

# 借助大众传媒提高核能公众接受的方式和路径探讨

毛继军

中广核铀业发展有限公司

**摘要：**我国核能可持续发展面临公众接受挑战，亟需开展广泛和行之有效的公众沟通工作，提高核能公众接受。本文探讨了利用大众传媒开展核能宣传可取得的效益，提出了大众电影、电视节目、公开辩论等不同宣传方式，并指出，借助大众传媒提高核能公众接受，需要政府、媒体以及核电业界共同参与，方可取得实质效果。

**Abstract:** The sustainable development of China's nuclear power is facing challenges of public acceptance, and requires wide and effective public communications to improve public acceptance. This article explores the effectiveness of nuclear energy public communication via mass media, by means of nuclear power related films, TV programs and public debate, it is then pointed out that a combined involvement and effort of the government, media and nuclear industry is needed to achieve the aforementioned results.

**关键词：**反核运动、公众接受、大众传媒

**Key Words:** Anti-nuclear movement, Public acceptance, Mass media

## 1 引言

随着我国环境问题日益突出，环境保护已成为与经济发展并重的主题，环保社会运动呈现兴起之势，近年来，我国不断有大型工业项目因民众反对而难以落地，体现出民众参与公共事务决策的积极性正在不断提高。当然，这也是社会进步和民众公民意识觉醒的表现。

核电是一种高效稳定的清洁能源，在我国能源革命和能源转型过程中具有不可或缺的作用。近十多年来，我国核电实现了规模化发展，发展规模已位居世界前列。然而，核电安全风险所带来的公众接受问题正在成为我国核电发展面临的重要挑战之一，不断兴起的环保运动浪潮中，核电很可能会被卷入其中，成为环保主义的矛头指向。

2011 年福岛核事故在全球范围内掀起了反核浪潮，台湾已经接近完工的核四厂因民众极力反对而封存，广东江门核燃料产业园、连云港核循环项目先后遭民众反对被迫终止，反核运动已在我国初现端倪。台湾的反核运动除了政治因素之外，还有一个非常值得注意的现象，就是包括演艺明星在内的多名公众人物也站出来极力反对核电，甚至录制反核歌曲和视频，而大众媒体资源很大一部分被演艺明星等公众人物占据，因此公众人物反核能通过大众传媒形成营销式宣传，产生巨大的带动效应。

在我国，长期以来“核”这个字眼往往都带着神秘，民众对核能的关注度较低。目前，国内还没有公众人物站出来公开表达反核立场，但是随着核电规模的不断增大，加之福岛核事故和台湾大规模反核等事件的广泛影响，民众对核电的关注度会越来越高，如何进行有效的核电公众宣传已经成为摆在眼前的现实问题，极端环保主义者的反核立场也许很难被说服，但借助大众传媒进行有效的公众宣传，就可能争取普罗大众对待核电立场的倾斜，从而提高核电的公众接受性。反过来，如果反核环保组织先一步开始反核大众宣传，加上公众人物的推波助澜，反核立场就会先入为主在民众中扎根，扭转将会异常艰难。

## 2 借助大众传媒开展核能宣传的方式和路径

### 2.1 核电相关的大众电影/纪录片

英文维基百科上与核题材相关的大众电影有一个很长的清单，光是纪录片就有三十多部，其中大部分是为了进行反核大众宣传（多数与核武器相关），由中立媒体或者环保组织制作，在影院和电视等大众媒体上传播。

反核电影中最著名也最成功的一部是 1979 年由好莱坞拍摄制作的惊悚电影《中国综合症》（China Syndrome），电影的名字源于美国反核人士提出的一种末日般的核灾难情景：核反应堆冷却水丧失后，反应堆发生熔堆事故，在地面上产生坑洞进而将地球烧穿到达另一头的中国。极为巧合的是，这部电影上映后不到两个礼拜，就发生了核能利用史上第一次严重事故，美国宾夕法尼亚州三里岛核电站 2 号机组堆芯部分熔化，导致放射性物质泄露。

三里岛事故引发了美国全国范围内的大规模反核游行，反核电影《中国综合症》在这一过程中起到了极大的推动作用，电影中的核灾难场景给公众造成了严重的恐惧心理，故事中

核电厂以及官方对核事故千方百计的隐瞒也迎合了公众的愤怒情绪。当然这也造就了这部电影本身的成功,《中国综合症》获得了包括最佳男女主角在内的四项奥斯卡提名,影片票房达到了将近 5200 万美元,成为当年好莱坞最卖座的电影之一。

