

원자력발전에 관한 국민홍보

프랑스 원자력사업의 규모는 잘 알려져 있는대로 지난 15년간(1977~91년) 900MW급 유니트 34기와 1,300MW급 유니트 19기가 상업운전에 들어가, 원자력발전이 석탄과 석유화력발전을 대신했다.

Jean-Francois BERNARD

EDF社 홍보처 부처장

1991년에는 전체발전량의 73%가 원자력발전, 14%가 수력발전, 13%가 석탄화력발전, 나머지 1% 미만이 석유화력발전이었다(그림 1). 1973년 석유파동으로 원자력산업에 대한 프랑스국민들의 인식이 많이 개선됐다. 그러나 한편으로는 원자력개발에 반대하는 일부 여론을 무마시키기 위해 많은 노력이 기울여졌다. 국민여론은 이 같은 노력으로 점차 호전돼, 1985년말에는 65% 이상의 국민들이 원자력을 지지하게 됐다. 그런데 얼마 안되어 발생한 체르노빌원전사고로 원자력에 대한 지지율도 15% 이상 떨어져, 우리는 국민들의 신뢰를 회복하기 위해 우리의 홍보정

책을 재검토하지 않을 수 없었다.

모든 홍보전략은 국민들로부터 긍정적인 반응을 얻을 수 있도록,

원자력산업의 실상을 알리는 것이 최선책이다. 이같은 홍보활동에 종사하는 사람들은 우리 회사의 목표와 이를 달성하는 방법을 잘 알고 있어야 한다. 뚜렷한 계획만이 국민들의 신뢰를 얻을 낼 수 있다. 이같은 활동을 성공적으로 이끌기 위해서 회사간부, 일반국민, 여론지도자, 관계당국, 산업계 등 모두가 협력하지 않으면 안된다.

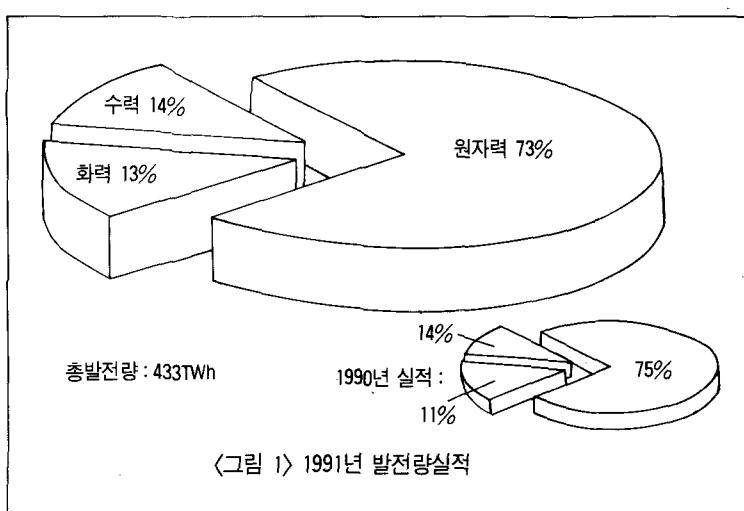
우리의 원자력홍보전략은 다음의 두 가지 활동이 그 바탕을 이루고 있다.

1. 신뢰도를 높이기 위한 일상적인 홍보활동
2. 비상사태예방과 그 관리대책

일상적인 홍보활동

1. 여론조사

어떠한 것도 숨겨서는 안된다. 일반국민들의 기대에 어긋나지 않는 홍보방식만이 국민들로부터 신뢰를 얻을 수 있다. 우리의 홍보정책은 원자력발전에 대한 국민여론



을 바탕으로 세워진다.

여론조사를 비롯해 국민의식에 관한 여러가지 조사와 연구가 실시됐는데, 그 결과에 따라 우리는 여러가지 목표를 세우고, 각계각층 국민들의 관심사를 파악할 수 있었다. 여론조사는 국민들의 관심사에 초점을 맞추어 실시되지 않으면 안 된다. 예컨대 국민들의 최대관심사는 방사성폐기물의 장래에 관한 것으로 나타나 있다.

