



Daheimbleiben und die Welt sehen

Anschauung, Zerstreung und mediale Flanerie in YouTube-Videowalks

Felix T. Gregor, Bayreuth

Durch die Straßen der Nacht

Der Videowalk TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR (2021)¹ des YouTube-Creators Rambalac beginnt mit einem Kameraschwenk am Eingang der bei Jugendlichen beliebten Takeshita-Straße im Tokyoter Stadtviertel Harajuku:² Vom Boden bewegt sich der filmische Blick hinauf, bis er parallel zu den Blickrichtungen der zahlreichen Passant:innen verläuft, die das Straßengeschehen prägen. Manche von ihnen versuchen rasch dem Sichtfeld der Kamera zu entweichen, während andere beim Vorbeigehen das umher-schauende Kameraauge offensiv adressieren. Perspektivisch leicht erhöht ist der Gegenstand seiner Anschauung das Spektakel von Harajukus nächtlicher Konsumkultur. Visuell hochauflösend und im Neonlicht der Fassadenbeleuchtungen grell strahlend steht es im Fokus von Rambalacs Video. Aufgenommen im One-Shot-Verfahren ohne Schnitte, Unterbrechungen und Audiokommentare ist das Bild des YouTube-Videowalks während der insgesamt 70 Minuten Laufzeit in permanenter Bewegung.

Gedreht wurde TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR wie zahlreiche andere Werke Rambalacs mit einer Sony Alpha FX3 ILME-FX3 Vollformat-Videokamera.³ Verfügt man als Zuschauer:in über die geeigneten Abspielmöglichkeiten (richtiger In-

¹ Das Video wurde am 17.01.2021 hochgeladen und weist bis heute über 500.000 Aufrufe auf. Es ist in verschiedenen Qualitätsstufen unter dem folgenden Link erreichbar: <https://youtu.be/pdCaVAPZLXM> (letzter Zugriff: 02.09.2022).

² Harajuku gilt innerhalb von Tokyos Stadtvierteln als Zentrum der Jugend- und Modekultur. Entsprechend säumen zahlreiche Boutiquen und Einzelhandelsgeschäfte das Straßenbild im YouTube-Video. Nicht unpassend konstatiert Stephen Mansfield, dass das Shopping in Tokyo eine Kunstform ist (vgl. Mansfield 2009: 246).

³ Rambalacs aktuelles sowie vergangenes Equipment lassen sich hier nachschlagen: <https://rambal.ink/shop> (letzter Zugriff: 02.09.2022). Wie bei zahlreichen YouTuber:innen üblich, kann man dort auch Rambalacs Arbeit durch den Kauf eines Artikels auf seiner Wish-List unterstützen – und damit gewissermaßen zur Koproduzent:in seiner Filme werden.

ternetbrowser oder richtige YouTube-App, ausreichend starke Internetverbindung, adäquates Wiedergabedisplay etc.), dann erscheint das digitale Videobild in einer detailreichen 4K-Auflösung (3840 x 2160 Pixel) mit beeindruckenden HDR (High Dynamic Range)-Farbwerten der gezeigten Nachtszenen. Technisch fasziniert das Video, insofern ein solches visuelles Spektakel zuvor das Alleinstellungsmerkmal kostspieliger Hollywoodproduktionen gewesen ist.⁴ Demgegenüber steht es heute technischen ‚Lai:innen‘ mit dem passenden Equipment offen, was neben den 4K-HDR-Videowalks von Rambalac etwa auch in den Werbeversprechen zahlreicher Smartphone-Hersteller deutlich wird.⁵

Entlang einer scheinbar nicht festgelegten Route durchschreitet Rambalac im Video zusammen mit seiner Sony-Videokamera die Haupt- und Nebenstraßen von Tokyos Jugend- und Modeviertel. Immer wieder gelangt er an Orte und zu Dingen, die er zuvor nur aus der Ferne wahrgenommen hat, sich dann aber von nahem *ansieht*: Der Kamerablick interessiert sich neben Gebäuden und Straßenzügen ebenso für einzelne Menschen, Schaufenster, Straßenschilder oder Getränkeautomaten – jene leuchtenden Wegmarker im nächtlichen Tokyo, die beständig die visuelle Aufmerksamkeit des Videos gewinnen. Mal hierhin und mal dorthin spazierend, scheint jede Bewegung Rambalacs im verwinkelten Netz aus urbanen Straßen, Gassen und Pfaden eine spontane Entscheidung zu sein. Nicht nur einmal zeigt sich für die Zuschauer:innen, dass in der (un-)bekannten Tokyoter Nacht der Weg das eigentliche Ziel des Videowalks ist. Letztlich kulminiert dies in einem topografischen Zirkelschluss, wenn das Video ebenda endet, wo es auch begann: am Eingang zur Takeshita-Straße.

Während Rambalac mit seiner Kamera also bereits in Bewegung ist, schweift sein (Kamera-)Blick ebenfalls umher – und damit auch der Blick der Zuschauer:innen, denn das Videobild ist ein durchgehender Point-of-View-Shot. Sucht man bei YouTube nach anderen Beispielen für Videowalks, dann ist das besprochene Video scheinbar nichts einzigartiges: Tokyo Explorer, Japan 4K, Virtual Japan oder Nomadic Ambience sind weitere Channels mit hochauflösenden Spaziergängen in Japan – ganz abgesehen von jenen YouTuber:innen, die mit uns durch Seoul (Seoul 4K Walker, Seoul Walker, 4K Korea oder Seoul Trip Walk), Jerusalem (Relaxing WALKER), Rom (4K Urban Life) oder Bayreuth (POPtravel) flanieren. Wenn wir Rambalacs Harajuku-Video als Beispiel einer *postkinematografischen Anschauung* betrachten, das heißt als einen offenen, medial-visuellen Zugriff auf unsere (Um-)Welt, der sich jenseits vergangener, restriktiver Film- und Kinokonventionen vollzieht⁶, dann zeigt sich in ihm eine produktive Komplexität. So ist etwa die Bewegung des Digitalbildes im Videowalk ein stetiges Prozessieren⁷, das die meditative, mithin medial markierte Zerstreung seiner Zuschauer:innen zur Folge hat: Sowohl kulturelle als auch ästhetische und subjektive Erfahrun-

⁴ Vgl. Rothöhler 2013.

