

Wie bederft de pret: Cassandra of het Paard van Troje?

Aviel Verbruggen

23 maart 2011

www.avielverbruggen.be

Cassandra, de mooiste prinses van Troje, ontvangt de gave van helderziendheid van de god Apollo. Voor het weigeren van seksuele tegenprestaties wordt Cassandra gestraft: haar voorspellingen worden niet geloofd. Troje ontkent haar verwittigingen tegen de list met het Paard, en vergaat in vuur en vlam.

Wie is geloofwaardig in het atoomenergie debat? Debat is niet het juiste woord. Het is de krachtmeting van de atoomlobby tegen een losse groepering van kritische enkelingen, groepjes, partijtjes, die de risicovolle atoomenergie wantrouwen. De lobby controleert het zenuwcentrum van de industriële maatschappij: de productie van elektriciteit; de lobby beschikt zo over veel geld, macht en invloed. De critici beroepen zich op feiten en argumenten: mensen en machines zijn niet perfect – catastrofes zijn onvermijdelijk; de kosten van atoomenergie zijn vele keren hoger dan de prijs betaald, enz.

Hoe kan de atoomlobby een meerderheid van burgers overtuigen de risicovolle atoomenergie te aanvaarden? Hoe een meerderheid van de bevolking doen goedkeuren wat ingaat tegen de eigen veiligheid en de toekomst van hun kinderen, kleinkinderen, tot de eeuwigheid? De atoomlobby onderzoekt hoe het volk denkt, wat mensen belangrijk vinden, hoe een kanteling in opinie teweeg te brengen is. De atoomlobby heeft deze vragen erg systematisch aangepakt na de uppercut van Tsjernobyl. De dreigende klimaatverandering is de golf waarop de nucleaire “renaissance” wilt surfen.

Iedere peiling van de volksmening kwam tot volgende bevindingen. Een kleine minderheid (ca. 15%) is absoluut pro atoomenergie; ze bestaat uit hen die vast geloven in $E=mc^2$ al dan niet met financiële belangen in atoomenergie. Een kleine minderheid (ook ca. 15%) is duidelijk tegen atoomenergie. De meerderheid van ca. 70% van de mensen lusten de atoomenergie eigenlijk ook niet. Ze twijfelen aan de beweringen van de atoomlobby. Ze verkiezen uitdrukkelijk energie efficiëntie en hernieuwbare energie, maar bovenal willen ze goedkope stroom uit het stopcontact. Het standpunt houdt in: “we aanvaarden alleen atoomenergie als het echt niet anders kan, nadat alle mogelijkheden van energie efficiëntie en hernieuwbare energie zijn toegepast en uitgeput”. Dit is een aannemelijk standpunt waar de atoomlobby een koevoet kan onderzetten om de opinie in haar richting te doen kantelen.

Hoe rolt de atoomlobby haar strategie uit?

Uit vroegere campagnes is geleerd dat taal en houding van groot belang zijn. Al eerder is “atoom” geweken voor “kern” of “nucleair”. In een reactor worden zware atomen gesplitst in lichtere atomen die ons radioactieve hoofdbrekens bezorgen. Waarom het eigen woord “atoom” opgeven voor het algemene “kern”?

De feiten doorpriekten de overmoed van atoomenergie die het energieparadijs op aarde had beloofd. Elektriciteit zou zo goedkoop zijn als lucht, zodat het gebruik

ervan meten de moeite niet zou lonen. Nu hanteert de atoomlobby als slogan: *“Kernenergie is niet de oplossing, maar er is geen oplossing zonder kernenergie”*. De houding van de atoomlobby ten overstaan van de publieke opinie is 180° gedraaid. Voorheen werd ieder met een kritisch woord over atoomenergie gebrandmerkt als “vijand”. Dit doet het kamp van vijanden vollopen. De atoomlobby houdt nu de tanden op mekaar: ieder zonder stevige argumenten tegen wordt ingehaald als “vriend” hoeveel bedenkingen en bezwaren tegen atoomenergie die vriend ook behoudt. De lobby telt zo rap veel vrienden. Met hardnekkige critici kan de atoomlobby niets aanvangen, dus luidt de opdracht: critici isoleren en monddood maken.

Dit was een taak voor Saatchi& Saatchi in de miljoenen euro kostende media campagne van het Nucleair Forum om de “nucleaire renaissance” te forceren. Met het publiek praten over atoomenergie is ontnomen aan goedmenende, wat goedgegelovige, maar media verbaal klungelende ingenieurs in de atoomenergie. Professionele hersenmasseurs worden ingehuurd. Hoe pakken ze het aan? Ze mikken uitsluitend op de 70% mediaan onbesliste burgers. Geïnformeerde critici mogen geen roet in het eten strooien: geen gezeur, geen debat, geen stem in de media. De gevoeligheid van de onbesliste burgers wordt gesoigneerd: *“wij, de atoomlobby, zijn ook voor meer energie efficiëntie en hernieuwbare energie”*, wat neerkomt op: luistert naar mijn woorden, kijkt niet naar mijn daden. Folders die uitpuilen van de energietips slaan de burgers om de oren; ze krijgen er een schuldgevoel bij dat ze niet zuiniger met energie omgaan, en dat die hernieuwbare energie niet sneller ontwikkelt. Dan laat de lobby horen: *“Maar ja, je ziet zo toch zelf dat het zonder kernenergie niet gaat. Trouwens, wat is er eigenlijk mis met die kernenergie? Wie weet dat nou precies? Wij niet hoor, jij toch ook niet. Dus als je het niet precies weet, is het feitelijk toch dom tegen te zijn. Kernenergie is een kwestie van smaak, zoiets als Pepsi of Coca, als het maar Cola is.”*

Reclamejongens bewonderen Saatchi&Saatchi voor de zeer geslaagde desinformatie campagne. Inderdaad, de verdwazing in de hoofden van de mensen is als een kanker uitgezaaid, en bij politici nog het meest van al. Politici in België en daarbuiten zijn niet opgewassen tegen de atoom- en energielobby. Het algemeen belang ligt aan diggelen; energiereuzen beheersen het veld. De burger betaalt de dure desinformatie campagne via de elektriciteitsfactuur en blijft beduusd achter. Het Paard van Troje is binnen. Fukushima brandt.