde ebenso beschrieben, dass sich verschiedene Sorten von „ethnisch markiertem“ Handel in diesem Viertel entwickelt haben. Man könnte sogar so weit gehen zu sagen, dass östlich des Boulevard Barbès kaum ein Geschäft ist, das auf eine spezielle Nationalität, Kultur oder auf einen bestimmten „kulturellen Raum“ bezogene Produkte anbietet.

Insbesondere die Begriffe „Kultur“ und „kultureller Raum“ sollten an dieser Stelle allerdings kurz problematisiert werden. In einem weit verbreiteten Verständnis werden Kulturen oder kulturelle Räume als Räume verstanden, die durch ihre Grenzen zu anderen Räumen sowie durch die Vorstellung einer bestimmten innerräumlichen Homogenität definiert sind. Es handelt sich um ein exklusives, substantialistisches Verständnis von Raum und Identität.

„Michael Keith and Steven Pile speak of the troubling dominance, in everyday discourse of a „reactionary vocabulary of ... the identity politics of place and a spatialised politics of identity grounded in ... the rhetoric of origins, of exclusion, of boundary-making, of invasion and succession, of purity and contamination ... the glossary of ethnic cleansing“^{1,2}

Dieses Verständnis von Raum und kultureller Identität ist insofern problematisch, als dass solche kulturellen Räume, die oft an die Grenzen eines Nationalraumes geknüpft sind, selten intern homogen sind. Darüber hinaus sind Räume, wie David Morley in seinem Werk „Home Territories – Family, Household, Nation“ zeigt, durch Medien und Praktiken der Globalisierung in hohem Maße mit einem räumlichen „Außen“ verbunden. Die Grenzen zwischen den kulturellen Räumen sind also wenn überhaupt „poröse Grenzen“, die interne Homogenität ist konstruiert sowie virtuell über Medien (nationale Mythen, Rhetorik des nationalen Fernsehens etc.) vermittelt und die Differenz zwischen den kulturellen Räumen ist mal mehr, mal weniger stark vorhanden.

Morley spricht sich daher berechtigter Weise für ein neues, angemesseneres Verständnis von Raum aus.

„Massey rightly argues for „a sense of place which is extroverted, which includes a consciousness of its links to the wider world“³, where what gives a place its identity is

¹ Morley, David (2000): Home territories. Media, mobility and identity. London, New York: Routledge, S. 31, Zit. nach Michael Keith und Steven Pile

² Ebd., S. 31

³ Ebd., S. 195, Zit. nach Doreen Massey

not its internalised history, but rather its uniqueness as a point of intersection in a wider network of relations.”⁴

Dennoch ist auch das substantialistische, exklusive Verständnis von kulturellen Räumen für die heutige von Globalisierungsprozessen wie Migration oder internationalem Informationsfluss geprägte Welt weiterhin relevant.

Im Prinzip existieren zwei Raummodelle nebeneinander. Obwohl das Raumkonzept der offenen, vernetzten Räume der globalisierten Realität eher entspricht, arbeitet sowohl unsere Sprache als auch andere, z.B. bildliche, Repräsentationssysteme weiterhin mit dem auf Differenz basierenden Raummodell.

Sprache bildet Wortbedeutungen durch Differenz bzw. Relationen zu anderen Wörtern. Wörter, welche auf Räume referieren, können dies nur, da andere Wörter auf andere Räume referieren.

„Thus we can recognise that, in any particular formulation of an identity, „something will always be excluded...[for that] is simply how language operates.”⁵

Das Wort Orient bedeutet nur, weil es eine differente Bedeutung, d.h. den Nicht-Orient bzw. Okzident gibt. Auch aus diesem Grund spricht David Morley von Raumkonstitution als grenzsetzenden, negativen Prozess.

Auch im Quartier Barbès werden Kulturen, insbesondere die „Herkunftskulturen“ der immigrierten Bevölkerung, essentialisierend und in Abgrenzung zu anderen kulturellen Räumen repräsentiert.

Von einem Geschäft als „Espace Orient“ zu sprechen⁶ produziert automatisch den nicht zum Geschäft gehörigen, umliegenden Raum als nicht-orientalischen Raum bzw. „Espace Occident“.

Darüber hinaus bestätigt die Verwendung des Wortes Orient die gängige, durch Sprache vermittelte Unterscheidung zwischen Orient und Okzident.

In Barbès wird somit das exklusive, auf Grenzen beruhende Kulturraumverständnis bestärkt. Gleichzeitig, und dies ist das Paradoxe am imaginären ethnischen Raum des Quartiers Barbès, wird eben dieses Raumverständnis dekonstruiert.