⁵ Hersteller Xiaomi bewirbt sein Oberklasse-Smartphone *Mi 11 Ultra* etwa mit einer 8K-Aufnahmefunktion und spricht von diesem als einer „fantastische[n] Filmkamera“ (Mi.com, o.J.).

⁶ Siehe auch Morsch 2016 zu den Konsequenzen des digitalen Films für die Theorie desselben.

⁷ Vgl. Linseisen 2020: 16–17.

gen sind in Rambalacs Videowalk eng mit dem japanischen Stadt- und Kulturraum verbunden. Dieser stellt im Video einen medienästhetischen und damit sinnlich erfahrbaren Ort dar. Dem geht voraus, dass Rambalac in seinem Videowalk *für* sowie *mit seinen Zuschauer:innen* in Bewegung ist. Als ein in Japan lebender Ausländer⁸ kann er all jene Orte aufsuchen, die für den internationalen Tourismus mit der seit 2020 vorherrschenden Corona-Pandemie unzugänglich geworden sind.

Sinnliche Transgression im Reich der Zeichen

Zuschauer:in „vampire64“ schreibt im Kommentarbereich zu Rambalacs Video: „I am so poor, this has now become my family vacation to Japan. :). I got to walk the street in Japan.“⁹ YouTube im Allgemeinen und der Videowalk im Besonderen erzeugen ein Erlebnis, das für „vampire64“ aus vielfältigen Gründen realiter bzw. „AFK“ – *away from the keyboard* –¹⁰ nicht möglich ist („I am so poor“). Im Moment der Rezeption tritt die mediale Erfahrung unter den spezifisch technischen Bedingungen und Möglichkeiten des hochauflösenden Digitalbilds an die Stelle der physischen Reise. Dass dies keine nachteilige oder mindere Form der Erfahrung für den:die Zuschauer:in ist, wird besonders dann deutlich, wenn diese:r im Kommentar nicht vom Sehen, sondern vom Gehen als einem persönlichen Wahrnehmungseffekt der Materialbeschäftigung spricht. *I got to walk the street in Japan*. Die visuelle/virtuelle Tokyo-Erfahrung von „vampire64“ übersetzt sich folglich in ein kinetisches Erleben: Das populäre Versprechen des hochauflösenden Digitalbilds (das bei Rambalac immer selbst schon in Bewegung ist), Wirklichkeit nicht nur abzufilmen, sondern nachfühlbar zu machen,¹¹ führt augenscheinlich zu einer medial erfahrenen Bewegung seiner Zuschauer:innen. Das ist für die konkrete Beschäftigung mit den ‚japanischen‘ Videowalks bemerkenswert, insofern sich an dieser Stelle eine Überleitung zu Roland Barthes Theorie über die körperliche Erfahrung von Stadt und Raum in Japan eröffnet, die er in seiner semiologischen Auseinandersetzung mit Tokyo wie folgt charakterisiert hat:

Diese Stadt kann man durch eine Tätigkeit ethnographischen Typs kennenlernen: man muß sich in ihr nicht durch das Buch, durch die Adresse orientieren, sondern durch Gehen und Sehen, durch Gewöhnung und Erfahrung. Jede Entdeckung ist hier intensiv und fragil. Wiederfinden läßt sie sich allein durch die Erinnerung an die Spur, die sie in uns hinterlassen hat: Einen Ort zum erstenmal besuchen heißt dann:

⁸ In seinem Livestream EVENING WALK AND FACE REVEAL WITH Q&A IN HINO CITY, TOKYO vom 02.08.2020 zeigt sich Rambalac zum ersten Mal seinem Publikum. Er berichtet seinen Fans im Video unter anderem von seiner Kindheit in der Ukraine, von seinen Lernerfahrungen mit der japanischen Sprache sowie von seinem Alltag in Japan.

⁹ Kommentar zu TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR (2021).

¹⁰ „Away from the keyboard“ markiert im Kontext von Legacy Russells *Glitch Feminism* eine unter anderem räumliche, gesellschaftliche und subjektive Differenz zwischen dem digitalen und nicht-digitalen Raum (vgl. Russell 2020: 5).

