

Rządowa kampania atomowa to propaganda

31 maja 2012

– Jeżeli teraz słyszę, że mają być wpisane do scenariusza popularnego serialu teksty popierające energetykę jądrową, to widzieć wyraźnie, że chodzi o klasyczną propagandę, a nie o debatę, poważne rozmowy ze społeczeństwem. Rząd uważa, że należy tych maluczkich lekko omamić, żeby powiedzieli TAK, a nie rozmawiać z nimi jak z partnerami – tak skomentował rządową kampanię „Poznaj atom”, prezes Instytut na Rzecz Ekorozwoju.

Zdaniem Andrzeja Kassenberga, decyzja o wybudowaniu w Polsce elektrowni atomowej została już podjęta. A w dyskusji nie ma miejsca na prawdziwą wymianę argumentów.

– Rząd podjął decyzję w styczniu 2009 roku, w ogóle nie rozmawiając ze społeczeństwem, nie pokazując. ani korzyści, ani ewentualnych trudności. A teraz 20 mln złotych przeznaczył na propagandę nuklearną – mówi prezes.

Resort gospodarki zamierzał przeznaczyć na kampanię informacyjną na temat energetyki jądrowej 20 mln zł. Przetarg wygrało konsorcjum w składzie: Partner of Promotion (lider), Migut Media i Maxus-Warszawa, które zaoferowało za jej przeprowadzenie ponad 18 mln zł.

– Kiedy zapytałem panią Trojanowską (wiceminister gospodarki), czy dla tych, którzy mają wątpliwości i chcieliby pokazać inne aspekty, mogą zostać przeznaczone te pieniądze, powiedziała, że nie jest ich dużo i ona się nie będzie dzielić – informuje Andrzej Kassenberg.

Dodaje, że analizy ekonomiczne pokazują, że inwestowanie w energetykę atomową jest złym rozwiązaniem. Z budowania elektrowni jądrowych wycofują się Szwajcarzy, Belgowie i

Niemcy.

– Duńczycy też nie idą w tym kierunku. Siemens powiedział, że nie będzie już wchodził w energetykę jądrową, w związku z tym wycofał się z budowy elektrowni w Wielkiej Brytanii. Japończycy się wycofali. Wyłączyli wszystkie reaktory jądrowe i nie mają jakiegoś ogromu komplikacji. My powinniśmy się zastanowić, czy ten inny kierunek, nie jest kierunkiem szansy – mówi Andrzej Kassenberg.

Źródło: [Newseria](#)