

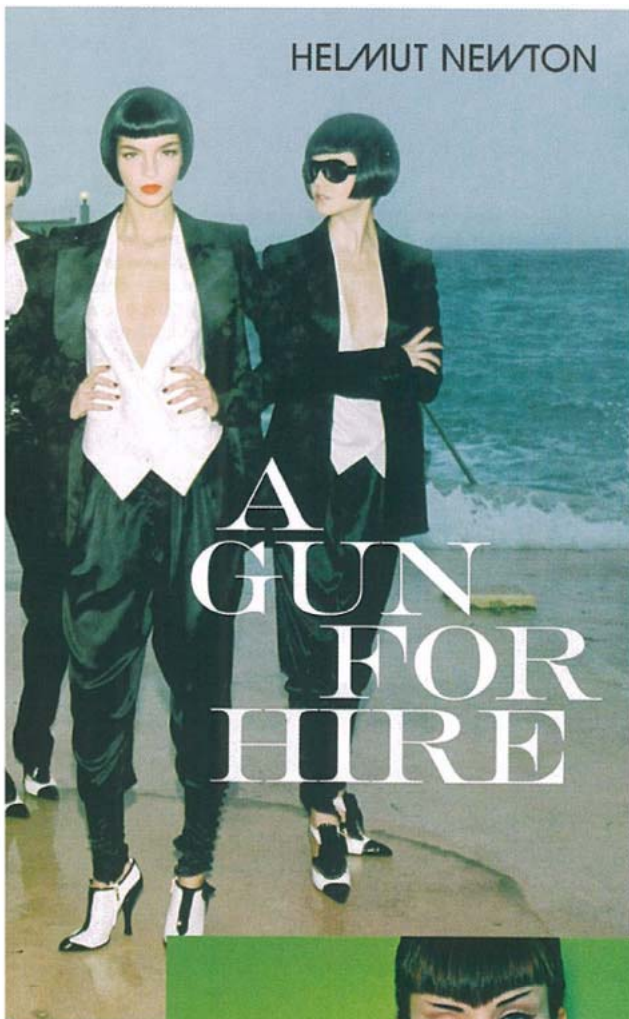
OBJECTIF/SUBJECTIF

NI BRUTE NI TRUAND, LE PHOTOGRAPHE HELMUT NEWTON DÉGAINAIT
POURTANT SON APPAREIL POUR DE GROSSES POIGNÉES DE DOLLARS.
ET NUL BESOIN D'UN SIX-COUPS POUR VISER JUSTE...

À B O U T P O R T A N T

Helmut
Newton





« A gun for hire ». Autrement dit, un flingue à louer. Ou encore un chasseur de primes. C'est ainsi que se définissait le photographe Helmut Newton (1920-2004), qui n'avait aucun état d'âme « à prostituer ce précieux talent que Dieu [lui] avait donné » pour gagner sa vie. Newton mitraille donc – dès lors que le commanditaire dégage le chèque qui permettra à l'artiste, à côté des commandes, de mener des travaux plus personnels. Dans cet ouvrage, on retrouve donc aussi bien des campagnes réalisées pour Saint Laurent ou Mugler que pour la vodka Absolut ou... Villeroy & Boch. Du lavabo allemand à la robe couture française, une ligne directrice : la femme newtonienne. Espionne, Barbarella ou cow-girl, elle s'est définitivement affranchie de l'emprise masculine. Lequel homme est ravalé au rang d'accessoire. Qu'elle s'appelle Nadja (Auermann), Kate (Moss) ou Karen (Mulder), elle jauge le lecteur avec hauteur et lui renvoie au visage sa condition de voyeur. Dans le regard flotte une ironie cruelle qui ne dit rien d'autre, sinon qu'elle, aussi, est un *gun for hire*. ■ **Joséphine Lebard**
A Gun for Hire, Helmut Newton, éd. Taschen. 30 €.



De gauche à droite :

YVES SAINT LAURENT
Printemps-été 2003, Paris.

THIERRY MUGLER
Printemps-été 1998, Milan.

BLUMARINE
1993, Nice.

OCTOBRE 2005/MUZE/15