¹¹ Erinnert sei hier zum Beispiel an den Werbeslogan der ProSiebenSat.1-Mediengruppe um 2010, in HD-Ausstrahlung „schärfer als die Realität“ zu sein. Rothöhler betont, dass der Realismus des HD-Bildes „auf Detailgenauigkeit und eine[r] ungewohnte[n] Schärfentiefe“ (Rothöhler 2013: 35) basiert.

beginnen, ihn zu schreiben: Da die Adresse ungeschrieben ist, muß sie sich eine eigene Schrift schaffen.¹²

In der Praxis übersetzt sich das für Barthes in das kulturelle Phänomen handgeschriebener Stadtpläne, eine „köstliche [...] Kommunikation“, in der er „ein Körperleben, eine Kunst der graphischen Geste wiedererstehen“¹³ sieht. In Tokyo bzw. Japan, so seine Beobachtung, tausche man daher Kartenskizzen beständig untereinander aus, weil Japans Hauptstadt „praktisch keine Klassifizierung [besitzt]; die Räume, aus denen sie besteht, sind namenlos.“¹⁴ „All dies“, so Barthes, „macht die visuelle Erfahrung zu einem entscheidenden Element der Orientierung.“¹⁵

Während Barthes sein Buch *Das Reich der Zeichen* zu einer Zeit geschrieben hat, in der GPS-gestützte Kartenapps mit ihren dreidimensionalen Street-View-Modi noch nicht absehbar waren, ist es bei Rambalac nun nicht mehr die handgezeichnete und von Person zu Person getauschte Skizze, die Erfahrung, Orientierung sowie Kommunikation stiftet. An ihre Stelle tritt das hochauflösende, farbenreiche und sich in den Netzwerken digitaler Medienkulturen endlos vervielfältigende, mithin global zirkulierende Digitalbild. Es empfiehlt keine Orte, sondern nimmt seine Zuschauer:innen unmittelbar zu diesen mit. Die Aussage *I got to walk the street in Japan* erscheint deshalb auch als Eindruck und Ausdruck einer gegenwärtigen medialen Wahrnehmungssituation. Galt das Kino historisch als eine Maschine der Konstruktion von Raum und Zeit, die erst recht durch das Automobil zu Beginn des 20. Jahrhunderts revolutioniert wurde¹⁶, so stellen die postkinematografischen Bilder in Rambalacs YouTube-Videowalks eine neue Transformation dieser beiden Kategorien dar: Orts- und zeitungebunden produzieren sie einen immersiven Effekt, der sehen und fühlen *macht* – sowie zur Partizipation und Kommunikation im Sinne heutiger sozialer Plattformstrukturen auffordert. In seinem:ihrem Kommentar zu TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR schreibt User:in „Daniel Naylor“ entsprechend: „I live in a small city, only 500,000 people or so. it always amazes me viewing places like this [...] It’s a great thing to see the world. See other lives. Other experiences.“¹⁷ Hieran zeigt sich erneut, dass die Anschauung des visuellen Mediums ebenso eine Frage der Erfahrung ist; der ‚eigenen‘ wie auch der ‚fremden‘, wobei beide nie völlig kongruent sind.¹⁸ Die sinnliche Transgression in Rambalacs Video vollzieht sich folglich in dessen visueller Anschauung, die ein Movens im doppelten Sinne darstellt: In ihr zeigt sich nicht nur eine räumlich-körperliche Erfahrung des filmischen Ichs in hochauflösenden Bildern, sondern sie übersetzt sich auch in eine aktive Teilnahme der Zuschauer:innen. Dafür ist gerade die Ziellosigkeit der Bewegung und Anschauung in

¹² Barthes 1981: 54–55.

¹³ Ebd.: 52.

¹⁴ Ebd.: 51.

¹⁵ Ebd.: 54.

¹⁶ Vgl. Ruoff 2006: 7.

¹⁷ Kommentar zu TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR (2021).

¹⁸ Im Rückblick auf seine Japanreisen schreibt der französische Ethnologe Claude Lévi-Strauss entsprechend, dass in jeder Kultur ein gewisser Rest übrigbleibe, der von Außenstehenden nicht erfasst werden könne: „Denn Kulturen sind ihrer Natur nach nicht miteinander vergleichbar“ (Lévi-Strauss 2012: 15).

TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK• 4K HDR von Bedeutung. Nachfolgend möchte ich diese deshalb als eine Form der medialen, postkinematografischen Flanerie genauer betrachten und beschreiben.

Windowshopping in der City of Imagination

Tokyo, real wie auch im Film, ist nicht nur ein topografischer Ort. „It’s a brand, a fashion, a style, a flavour, a dream, and a wish.“¹⁹ All das schlägt sich deutlich in Rambalacs Videowalk nieder. Dieser ist nicht nur die Aufzeichnung und Aufführung eines Spaziergangs; er ist zugleich die Arbeit am Konzept einer filmischen Anschauung, die hier mehr meint als einen bloß visuellen Akt. Unter den Bedingungen einer (post-)kinematografischen Mobilität von Form und Inhalt, damit auch von Medium und Subjekt, geht es in der Beschäftigung mit der virtuellen Raumerfahrung und -erfassung in TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK• 4K HDR um eine ‚ganzheitliche‘ Erfahrung, die den Leib im phänomenologischen Sinne adressiert.²⁰ Diesen spezifischen Zugang haben mit Blick auf eine Wahrnehmung der Großstadt des späten 19. sowie frühen 20. Jahrhunderts zahlreiche Intellektuelle, Literat:innen und Theoretiker:innen wie Adorno, Baudelaire, Benjamin, Kracauer oder Proust als einen Akt der Flanerie beschrieben: Nicht nur das Sehen und das Betrachten spielt als eine Form körperlich-passiver Anschauung für diesen eine Rolle (erinnert sei zum Beispiel an die Beschreibung unzähliger Cafébesuche ‚klassischer‘ Flaneure²¹); sondern auch das aktive Beschreiten und Erleben der Großstadt ist von Bedeutung, indem sich der Flaneur unter die Menschen derselben begibt – was als Topos wiederum in zahlreichen Texten und Schriften medial fixiert wurde. Der Flaneur ist eine ‚key figure in the critical literature of modernity and urbanization‘²², schreibt Elizabeth Wilson. Damit verweist sie gleichzeitig auf seine mediale Existenz als ein Körper gewordenen Konzept von Moderne und ihrer subjektiven Erfahrung.