프랑스국민의 48%가 원자력발전이 암발생요인의 하나라고 보고 있을 뿐더러 대부분의 사람들은 원자력발전이 대기오염방지에 기여하고 있다는 사실 조차 모르고 있다.

또한 국민여론을 선도할 수 있는 사람들이 홍보활동을 할 필요가 있다. 의사, 환경단체, 소비자단체들은 50% 이상의 국민들로부터 신뢰를 받고 있는 것으로 알려져 있다. 국민의 70%가 EDF社 기술자들의 능력을 신임하고 있지만, 국민의 20% 만이 사고가 났을 때 EDF社나 관계당국이 그 진상을 밝혀줄 것이라고 보고 있는 것으로 나타나 있다.

이같은 사실은 원자력문제에 대해 국민들이 오해하고 있는 정도가 어느 정도인지를 말해 주는 것으로, 합리적인 해명과 진상규명을 통해 국민들을 설득시킨다는 것이 얼마나 어려운 것인가를 단적으로 말해주고 있다.

2. 메시지전달

메시지는 모든 계층의 국민들에 대해 사용돼야 한다. 그러나 모든 경우에 통용되는 일반적인 원칙이

있다.

메시지에는 직설적인 것과 암시적인 것이 있다. 직설적인 메시지는 환경보호, 지역 및 국가의 경제 발전, 원자력의 높은 안전성 등에 관해 원자력발전의 긍정적인 면을 부각시키는 것이다.

한편 암시적인 메시지는 원자력 시설 방문자들이 방문시에 받은 시각적 및 정신적인 인상을 통해 전달하는 것이다. 우리는 현재 이같은 메시지의 질을 높이기 위해 노력하고 있는데, 특히 원자력발전소 방문자들을 위한 메시지를 주로 다루고 있다. 이같은 메시지에서 중점적으로 다루어야 할 문제들은 다음과 같다.

(1) 이같은 거대한 구조물에 대해 어떻게 더 친근감을 갖도록 할 것인가.

(2) 현장근무자들의 근무환경을 어떻게 하면 좋게 보이도록 할 것인가.

(3) 우리의 의사전달을 위해 사용되는 용어와 기호를 어떻게 수정할 것인가.

우리말에 있어 「방사성폐기물」 이란 말보다 덜 부정적인 이미지를 주는 말을 사용한다는 것은 그렇게 쉬운 일이 아니다. 또한 기초적인 수치에 의해 이같은 개념을 설명한다는 것은 대부분의 사람들이 모두 이것을 이해한다고는 볼 수 없어 매우 어려운 일이다. 수치로 인한 오해가 잘못된 결론을 가져오기도 하는데, 국가에너지수요, 원자력산업에서의 확률론적위험성평가, 낮은 피폭선량의 영향 등이 그러한 경우이다.

일반국민들과의 의사소통방법을 개선하기 위해 끊임없는 노력이 기울여졌다. 일반국민들은 중요한 점을 이해함으로써 원자력산업에 대한 확고한 이미지를 갖게 된다. 만약 이같은 이미지가 훼손되고 왜곡된다면 일반국민들은 원자력산업에 대해 불안해하고 거부하는 사태가 일어날 것이다.

3. 현지에서의 홍보활동

실제적으로 홍보활동은 발전소주변지역에 그 우선권이 주어져야 한다. 현지에서의 활동에는 다음과 같은 것이 포함된다.

① 일반인들의 발전소방문을 권장한다. 이같은 일반인들의 방문이 우리의 메시지를 전달하는데 가장 효과적인 방법이다. 그들은 발전소를 견학함으로써 원자력기술에 대한 인식을 높이고, 확고한 개인적인 경험을 얻게 된다. 현재 우리는 매년 18곳의 발전소에서 발전소당 매년 5,000~50,000명의 방문객을 받고 있다. 건설중인 현장에서도 매년 100,000명의 방문객을 받고 있다. 전국적으로는 매년 300,000명에 달한다. 방문객의 40%는 학생들이고 50%가 일반인, 외국인과 기술자들이 각 5%의 비율로 나타나 있다.

