



**Masterproef**  
**Politieke Communicatie**

**In de blaam van de faam**

Een kwantitatief onderzoek naar Crisiscommunicatie in de Politiek

Julie De Smedt



**Promotor: Prof. Dr. Stefaan Walgrave**

**Verslaggever: Prof. Dr. Peter Thijssen**

Master Politieke Communicatie ([www.politiekecommunicatie.be](http://www.politiekecommunicatie.be))

Rolnummer studente: 20071476

Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen

Academiejaar 2008-2009.

# Inhoudsopgave

1	Abstract.....	3
2	Inleiding.....	4
3	Probleemstelling en onderzoeksvraag.....	5
4	Maatschappelijke relevantie .....	7
5	Wetenschappelijke relevantie .....	8
6	Theoretisch kader.....	9
	6.1 Tijden van crisis.....	9
	6.1.1 Definitie van 'crisis' en 'crisiscommunicatie' .....	9
	6.1.2 Crisis als subjectief construct.....	10
	6.1.3 De rol van de media.....	10
	6.1.4 Corporate Communicative Response Model.....	11
	6.2 ... in de politieke wereld .....	16
	6.2.1 Politieke communicatie en de rol van de media .....	16
	6.2.2 De politieke actor en zijn reputatie .....	17
	6.2.3 De geviseerde politieke actor.....	18
	6.2.4 Crisis als opportuniteit.....	19
	6.2.5 Reacties van politieke actoren en het tijdsaspect.....	19
7	Hypothesen .....	21
8	Methodologie.....	24
	8.1 Data .....	255
	8.2 Variabelen.....	26
	8.3 Selectie van de cases .....	299
9	Resultaten .....	333
10	Conclusie.....	455
11	Discussie.....	488
	11.1 Kritiek en suggesties voor verder onderzoek.....	488
	11.2 Theorie voor politieke crisiscommunicatie .....	499
12	Bibliografie.....	51
13	Bijlagen .....	533

## Lijst van de tabellen

---

Tabel 1	Beschrijvende tabel met de data	25
Tabel 2	Toewijzing van de cases aan de crisissituaties	28
Tabel 3	Grootte van de crisis aan de hand van het gemiddeld aantal zinnen	33
Tabel 4	Frequentie van de zinnen per crisisreactie	34
Tabel 5	Kruistabel met de crisissituaties en de crisisreacties	37
Tabel 6	Kruistabel met de crisissituaties en de crisisreacties per actor	42
Tabel 7	Overzicht van de hypothesen na onderzoek	44

## Lijst van de figuren

---

Figuur 1	Lineaire voorstelling van het proces van crisiscommunicatie	5
Figuur 2	Evolutie in de frequentie zinnen	35
Figuur 3	Evolutie in de crisisreacties op de blamagesituatie	40
Figuur 4	Evolutie van dag 1 tem dag 3 in de crisisreacties op een blamagesituatie	40

# 1 Abstract

---

Een crisis waarin een politicus geïmponeerd wordt, kan een bedreiging vormen voor zijn reputatie. Om zijn reputatie te beschermen is adequate crisiscommunicatie noodzakelijk. Dit onderzoek bestudeert de adequatie van Belgische politici in een crisis waarin ze geïmponeerd worden. Op kwantitatieve wijze worden de reacties van politici in acht recente crises onderzocht. De adequatie wordt getoetst aan de hand van de normatieve theorie van Bradford en Garrett die de crisiscommunicatie in de economische wereld onderzoekt. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat de adequatie van een politicus in een crisis afhangt van zowel de medialogica als van de feiten van de crisis. De politicus kan enkel over een crisis communiceren als de media hem daartoe de kans geven. Bovendien reageert de politicus op adequate manier als de feiten van de crisis minder ernstig zijn. Als de feiten en bewijzen van de crisis echter bezwarend zijn, is de crisiscommunicatie niet adequaat.

Sleutelbegrippen: adequatie, Belgische politici, crisis, crisiscommunicatie.

