

**DAVID LACHAPELLE** combineert  
wereldsterren met seks en slechte smaak



**CENSUUR**

LaChapelle wilde mevrouw Andersons naaktheid toch enigszins censureren. Hij deed dat dan maar met stervormige plakkers.

© DAVID LACHAPELLE, PAMELA ANDERSON, 2001

**DE FELLINI VAN DE**

24 • DMMAGAZINE • 11 MAART 2006

## ACTUEEL



De Amerikaanse fotograaf David LaChapelle is de trotse eigenaar van een portfolio waarin seks van het blad spat. Met halfnaakte wereldsterren in de hoofdrol, van Pamela Anderson tot Donatella Versace. Zijn moeder leerde hem dat hij seks niet te serieus mocht nemen. Een raadgeving die hem is bijgebleven.

► DOOR VEERLE HELSEN

**M**adonna, Leonardo DiCaprio, Kirsten Dunst, Whitney Houston, Elton John, David Beckham, Justin Timberlake, Donatella Versace, Elizabeth Taylor, Christina Ricci, Britney Spears, Uma Thurman, Paris Hilton, Pamela Anderson, Jennifer Lopez, Angelina Jolie, Anna Kournikova, Hugh Hefner... Misschien is fotograaf David LaChapelle (36) makkelijker te typeren aan de hand van beroemdheden die níét voor zijn lens stonden. De Fellini van de fotografie - een bijnaam die hij dankt aan een journalist van *New York Magazine* - legt in zijn foto's een schaamteloze dosis bloot, seks en lust. Zijn nieuwste salontafelboek heet *Artists & Prostitutes*, is uitgegeven bij pornospecialist Taschen - waar anders? - en biedt een XL-overzicht (het boek meet 34,5 bij 50 cm) van een welgevulde carrière: 690 pagina's halfnaaktesterrenfotografie.

Seks, seks, en nog eens seks. Bij LaChapelle draait alles om het magische s-woord. Zoals de foto van een blote Eminem die een dynamietstaaf voor zijn geslachtsdeel houdt, getiteld: *About to Blow*. "Naakt werkt bevrijdend", verklaart de fotograaf in een interview. "En wie verheerlijkt stiekem niet graag de exhibitionist in zichzelf?"

### STEDELIJK VOYEURISME

Die obsessie voor seks heeft LaChapelle alvast niet te danken (of te wijten) aan zijn geboortedorp. De fotograaf groeit op in het brave Westport, Connecticut. Zijn eerste carrièrestappen zet hij in 1975, als hij 6 jaar is, en van zijn moeder een snapshot neemt. Het was zijn moeder

die hem leerde dat hij seks niet te serieus mocht nemen. Waarvan akte.

Als tiener reist hij geregeld naar het naburige New York, waar hij wordt ondergedompeld in die typische cultuuriconen uit de jaren zeventig, met Studio 54 op kop. Daar klust hij bij als hulpkelner, en hij doet er aan stedelijk voyeurisme. Hij geniet van de openlijk seksuele sfeer die helemaal haaks staat op de gesloten gemeenschap in Westport. LaChapelle relateert die tijd: "Toen ik jong was, droomde ik van een hectisch leven, van het ene hotel naar het andere verhuizen, voortdurend reizen, iedereen fotograferen, alles willen, iedereen neuken. Wel, ik heb dat leven gekregen. Tegenwoordig hoef ik niet meer per se iedereen te neuken."