Die historischen Texte und Theorien des Flaneurs sind fast ausschließlich an aristokratischen Männern interessiert,²³ die in europäischen Metropolen wie Paris, London oder Berlin be-

¹⁹ Jung 2011: 6.

²⁰ Hier ließe sich ebenso an Studien zum Potenzial von Affekten in audiovisuellen Medien anschließen, wie sie im Anschluss an Baruch de Spinoza, Gilles Deleuze und Silvan Tomkins etwa bei Julian Hanich (2012), Misha Kavka (2014), Gertrud Koch (2004) oder Chris Tedjasukmana (2012) prominent untersucht werden.

²¹ Auf die (Un-)Möglichkeit des weiblichen Flaneurs, der Flaneuse, geht neben Elizabeth Wilson auch Anne Friedberg in ihrem heute noch aktuellen Buch *Window Shopping. Cinema and the Postmodern* (1994) ein. In diesem verbindet sie die Existenz der Flaneuse mit den ökonomischen Möglichkeiten eines weiblichen Konsums in Kaufhäusern, Boutiquen und anderen Geschäften des 19. Jahrhunderts: „The female flâneur, the flâneuse, was not possible until she was free to roam the city of her own.“ (ebd.: 36) Für weitere Untersuchungen von weiblicher Flanerie in Literatur und Film vgl. auch Banita/Ellenbürger/Glasenapp 2017.

²² Wilson 1992: 93.

²³ Siehe erneut Wilson 1992 sowie Banita/Ellenbürger/Glasenapp 2017.

heimatet sind – und sich einem enthobenen, dadurch scheinbar kultivierten Müßiggang hingeben konnten.²⁴ Demgegenüber löst sich die Flanerie, verstanden als ein Konzept des ziellosen, dadurch aber sinnlich gesteigerten Umherwanderns im urbanen Stadtraum, von den historischen Geschlechter- und Klassenschranken des aristokratischen Flaneurs: Ihr Subjekt kann, zumal im Digitalen, jede:r sein. Ebenso spielt die Flanerie abseits westlicher Metropolen für die kulturell-mediale Erschließung und Anschauung Tokyos eine bedeutende Rolle. Das besitzt nicht nur historisch, sondern, wie Stephen Mansfield in seiner Kulturgeschichte der Stadt argumentiert, auch gegenwärtig Gültigkeit: „In an exciting city, full of stories about itself, you can feel a kind of fermentation beneath your feet as you walk its streets, something its writers and artists, eager to see the city’s nooks, crannies and mutations for themselves, have always done.“²⁵ Während der klassische, männliche Flaneur also noch ein Phänomen der Literatur war, erscheint sein gegenwärtiges Pendant, das heißt der:die digitale Flaneur:in als ein Kind medialer Umwelten wie YouTube. In ihnen wird das Flanieren nicht einfach mit anderen Mitteln neu beschrieben; Flaneur:innen bringen sich gleichzeitig als aktive Produzent:innen selbst hervor. Und mit ihnen zusammen schreiben wir als Zuschauer:innen der Flanerie, damit als soziale, partizipative Mediensubjekte, das heißt Prosument:innen, an den medialen Erfahrungen mit.²⁶

YouTuber:innen wie Rambalac können also als digitale Flaneur:innen unserer Gegenwart bezeichnet werden. Ihre Perspektivierung des Raums hat sich von einer rein mobilen Handlung, das heißt der körperlichen Bewegung in diesem, zu einer virtuellen, technisch-medialen Anschauung und Erfahrung desselben gewandelt. „The *virtual gaze*“, so Anne Friedberg, „is not a direct perception but a *received* perception mediated through representation.“²⁷ Während der mobile Blick folglich ohne ein vermittelndes Medium, das heißt, unmittelbar stattfindet, etwa im privaten Moment des Reisens und des Gehens,²⁸ liegt die Besonderheit des virtuellen Blicks in dessen bereits vollzogener medialer Übersetzung. Dass diese Differenz aber nicht mit einem Ausschluss gleichzusetzen ist, *entweder* ein aktuell-mobiler *oder* ein virtuell-mobiler Blick zu sein²⁹, und dass beide im gemeinsamen Zusammenspiel vielmehr sogar Ausdruck einer medialen Globalisierung der Welt darstellen, beschreibt Friedberg später in ihrem Text:

²⁴ Vgl. Butzlaff/Mueller-Stahl 2015: 71; Banita/Ellenbürger/Glasenapp 2017: 9.

²⁵ Mansfield 2009: xi.

²⁶ Weitere Formate, die auf diesen aktiven Austausch setzen, sind u.a. Unboxing- und Let’s Play-Videos.

²⁷ Friedberg 1994: 2; Herv. i. O.

²⁸ Gleichzeitig verweist Alison Griffiths zurecht darauf, dass das Reisen immer schon von bestimmten Kulturtechniken der Aufzeichnung tangiert wird: „The cultural meanings of travel are still shaped to some extent by notions of mapping and surveillance, especially the idea of looking down upon a city and tourist destination, having conquered it through ascending space“ (Griffiths 2006: 252).

²⁹ Auch Deleuze, dem hier das Aktuelle und das Virtuelle entlehnt sind, schreibt: „Verschiedenartig, aber ununterscheidbar sind das Aktuelle und das Virtuelle, die sich unentwegt austauschen“ (Deleuze 1997: 98).