## 2 Inleiding

---

*“All times are ‘times that try men’s souls’” (Edelman, 1964)*

“So what? Doen we iets illegaals?” Op 6 mei 2009 staat dit te lezen in de Vlaamse kranten. Een dag later volgt: “In mijn gretigheid om LDD een koekje van eigen deeg te willen geven, heb ik de fout gemaakt Vijnck die zekerheid te geven”. Een dag later, op 8 mei: “Wie mijn ontslag wil, moet het maar zeggen”. Op 11 mei: “Hoe kon ik toch zo’n stommitieit begaan? Er zit nu niets anders op dan even in de hoek te gaan staan en de klappen te incasseren”. Op 12 mei ten slotte: “In de mate dat de rangen gesloten moesten worden, zijn ze nu gesloten”.

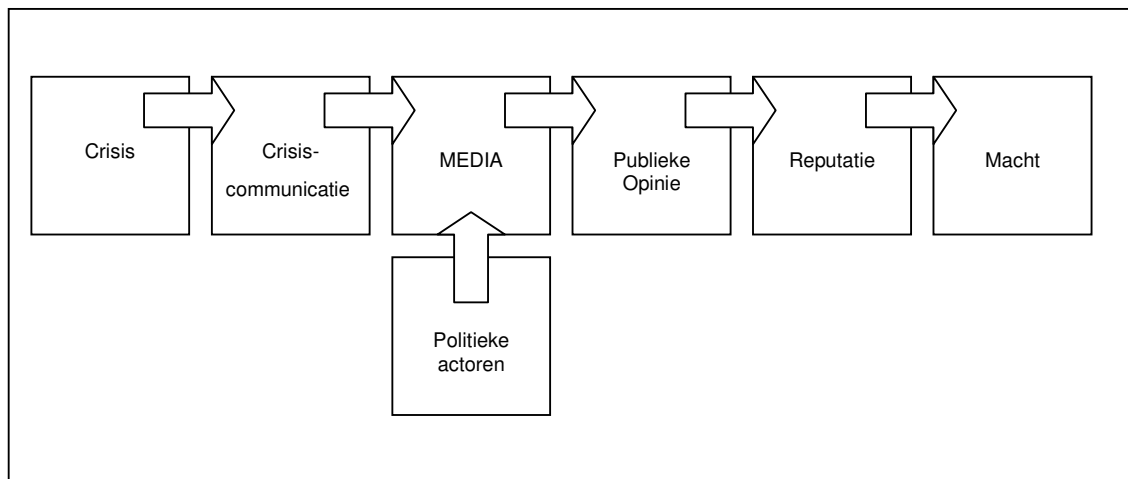
Dit is de reactie van Bart Somers in de affaire-Vijnck. Een afsprakennota tussen Bart Somers, voorzitter van Open VLD, en Dirk Vijnck, een overloper van Lijst Dedecker naar Open VLD, is de aanleiding. De aanklager in de affaire is Jean-Marie Dedecker, de voorzitter van Lijst Dedecker. Het gevolg is een moddergevecht tussen beide partijen. Op een maand voor de verkiezingen van juni 2009 barst deze politieke crisis in alle hevigheid uit. De reputatie van Bart Somers staat onder druk. Adequate crisiscommunicatie is vereist maar die van Somers is inconsequent en verandert met de dag. De crisis blijft lange tijd aanslepen omdat Somers niet reageert zoals de media en de publieke opinie verwachten. Pas vanaf 11 mei, wanneer hij ‘mea culpa’ slaat, gaat de storm liggen.

Is Somers’ communicatieprobleem in de crisis een typisch fenomeen in de Belgische politiek? Reageren alle politici in crisis op die manier? Hoe trachten ze hun reputatie te beschermen? Dit onderzoek zoekt een antwoord naar hoe de communicatie van politici verloopt in een crisis waarin ze zelf geïmponeerd worden. De media zijn een onmisbare schakel bij crisiscommunicatie. Daarom wordt de crisiscommunicatie geanalyseerd via de berichtgeving in de media. Wanneer geraken politici met hun crisiscommunicatie in de media? Op welke dag geeft een geïmponeerde politicus de meeste reacties? De nadruk in dit onderzoek ligt vooral op de inhoud van de reacties. Welke reactie geeft een politicus wanneer hij in een crisis geïmponeerd wordt? In welke situatie ontkent hij de crisis? Wanneer geeft hij zijn fouten toe? In welke crisis geeft hij excuses op of verantwoordt hij zich? Waar het in dit onderzoek om draait, is de toetsing van de adequatie van politici in crisis. Aan de hand van de normatieve theorie van crisiscommunicatie van Bradford en Garrett wordt die adequatie getoetst. Deze theorie zegt hoe men op een crisis zou moeten reageren om het meest positieve effect op de publieke opinie te verkrijgen.