### POPART

Eind jaren tachtig ontmoet LaChapelle in New York Andy Warhol, die hem introduceert bij het magazine *Interview*. Zijn invloed op LaChapelle is nog altijd merkbaar: in het spoor van de popart laat de fotograaf tal van Amerikaanse massaproducten figureren in zijn foto's: Coca-Colaflesjes, of lege frietzakjes van McDonald's. "Die massamerken maken zó deel uit van onze maatschappij. Dus waarom zou ik ze niet toevoegen aan glamoureuze fashionfoto's?" Zoals die foto waarop actrice Tori Spelling halfnaakt achteraan in een limo ligt, omgeven door afvalpapier van McDonald's. Diezelfde plasticiteit die de Amerikaanse populaire cultuur kenmerkt, hangt ook over LaChapelles foto's. Zijn sterren krijgen een kitscherig charisma aangemeten. Saai is niet aan LaChapelle besteed, zo zegt hij zelf. Felle kleuren en surrealistische decors zijn een visitekaartje geworden. "Snoepjes voor het oog", omschrijft hij zijn foto's. Hij stond midden jaren negentig mee aan de wieg van de revival van kleurenfotografie, na jaren van zwart-witheerschappij. "Mensen dragen al sinds de jaren tachtig enkel zwart. Om een bizarre reden zijn we er nooit in geslaagd die trend te overstijgen. Maar zwart is zó saai." En dus liet LaChapelle ►

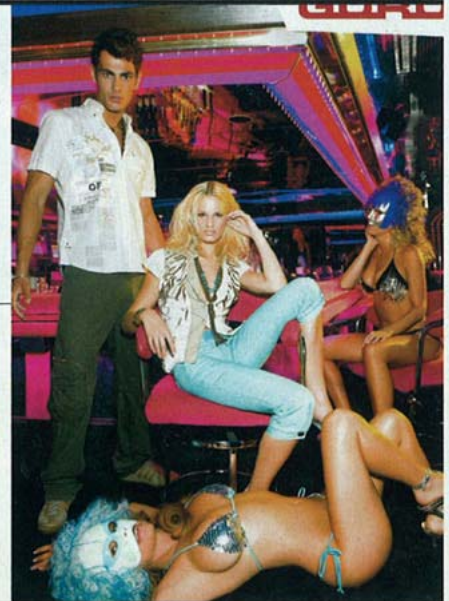
# FOTOGRAFIE

11 MAART 2006 • DMMAGAZINE • 25

ACTUEEL

**LEKKER KOPJE KOFFIE**

Erotische reclame voor koffiespecialist Lavazza.

**WEINIG OM HET LIJF**

Reclame voor het Italiaanse modemerken Guru. Mysterieus gastmodel van dienst: Pamela Anderson.

zich inspireren door de kostuums die Cher droeg tijdens de *Sonny and Cher Show*. "Ik hoop dat mijn werk even oogverblindend is." Idolen heeft hij nooit gehad, wel voorbeelden

kaanse fotografen die meer beïnvloed werden door filmmakers als Ridley Scott dan door prestigieuze fotografen-voorgangers. Zijn werk is doorspekt met extra's: al dan niet futuristi-

time (waar la Spears sterft in een badkuip), Jennifer Lopez' *I'm Glad* (waar J.Lo *Flashdance* naspeelt) en Christina Aguilera's *Dirty* (die herinnert u zich ongetwijfeld wel nog). Later ontwerpt hij ook reclamecampagnes voor televisie, zoals het peperdure introductiefilmpje voor *Lost*. Recenter viel zijn korte documentaire *Krumped* (over dansculturen in de achterbuurten van Los Angeles) in de prijzen op het Sundancefilmfestival.

## 'Wie verheerlijkt stiekem niet graag de exhibitionist in zichzelf?'

die dienden ter inspiratie. Hij laat zich leiden door de *madness* van fashion fotografen Guy Bourdin en Helmut Newton. En van Truman Capote steelt hij de befaamde oneliner "Good taste is the death of art", een slogan die hij adopteert als zijn persoonlijke mantra.

Intussen is hijzelf een cultfiguur geworden. Zelfs de immer kritische Helmut Newton liet een positieve noot optekenen: "Tegenwoordig worden veel pornografische foto's genomen door opkomende fotografen. Maar veel van die naaktfoto's zijn gratis entertainment. Maar David LaChapelle is anders, hij doet me lachen. Zijn werk is grappig en opgewekt." *The New York Times* noemde hem de Magritte van de fotografie en het magazine *American Photo* beschouwt hem als een van de tien belangrijkste hedendaagse fotografen.