발전소방문객들이 들어갈 수 없는 발전소구역을 그들에게 보여주기 위해 마이크로프로세서용 비디오디스크를 현재 개발중이다. 일부 제어실은 방문객들이 비디오카메라를 통해 그 내부를 볼 수 있도록 전시실과 연결해 놓았다.

원자력발전소의 방문을 권장하기

위한 홍보캠페인이 지역 및 전국적으로 실시됐다. 이같은 홍보활동은 발전소방문자수를 늘리는데 목적이 있을 뿐만 아니라, 사실 그대로를 공개하려는 우리들의 의지를 나타내기도 하는 것이다. 우리들이 발전소를 방문하도록 사람들을 초청하는데 대해 반대자들도 이를 비판하지는 않을 것이다. 고속도로 휴게소 등에 마련된 안내소를 이용하는 것도 좋을 것이다.

② 원자력발전소 옆에 홍보관을 설치, 운영하고 있다. 이 홍보관들은 연중 개방돼 있어, 여기에서 원자력발전의 기술, 경제성, 환경영향에 관한 홍보자료를 제공하고 있다. 매년 약 50만명의 사람들이 이 홍보관을 찾고 있다.

③ 원자력발전소가 있는 지역에서는 1981년부터 지역별로 홍보위원회를 설치, 운영하고 있다. 해당 지역의 대표자들이 위원장직을 맡고 있는 이 위원회는 그 지역에서 선출된 위원과 지역단체 및 노조의 대표자들로 구성돼 있다. 이같은 방법을 통해 주민들은 공개적으로 질문을 하고 발전소간부들이 답변하게 된다.

④ 해당지역의 여론지도자들과 긴밀한 접촉을 갖고 있다. 발전소 및 사고에 관한 상황과 이와 관련된 활동상황 등이 여론지도자들(관리, 정치인, 공공단체요원, 언론인 등)에게 전달된다.

⑤ 의사들을 위한 설명회를 열고 있다. 설문조사에 의하면 많은 의사들이 방사선의 인체에 미치는 영향에 대해 잘 모르고 있는 것으로 나타났다. 이같은 모임은 전문의들

의 도움을 받아 개최하고 있다. 작년에도 약 4,000명의 의사들이 이러한 모임에 참석했다.

⑥ 인근 학교교사들에게 홍보물을 배포하고, 학생들을 위해 많은 방문계획이 실시됐다. 이같은 방문은 교사들의 협력을 얻어 계획됐는데, 이에 따라 학생들은 발전소요원들과 대화를 나누게 된다. 일부 발전소에서는 10대 청소년들에게 실습과정을 마련해 이 청소년들이 발전소에서 3일간 생활하면서 배우고 있다.

⑦ 원자력에너지의 각 부문에 관한 홍보책자가 일반인들을 위해 마련돼 있는데, 각 발전소마다 매년 평균 100,000부의 홍보책자를 배포하고 있다. 회사 전체로 보면 약 50종의 팜플렛이 항상 준비돼 있는데, 이 중에는 청소년, 교사, 의사들을 대상으로 특별히 만들어진 것이다.

