

# Cinéma du look

Englisch: Cinema of looks

THEORIE

Französische Bewegung der 1980er — Bild vor Geschichte, Style vor Substanz. Luc Besson, Jean-Jacques Beineix: visueller Rausch über Plot.

Die französische Filmkultur der achtziger Jahre entwickelte eine eigene Ästhetik, die Bildkomposition und visuelle Gestaltung radikal in den Vordergrund rückte. Während traditionelles Kino Handlung und Charakterentwicklung als Gerüst verstand, in das man Bilder einbaute, funktionierte dieser Ansatz anders herum: Das Bild wurde zur Substanz, die Geschichte zur Kulisse. Regisseure wie Luc Besson und Jean-Jacques Beineix arbeiteten mit extremen Farbpaletten, unkonventionellen Objektiven und einer Art visueller Überflutung, die den Zuschauer weniger durch narrative Logik als durch reine optische Intensität packen sollte. Am Set bedeutete das konkret: Kameraplatzierung folgte nicht dem dramatischen Punkt einer Szene, sondern der Möglichkeit, eine geometrisch oder farblich interessante Komposition zu schaffen. Die Lichtsetzung wurde extremer — harte Kontraste, unerwartete Farbtemperaturen, reflektive Oberflächen als handlungstragend. Produktionsdesign und Cinematography wurden gleichrangig mit dem Drehbuch. Bei Beineix' *Diva* (1985) zeigt sich das konkret: Paris wird nicht als Stadt erzählt, sondern als visuelles Material inszeniert, in dem die Kamera nach ästhetisch extremen Positionen sucht — nicht nach psychologischen. Der Film denkt in Bildern statt Szenen. Kritiker merkten schnell an, dass diese Herangehensweise Leere kreieren konnte — brillante Oberflächen ohne emotionale oder intellektuelle Verankerung. Aber das war nicht Zufall, sondern Absicht. Das Cinéma du look setzte auf unmittelbare sensorische Wirkung über klassische filmische Dramaturgie. Montage wurde rhythmisch statt funktional, Ton wurde zur Textur neben dem Bild. Das erforderte eine andere Schneidregie: Schnitte folgten visuellen Mustern, nicht Handlungslogik. Übergänge zwischen Szenen wurden spielerisch, manchmal irritierend. Die Bewegung war kulturhistorisch markant: Sie reflektierte eine Generation, die in Pop, Werbung und Musik aufgewachsen war — visuell saturiert, skeptisch gegenüber großen Narrativen. Im Produktionsalltag führte das zu einer neuen Prioritätensetzung in Vorproduktion und an der Kamera: Storyboards wurden detaillierter, Locations wurden aggressiver gesucht nach ikonografischem Potenzial, Farbtests intensiver. Es war kamerazentrisch, beinahe anti-narrativ — und prägte später auch deutsche und britische Genrefilme der Neunziger, wenn auch mit mehr Handlung versöhnt. Das Cinéma du look starb nicht aus, es wurde verdaut.