Dit onderzoek is kwantitatief en analyseert acht recente crises in België waarin politici geïmponeerd worden. Meer dan 1000 uitspraken van crisiscommunicatie worden geanalyseerd in meer dan 1200 krantenartikels uit alle Vlaamse kranten.

### 3 Probleemstelling en onderzoeksvraag

---



Figuur 1: lineaire voorstelling van het proces van crisiscommunicatie

Als een crisis (zie figuur 1: crisis) plaatsvindt, wordt de dagelijkse routine doorbroken. De media viseren een bepaalde actor en de reputatie van die actor wordt bedreigd. De reputatie van een politicus is de perceptie van de publieke opinie op die politicus. De geviseerde actor zal aan de hand van crisiscommunicatie (zie figuur 1: crisiscommunicatie) zoveel mogelijk zijn bedreigde reputatie trachten te beschermen. Hij wil immers zijn invloed en macht in de maatschappij niet verliezen. In de politiek gaat macht namelijk gepaard met een goede reputatie. De media (zie figuur 1: media) zijn het instrument om de publieke opinie (zie figuur 1: publieke opinie) te bereiken.

Het uiteindelijke doel van crisiscommunicatie is de reputatie van de geviseerde actor te beschermen. Dit gebeurt in twee stappen. Een eerste stap in crisiscommunicatie is de media te 'halen'. Dit wil zeggen dat de actor de kans moet krijgen om te reageren in de media. De geviseerde actor is meestal niet de enige om op de crisis te reageren. Ook andere politieke actoren (zie figuur 1: politieke actoren) worden gevraagd om een reactie. De media bepalen welke informatie van welke actor in het nieuwsaanbod wordt opgenomen. Een crisis in de media is vaak een hype. Tijdens de mediahype zijn de 'gates' van de media voor de geviseerde actor gemakkelijk te passeren. De media zijn immers geïnteresseerd in het standpunt van de 'hoofdfiguur'. De eerste stap in crisiscommunicatie is dus volstrekt haalbaar. Een tweede stap in crisiscommunicatie is een verhaal te brengen dat uw reputatie kan beschermen. Het is noodzakelijk dat de publieke opinie het verhaal begrijpt en aanvaardt. 'Een' verhaal brengen is niet hetzelfde als 'uw' verhaal brengen. 'Uw' verhaal is uw interpretatie van de gebeurtenis. Het is meestal een authentiek verhaal met eerlijke gevoelens en gedachten. Dat verhaal is echter vaak niet adequaat als crisiscommunicatie. Een adequaat verhaal stemt overeen met de normatieve theorie van crisiscommunicatie. Bij het brengen van een adequaat verhaal wordt rekening

gehouden met de publieke opinie, de eigen reputatie en de crisissituatie. De tweede stap in crisiscommunicatie is moeilijker te bereiken. Het is afhankelijk van talrijke factoren welk verhaal van de crisis uiteindelijk de media overheerst. Ten eerste is het verhaal van de geïsoleerde actor niet het enige. Verschillende stakeholders interpreteren de crisis op hun eigen manier. Al die verhalen dringen zich op aan de media. Bovendien is de berichtgeving sterk afhankelijk van de kleuring en invulling van de journalist. Op basis van alle mediaberichtgeving over de crisis vormt het publiek zich een opinie (zie figuur 1: publieke opinie). De publieke opinie kan het beeld wijzigen dat ze zich van de geïsoleerde actor had gevormd (zie figuur 1: reputatie). Bij verkiezingen wordt de politicus geëvalueerd door het publiek. Op basis van zijn reputatie geeft het publiek hem meer of minder macht (zie figuur 1: macht).