⑧ 발전소에서는 홍보용 신문도 발행하고 있는데, 대개 연 4회 지

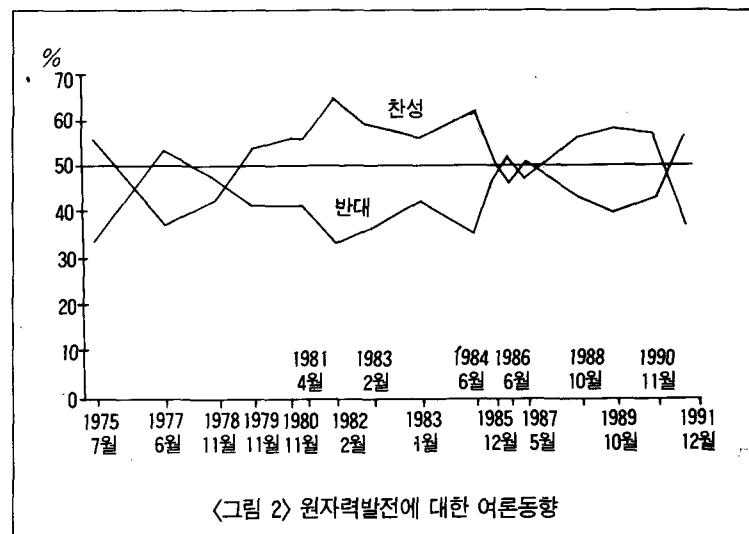
역주민들에게 배포하고 있다. Cat-tenom, Fessenheim 두 발전소의 경우에는 독일과의 국경선에 인접해 있어, 독일어판도 작성하여 국경 너머의 독일주민들에게 보내주고 있다.

⑨ 문화행사, 체육행사 등의 지역사회활동에도 적극 참여하고 있다. EDF 본사 원자력화력발전처에서는 프랑스漕艇協會를 지원하고 있는데, 매년 발전소소재지에서는 「조정경기」가 열리고 있다.

⑩ 일부 지역에서는 주민들을 위해 무료서비스 전화선을 가설해, 발전소의 운전상황을 수시로 알리고 있다.

4. 사내홍보

사내홍보와 외부홍보는 불가분의 관계에 있다. EDF社는 12만5천명의 종업원을 갖고 있다. 이들은 일반인들에게 특별한 정보源이 돼 있어 회사와 원자력기술에 대해 올바른 이미지를 갖도록 하는데 크게



기여하고 있다. 이런 점을 감안해 우리는 경제적인 문제, 안전성, 방사성폐기물, 환경에 대한 영향, 저준위선량의 영향, 비상계획 등 원자력에너지의 모든 부문에 대한 질문사항을 다룬 홍보책자를 마련했다.

그리고 2만4천명의 운전원들에게 이같은 질문사항에 대한 교육을 실시해, 그들로 하여금 일반인들이나 가족들로부터 질문을 받았을 때 이에 답변할 수 있도록 하고 있다. 또한 EDF社의 각종 사내홍보지에 원자력의 문제점에 관한 기사를싣고 있다. 이같은 사내홍보지는 현직에 있는 사람은 물론 퇴직한 사람들에게도 배포됐다.

사고예방과 비상대책

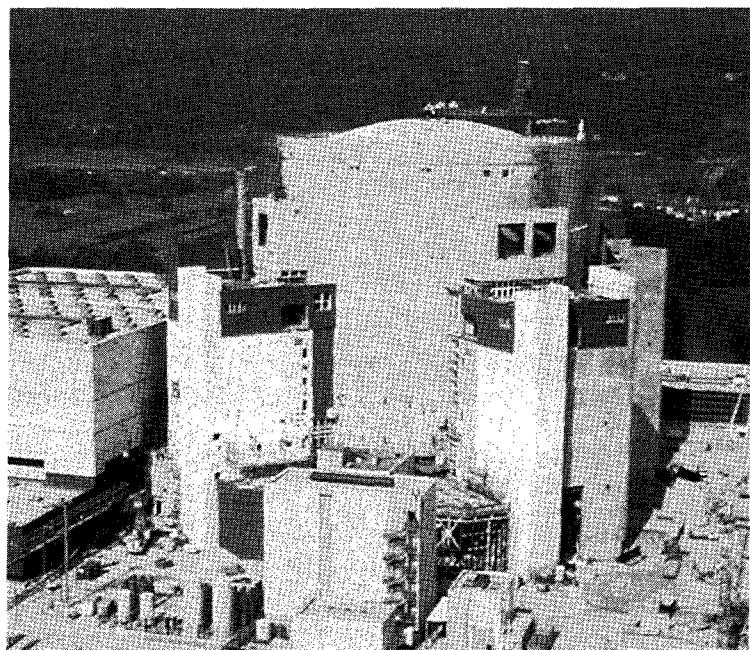
신뢰감을 조성하기 위한 홍보정책도 아무도 예기치 못했던 사고나 고장 등에서 오는 위기를 미연에 방지할 수는 없다. 이미 얻어놓은 이같은 신뢰감을 잃어버려서는 안 되기 때문에 우리는 가급적 많은 경우를 예상해, 이같은 상황에 대응할 수 있는 대책을 마련해 놓지 않으면 안된다.