Die Raumteilnehmer des Quartiers Barbès konstruieren verschiedene spezifische ethnische bzw. kulturelle Räume in einem offiziell französischen Raum.

⁴ Ebd., S. 195

⁵ Ebd., S. 252, Zit. nach Honi Fern Haber

⁶ Vgl. Anhang 1: Video: 01:11: 52 h

Dadurch wird die im substantialistischen Raumverständnis angenommene notwendige Verknüpfung von Kultur und physischem Raum in Frage gestellt.

Zudem macht die Anhäufung von differenten kulturellen Räumen, den Gesamttraum Quartier Barbès zu einem interkulturellen Raum. Der interkulturelle Raum widerspricht in seiner Raumbeschaffenheit bzw. Raumbedeutung jedoch ebenso einem substantialistischen Raumkonzept.

Da es in dieser Arbeit hauptsächlich um die Praktiken und Dynamiken der Raumproduktion und Verhandlung gehen soll, soll im Folgenden kurz erörtert werden, wie die Raumteilnehmer im Quartier Barbès einzelne ethnische oder kulturelle Räume schaffen (nach einem exklusiven Raumkonzept) und wie sie gleichsam den Gesamttraum Barbès zu einem interkulturellen Raum (nach einem offenen, vernetzten Raumkonzept) machen.

Ein wichtiger Aspekt der Konstruktion der einzelnen ethnischen Räume ist die Beschriftung und Gestaltung der Geschäftsfassaden und Reklametafeln.

Durch Beschreibungen wie beispielsweise „tissus orientales“ werden bestimmte „kulturelle Themenräume“ produziert. Interessant ist darüber hinaus die häufige Verwendung des Wortes „espace“ (Raum), was auf ein (unterschwelliges) Bewusstsein der Raumteilnehmer für ihre Tätigkeit der Raumkonstruktion hindeutet.

Weitere Wörter, die häufig auf Geschäftsfassaden auftauchen, sind „bazar“ und „produits exotiques“. In ihrer räumlichen Referenz etwas unbestimmter verweisen sie dennoch auf andersartige bzw. fremde Marktpraktiken und Warenangebote.

Natürlich sind auch regions- oder kontinentalspezifische Produktbeschreibungen wie „produits antillais“ oder „tissus africains“ weit verbreitet.

Seltener hingegen findet man konkret nationsspezifische Angebote. In einigen Fällen werden auf mehrere Nationen bezogene Produkte angeboten. Beispielsweise bieten Restaurants afro-indische Küche an. In diesen Fällen werden keine einzelnen ethnischen Räume konstruiert, sondern die Produkte stehen bereits für ein gewisses Maß an Interkulturalität.

Ein im Analyseraum sehr präsent Thema ist der Islam. Viele der dort anwesenden Immigranten werden durch diese Religion vereint, auch wenn spezifische religiöse Praktiken und Auslegungen vielleicht verschieden sind.

An vielerlei Stellen gibt es Metzgereien, die nach den Regeln des Islam aufbereitetes Fleisch verkaufen, die so genannten „boucheries musulmanes“ oder „boucheries islamiques“. Zudem ist die Moschee Al Fath in der Rue Polonceau ein zentrales Element des Islams im Quartier Barbès.

Weitere ethnische Räume konstruierende Elemente sind die Plakate, welche für Musiker, meist mit Abstammung aus Afrika oder den französischsprachigen Antillen werben.

Das Wort „zouk“, was einen von den französischsprachigen karibischen Inseln kommenden Musik- und Tanzstil bezeichnet, taucht nicht nur auf diesen Plakaten, sondern auch auf verschiedenen im Raum verteilten Aufklebern, die z. B. für die Gruppe „zouk machine“ werben mehrfach auf.

Zudem wird arabische Musik in verschiedenen Tonträgergeschäften verkauft.

Die arabische Schrift ist im östlichen Analyse- und Verkaufsraum sehr präsent. Die Reklametafeln der Geschäfte präsentieren sich in lateinischer und arabischer Schrift, zudem werden Medien wie Zeitungen oder Flugblätter in dieser Schrift vermehrt im Raum verkauft.

Ein sehr wichtiges Element bei der Konstruktion ethnischer Räume sind die Objekte, die im Raum genutzt und angeboten werden sowie die Art und Weise der Warenausstellung in den einzelnen Geschäften.