Het lineaire proces van crisiscommunicatie wil aantonen dat crisiscommunicatie geen doel op zich is. Het is een instrument om de opgebouwde reputatie en macht te handhaven. Politici streven immers naar macht en invloed op het politieke proces. De crisiscommunicatie als instrument wordt in dit onderzoek bestudeerd. Wat is de crisiscommunicatie van geïsoleerde politieke actoren in een crisis? Wat is hun reactie? Wanneer reageren politici op een crisis? Komt de crisiscommunicatie van politici overeen met de crisiscommunicatie die de normatieve theorie voorschrijft?

De onderzoeksvraag luidt:

**Wat is de reactie van een politieke actor in de media wanneer hijzelf in een crisissituatie geïsoleerd wordt?**

## 4 Maatschappelijke relevantie

---

De publieke opinie vormt zich een beeld van een actor. Dit beeld is de reputatie van die actor. Die reputatie wordt geleidelijk aan opgebouwd. Politici bouwen een reputatie op door goed te besturen en beleid te voeren. In routinetijden, wanneer er geen crisis is, komen politici over thematiek in de media. Dan denken we bijvoorbeeld aan een wetsvoorstel voor kinderopvang, het wekelijks vragenuurtje in het Parlement, de inhuldiging van een nieuw overheidsgebouw, een buitenlandse missie enzovoort. De reputatie van een actor is redelijk constant. Die stabiele reputatie kan plots bedreigd worden wanneer de actor in een crisis gevisieerd wordt. Plotseling verschuift de aandacht van de thematiek naar de reputatie. De media spreken dan niet meer over thema's maar over geloofwaardigheid, vertrouwen en aansprakelijkheid. In zulke tijden is adequate crisiscommunicatie van de gevisieerde actor essentieel. De communicatie moet de bedreigde reputatie beschermen. Dit onderzoek bestudeert de adequatie van politici in crisis. Adequate crisiscommunicatie betekent dat de communicatie geschikt is voor het beoogde doel en overeenstemt met een bepaalde norm. De norm voor adequate crisiscommunicatie in dit onderzoek is de theorie van crisiscommunicatie van Bradford en Garrett. Het onderzoek wil het belang van geschikte crisiscommunicatie benadrukken. Voor iedereen die in een crisis terechtkomt, geldt dat adequate crisiscommunicatie noodzakelijk is. Maar het geldt vooral voor politici. De publieke opinie evalueert hen immers bij de volgende verkiezingen.

Vroeger vormde de publieke opinie zich een beeld van een politicus aan de hand van wat hun directe omgeving erover zei. Opinieleiders zoals de pastoor, de huisdokter en de advocaat hadden een grote invloed op de publieke opinie. Het publiek volgde meestal een opinieleider voor de reputatievorming van politici. Tegenwoordig leven we in het 'derde tijdperk van de politieke communicatie'. De mediageconstrueerde publieke sfeer is er een belangrijk kenmerk van. Dit betekent dat de media een centrale positie innemen in onze maatschappij. Het lijkt erop dat alles via de media moet passeren opdat het belangrijk geacht wordt. Het proces van reputatievorming gebeurt nu in de media. Mensen vormen zich beelden van politici op basis van de berichtgeving in de media. Om deze reden is het belangrijk dat de politicus in een crisis adequaat overkomt in de media. De politiek moet zich aanpassen aan de medialogica. Vele politici beseffen niet of weigeren te beseffen dat de media een noodzakelijk instrument zijn. Vele politici doen aan politiek zonder rekening te houden met de media. Ze verkiezen hun eigen agenda en logica te volgen. Nu we leven in een mediageconstrueerde publieke sfeer kan de politicus het zich niet meer veroorloven enkel en alleen aan politiek te doen. Hij moet ook aan zijn politieke communicatie denken.

## 5 Wetenschappelijke relevantie

---

Het is onmogelijk om alle literatuur door te nemen die over crisismanagement en crisiscommunicatie verschenen is. Het aanbod is ruim. De literatuur is echter voornamelijk normatief. Dit betekent dat de meeste literatuur bestaat uit praktische handleidingen met voorbeelden uit de realiteit. De do's en don't's van crisiscommunicatie worden uitgebreid besproken. Weinig literatuur over crisiscommunicatie is empirisch. Wetenschappelijk onderzoek naar crisiscommunicatie in de realiteit is beperkt. In dit onderzoek wordt de empirie getoetst aan de normatieve theorie van crisiscommunicatie. Op deze manier kan men nagaan of politici crisiscommunicatie toepassen zoals de normatieve theorie het voorschrijft.

