



文/卢杰

编者注：《长征资本——视觉经济》由卢杰于2005年撰写，并于2007年“长征计划五周年回顾展”中首次发表。文中提出“长征资本”与“视觉经济”两个核心概念，旨在突破当代艺术因制度化与市场化导致的结构性疲态，借由重新激活艺术与社会之间的能动关系，开拓新的理论视角与实践路径。

“长征资本”的理论维度，通过“长征展示空间”与“长征话语空间”展开，揭示文化、历史、地理等无形资本与视觉材料之间的结构关联；其物质维度，则通过“长征生产力”与“长征生产方式”的系统性实践得以实现，包括驻地、展览、出版、网络等机制，将艺术的生产、展示与传播嵌入社会关系之中，构成涵盖实验、交换与意义建构的“视觉经济”链条。

“视觉经济”并非图像再现或市场逻辑的简单延伸，而是指艺术在社会关系网络中的组织与流通方式，是对艺术作为集体生产、交换与现实构建形式的重新定义。它超越既有制度框架，以跨语境的生产逻辑打造一个持续演化的视觉艺术运动，强调艺术如何在社会结构中被组织、分配与理解。

肖雄，《长征资本》，2005年，装置、摄影



“长征资本”既是理论现场，又是实践平台，主要的焦点在于视觉经济。从理论上说，“长征”的过程就是呈现文化资本、地理资本、历史资本和视觉材料之间关系的过程，这个过程就是视觉经济。从实践上来说，“长征资本”理论的生产力，牵动了各种生产关系，涉及了有形资本和无形资本的运动，也是在视觉经济里表现出来的。

国际当代艺术从形式到主题的重复和疲惫，因为表面化地、非“长征”地把视觉资本和视觉经济的关系理解为剩余价值到附加值之间的转换。艺术的生产关系过度被艺术的消费关系背后的艺术史观和策展、市场逻辑所约束。我提出“长征资本——视觉经济”的理论，希望重构我们的艺术史观。

视觉

通过这么多年的“长征”，我们已经把艺术从传统意义上的纯粹审美载体的美术，扩展到视觉文化的有机系统。“长征”关于视觉力量的叙述，与社会的发展进程有着更深的建构意义，把经济与视觉并置，这一点至关重要。它使艺术不完全局限于独立和私有空间的象征性，而是从人类境遇及其社会关系中的理论空间中定位和生发出艺术形态。在我们这个强调视觉震撼和遭遇以及接触经济的年代，从马克思的社会间隙理论出发，把视觉艺术空间看成是经济体制中另外的交换方式，社会性的作品可以实现交流与交换的空间。

经济

我们太习惯于把视觉艺术剥离了与它息息相关的各社会形态和文化逻辑，把经济和审美对立，狭隘化了对经济一词的理解。通过把视觉和经济并置，我们可以用马克思的唯物史观，将艺术从个人至上的精英主义的领地里牵引出来。进而在当代艺术领域，艺术的社会性以及艺术的现实主义取向正在被重新认识，它不再被片面地理解为个性的丧失。艺术，无论是作者还是作品，都是和集体、和社会历史进程紧密相连的。

当代社会已经成为视觉呈现的社会。视觉是经济中尤为活跃的因素。经济视觉化了当代艺术。“长征”通过系统地展示和叙述视觉的文化逻辑而显现艺术作品进入社会生活的可能性，使社会主体，尤其是大众，能重获和视觉艺术曾有过的密切联系。这些实际上在生动的日常生活里无处不在，但它们被我们的策展和专业话语的划界而阻隔在艺术殿堂之外，这部分地造成了大众对当代艺术的陌生和紧张感，也局部强化了艺术家的孤立感，使创作资源和形式枯竭。

我所指的视觉不是纯感官的或审美的经验，也不是技术美学或新媒体类的分析；我所指的经济不是金钱或商业，或艺术市场。视觉经济指的是一个网状的艺术结构，通过互为关联的艺术生产关系中各元素的综合展示，把艺术作品和它的作者，与作品的生成和它的社会意义之间的关联通过视觉方式建构视觉经济：实验/生产/阐释/展示/消费/传播/关联/附加。

“长征资本——视觉经济”的理论维度是通过长征展示空间和长征话语空间来表达的。“长征资本——视觉经济”的物质空间是通过“长征生产力”以“长征生产方式”去实现的。

以上两者都聚集在三个区——系统/基地/元素：

1. 系统

活跃在民间的若隐若现的另一条艺术史的脉络，通过“长征”的创意和投资、国际基金的赞助以及地方政府的无形资本的加入、志愿者为主导的工作方式，以“长征工程——延川剪纸大普查”为典型呈现出来。如“长征”前面十二站的实施依赖于几百位艺术家和参与者自费，甚至赞助和捐赠作品的方式而得以完成，涉及的不仅是理想主义和艺术行政方式，而且是对“长征资本”的量化分析。

2. 基地

“长征”第十三站，北京二万五千里文化传播中心对视觉方式的采样分析(以空间的展览、独立项目、顾问咨询、服务、驻地创作、出版、会议、工作坊、网络空间等为形式)。如一个作品的实施可能涉及和展出艺术家的资源交换，对艺术社区所做的无偿服务，以往艺术家利润对此艺术家的赞助和投入。如接受艺术家自愿廉价销售高价位作品和使乡村摄影师成为当代艺术市场新贵等资源再分配的实验，带动的是公共话语和地方文化生态，都市与乡村建设的经济因素和视觉关联，以及传统和人文志的地理位移，社会主体性建构之间的关系。

3. 元素

它的提出不是为了孤立，而是凸现革命性的视觉方式。如资源共享、互换、市场方式导向的非赢利结构，不涉及硬通货的服务型创造性生产方式。

以上各种方式或多或少在商业艺术模态(画廊、拍卖行、艺术出版商)和非赢利模态(基金会)或公立艺术机构(艺术院校、美术馆)中各有实践，但不是围绕“长征资本”而产生的对视觉经济的全新理解，更不是一个独立而完整的复杂多元的视觉艺术工程的运动发展过程。

长征生产方式：

策划：以“长征精神”和“长征方式”为集体或个人、国际或本土策划和实施艺术或与视觉文化有关的项目和计划。赞助他者或被他者赞助，投资或被投资。

展览：在“长征结构”中不断发展的群展和个展，以及非展览形态的艺术生产，销售但不以销售为目的。

驻地：国际和本土艺术界人士和非艺术界人士在这里为艺术而生活着。

出版：被出版或为他者出版。

网络：中国最大的中英文双语艺术网站，信息和交流的无形与有形资本交流的网络。

服务：关于艺术市场、收藏、艺术权益、资源等的顾问咨询服务，不局限于货币标识的统计系统、分配系统和交换系统。

“长征生产方式”带来的物质力量加强了“长征生产力”，众所周知，“长征”将永远进行下去。“长征生产力”加强和完善了“长征资本”，是人类文化发展的重要动力。