1. 경미한 사고시의 비상대책

① 체계적인 예방책

언론과 일반사람들의 반응을 불러 일으킬 결정사항에 대해서는 국가 및 지역적인 차원에서 홍보대책을 세워야 한다. 최근에 이같은 대책을 마련해 큰 효과를 거둔 경우가 몇번 있었다.

② Nogent 1호기가 초임계에



들어갔을 때. 이 발전소는 파리에서 100km 상류의 세느강변에 위치해 있기 때문에 많은 논란을 불러일으켰다.

ⓐ Saint-Laurent-des-Eaux PWR 발전소에서 혼합산화물연료를 처음 장전했을 때

ⓑ 가스냉각흑연감속로의 Chignon발전소가 3년간의 보수작업을 마치고 재시동됐을 때

ⓒ 1988년 9월 Cattenom원전에 대한 유럽재판소의 판결이 내려졌을 때

ⓓ 20개월간의 점검보수후 1989년 1월 Superphénix 고속증식로가 재시동됐을 때

이같은 예방조치는 전력공급문제를 해결하는 데에도 도움이 됐다.

② 언론을 위한 체계적인 정보정보를 숨기하거나, 숨기고 있는 것처럼 보일 때는 문제의 시설물이

안전성에는 아무런 문제가 없는데도 언론에서는 충격적인 표제하에 사태를 과장보도하게 된다. 따라서 우리는 어떠한 운전사고라도 지역 및 전국의 언론매체를 통해 이를 즉시 알리도록 하고 있다.

또한 에너지성은 전화회선을 이용한 소형 비디오텍스트 단말기인 미니텔(Minitel)로 상설 정보망을 설치해 놓았다. 현재 프랑스에는 5백만대 이상의 미니텔이 있는데, 이것을 통해 일반국민들은 모든 원자력발전소의 운전현황과 발전소주변의 방사능감시결과를 항상 알아볼 수 있다. 이같은 정보는 적절한 단말기만 갖춘다면 외국에서도 전화선을 통해 입수할 수 있다.

원자력발전소의 사고와 고장에 관해서는 그 위험도를 1등급에서 6등급까지 분류한 원전사고위험기준을 에너지성이 마련했다. 이 기준

은 일반국민들로 하여금 한눈에 그 사고가 얼마나 심각한 것인지를 알아볼 수 있게 돼있다.

1989년 7월부터 환경에 관한 모든 방사선측정결과보고서가 발행되어, 지역대표자와 언론에 배포되고 있다.

우리들이 당면하고 있는 가장 큰 문제 중의 하나는 일반국민들의 지식수준과 우리가 설명해야 할 기술적인 내용 사이의 갭이 있다는 것이다. 이같은 갭은 현재 발전소간 부들과 홍보담당자들을 대상으로 실시하고 있는 교육을 통해 좁힐 수 있을 것으로 본다. 지난 몇년간 EDF社의 지방사업소 간부들은 신문, 라디오, TV의 전문가들로부터 시청각표현방법에 관한 교육을 받아왔다. 이러한 교육은 그들에게 홍보의 중요성을 인식시키는 동시에, 모의연습을 통해 실제 경험할 수 있게 한다.