Ob bunte, speziell gemusterte afrikanische Stoffe, orientalische Brautmoden, Vasen und Süßigkeiten, Kosmetikprodukte für dunkle Haut oder in Europa unübliche Obst- und Gemüsesorten – in allen Fällen symbolisieren die Produkte kulturelle Räume (im substantialistischen Sinn). Die Objekte stehen demnach in einer metonymischen Beziehung zu ihrer räumlichen Herkunft bzw. zur räumlichen Herkunft eines Großteils ihrer Konsumenten.

Die Präsentationsformen der Waren tragen ebenfalls zu einer Veränderung von Raum bei. Beispielsweise ist die Ausstellung von Perücken auf Puppen, deren Hautfarbe angedeutet dunkel ist (silber-grau), eine spezielle auf den Raum und seine Raumteilnehmer bezogene Ausstellungsform, die auffällt. Auch die Eigenart mehrerer afrikanischer Läden, die Ware in ihren Schaufenstern bis oben hin musterartig zu stapeln (Stoffe oder Lebensmittel) ist eine Präsentationsform, die ungewöhnlich anmutet und damit den Raum optisch sowie imaginär verändert.

Bezogen auf die Fähigkeit von Objekten, Räume zu konstruieren, gilt ebenfalls das Prinzip der Anhäufung. Wenige Geschäfte, die spezielle Produkte anbieten, konstruieren meist keinen Bedeutungsraum. Eine hohe Anhäufung dieser Objekte in einem gegebenen physisch-räumlichen Rahmen wie dem Quartier Barbès können jedoch in ihrer Repräsentationsfähigkeit eine Raumimagination wie das „interkulturelle Viertel Barbès“ produzieren.

Diese Feststellung kann auch auf die Erscheinung der Raumteilnehmer bezogen werden. Gerade im Osten des Quartiers Barbès konstruieren diese den interkulturellen Raum allein durch ihre Präsenz mit. Sie unterteilen diesen sogar in verschiedene ethnische Subräume,

denn im Nordosten um die Metrostation Chateau Rouge halten sich mehr Mittel- und Westafrikaner auf, während sich im Südosten um die Station Barbès-Rochechouart mehr Immigranten mit nordafrikanischer Abstammung sind.

Durch ihre Präsenz verändern sie den Raum sowohl visuell als auch auditiv. Hautfarbe und Kleidung der Raumteilnehmer spielt eine große Rolle bei der visuellen Veränderung des Analyseraumes. Ihre Art und Weise zu sprechen (Betonung, Akzent, Lautstärke) verändert den auditiven Raum.

Ganz besonders auffallend sind die Kleider mehrerer aus Mittel- und Westafrika stammender Frauen. Schnitte, bunte Farben und Muster sowie die oft auffällig gebundenen Kopftücher im Muster der Kleidung sind visuell sehr raumprägend. Natürlich trägt auch die häufige Präsenz von Kopftüchern an Frauen mit Abstammung aus Nordafrika oder dem Nahen Osten zur Konstruktion eines (inter-)kulturellen Bedeutungsraumes bei.

Die verschiedenen Telekommunikationsanbieter, die Ferngespräche zu günstigen Tarifen anbieten, versinnbildlichen am besten die Dynamik der Produktion eines ethnisch-interkulturellen Bedeutungsraumes Barbès.

Aus einer bestimmten physisch-räumlichen Position heraus stellen sie über Medien vermittelt weitere virtuelle Räume und Bedeutungsräume her. Sie sind gleichsam mit dem sich in Frankreich befindenden physischen Raum Barbès als auch mit einem fernen Raum verbunden. Diese Verbindung ist mit einer bestimmten Vorstellung von dem jeweiligen fernen Raum, dem sich die telefonierenden Personen zugehörig fühlen, verbunden. Entscheidend ist, dass die Raumteilnehmer nicht dem physischen fernen Raum angehören, sondern ihrer speziellen Vorstellung davon, dem imaginären Raum bzw. Bedeutungsraum.

Dieser auf einen physisch fernen Raum bezogene Bedeutungsraum wird mit anderen physisch fernen oder nahen Raumteilnehmern manchmal geteilt. Diese Personen bilden dann eine Diasporagemeinschaft.

Die in diesem Kapitel beschriebenen ethnischen Bedeutungsräume sind Teil des Phänomens, welches Arjun Appadurai *Ethnoscapas* nennt.