可以看出,反核电影凭借大众传媒以及演艺明星的带动效应能够产生非常广泛的影响,从而在民众间形成根深蒂固的反核立场。当然国外也不乏有独立电影人制作的支持核电的大众电影,也取得了不错的宣传效果,2013 年由美国独立电影人制作的大众电影《潘多拉的承诺》就是借助影视传媒进行核电正面宣传的典范,这部电影在 CNN 播出后引发了美国关于核电发展的广泛讨论。

这里有一个有趣的逻辑,反对核电通常只需要反复强调核事故灾难就可以,并且几乎不存在动机的问题,而支持核电则需要解释很多理由,还会被指责为利益驱动宣传(Propaganda)。所以,在民众缺乏信息难以做出理性判断的时候,反核宣传更容易得到民众响应,这也增加了核电正面宣传的难度。

我们当然希望中国的大众传媒能本着中立的立场,从中国能源的现实出发,拍摄制作像《潘多拉的承诺》那样多角度解读核电的电影,但是显然这几乎不可能,大概不会有影视公司或者公众人物主动出面为核电背书,而核电企业也无法资助制作核电大众电影,那样会被视为利益驱动,观点和论据的可信性都会降低。反过来最坏的情形,如果国内正在冒头的反核一方像美国的反核组织那样利用影视传媒先一步进行营销式大众宣传,民众的立场就很可能倒向反核一方。

核电政府主管部门和行业协会组织理应出面与大众传媒合作制作支持和正面宣传核电的纪录片。首先,上级部门直接出面进行核电大众宣传,理由和动机都具有正当性,因为发展核电是政府制定的政策,政府拥有解释权,因此由政府部门出面进行核电宣传可视为对其核电政策的合理性解释。其次,政府部门出面可以借助影响力巨大的主流媒体平台实现有效的推广和传播,达到核电正面宣传的目的。

## 2.2 核电题材电视节目

2014 年,湖南卫视《新闻大求真》栏目曾探访大亚湾核电站,节目重点围绕核电站周围辐射展开,虽然播出后在业内反响一般,也没有引起广泛传播,毕竟在核电站内拍摄存在各种局限,另外节目选取的话题也较为单一,但不管怎样,对核电企业而言这是一次勇敢的尝试,业界就应该本着开放透明的理念,主动邀请有影响力的电视传媒“曝光”核电,先争取关注度,再在过程中科普和解析核电的方方面面,民众获得足够的信息后,才有可能做出理性的判断。

2015 年是我国核工业创建 60 周年,中央电视台多个频道对 60 年来核工业发展的历程进行了集中专题报道,央视还和中核集团联合拍摄了三集电视纪录片《中华之核》,这应该是一次利用电视传媒进行核电公众宣传的绝佳机会,可惜不管是央视新闻报道还是纪录片,侧重点都放在了回顾 60 年的辉煌历程,并没有借这次绝佳的机会和央视头号媒体的平台实现有效的公众宣传。

业界本着开放透明的理念将核电话题植入电视节目是一个方面,反过来主流电视传媒的探索、观察以及科教等栏目,也应该将核电题材作为节目话题进行探讨,甚至为国家制定的核电政策站台背书也无可厚非,这也是媒体社会责任的体现。国外主流媒体如 BBC、PBS 等都多次制作过核电相关的专题节目。因此,国内电视传媒相关栏目也应积极响应国家核电发展政策,制作核电话题节目,本着客观理性,探讨中国的能源现实、环境压力以及核电发展问题,为公众提供足够信息,从而引导公众做出理性判断,同时在这一过程中完成核电知识普及,减轻民众对核电非理性的恐惧心理,也可避免“抢盐”这类闹剧的再次上演。

## 2.3 核电话题电视或网站视频公开辩论

对有争议并且专业性强的社会问题进行公开辩论既能为公共政策制定提供参考依据,也能对民众进行信息和知识普及,起到公众宣传的效果,社会问题公开辩论也是民主社会的重要体现。由于体制的缘故,国内大型项目的建设都是政府决策直接推进,围绕争议问题的公开辩论非常少,这虽然有助于提高决策和执行效率,排除非专业人士干扰,但如前所述,随着民众公民意识的增强,像核电这样存在争议和潜在风险的大型项目,可能会越来越多的受到民众的反对和抵制。