The boundaries between public and private, already fragile in modernity, have now been more fully eroded. The mobilized virtual gaze is now available in the video markets of Katmandu and other outposts of the imperial web of technoculture.³⁰

YouTube, dessen Slogan bis 2012 noch recht naiv „Broadcast Yourself!“ lautete³¹, treibt angesichts der vorherrschenden Professionalisierung sowie Kommerzialisierung zahlreicher Channel Friedbergs Beobachtung heute auf die Spitze.

Ein sich wiederholender Akt, gewissermaßen der ‚Signature Move‘ in Rambalacs Videowalks, der auch in TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR vorkommt, ist seine Beschäftigung mit den erwähnten Getränkeautomaten. Nicht nur hundert-, sondern tausendfach prägen sie den öffentlichen Raum in Japan mit ihren illuminierten Fronten. Immer wieder gleitet der Videoblick von den Straßenzügen und beleuchteten Schaufensterauslagen daher zu den monolithischen Geräten, die mal alleine, dann wieder in Gruppen auf ihre Konsument:innen warten. Erst relativ spät, kurz vor Ende seines Videowalks, gibt Rambalac der Versuchung nach und schaut sich mit uns genau an, was ein Automat seiner Lieblingsmarke feilzubieten hat. Letztlich entscheidet sich Rambalac an diesem kühlen Januarabend für einen warmen Grüntee, den er jedoch erst kauft, nachdem er uns mit einem Fingerzeig auf diesen hingewiesen und seine Wahl mit einem Kopfnicken bestätigt hat (was sich im POV-Videobild in einen kurzen Auf- und Abschwenk übersetzt). Der Eindruck, dass Rambalac nicht nur für uns, sondern mit uns unterwegs ist, wird dadurch verstärkt, dass Zuschauer:innen in ihren Kommentaren auf dieses Ereignis reagieren. Sie bitten ihn etwa, das nächste Mal doch dieses oder jenes andere Getränk an einem Automaten zu kaufen. Was hier zunächst wie eine simple Form parasozialer Interaktion wirkt, offenbart sich als eine unmittelbar sinnliche Erfahrung, die durch die visuellen Qualitäten des virtuell-mobilen Digitalbilds kanalisiert wird: Dank Gimbals, mechanischen Bildstabilisatoren der Videokamera, sowie weiteren Softwarelösungen in der Nachbearbeitung des Videos, sehen wir in Rambalacs Videowalk ein Stadtbild, das vor unseren Augen glatt, poliert, beinahe organisch zu fließen scheint. Dieser Eindruck wird durch das nächtliche Setting des Videowalks intensiviert, da Aufnahmen filmischer Nächte³² früher eine technische Herausforderung für das digitale Bild darstellten: Im Videowalk zeigen sich die 4K- sowie HDR-Fähigkeiten von Rambalacs Equipment, die das technische Vermögen als eine sinnliche Ästhetik und Erfahrung exponiert zur Schau stellen. Sie tragen dadurch wesentlich zur immersiven Anschauung des Videowalks bei. „That image quality! WOW!!!!!! 🤩🤩🤩“³³, lobt deshalb „Lensman“, wie auch viele andere Kommentator:innen, die Videoqualität.

Am Beispiel von Michael Manns COLLATERAL (2004) illustriert Simon Rothöhler den Stellenwert der digitalen Nachtästhetik im High-Definition-Kino und stellt fest, dass diese ein

³⁰ Friedberg 1994: 4.

³¹ Vgl. Tufnell 2013.

³² Siehe zum Beispiel auch *Rabbit Eye* Nr. 007 | 2015 zum Thema Nachtfilme (Orth 2015, https://www.rabbiteye.de/?page_id=700).

³³ Kommentar zu TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR (2021).

zutiefst vitalistisches Moment besitze. Durch sie erwecke das filmische Medium die Stadt (L.A. im Falle von *COLLATERAL*) ästhetisch zum Leben: Sowohl der Bildvordergrund wie auch der Bildhintergrund erschienen gleichermaßen sichtbar, dadurch belebt, was im analogen, ‚standardaufgelösten‘ Kino des 35mm-Films nicht so einfach der Fall sei.³⁴ Gleichzeitig dürfe die Vitalität der Bildschärfe im digitalen Film aber auch nicht mit Wirklichkeit gleichgesetzt werden. Vielmehr ist digitale Bildschärfe nach Rothöhler eine „präsenzästhetisch[e]“ Erscheinung, in der die gefilmte Stadt als „eine hochaufgelöste kinematografische Lichtskulptur“ auftrete.³⁵ An eben dieser grundsätzlich ästhetischen Schwelle des digitalen Bildes operiert Rambalacs *VideoWalk*. Nicht (mehr) wirklich Kino, eignet er sich die Techniken und visuellen Gestaltungsmöglichkeiten hochauflösender Filme wie *COLLATERAL* an, um mit ihnen im postkinematografischen Kontext digitaler/sozialer Filmplattformen zu arbeiten. Dadurch produziert das Video eine mobilisierte, virtuelle Anschauung Tokyos, die mit der Stadt selbst korrespondiert: Afilmisch ist diese bereits ein sich medial und technisch entfaltender Raum, eine fluide ‚Electric City‘³⁶, die der YouTube-Flaneur mit uns gemeinsam virtuell erkundet. Die ästhetische und technische Komplexität, die den Reiz von *TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR* ausmacht, ist deshalb auch eine Faszination an der Medialität des urbanen Raums in Tokyo. Während die Flanerie des literarischen Zeitalters eine mittelbare Erfahrung darstellt, ist die individuelle Erfahrung des:der YouTube-Flaneur:in für die Zuschauer:innen immer schon ein Akt der Teilhabe. Dabei ist es von grundlegender Bedeutung, dass das geteilte Erleben eine naive Erfahrung der Anschauung ist: Die Zerstreuung, welche zahlreiche Zuschauer:innen von Rambalacs *VideoWalk* erleben und artikulieren, erscheint gerade deshalb so ausgeprägt, weil in seinen Videos Flanerie nicht ein Gestus ist, um sich intellektuell von einer distanziert wahrgenommenen Umwelt abzugrenzen. Im Gegenteil ist sie der mediale Versuch, unmittelbarer Teil eines ästhetisch und technisch verfassten sowie wahrgenommenen Raums zu werden.

