



SUSAN MOGUL,  
*Mogul is Mobil Volume III*  
*Redux, 1975/2022*

# ART

PROMOTION:

*Mogul Celebrates*

MOGUL



Spätestens seit den sechziger Jahren, als Norman Mailer sein Buch mit gesammelten Essays, frech *Advertisements for Myself* betitelte, meint der Galerist Tom Jimmerson aus LA, hätten Schriftsteller und Künstler „Eigenwerbung“ als zentralen Bestandteil der Arbeit des Künstlers und vielleicht sogar des Kunstwerks selbst anerkannt. Chris Burden etwa kauft 1976 Werbezeit für sich selbst.\*<sup>1</sup> Nur wenige taten dies jedoch früher oder mit größerer Begeisterung als Susan Mogul.

Good morning. Hi, I'm on my way to work, here on the Sunset Strip. I'm not a Los Angelino. I was born and bred and raised in New York City. But, a number of years ago I decided to leave. ... But there was one major stumbling block that was holding back my career. I did not know how to drive. I was also a little scared to learn. But, I got up my courage. I took some driving lessons. And my career immediately began to flourish. I became a Hollywood mogul.

So beginnt die junge, am Steuer ihres fahrenden Autos sitzende Susan Mogul 1975 mit der lockenden Stimme eines Verkäufers im Video *Mogul is Mobil III Redux* (1975/2022), direkt in die Kamera zu sprechen. In der Manier des Amerikanischen Selfmade-Unternehmers werden in den Szenen des viereinhalb minütigen Films verschiedene Stereotypen persifliert, mokiert und in Frage gestellt. Allein, dass es sich beim Fahrer mit den kurzen Haaren nicht um einen jungen Mann, sondern eine junge Frau handelt, adressiert nicht nur äußerliche, sondern auch innere Geschlechterzuschreibungen wie die – die wir in den folgenden Szenen erfahren: so von der erfolgreichen Tapeziererin von kleinen bis

riesigen Werbeflächen und deren gerade in den 1970ern vor allem meist männlich zugeschriebenen Sehnsüchten nach Erfolg, Selbstständigkeit und der, heute belastender Alltag gewordenen Mobilität.

Straight seams. No creases.

You know, many great artists are not recognized until after they are dead. But I said to myself, “Mogul, they have one thing that you don't have on your work. They have their name on it. They have a signature.”

Eben diese Signatur fügt Mogul als Textlogo in unterschiedliche, funktionalen Produkten ähnelnde Werke ein. Mogul, immer wieder auch als sprachlicher Pointe im Sinne des Hollywood'schen Medien-Moguls eingesetzt, hat im Laufe ihrer Karriere ebenso radikal persönlich wie herrlich distanziert die Konsumwelt der Kunst und der westlichen Identität untersucht. Nach Kristina Newhouse durchaus vergleichbar mit Barbara Krugers *I shop therefore I am*<sup>2</sup> werden Konzepte der Identifikation mit dem, was die Welt des Konsums für uns bedeutet, für ihre liebevoll pointierten Arbeiten über *The American way of life* aka *The Consumers Way of Life* genutzt. In *Mogul's August Clearance* von 1976 etwa (von Martha Rosler im Magazin *Artweek* besprochen), tritt Mogul selbst in der Canis Gallery im Womans Building in Los Angeles in der Ausstellung als „Ladenbesitzerin“ auf. Alles ist hier käuflich, mit großen Preisschildern versehen und hat – entsprechend seiner Präsentationform, seinen Preis. Gerade im Entdecken der Normierung durch den Markt,

<sup>1</sup> Siehe *Newsflash, Chris Burden Promo, 1976*.