Wetenschappelijk onderzoek naar crisiscommunicatie bestudeert meestal de economische wereld van bedrijven en organisaties. Dit onderzoek richt zich naar crisiscommunicatie in de politieke wereld. Huang (2006) is één van de uitzonderingen die politieke crisiscommunicatie onderzoekt. Zij bestudeert hoe politici reageren op een situatie waarin ze beschuldigd worden van een buitenechtelijke relatie. In dit onderzoek wordt de theorie vanuit het economische leven als basis genomen omdat modellen of theorieën over crisiscommunicatie in de politiek niet bestaan. Dit onderzoek baseert zich op het wetenschappelijk onderzoek van Bradford en Garrett (1995). De toepassing van crisiscommunicatie vanuit de economische wereld op de politiek kan interessante inzichten opleveren. Na de resultaten kan er gespeculeerd worden over de noodzaak van een specifieke theorie voor crisiscommunicatie in de politiek.

Het onderzoeksdesign van bestaand onderzoek naar crisiscommunicatie is voornamelijk de case study. Het onderzoek is bijgevolg van kwalitatieve aard. Dit onderzoek doorbreekt de traditionele manier van werken. Dit onderzoek is kwantitatief. Het is op zinniveau dat er geanalyseerd wordt. Acht cases uit de realiteit worden geselecteerd. Die cases worden beschouwd als illustratief materiaal om de verschillende reacties binnen de cases te bestuderen.

Veel onderzoek naar crisiscommunicatie analyseert de reactie van de geïmagineerde actor en het effect daarvan op de publieke opinie. Met de crisissituatie wordt zelden rekening gehouden. Onderzoek naar het verband tussen de crisissituatie en de crisisreactie en hun effect is recentelijk begonnen (Benoit, 1995). Het is noodzakelijk om de crisissituatie in de analyse op te nemen om inzicht te krijgen in crisiscommunicatie.

Dit onderzoek wijkt dus af van de meeste literatuur over crisiscommunicatie. Hier worden politieke crises op hun crisiscommunicatie onderzocht. Daarbij wordt de empirie getoetst aan de normatieve theorie van crisiscommunicatie. Op kwantitatieve wijze worden de uitspraken van politieke actoren geanalyseerd. De belangrijkste onafhankelijke variabele is de crisissituatie. De afhankelijke variabele is de crisisreactie.

## 6 Theoretisch kader

---

### 6.1 Tijden van crisis...

#### 6.1.1 Definitie van 'crisis' en 'crisiscommunicatie'

Een negatieve gebeurtenis kan omschreven worden als een fiasco, een schandaal, een crisis, een ramp, een blunder enzovoort. Dit onderzoek hanteert het woord 'crisis'. Over het algemeen worden crises opgevat als 'buitengewone omstandigheden of situaties waarin de maatschappelijke orde geheel of gedeeltelijk onder druk staat. Burgers, bedrijven, belangengroepen en bestuursorganisaties ervaren een bedreiging of aantasting van waarden of verworvenheden die voor hen van vitaal belang zijn' ('t Hart, 1997, 21). Het geheel van waarden en verworvenheden van een actor zijn in één woord samen te vatten als 'reputatie'. In dit onderzoek worden crises verder gespecificeerd als situaties waarin een aanklager een bepaalde actor expliciet viseert. Dit heeft als gevolg dat die actor ook in de media wordt geïsoleerd.

Crises kunnen gevolgen hebben op financieel, juridisch en reputatievlak. In dit onderzoek ligt de focus op de gevolgen voor de reputatie. Adequate crisiscommunicatie kan een rechtstreekse invloed uitoefenen op de publieke opinie en een onrechtstreekse op de reputatie. Adequate crisiscommunicatie van politieke actoren is een vereiste wanneer hij in een crisis geïsoleerd wordt. Communicatie kan echter het financiële en juridische gevolg van een crisis niet beïnvloeden.