³⁴ Da das analoge Filmbild im Gegensatz zum digitalen keine vergleichbare Auflösungsgrenze besitzt (darin liegt die Ironie, dass ein Film wie Antonionis *BLOW UP* [1966] mit digitalen Bildern nicht vergleichbar funktioniert), muss Sichtbarkeit in letzterem als ein ästhetisch-sinnliches Zusammenspiel von unter anderem Auflösung, Farbe, Bewegung, Projektion und Rezeption verstanden werden.

³⁵ Rothöhler 2013: 36. Während das HD-Bild in *COLLATERAL* oft positiv, weil ästhetisch, rezipiert wird, kann die gleiche beziehungsweise weiterentwickelte Digitaltechnik in Filmen wie *THE HOBBIT – AN UNEXPECTED JOURNEY* (2012; 5K, 48 Frames per Second, HDR) schlagartig „too much“ (Linseisen 2020: 85) sein – und in ein visuelles ‚Uncanny Valley‘ führen: „Wenn von HD-Hyperrealismus die Rede ist, geht es in letzter Konsequenz meist um eine ungewohnte, mitunter als Immersionsstörung wahrgenommene Insistenz des Profilmischen“ (Rothöhler 2013: 82).

³⁶ Aus diesem Grund ist Tokyo ein beliebtes Setting sowie visuelle Vorlage für futuristische, dystopische und/oder technologisierte Filmimaginationen, zum Beispiel *SOLJARI* (1972), *BLADE RUNNER* (1982), *ENTER THE VOID* (2009), *SWALLOWTAIL BUTTERFLY* (1996). Mansfield konstatiert: „At twilight, solid forms make way for liquid states, semiotic codes replacing the function of architecture, pixels of light replacing concrete and glass. Electronic information flows across the city, giant screens, LED images and neon tracteries, the paraphernalia of a cybernetic city replacing the old waterways of Edo as the medium of flux, of instant, virtual communication. At night, buildings recede into darkness as single, digitally alive blocks turn Tokyo into a flat, multi-dimensional screen, its surfaces acting as conductors for all the dreams, fantasies and yearnings of commercial messaging“ (Mansfield 2009: 250).

Virtuelle Zerstreung in pandemischen Zeiten

Die Naivität und damit meditative Zerstreung von Rambalacs medialer Flanerie erschließt sich, sobald man versteht, wodurch sich der (männlich konnotierte) Flaneur im Auge moderner Literatur auszeichnete. Friedberg schreibt zu seiner Charakterisierung: „The Baudelairean observer was a (male) painter or a (male) poet – a flâneur – whose mobility through the urban landscape allowed him access to the public sphere of the streets and to the domestic realms of the home. He had a fluidity of social position, a mutable subjectivity.“³⁷ Neben der körperlichen Erfahrung und Anschauung des Raums, des öffentlichen wie auch des privaten, ist es die Fluidität seiner sozialen Position, die den Flaneur unter seinen Mitmenschen als ein besonderes Subjekt markiert und so seine Sicht auf die urbane Umwelt prägt. Gerade letzteres fehlt dem:der YouTube-Flaneur:in, insofern die soziale Stellung für seine:ihre Beschäftigung mit dem urbanen Raum und die Mitmenschen darin keine Rolle spielen. Nicht um Abgrenzung geht es folglich den YouTuber:innen. Im Gegenteil stehen für sie Spielarten einer medialen Interaktion im Fokus: die Beschäftigung mit den eigenen Channel-Abonennt:innen als auch die technisch-medialen Möglichkeiten ihres Einbezugs in den virtuell-mobilen Blick. Die Faszination des hochauflösenden, farbintensiven Bildes geht wiederum mit einer Profanität und Langeweile des sichtbaren Alltags einher. Wird das Gezeigte von der oberflächlichen Exotik des Fremden befreit, dann bleibt in Rambalacs Videowalk größtenteils nichts Besonderes mehr übrig: scheinbar immer gleiche Einkaufsstraßen mit ebenfalls immer gleichen Konsumketten, die es in beinahe jeder Klein- und Großstadt auf der Welt gibt. Doch gerade in dieser spannungsvollen Ambivalenz zwischen medienästhetischer Aufregung (4K, HDR) und afilmischer Gleichförmigkeit liegt die am Ende beruhigende Möglichkeit einer virtuellen Zerstreung von Zuschauer:innen. Rambalac richtet sich nicht an diese, er interagiert auch kaum mit den Passant:innen in seinen Videos und er deutet, wenn überhaupt und das dann auch sehr reduziert, lediglich auf visueller Ebene eine unterschwellige Form parasozialer Kommunikation an. Was für die Zuschauer:innen übrig bleibt, ist ebenso schweigsam dem Fluss der Bilder und dem virtuell-mobilen Blick des Videos zu folgen – und sich der beständigen, um sich selbst kreisenden Bewegung des Videowalks hinzugeben.

