

309反核大遊行，全國在北、中、南、東衝出了二十萬群眾走上街頭，表達反對核四續建聲音。台北遊行更在凱道前延續到隔日上午，並於遊行活動結束後，固定每週五晚上六點於自由廣場前進行「核四五六」定點廣場反核演講活動。台灣反核街頭運動，自1988年「鹽寮反核自救會」街頭抗爭開始，一路走來二十五年，從當初數十人在貢寮街頭與警總情治人員的拉扯追逐，到今天有二十萬人以嘉年華會方式，帶著戀人、小孩、小貓、小狗---發揮創意上街抗議。這二十五年來反核的社會能量積累，與2013年反核盛況有何關連？為何短短一年內，有那麼多昔日不曾對社會議題表態的明星藝人，站到反核隊伍裡來？藝人反核，對社會運動的影響又是什麼？仔細觀察，確是個值得思考的現象。

隨著媒體報導，大家看到今年反核行列出現許多平日只在電視、電影裡才見得到的明星、藝人。藝人演藝事業需要媒體宣傳、曝光，而社會大眾對藝人的認識，也是隔著電視螢幕透過虛擬角色情感，投射到藝人主演的角色人物身上。所以在商品市場策略中，經常透過藝人（扮演的角色）站出來為某件商品「代言」。此類「代言行徑」也頗成功吸引了廣大粉絲情感，投射在具體消費行動上。在這個邏輯下藝人這個符號擁有社會工具的身份，站出來宣導理念當然也就很容易吸引大批原本就認同其形象的粉絲聚集。

在資本主義市場上，藝人及其周邊（形象、生活、思想---等）在消費邏輯的遊戲規則裡被產出。藝人多由經紀公司規劃塑造形象，而社會形象建立，則奠基在一個安全的、傳統的、主流的社會價值觀上。多數人好惡，形成了主流的市場。商業公司規劃藝人「演藝事業」目的，即在主流市場上取得最大公約數，即獲取最大商業利益。昔日因國民黨的意識型態機器在文化、教育、經濟等領域的嚴密控管，致使多數藝人不敢（或無感）對政策（政治）噤聲不語。然此次多數藝人針對「停建核四」表態出列，推估的是此議題看來還不影響「商品」在商業市場上的發展。尚未興建完成的「核四廠」與台灣廣大資本市場還沒來得及形成全面性的聯結。所以相對在藝人所處的資本主義市場上，也就不會帶來太多困擾。

遊行過後曾有社會學者如趙剛等人，對於媒體過度報導藝人反核現象，深怕藝人會將反核議題單一化，「反核四卻不反對資本主義消費方式」提出憂心見解。他擔心一旦反核四蔚為單一議題，形成潮流時，將會削弱公民社會主體性。可我卻不如此焦慮看待，因為藝人本來就是在資本主義生產方式中被產出的商品。要求藝人「反核也反對資本主義消費」，無異要藝人離開賴以生存的戰場。倒是作為廣大粉絲群眾，大可把藝人的行動淡定視為議題發展中的一份子就好。當然，如果粉絲也可以發揮力量，讓更多有媒體影響力的藝人除了選擇在「反核四」的議題下曝光外，更可以選擇與弱勢的不當土地徵收、失業勞工、樂生、農地搶水---等社會議題連結一起，相互為主體性的話，自然也就不用擔憂公民社會主體性在街頭上的消失。

另外在這次藝人反核聲浪中，也出現一股「反核不談政治」的聲音。確定「反核四」在多數社會群組的表態是安全了以後，接下來當然就得把「不安全」的「政治」因素排除，以確保XX（這裡可以填上任何群眾的行為，諸如反核、藝術、電影---）的純粹與安全性。雖說社會運動者自有其策略，但不管位何職業、身份、階級---，即使強調公民主體性，個人亦擺脫不了被廣義「政治」行為影響。其實大可不必將「政治」污名化，但或許也因為先把危險的「政治」從運動行列裡切割出去，也才可吸引那麼多人不擔心害怕的走上街頭。這種社群心理的形成，當然與台灣歷史長期籠罩在國民黨恫嚇人民的意識型態控管有關。而今這樣的意識型態，更從昔日國民黨延伸到對岸共產黨挾其龐大政經勢力，對台灣社會各階層帶來的影響。從部分反核藝人動不動就把「內地」一詞掛在口中可見一般。

回到全球資本主義的商業邏輯來看，也就不難瞭解對中國市場有期待或已在中國市場發展

的藝人、經紀公司們高喊「反核四」是安全的，喊「支持圖博」是危險的思考了。在民調來看，即使主流民意、這麼多藝人、粉絲紛紛表態反對核四續建，這馬政府為何還執意孤行呢？從遊行結束後，國安高層刻意釋出「廢核衝擊台美關係」的用意不言可喻，台美關係與反核運動讓我們看到馬政府的思考。畢竟社運戰役最終還是得整隊回到面對全球資本邏輯戰場上。此刻藝人的社會符號，若也可以被整隊進反抗行列，形塑台灣公民社會主體性的一份子，集結力量爭取與國際強權國家在反核議題上的平等對話時，那就是藝人參與反核運動更積極的能動力了！

作者李明為導演、演員

附註：二十萬人上街頭的社会力，其中包含更多的社会層次因素，諸如反核社運團體長期對議題的深耕、民進黨在政策上的努力、還有日本福島核電廠爆炸對台灣社會的衝擊-----等因素。唯此文探討的是藝人效應背後的社会因素，只好暫時先略過其他重要背景不談。