De definitie van 'crisis' van 't Hart die hierboven geformuleerd wordt, is slechts één van de velen. Uit alle bestaande definities zijn steeds dezelfde kenmerken terug te vinden. Zo ontstaat een crisis zeer plots en escaleert deze in intensiteit. Een crisis verstoort de alledaagse werking van de organisatie en vormt een bedreiging voor de reputatie en het vermogen ervan. De crisis brengt onzekerheid en stress met zich mee. Bovendien staat de publieke opinie kritisch ten opzichte van de organisatie. Ten slotte wordt verwacht dat de verantwoordelijken van de crisis (snel) reageren (Millar, 2004, 19). Dit laatste kenmerk is de focus van dit onderzoek.

Een crisis vergt crisismanagement. Een geïsoleerde actor kan het zich niet veroorloven enkel toe te kijken en te hopen dat de crisis snel eindigt. Crisismanagement houdt in dat er maatregelen worden genomen om de crisis te bestrijden. De schade die wordt veroorzaakt door de crisis moet zoveel mogelijk beperkt worden (Coombs, 1999b, 4). Onderzoek naar crisismanagement kan herleid worden tot twee perspectieven: het technische en het symbolische (Coombs, 1994). Het technische perspectief is gericht op crisisvoorbereiding en crisisplanning. Dit is het structurele aspect van crisismanagement waar dit onderzoek niet verder op ingaat. Het symbolisch perspectief legt de nadruk op hoe communicatie gebruikt kan worden als een symbolisch instrument (Huang, 2006) om de perceptie van de publieke opinie op de actor en de crisis te beïnvloeden. Fiske (1994, 6) gebruikt de term 'discourse' om de mediatie van crises te definiëren: 'discourse is het voortdurende proces van betekenisgeving aan de gebeurtenis en de betekenis

maatschappelijk te verspreiden. Dit voortdurende proces gebeurt in de media, in de politiek en in de hoofden van de mensen'. Dit is het verbale aspect van crisismanagement dat dit onderzoek verder 'crisiscommunicatie' noemt. De symbolische benadering heeft twee assumpties: een crisis vormt een bedreiging voor de reputatie van een actor. Dit aspect komt later aan bod (zie 6.2.2: de politieke actor en zijn reputatie). Een tweede assumptie is dat de reactie op een crisis afhankelijk is van de crisissituatie (zie 6.1.4.4: adequate crisiscommunicatie).

### 6.1.2 Crisis als subjectief construct

Een crisis wordt sociaal geconstrueerd en is vaak een subjectieve beleving. Een feit of een probleem wordt een crisis omdat de media dit percipiëren als een crisis. Het woord 'crisis' impliceert een dramatische wending in de routine (Heath, 2004, 175). Er is nood aan betekenis en interpretatie. De term impliceert dat er een schuldige, een aanklager en een slachtoffer is en dat het probleem opgelost moet worden. De crisis wordt eerder aanzien als een op zichzelf staand incident (incidenteel) in plaats van geïntegreerd in de maatschappij (contextueel). 't Hart en Rosenthal (1990, 217) stellen dat een crisis zich tot een mythe ontwikkelt; daar zijn zowel de publieke opinie als de geïmagineerde actor verantwoordelijk voor. De term 'mythe' heeft onze politieke instituties doordrongen (Edelman, 1964, 16). Het is een noodzakelijk instrument om gebeurtenissen te verklaren en te voorspellen.

Sommige auteurs en onderzoekers beweren dat een crisis een onvoorspelbare gebeurtenis is. Crises kunnen echter bewust geconstrueerd worden. 't Hart en Rosenthal (1990, 61) spreken in deze context van een 'pseudocrisis'. Het is mogelijk dat stakeholders een zaak voorleggen waarvan de media een crisis maken. De media spelen in op de dramatische wending die de term 'crisis' impliceert. "Als het in de pers verschijnt als crisis, moet het wel menens zijn", denken velen ('t Hart & Rosenthal, 1990, 11). De interpretatie die in de media verschijnt, wordt overgenomen door de publieke opinie. Dit is een illustratie van de theorie van de 'moral panic' van Cohen (Macdonis & Plummer, 2005, 586). De media hebben de kracht om angst en paniek te verspreiden bij het publiek. Behalve de stakeholders en media als mogelijke initiators kunnen actoren ook tegen zichzelf een crisis ontwikkelen. Actoren trachten uit een crisis strategisch voordeel te halen. Actoren zijn er zich van bewust dat crises een sterke symbolische kracht hebben. Een crisis kan bepaalde acties en gedragingen verantwoorden. De term 'crisis' impliceert dat oplossingen noodzakelijk zijn. Die 'oplossingen' kunnen bijvoorbeeld beleidsmaatregelen of herstructureringen zijn die op verzet zouden stuiten als er geen 'crisis' was geweest (Edelman, 1964).