Wenn Zuschauer:in „Agata Soboloewska“ zu Rambalacs TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR schreibt: „Your films [...] are a form of meditation for me, I know it sounds cheesy, but they help my discipline and focus immensely“³⁸, dann ist das sowohl mit Blick auf dessen High-Definition-Ästhetik als auch mit Blick auf die Entstehung und Veröffentlichung des Videos während der 2021 anhaltenden Corona-Pandemie zu lesen. An dieser Stelle ist es aber ebenso wichtig zu bedenken, dass die Begeisterung für das HD-

³⁷ Friedberg 1994: 29.

³⁸ Kommentar zu TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR (2021). Zur Frage der ‚Mediation‘ und virtuellen Zerstreung siehe auch Michel Diesters Beitrag zu ‚oddy satisfying videos‘ in dieser Ausgabe von *Rabbit Eye*.

Bild (Konsens zahlreicher Zuschauer:innen von Rambalac) vielfach mit einer Glorifizierung desselben einhergeht, die es als neuartig, innovativ, transformativ beschreibt. Durch diese Zuschreibungen wird dem HD-Bild in digitalen Gegenwartskulturen indirekt aber die Möglichkeit abgesprochen, eben nicht immer ‚clean‘, scharf und kühl zu sein beziehungsweise sein zu müssen. Für die Untersuchung der Komplexität digitaler Bildkulturen ist es wichtig, ihr Erscheinen ebenso „als normal, dreckig langweilig, als repressiv, hegemonial“³⁹ anzuerkennen – und in ihnen dadurch all das zuzulassen, was abseits des kinematografischen Spektakels aufgrund einer unspektakulären Erscheinung sonderbar alltäglich, langweilig und redundant erscheint.

In *Das Reich der Zeichen* schreibt Roland Barthes über Spaziergänge in Tokyo, dass jeder Besuch eines Stadtviertels kein wirklich tiefgründiges Ziel verfolge. Vielmehr gehe es um oberflächliche Handlungen, die in ihrer Produktivität den Raum hinter einem bestimmten Namen ergünden, gewissermaßen als dessen Verlängerung⁴⁰. Während sich für die touristisch geübten, nun aber in der Bewegung eingeschränkten Subjekte die Anschauung und Erkundung des (urbanen) Raums mehrheitlich auf das Home Office, die eigenen vier Wände oder auf den Weg zum Supermarkt, zum:zur Ärzt:in, zum Impfzentrum und zurück konzentrieren, ist Rambalac in seinen Videowalks draußen, im pandemisch unerreichbaren Raum unterwegs, den er mobil und virtuell *für* sowie *mit* den Zuschauer:innen erfährt.⁴¹ Was gemeinsam mit ihm dort sichtbar wird, ist eine (un-)aufgeregte Spannung und zugleich Langeweile einer scheinbar vergangenen Normalität: Das Windowshopping auf dem Omotesandō-Boulevard in Harajuku oder der Kauf eines Getränks aus einem Automaten stellen für die Zuschauer:innen des Videowalks beruhigende, von den Konsequenzen der Gegenwart befreite, mithin zerstreute Tätigkeiten dar, weil sie allseits bekannt sind. Indem er das visuelle Register postmoderner Medien und Städte einbindet, beruhigt Rambalacs Videowalk seine Zuschauer:innen so durch eine Mixtur aus Einkauf und Tourismus, die gleichermaßen den aktuell-mobilen wie auch den virtuell-mobilen Blick adressiert.⁴²

„[D]er öffentliche Raum“, so heißt es am Ende bei Roland Barthes, „ist eine Folge von momentanen Ereignissen, die in einem so lebhaften und kurzen Aufleuchten bemerkbar werden, daß sich das Zeichen verflüchtigt, noch bevor irgendein Signifikant die Zeit gehabt hätte ‚zu nehmen‘.“⁴³ Was am Ende von Rambalacs Videowalk für uns Zuschauer:innen übrig bleibt, zumal angesichts des hochauflösenden, flanierenden Digitalbilds einer Stadt, die den touristischen Bewegungen unter pandemischen Bedingungen verschlossen bleibt, ist die sinnliche Anschauung, Erfahrung und Einlassung auf profane Routinen einer bekannten,

³⁹ Linseisen 2020: 96.

⁴⁰ Vgl. Barthes 1981: 57.

⁴¹ Japanisch sprechende/schreibende Zuschauer:innen scheinen die Videos von Rambalac übrigens kaum zu schauen bzw. zu kommentieren. Posts werden vor allem auf Englisch veröffentlicht und drücken in den meisten Fällen deutlich die topografische Distanz der Schreibenden zu den gezeigten Orten aus.

⁴² Vgl. Friedberg 1994: 112.

⁴³ Barthes 1981: 148.

nun aber virtuell-mobilen Normalität. Ihr Credo lautet: Turn on, tune in, drop out⁴⁴ – and keep walking.

Über den Autor

Felix T. Gregor, Dr., Medienkulturwissenschaftler, forscht und lehrt als Akademischer Rat (a. Z.) an der Fachgruppe Medienwissenschaft der Universität Bayreuth. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Film und Kapitalismus, Otaku-Kultur, Affekttheorien, Games und Dokumentarismus sowie Meme Culture und Digitalkultur.