Maar niet iedereen is even lovend. Toen in de Amsterdamse Reflex Gallery in 2005 een tentoonstelling van LaChapelle was te zien, noemde een cultuurrecensent van *De Volkskrant* zijn werk "niet boeiend, het is gek doen met sterren, met voldoende retouchering zodat ze het zelf en hun management - ook leuk vinden". Verder klinkt het: "LaChapelle is een mooi voorbeeld van gezonken cultuurgoed: hij gebruikt stijlfiguren uit de kunst, zonder erop in te gaan, en maakt ze geschikt voor de weinig sprankelende Amerikaanse markt."

**SPECIAL EFFECTS**

LaChapelle behoort tot de generatie Ameri-

sche effecten, toegevoegd via de computer. "Een saaier beeld dan een prachtige vrouw op een prachtig strand in een prachtige bikini met prachtige belichting bestaat niet", aldus LaChapelle. "De computer opent een heel andere wereld, eentje waarin die prachtige vrouw plots kan vliegen op de vleugels van een vlinder."

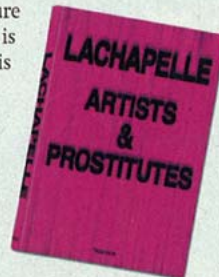
Sterren vertonen bij LaChapelle nooit ook maar de minste onvolkomenheid, want die werkt hij stuk voor stuk weg met de computer. "Een actrice heeft een reputatie te onderhouden. Ze is de CEO van haar eigen bedrijf, en dat bedrijf is haar lichaam. Ik wil geen onvolmaaktheden tonen, ik ben er niet om die kraaienpootjes extra te belichten. Ze moeten eruitzien als echte sterren. Natuurlijk verkies ik nog altijd een echte foto boven een computerbeeld. De nostalgie naar het pure beeld is nooit veraf. Maar niets is 100% Puur. Alles in een foto is artificieel."

**POSTERS OP DE KOELKAST**

Eind jaren negentig volgt de logische uitbreiding van zijn werkterrein: LaChapelle ontwerpt grote advertenties voor billboards (onder meer voor Lavazza, Lexus en kledingmerk Guru) en hij maakt een overstap naar de videografie. Eerst oefent hij met muziekvideo's - denk aan Moby's *Natural Blues* (die won trouwens de MTV Award voor Beste Video in 2000), Britney Spears' *Every-*

Maar de man blijft vooral bekend staan om zijn fotoshoots voor magazines. Zijn werk sierde al de cover van gerenommeerde bladen als *Rolling Stone*, *GQ*, *Vanity Fair* en het Italiaanse *Vogue*. "Ik beschouw een tijdschrift als een galerie", zei LaChapelle ooit, "en koelkasten als musea. Als iemand een foto van mij uit een magazine scheurt, en hem op de koelkast hangt. Tja, dat betekent iets voor mij."

LaChapelles nieuwste boek heet niet voor niets *Artists & Prostitutes*. In 2003 noemde LaChapelle zichzelf in een interview met het magazine *Stance* een prostituee. "In tegenstelling tot wat mensen denken, doe ik ook fotoshoots voor magazines met beperkte budgetten. Omdat ze simpelweg goed zijn. Maar vanzelfsprekend werk ik ook voor welvarende magazines. En ik maak campagnes voor multinationals. Waarom? Omdat ik liever mezelf bedrieg dan toe te kijken hoe anderen dat doen. Als dat van mij een prostituee maakt... *No problem*. Ik ben immers altijd al een prostituee geweest. Toen ik achttien jaar was, liet ik me pijpen door jongens op 53rd Street om genoeg geld te verdienen voor mijn eerste camera's. Het enige wat telt voor mij, is dat mijn werk gepubliceerd wordt."



**INFO** 'Artists & Prostitutes', David LaChapelle, uitgeverij Taschen, [www.taschen.com](http://www.taschen.com). Meer info over verkooppunten bij Altera Diffusion, 02/543.06.00.