### 6.1.3 De rol van de media

Media spelen tijdens een crisis een dubbele rol. Zij zijn de schakel tussen de actor en het publiek. Enerzijds maken de media de crisis (rol als initiator): zij dagen de actor uit en zijn verantwoordelijk voor de bedreigde reputatie van de geïmagineerde actor. Anderzijds brengen zij het

verhaal van de actor in crisis naar het publiek toe. De media laten de actoren aan het woord opdat zij zich kunnen verdedigen. Daarbij spelen de media hier de rol van amplificator: zij 'verbreden' de crisis naar het publiek toe. In tijden van crisis zijn de media geïnteresseerd in de feiten (Hobday, 2000). De 'wanneer', 'waar', 'wat' en vooral 'hoe' moeten een antwoord krijgen. Crisiscommunicatie en de media zijn daarom essentieel: de crisis wordt 'vertaald' voor het publiek. Crisiscommunicatie is bijgevolg mediagericht, of anders gesteld: crisiscommunicatie is publieksgericht en moet via de media passeren.

Binnen de rol van amplificator spelen de media de rol van gatekeeper (White, 1964). Zij beslissen welke informatie in het nieuws komt en welke niet. Daarbij wordt geselecteerd op basis van nieuwswaarden: enkel berichten met voldoende nieuwswaarde zoals nabijheid, conflictgehalte, impact enzovoort worden geselecteerd en passeren de 'gates' van de media. De media houden minder rekening met wat het publiek móet weten, maar eerder met wat het publiek wil weten. De wil en interesses van het publiek worden dus als uitgangspunt genomen om berichten te selecteren. Als de communicatie over een crisis irrelevant is voor het publiek voelen de media zich niet aangetrokken om erover te berichten. Thompson (2000) wijst erop dat gemediatiseerde crises voor de meeste mensen slechts een perifere rol spelen in hun leven. Dit komt omdat de crises weinig gemeenschappelijk hebben met wat in hun eigen leven belangrijk is. In vele gevallen zijn crises echter publiekelijk enorm relevant. Politici, journalisten en het brede publiek zijn verzot op 'grote verhalen' (Wolfsfeld & Sheafer, 2006, 350). Een crisis is 'breaking news' (Hobday, 2000, 149) en houdt sensatie in. Het publiek wil een morele code om menselijk gedrag te begrijpen en te evalueren (Lull & Hinerman, 1997, 3). Schandalen en crises voorzien in zulke opportuniteiten. Ze handelen meestal over morele fouten van befaamde mensen. Voor het publiek zijn deze verhalen begrijpelijk en herkenbaar. Met andere woorden, het publiek kan zich vereenzelvigen met de hoofdfiguur (Vasterman, 2005). In die gevallen zullen de media de gebeurtenissen en hun communicatie in het nieuwsaanbod opnemen. De crisis wordt een mediahype.

## 6.1.4 Corporate Communicative Response Model

### 6.1.4.1 Crisisresponsstrategieën

Crisisresponsstrategieën (CRS) of Crisiscommunicatiestrategieën (CCS) zijn een benadering van crisismanagement, gebaseerd op theorie. De crisisresponsstrategieën zijn afleidingen van de Impression Management Strategies van Allen & Caillouet (1994) en de Image Management Strategies van Benoit (1995) (Coombs, 1995). De basis van de CRS of CCS zijn dus strategieën die de reputatie van actoren kunnen beschermen. De oorspronkelijke theorieën van Allen, Caillouet en Benoit werden vaak gebruikt en bewerkt door verschillende onderzoekers. Er bestaan verschillende geschikte theorieën om crisiscommunicatie te onderzoeken. In dit

onderzoek wordt geopteerd voor de Corporate Communicative Response Model van Bradford en Garrett (1995).

