

POLSKA SIŁOWNIA JĄDROWA. WYZWANIE DLA POLITYKI INFORMACYJNEJ PAŃSTWA [RELACJA Z JAPONII]

Budowa pierwszej polskiej elektrowni atomowej, to nie tylko projekt infrastrukturalny, ale również informacyjny. W pełni uzmysławia to skala wyzwań z jakimi musieli zmierzyć się Japończycy po katastrofie w Fukushima.

Moja wizyta studyjna w Japonii, w ramach której miałem przyjemność zobaczyć lokalne instalacje jądrowe i spotkać się z czołowymi menadżerami sektora nuklearnego, przyniosła wiele refleksji. Najbardziej oczywiste [znajdziecie państwo pod tym linkiem](#). Tym razem chciałbym się jednak skupić na mniej spektakularnej - choć newralgicznej - kwestii tj. problemach komunikacyjnych z jakimi zmagają się Japończycy po katastrofie w Fukushima. Skala wyzwań pokazuje, że budując pierwszą elektrownię atomową w Polsce, rząd musi przygotować się na wielkie wyzwania komunikacyjne.

Zobacz także: [Wizyta w największej elektrowni atomowej świata. „W zasadzie niezniszczalna” \[RELACJA Z KASHIWAZAKI\]](#)

Japończycy doskonale poradzili sobie z większością skutków tragicznego tsunami, które uderzyło w siłownię jądrową w prefekturze Fukushima. Z jednym zmagają się jednak nadal - i nie chodzi tu bynajmniej o promieniowanie, ale sferę informacyjną. Wzrosły obawy społeczne związane z wykorzystywaniem energetyki nuklearnej, przy czym z powodów geograficznych (wyspy nie posiadają połączeń elektroenergetycznych z kontynentem), jej użytkowanie jest niezbędne. Warto przypomnieć, że w wyniku wyłączenia wszystkich bloków elektrowni atomowych w 2011 r. ceny energii w Japonii (dla konsumentów i przemysłu) wzrosły w 2014 r. o 25 i 38%. Dopiero po uruchomieniu 5 z 45 istniejących reaktorów wzrost ten w stosunku do roku bazowego wyniósł 10 i 14%.



Z jakiego typu obawami mamy do czynienia?

Na przykład pośrednimi. Istotna jest kwestia bezpieczeństwa żywności, którą znów produkuje się z prefektury Fukushima i dystrybuje na japońskim rynku. Nikt nie chce jej kupować mimo, że jest badana, a jej spożycie w pełni bezpieczne. Odrębną kwestią pozostaje możliwość powrotu do strefy objętej katastrofą z 2011 r. co jest możliwe, ale ludzie nie chcą się na to zdecydować.



Dużo bardziej istotne są obawy bezpośrednio związane z casusem Fukushimy. Chodzi tu przede wszystkim o konieczność ponownego uruchomienia bloków jądrowych na terytorium Japonii, co przewiduje m.in. strategia energetyczna kraju (do 2030 r. wzrost udziału atomu w miksie ma się zwiększyć z 20 do 22%).

Rząd i spółki zarządzające obiektami jądrowymi robią wszystko by poradzić sobie komunikacyjnie z powyższymi problemami, bo jak już zaznaczyłem z technicznymi już się w większości uporano.

Zobacz także: [Lekcje z Fukushimy \[RELACJA Z ELEKTROWNI ATOMOWEJ TAKAHAMA\]](#)

W skali makro przykładem zaimplementowanej strategii w sferze komunikacyjnej jest włączanie w pierwszej kolejności reaktorów PWR (wodnych ciśnieniowych) w związku z tym, że w Fukushima pracował reaktor BWR (wodny wrzący). Z technicznego punktu widzenia oba typy są bezpieczne, jednak w związku z problemami komunikacyjnymi wynikającymi z katastrofy z 2011 r. zdecydowano się odwlec w czasie restartowanie BWR-ów i wykorzystać czas na działania informacyjne. W jaki sposób?

Doskonałym przykładem jest tu firma TEPCO, do której należy obecnie nieczynna elektrownia w Fukushima. Jej dział komunikacyjny zatrudnia 70 specjalistów (w polskich spółkach zwykle jest to kilka osób). Prowadzą one informacyjną stronę internetową o swojej działalności, redagują specjalne newslettery informacyjne, raz w miesiącu organizują briefingi dla prasy. Oprócz tego położono olbrzymi nacisk na wywiady i konsultacje środowiskowe. Pracownicy departamentu komunikacyjnego odwiedzają wszystkie domy w miejscowościach przylegających do obiektów jądrowych. To tytaniczna praca biorąc pod uwagę fakt, że w Europie zwykle wykorzystuje się do takich działań...statystykę. Tytaniczna, ale konieczna. W Japonii nie brak bowiem lobby antyatomowego, które dzięki Fukushima nabrało wiatru w żagle. W pewnym sensie doświadczyłem tego osobiście, ponieważ jego

przedstawiciel podjął ze mną kontakt e-mailowy jeszcze podczas mojego pobytu w Japonii.

Japończycy próbują sobie poradzić z wyzwaniami komunikacyjnymi związanymi z energetyką nuklearną poprzez zintensyfikowanie działań edukacyjnych, pełną transparentność sektora i kooperację z władzami lokalnymi. Chodzi nie tylko o przykłady, które podałem powyżej. Politykę informacyjną tworzą nie tylko firmy, ale również inne podmioty, jak muzeum energetyki jądrowej w prefekturze Ibaraki, które miałem okazję obejrzeć. Organizuje ono specjalne wykłady dla mieszkańców tego regionu administracyjnego Japonii.



Jak już wspominałem bardzo istotna jest współpraca firm z lokalnymi władzami. Choć trudno to sobie wyobrazić Polakowi bez ich zgody niemożliwe jest ponowne uruchomienie lokalnych reaktorów jądrowych - dzięki swoistemu „gentlemen's agreement”. Wydają one również decyzje środowiskowe konieczne dla wdrażania dodatkowych systemów bezpieczeństwa w obiektach jądrowych. Wiele z nich, np. elektrownia Takahama, jest bowiem otoczona obszarami chronionymi przyrodniczo.

Zobacz także: [Japoński atom dla Polski? \[RELACJA ENERGETYKA24 Z TOKIO\]](#)

Na przykładzie Japonii bardzo wyraźnie widać z jak wielkimi wyzwaniami będzie musiała się zmierzyć Polska, by z sukcesem uruchomić i eksploatować swoją pierwszą siłownię jądrową. W takim wypadku proces infrastrukturalny musi być uzupełniany procesem komunikacyjnym. Obawy społeczne, czy aktywne lobby antyatomowe to jedynie część problemów, które trzeba będzie rozwiązać. Budowa siłowni jądrowej na Pomorzu to bowiem projekt, którym żywo interesują się także ościennie państwa. Niemcy ze względu na promocję odnawialnych źródeł energii oraz chęć ich eksportu na rynki ościennie. Zaangażowane są także Rosja i Białoruś chcące sprzedawać energię do Polski oraz krajów bałtyckich. Aby sprostać tym wyzwaniom warto skorzystać z gotowych rozwiązań praktykowanych obecnie w Japonii. Katastrofa w Fukushima sprawiła bowiem, że kraj ten posiada największe

doświadczenie w zakresie prowadzenia skutecznej komunikacji na poziomie obywatelskim i międzynarodowym – o czym świadczy zaproszenie polskich dziennikarzy do odbycia wizyty studyjnej w tym kraju.