„In dem Maße, in dem ganze Menschengruppen ihre traditionellen Orte verlassen und sich an anderen neu zusammenfinden, die Geschichte ihrer Gruppe neu bestimmen und ihre ethnischen „Projekte“ umdefinieren ist das *Ethno* in der Ethnographie nicht mehr fest umrissen und nicht mehr eindeutig bestimmbar.“⁷

Da im Quartier Barbès eben vermehrt diese ethnischen Räume konstruiert werden, wird auch dieser Raum der französischen Hauptstadt mit einer interkulturellen Raumbedeutung

⁷ Appadurai, Arjun: Globale ethnische Räume. Bemerkungen und Fragen zur Entwicklung einer transnationalen Anthropologie, in: Beck, Ulrich (1998): Perspektiven der Weltgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 11

versehen. Die Mobilität von Raumteilnehmern verändert damit nicht nur die Bedeutungen der verlassenen Räume, sondern auch die Bedeutungen ihrer neuen Aufenthaltsorte.

Natürlich konstruiert auch der Tourismus im Quartier Barbès einen interkulturellen Raum. Dieser Raum ist aber an die Präsenz der Raumteilnehmer geknüpft, während die Raumteilnehmer mit Migrationshintergrund den Analyseraum durch die längerfristige Integration verschiedener ethnisch-kultureller Repräsentationen verändern.

Offen bleibt bei dieser Feststellung, inwiefern die jeweiligen Raumteilnehmer den Analyseraum bewusst ethnisch inszenieren.

Es wäre zumindest denkbar, dass der Raum auch für ein bestimmtes touristisches Publikum als interkultureller Raum produziert wird. Dafür spricht beispielsweise, dass die Stoffgeschäfte, welche sich in direkter Nähe des Hügels Montmartre befinden und mit „tissus orientales“ werben, mit ihrem tatsächlichen Angebot wahrscheinlich kein traditionell geprägtes Publikum aus dem Orient ansprechen. Sie verkaufen freizügige, an Filmkostüme erinnernde Glitzerroben und fügen sich mit diesem Angebot mehr in ein bestimmtes durch internationale Repräsentationen (Filme, Geschichten etc.) konstruiertes Bild des Orients.

Für einen Großteil der tatsächlich aus dem Orient stammenden Raumteilnehmer im Quartier Barbès ist dieses Angebot vermutlich uninteressant.

Auch Reiseführer werben mittlerweile mit der Interkulturalität des Viertels Goutte d'Or⁸ und tragen so zusätzlich zur Produktion des interkulturellen Bedeutungsraumes bei.

Ebenso ist es möglich, dass Ethnizität im Quartier Barbès derart intensiv repräsentiert wird, weil sich Immigranten in Paris eine Sichtbarkeit verschaffen bzw. sich als Immigranten eine Art eigenen innerstädtischen Raum markieren möchten

„Extremer Unbeständigkeit sind vor allem diejenigen Bevölkerungsgruppen ausgesetzt, die in Randzonen und Zwischenräumen unserer sich zunehmend schließenden Gesellschaft gedrängt werden. Sie haben nur bedingt Zugang zu den für jede Identitätsbildung notwendigen Orientierungswerten bzw. zu den Techniken und Möglichkeiten, die eine Nation zusammenhaltende Kulturalität zu erwerben und zu demonstrieren.“⁹

Eine solche These ist jedoch gewagt. Es ist allerdings zumindest denkbar, dass an die komplexe Integrationsproblematik (Marginalisierung, Banlieueproblematik) von Paris geknüpfte psychologische Prozesse dieses (eventuell unbewusste) Raumverhalten hervorrufen.

⁸ Vgl. Anhang 1: Video: 01:38:33 h

⁹ Kimminich, Eva: Citoyen oder Fremder. Ausgrenzung und kulturelle Autonomie in der französischen Banlieue, in: Trotha, Trutz von (Hg.) (1997): Soziologie der Gewalt. Opladen u.a.: Westdt. Verl. (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie: Sonderhefte, 37), S. 513

Der Raum der Fremdheit und Differenz:

Wie im vorherigen Kapitel beschrieben halten sich in Barbès und insbesondere in seinem Osten besonders viele Raumteilnehmer mit Migrationshintergrund auf. Diese können vor allem auf Grund ihrer Hautfarbe als Menschen mit Migrationshintergrund erkannt werden.

Zudem frequentieren den Raum einige Touristen und natürlich einige Franzosen.

Wie David Morley mit Bezug auf Mary Douglas Theorie zur Reinheit herausstellt, sind substantialistisch und exklusiv definierte Räume intern homogen bzw. rein konzipiert.

Dieses Homogenitätsgebot betrifft ebenso die sich dort aufhaltenden Menschen.

Menschen mit nicht zum Konzept des jeweiligen Raumes passenden Eigenschaften werden dementsprechend als Verunreinigung empfunden.