<sup>2</sup> Ein hervorragender Text zu Susan Moguls gesamtem Werkkomplex findet sich in Kristina Newhouse, „A Feminist's Survival Index“, in: *X-Tra, Summer 2020, Volume 22, Number 4, S. 31–44*.

die wir – als Konsumentinnen besonders empfinden – liegt die explosive feministische Kraft des Mogul'schen Pop-up- lange vor seiner Zeit. Mogul war Studentin am CAL Arts, Teil der Gruppe des Feminist Art Program, wo sie ihre phantastische Video *Dressing Up* (1973) performte, wo sie zwischen dem Essen von Snacks und während eines umgekehrten Striptease jedes Kleidungsstück als konsumistische Jagdtrophäe bespricht. In ihrer Karriere arbeitete Mogul zusammen mit Künstler\*innen wie Sheila de Brettville und, wurde bereits sehr früh von der Kritikerin Lucy Lippard besprochen. Ihr Platz im feministischen Kunstkanon von Los Angeles ist außerdem durch wegweisende Ausstellungsbeiträge konsolidiert. Und gerade deswegen ist eine Arbeit wie *Mogul Celebrates Mogul* ein aktueller Kommentar auf die Kunstwelt, und die Notwendigkeit der Selbstvermarktung, der sitzt: In Reaktion auf eine 2011 überall in LA plakatierte Kampagne arbeitet sich *Mogul Celebrates Mogul* erneut

durch das Thema der Werbung, die die Kunstwelt durchdringt: Mogul persifliert dabei eine männlich zentrierte Kampagne des Getty Centers of Art, welche Porträts von Anthony Kiedis, Frontmann der Red Hot Chili Peppers, und von Schauspieler Jason Schwartzman im grafischen Stil der Arbeiten von Ed Ruscha und John Baldessari, unter den Titeln *Schwartzman Celebrates Baldessari* und *Kiedis Celebrates Ruscha*, breit über die Stadt plakatierte. In Moguls eigener Interpretation, die sie guerilla-artig im selben grafischen Stil und in Reaktion, wo möglich direkt zum Diptychon, plakatierte, zelebriert sie sich selbst. Sie trägt einen orangefarbenen Wildleder-Hosenanzug ihrer Mutter aus den 1980ern und beschreibt sich im Untertitel, der als Slogan fungiert, als „Mogul, eine Künstlerin vor ihrer Zeit, eingefroren in der Zeit, mit viel Zeit um über die Zeit nachzudenken“.

Moguls herrlicher Sprachwitz und ihr skrupellos performativer Umgang mit Zuschreibungen in Wort und Bild,

zeigt eine Vermischung von privaten und öffentlichen Bedeutungsebenen in allem was Identität in der Konsumgesellschaft ausmacht. Sie überarbeitet und entlarvt die Beziehungen zwischen Grafik Design, den mit Authentizität und Singularität gleichgesetzten Werkbegriff, aber auch die Künstler - und ja, gerade auch die Künstlerinnen und deren künstlerisches Lebensumfeld selbst als verführerisches Objekte der Begierde.

And now folks, get the Mogul special. Get your Mogul is Mobil Postcard, booklet, billboard and video tape still. Be the first one on your block. Get this complete package now for only 29.99. This is a limited supply folks and a limited offer. Write to – get your pencils and papers ready folks- get your pencils ready. Write to: Mogul is Mobil, 1035 Myra, Hollywood California 90029. That is Mogul is Mobil, 1035 Myra, Hollywood California 90029. Or call- area code 213 662 8744.<sup>3</sup>



SUSAN MOGUL,  
*Mogul Celebrates Mogul, in situ*  
Silverlake in Los Angeles, 2011

# ART PROMOTION: MOGUL CELEBRATES MOGUL

At least since the 1960s, when Norman Mailer cheekily called his book of collected essays *Advertisements for Myself*, says L.A. gallery director Tom Jimmerson, writers and artists have recognised 'self-advertising' as an integral part of artistic work – and perhaps even of the artwork itself. Chris Burden, for instance, purchased commercial advertising time for himself in 1976.<sup>1</sup> However, few artists did this earlier or with greater enthusiasm than Susan Mogul.

'Good morning. Hi, I'm on my way to work, here on the Sunset Strip. I'm not a Los Angelino. I was born and bred and raised in New York City. But, a number of years ago I decided to leave. ... But there was one major stumbling block that was holding back my career. I did not know how to drive. I was also a little scared to learn. But, I got up my courage. I took some driving lessons. And my career immediately began to flourish. I became a Hollywood mogul.'