最典型的一个例子是转基因食品,虽然国家农业部政策大力支持推广转基因农作物,但是由于环保组织、民众以及公众人物的极力反对,转基因在中国的推广举步维艰,针对此,国内多名科普作家和科普团体进行了大量的转基因科普宣传,顺便说一句,国内核电宣传另

一个糟糕的现状是，中立的科普人士和组织在核电方面的科普宣传远不如转基因，这大概是因为核电虽然也面临反对，但还是靠政策优势大规模推进建设，而转基因作物研发几十年仍然停留在试验田阶段。针对转基因的争议，包括凤凰卫视在内的多家电视台以及视频网站组织专家、科普人士与反转一方进行公开辩论，现场观众也参与互动提出疑问或者表达意见，公开辩论的过程也是科学家与公众沟通以及知识普及的过程，通过向公众传达科学界的权威结论，使公众对争议的焦点（比如转基因食品的安全性）有深入全面的认识。

核电也是完全一样的道理，针对能源需求、环境污染、减排压力等一系列话题和争议，以及反对方和民众对核电安全的质疑和担忧，通过充分透彻的公开辩论，让公众对核电有全面的理解和认识，从而减轻对核电安全的疑虑和担忧，核电发展政策才会有坚实的民意基础。可惜的是，一直以来国内电视节目和视频网站几乎没有进行过围绕核电的公开辩论，但在国外，尤其在核能比例较高的欧洲国家以及美国和日本，针对核电话题的公开辩论是核电科普宣传和提高公众接受的重要途径。

另外，反对的声音的存在对核电业界也是一种鞭策，就像悬在头顶的“达摩克利斯之剑”，驱使核电企业永不懈怠的重视和提升核电安全。国内核电宣传严重缺乏与反核一方的沟通，对反核一方的观点常常忽视或者不予理睬回应，经过正反双方面对面的充分辩论，就可以促使核电业界站在反对一方的角度去思考问题，充分理解反对方以及民众的疑虑，从而有针对性的进行宣传和沟通，并从技术和安全文化等层面自我提升。

## 2.4 利用移动新媒体平台实现核电信息公开透明

法国韩国等核电公众接受程度较高的国家，一个共同的策略就是对公众最关心的核电站安全运行以及环境影响等信息高度开放和透明，并通过咨询答疑等途径与公众之间形成良好互动。著名科普作家和科学记者袁越经常提到一个观点，“偏见源于无知”，这里的“无知”引申开来就是信息的不对称，任何具备理性的人，只要获得足够的信息后，自然会形成理性判断。

对于核电站相关信息的开放和透明，既需要核电业界作为，也需要政府部门出面制定相关约束规则，并会同行业协会组织等进行监督，以确保公开信息的真实性，从而获取民众的信任。

具体到执行方式，移动互联网和微信等新媒体平台的快速普及，正在深刻的改变着人类获取信息的方式，借助新媒体平台实现核电站信息公开和透明，无论是技术层面和还是成本投入都已经变得非常容易可行。

## 3 结语

近年来不断有专家和行业观察者指出，公众接受性正在成为我国核电发展面临的重要挑战之一，随着未来环保运动的兴起，欧洲以及美国曾多次出现的反核浪潮很可能在我国再次上演，届时，大众传媒必将成为其反核宣传的主要阵地，如果说过去几十年我国核电发展靠政策和体制优势推进，有理由忽略核电大众宣传，那么现在，抢占大众传媒进行核电公众宣传已经刻不容缓。当然，这一过程需要政府、媒体以及核电业界的共同努力，才有可能取得实质效果。

## 作者简介

毛继军，男，就职于中广核铀业发展有限公司，2009年毕业于华北电力大学，曾参与AP1000核级锆材技术转让，目前从事核燃料循环政策研究工作，多次参与主管部门和行业相关课题研究、规划制订和立法工作。

地址：北京市朝阳区芍药居北里101号世奥国际中心A座29层，100029

电话：13311174807/01057321736

邮箱：maojijun@cgnpc.com.cn