Auch wenn diese Darstellung übertrieben wirkt, so kann dennoch festgehalten werden, dass Menschen mit Eigenschaften, die nicht in das Homogenitätsraster des jeweiligen Raumkonzepts passen, auffallen. Eine Differenz erzeugt demnach eine „Markierung“ des jeweiligen Raumteilnehmers.

Im Allgemeinen lässt sich trotz Globalisierung immer noch behaupten, dass Menschen mit einer dunklen Hautfarbe oder ähnlichen Hinweisen auf eine ferne Abstammung (Kleidung, Kopftuch etc.) im Europäischen Raum eher auffallen bzw. „markiert“ sind, als Menschen einer offensichtlich Europäischen Abstammung. Im Quartier Barbès wird diese Tendenz aufgehoben bzw. in manchen Subräumen sogar umgekehrt.

Eine weitere Raumbedeutung des Quartiers Barbès ist es somit ein Raum der allgemeinen Differenz zu sein.

Ohne so weit zu gehen den Raum als einen Raum zu deklarieren, in welchem die allgemeine Differenz zur Bedeutungslosigkeit führt, denn dies ist eindeutig nicht der Fall, kann dennoch davon ausgegangen werden, dass beispielsweise vor dem Discountwarenhaus Barbès weder Migranten, noch Touristen, noch Franzosen eine „Markierung“ tragen.

Im Subraum um den Boulevard Barbès wird das „Spiel der Markierung“ umgedreht. Als Mensch mit heller Hautfarbe fällt man in diesem Subraum auf.

Trotz einer Situiertheit innerhalb der französischen Hauptstadt, ist hier auch der Franzose ein Fremder.

Durch das „ethnisch markierte“ Angebot, die Präsenz einer Mehrzahl von Raumteilnehmern mit fernem Migrationshintergrund und weitere Aspekte, die den oben beschriebenen, ethnisch-interkulturellen Raum konstruieren, fühlt sich der europäische Raumteilnehmer in diesem Subgebiet eher „markiert“ und fremd.

Emmanuelle Lallement behauptet in diesem Zusammenhang darüber hinaus, dass Europäer dieses Subgebiet eben besuchen, um eine sogenannte multikulturelle, kosmopolitische Raumatmosphäre zu konsumieren.

Auch in Bezug auf die im Raum vorhandenen Repräsentationen und Diskurse, die in diesem Kapitel im Vordergrund standen, entsteht eine Fremdheit.

Das Quartier Barbès kann als ein Raum beschrieben werden, in dem eine außergewöhnlich reichhaltige Vielfalt von verschiedenen Zeichensystemen, Repräsentationen und folglich Diskursen zusammentreffen. Der durchschnittliche Raumteilnehmer hat jedoch nur zu einigen von diesen Diskursen einen Zugang.

Natürlich konnten bei der Raumbesichtigung für diese Arbeit, wie bereits in Kapitel 3.1. problematisiert wurde, nicht alle Diskurse ausfindig gemacht und verstanden werden.

Dennoch konnte festgestellt werden, dass beispielsweise die Diskurse in arabischer Schrift für einen Großteil der europäischen Raumteilnehmer nicht zugänglich sind.

Die Diskurse, die beispielsweise durch Graffiti entstehen (denn auch Graffiti ist ein Zeichensystem mit Bedeutungen und Referenzen) ist noch begrenzter. Meist können nur Raumteilnehmer, die in die jeweilige Szene involviert sind, diesen Diskurs verstehen.

Die oben beschriebenen, über den Raum ausgetragenen politischen Diskurse sind für viele Touristen unverständlich bzw. bedeutungslos. Vielleicht fallen sie einem Großteil der Touristen nicht auf, da sie nur selektiv die für sie inszenierten Raumaspekte wahrnehmen möchten.

In jedem Fall gibt es für die meisten Raumteilnehmer Aspekte (Repräsentationen, andere Raumteilnehmer) die fremd sind. Es kann also festgehalten werden, dass eine Bedeutung des Quartiers Barbès seine Aufgeladenheit mit Differenz oder Fremdheit ist.

Diese Beobachtung führt automatisch zu einer ebenfalls für diese Arbeit sehr wichtigen Feststellung zum Quartier Barbès. Bei all seinen verschiedenen Bedeutungsdimensionen, hat Barbès keine Identität. Das Wort Identität setzt ein Identisch-Sein seiner Raumaspekte in Bezug auf mindestens eine Eigenschaft voraus. Die einzige Eigenschaft, welche die Raumaspekte miteinander vereint, ist jedoch ihre Differenz (und ihre physisch-räumliche Nähe). Barbès hat demnach keine Identität, sondern eine Differenzialität.