This is how the young Susan Mogul begins her video *Mogul is Mobil Volume III Redux* (1975/2022). While driving her car, she speaks directly to the camera in the enticing voice of a salesperson. In the manner of the American self-made entrepreneur, various stereotypes are satirised and challenged during the scenes of the four-and-a-half-minute film. The simple fact that the short-haired driver is a young woman rather than a young man addresses not just outer but also inner gender attributions such as those – as demonstrated by Mogul in the following scenes of her pasting posters, progressing from small to huge billboards – of the desire for success, independence, and mobility, nowadays the stress of everyday life, in the 1970s mainly associated with men.

'Straight seams. No creases.'

You know, many great artists are not recognized until after they are dead. But I said to myself, "Mogul, they have one thing that you don't have on your work. They have their name on it. They have a signature."

Mogul inserts this same signature as a text logo in various artworks that look like functional products. Over the course of her career, Mogul – who repeatedly uses her name as a linguistic punchline in the sense of a Hollywood media *mogul* – has examined the consumer world of art and Western identity in an approach that is as radically personal as it is delightfully detached.

Kristina Newhouse draws a clear comparison with Barbara Kruger's aphorism *I shop therefore I am*<sup>2</sup> in Mogul's concepts of identification with what the world of consumption means to us, employed in lovingly acerbic works about *The American Way of Life* aka *The Consumers Way of Life*. In *Mogul's August*

*Clearance* (1976), for example – reviewed by Martha Rosler in *Artweek* – Mogul herself appeared as a 'shopkeeper' in the exhibition at the Canis Gallery in the Woman's Building in Los Angeles. Everything here was for sale, labelled with big price tags – and the price corresponded to the form of presentation. Way ahead of its time, the explosive feminist power of Mogul's pop-up store lay precisely in revealing the market's establishment of norms, something we as consumers feel acutely.

As a CalArts student Mogul was part of the Feminist Art Program, where she performed her fantastic video *Dressing Up* (1973). For this she staged a reverse striptease, snacking on corn nuts while she discussed each item of clothing as if it were a consumerist hunting trophy. Having worked with Sheila de Brettville, been recognized early on by the critic Lucy Lippard, her place in the Los Angeles feminist art canon is consolidated also by her participation in landmark exhibitions.

And this is precisely why a work like *Mogul Celebrates Mogul* as a current commentary on the art world and the need for self-promotion, hits home. In response to a 2011 campaign posted all over L.A., *Mogul Celebrates Mogul* again explores how advertising permeates the art world. Mogul spoofs an androcentric project by the Getty Center of Art, which includes portraits of Red Hot Chili Peppers frontman Anthony Kiedis and actor Jason Schwartzman in the graphic style of works by Ed Ruscha and John Baldessari. Bearing the titles *Schwartzman Celebrates Baldessari* and *Kiedis Celebrates Ruscha*, their posters were plastered all around the city. Mogul's own interpretation celebrates herself, executed guerrilla style, borrowing the same graphics and pasted up as close as possible to the Getty Center diptych. She wears her mother's orange suede pantsuit from the 1970s and describes herself in the caption beneath, which serves as a slogan, as 'Mogul, an artist ahead of her time, frozen in time, with plenty of time to think about time.'

Mogul's wonderful linguistic wit and her rogue performative treatment of attributions in word and image reveal a blend of private and public levels of meaning in everything that constitutes identity in consumer society. She reworks and exposes the relationship between art and graphic design, the concept of the work equated with authenticity and singularity, but also the artists – yes, especially the *women* artists and their own artistic living environment as objects of desire.

'And now folks, get the Mogul special. Get your Mogul is Mobil Postcard, booklet, billboard and video tape still. Be the first one on your block. Get this complete package now for only 29.99. This is a limited supply folks and a limited offer. Write to – get your pencils and papers ready folks – get your pencils ready. Write to: Mogul is Mobil, 1035 Myra, Hollywood California 90029. That is Mogul is Mobil, 1035 Myra, Hollywood California 90029. Or call – area code 213 662 8744.'<sup>3</sup>

1 See *Newsflash*, Chris Burden Promo, 1976.

2 An excellent text on Susan Mogul's entire body of work can be found in Kristina Newhouse, 'A Feminist's Survival Index', in: *X-Tra*, Summer 2020, Volume 22, Number 4, pp. 31–44.

3 *Susan Mogul*, script from the video *Mogul is Mobil*, 1975.