③ 정보源의 일원화와 신속성

어떠한 사건이라도 우리는 이에 관한 정보를 언론과 관계당국에 신속하고 완전하게 전달하도록 하지 않으면 안된다. 그렇지 않으면 그들은 다른 곳에서 정보를 입수할 것이며, 이러한 경우 진실이 왜곡된 소문이 나돌 가능성성이 많다. 이 같은 소문은 빠르게 유포되고 사람들 마음속에 쉽게 자리잡는다. 이렇게 된 후에는 이를 바로 잡기가 매우 힘든 것이다.

또한 사고는 대부분 밤이나 주말에 일어나는 것으로 알려져 있다. 우리는 또한 거의 잊혀진 과거의 사고들을 다시 들추거나, 외국에서 일어난 사고들에 관해 문의해 오는

경우에 대비하지 않으면 안된다.

EDF 본사의 홍보실과 발전소 홍보과에는 사건이 일어났을 때 이를 신속히 현지 및 전국의 언론에 알릴 수 있도록 당면근무제가 실시되고 있다.

2. 사고시의 비상대책

원자력사고가 났을 때 이를 수습하기 위한 지역 및 전국적인 차원의 기술적인 기구 외에 홍보기구도 필요하다.

이 홍보기구는 EDF社 경영진, EDF社 직원들, 정부당국, 언론 및 관련단체 등에 정보를 제공하는데 그 목적이 있다. 이 홍보기구들은 전국 및 지역적 차원에서 메시지를 작성해 이를 신속하게 정기적으로 배포하고, 이에 대한 회사 내외부의 반응을 파악하고 있다. 이들은 홍보자료철, 도표, 사진, 비디오테이프 등의 모든 정보자료를 마음대로 볼 수 있게 돼있다.

정보전달방식도 팩시밀리, 미니텔, 비디오 등 다양하다. 여러 기관을 통해 전달되는 정보들은 모두 일치하고 있는데, 이것은 사전에 여러 기관간에 정보를 교환해 협의했기 때문이다.

비상훈련도 1년에 1, 2회 언론인들 입회하에 실시된다.

결 론

원자력발전의 성공여부는 기술축적에 의해서만 좌우되는 것이 아니고, 일반홍보의 성공여부에도 달려 있다. 발전설비의 이용률도 설비가 기술적으로 완벽하다는 것만

으로 결정되는 것이 아니라, 이같은 일반홍보의 질에 의해서도 좌우되는 것이다. 일반홍보는 엄밀한 의미에서 과학이 아니라 그 자체의 원칙을 가지고 있는 일종의 예술인 것이다.

홍보는 인간상호간의 의사소통을 필요로 한다. 전문가만이 아닌 각 계각층의 사람들이 여기에 참여해야 한다. 원자력발전분야에 종사하고 있는 모든 사람들은 홍보를 안전성, 품질, 경제성에 못지 않는 문화적 가치로 보아야 한다. 이 홍보를 전국 또는 지역적으로 펴나가기 위해 우리들이 다 함께 목표를 정하고 이를 시행하기 위한 기구, 홍보자료, 방법과 수단 등을 마련하지 않으면 안된다. 이같은 일은 현지사업소의 간부들과 홍보담당자들이 주도해 나가야 한다.

홍보정책을 성공적으로 이끌어 나가기 위해서는 각기 다른 분야의 사람들이 서로 협조해 나가지 않으면 안된다. 예를 들어 홍보관계자와 기술사간, 지방사업소와 본사간, 그리고 국제간의 협력이 필요 한 것이다.

우리는 모두 함께 최선의 홍보체제를 갖추도록 노력하지 않으면 안된다. 지구촌은 하나다. 어떤 한 나라에서 국민적 합의를 얻는데 어려움이 있다면, 그것은 다른 모든 나라에도 영향을 미치게 된다. 우리는 우리의 홍보자료와 이를 일반국민들에게 전달하는 방법에 있어, 그 질을 높이기 위해 우리들의 경험을 서로 나누도록 힘써야 할 것이다.■