Kontakt: felix.gregor(at)uni-bayreuth.de

Mediografie

BLADE RUNNER (USA 1982, Ridley Scott)

BLOW UP (GB/IT 1966, Michelangelo Antonioni)

COLLATERAL (USA 2004, Michael Mann)

ENTER THE VOID (CA/UK/JP 2009, Gaspar Noé)

EVENING WALK AND FACE REVEAL WITH Q&A IN HINO CITY, TOKYO (YouTube/Rambalac, 02.08.2020, <https://youtu.be/uGmln5j1KbU>, letzter Zugriff: 02.09.2022)

SOLJARIS (SOLARIS, UdSSR 1972, Andrei Tarkowski)

SWALLOWTAIL BUTTERFLY (JP 1996, Shunji Iwai)

THE HOBBIT – AN UNEXPECTED JOURNEY (DER HOBBIT: EINE UNERWARTETE REISE, USA/NZ 2012, Peter Jackson)

TOKYO HARAJUKU AND OMOTESANDO NIGHT WALK • 4K HDR (YouTube/Rambalac, 17.01.2021, <https://www.youtube.com/watch?v=pdCaVAPZLXM>, letzter Zugriff: 02.09.2022)

Literatur

Aupers, Stef/Houtman, Dick (2010): „Silicon Valley New Age: The Co-Constitution of the Digital and the Sacred.“ In: Stef Aupers (Hg.): *Religions of Modernity. Relocating the Sacred to the Self and the Digital*. Leiden: Brill, S. 161–185.

Banita, Georgiana/Ellenbürger, Judith/Glasenapp, Jörn (2017): „Die Lust zu gehen. Flanierende Frauen und die Entgrenzung der Moderne.“ In: dies. (Hg.): *Die Lust zu gehen. Weibliche Flanerie in Literatur und Film*. Paderborn: Fink, S. 7–13.

Barthes, Roland (1981): *Das Reich der Zeichen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

⁴⁴ Die von Timothy Leary kreierte Phrase, welche ursprünglich als (Selbst-)Beschreibung der Hippie- und Gegenkultur der 1960er Jahre diente, besitzt nicht nur im übertragenen Sinn mit Blick auf die Tech-Giganten im heutigen Silicon Valley für die moderne Digitalkultur eine fortbestehende Aktualität (siehe u.a. Aupers/Houtman 2010).

- Butzlaff, Felix/Mueller-Stahl, Robert (2015): „Drei Clowns in Berlin. Flaneure in Großstadt und Gesellschaft.“ In: *INDES*, 2, S. 70–79.
- Deleuze, Gilles (1997): *Das Zeit-Bild. Kino 2*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Friedberg, Anne (1994): *Window Shopping. Cinema and the Postmodern*. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press.
- Griffiths, Alison (2006): „Time Traveling IMAX Style. Tales from the Giant Screen.“ In: Jeffrey Ruoff (Hg.): *Virtual Voyages. Cinema and Travel*. Durham/London: Duke University Press, S. 238–258.
- Hanich, Julian (2012): „(Miss-)Vergnügen am Ekel. Zur Phänomenologie, Form und Funktion des Abscheulichen im Kino.“ In: *montage AV* 21: 2, S. 77–98.
- Jung, Jon (2011): „Tokyo. City of Imagination.“ In: Chris MaGee (Hg.): *World Film Locations. Tokyo*. Bristol: Intellect, S. 6–7.
- Kavka, Misha (2014): „A Matter of Feeling. Mediated Affect in Reality Television.“ In: Laurie Ouellette (Hg.): *A Companion to Reality Television*. Malden: Wiley Blackwell, S. 459–477.
- Koch, Gertrud (2004): „Zu Tränen gerührt – Zur Erschütterung im Kino.“ In: Klaus Herding/Bernhard Stumpfhaus (Hg.): *Pathos, Affekt, Gefühl. Die Emotionen in den Künsten*. Berlin/New York: de Gruyter, S. 562–574.
- Lévi-Strauss, Claude (2012): „Der Platz der japanischen Kultur in der Welt.“ In: ders.: *Die andere Seite des Mondes. Schriften über Japan*. Berlin: Suhrkamp, S. 13–50.
- Linseisen, Elisa (2020): *High Definition. Medienphilosophisches Image Processing*. Lüneburg: Meson Press.
- Mansfield, Stephen (2009): *Tokyo. A Cultural History*. Oxford/New York: Oxford University Press.
- Mi.com (o. J.): „Mi 11 Ultra“. <https://www.mi.com/de/product/mi-11-ultra/overview>, letzter Zugriff: 02.09.2022.
- Morsch, Thomas (2016): „Digitales Kino, Postkinematografie und *Post-Continuity*.“ In: Bernhard Groß/Thomas Morsch (Hg.): *Handbuch Filmtheorie*. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09514-7_30-1, letzter Zugriff: 14.09.2022.
- Orth, Dominik (Hg., 2015): *Nachtfilme – Filmnächte. Die Nacht als filmisches Prinzip*. (=Rabbit Eye 007, 2015), https://www.rabbiteye.de/?page_id=760, letzter Zugriff: 16.09.2022.
- Rothöhler, Simon (2013): *High Definition. Digitale Filmästhetik*. Berlin: August Verlag.
- Ruoff, Jeffrey (2006): „Introduction. The Filmic Fourth Dimension. Cinema as Audiovisual Vehicle.“ In: Jeffrey Ruoff (Hg.): *Virtual Voyages. Cinema and Travel*. Durham/London: Duke University Press, S. 1–21.
- Russell, Legacy (2020): *Glitch Feminism. A Manifesto*. London/New York: Verso.
- Tedjasukmana, Chris (2012): „Wie schlecht sind die schlechten Gefühle im Kino? Politische Emotionen, negative Affekte und ästhetische Erfahrung.“ In: *montage AV* 21:2, S. 10–27.
- Tufnell, Nicholas (2013): „The rise and fall of YouTube’s celebrity pioneers.“ In: *Wired*, 27.11.2013. <https://www.wired.co.uk/article/youtube-community>, letzter Zugriff: 13.09.2022.
- Wilson, Elizabeth (1992): „The Invisible Flâneur.“ In: *New Left Review*, I, 192, S. 90–110.