Bradford en Garrett baseren hun Corporate Communicative Response Model op de attributietheorie en het discounting principle. In dit onderzoek is één aspect van de attributietheorie van belang: mensen attribueren de oorzaak van negatieve gebeurtenissen aan negatieve disposities van de actor zoals oneerlijkheid, onverantwoordelijkheid, hoogmoed en egoïsme (Jones & Nisbett, 1971). Een gebeurtenis vindt plaats waarbij een aanklager een politieke actor viseert. De aanklager toont al dan niet bewijzen van fouten en controle. De actor wordt beschouwd als verantwoordelijke voor de fout. De aanklager beweert dat de fout te wijten is aan bijvoorbeeld de incompetentie van de actor. De verantwoordelijkheid van een actor wordt foutief toegeschreven tenzij de actor voorziet in een reactie dat contextuele informatie (verzachtende omstandigheden van de gebeurtenis) of positieve persoonlijke informatie (waarden, intenties, standaarden) aanreikt. Dit is het discounting principle. Dit principe suggereert dat geviseerde actoren de oorzaak van de fout toeschrijven op andere zaken dan op zichzelf. Actoren reageren op een bepaalde manier opdat de publieke opinie beïnvloed wordt als ze de gebeurtenis evalueren. Als een geviseerde actor dus een passende verklaring voorziet voor zijn wangedrag kan het publiek deze informatie gebruiken om de negatieve aspecten van de beschuldigingen te weerleggen (Huang, 2006).

Het Corporate Communicative Response Model van Bradford en Garrett (1995) is normatief. Het model werd ontwikkeld aan de hand van een wetenschappelijk experiment. Proefpersonen kregen de opdracht crisisreacties te linken aan crisissituaties opdat het meest positieve effect op de publieke opinie verkregen werd. Zo werden vier crisisreacties ontwikkeld voor vier crisissituaties. Het Corporate Communicative Response Model stelt dat het effect op de publieke opinie het meest positief is als men de geschikte reactie geeft op een bepaalde crisissituatie. In dit onderzoek wordt het effect op de publieke opinie niet gemeten; hier wordt uitgegaan van het meest positieve effect op de publieke opinie als er een overeenstemming bestaat. Wat dit onderzoek doet, is dit normatieve model toetsen aan de empirie. Aan de hand daarvan wordt de adequatie van crisiscommunicatie van politieke actoren onderzocht.

#### **6.1.4.2 Crisisreactie**

De theorie van Bradford en Garrett (1995) onderscheiden vier verschillende crisisreacties: *denial*, *excuse*, *justification* en *concession*. In dit onderzoek worden de termen vertaald en gespecificeerd met theorie van Schonbach (1980, 196-197).

Een eerste mogelijke reactie is de *ontkenning*. De actor ontkent dat de gebeurtenis plaats had of dat een fout gemaakt is. Ook expliciete weigering van een schuldbekenning wordt tot de ontkenning gecategoriseerd. De actor kan de situatie ook ontkennen door de schuld door te schuiven naar de aanklager of anderen. De nadruk kan bovendien gelegd worden op het feit dat de aanklager geen recht heeft op verwijt (op basis van de identiteit of rol van de geviseerde actor

in relatie tot de aanklager; op basis van de negatieve eigenschappen of wangedrag van de aanklager). Als er wordt gerefereerd naar andere informatiebronnen is de reactie ook een ontkenning. Een laatste indicator voor de ontkenning is het ontwijken van de vraag door misleiding.

Actoren kunnen een *excuus* opgeven als reactie. Het gaat om beweringen die oordelen dat de geïndiceerde actor niet verantwoordelijk is voor het plaatsvinden en de impact van de gebeurtenis. Bepaalde factoren kunnen ervoor zorgen dat de actor geen controle kon uitoefenen op de gebeurtenis. Indicatoren voor het excuus zijn onder andere uitspraken over de eigen menselijke tekortkomingen (onvoldoende kennis of vaardigheden; gebrek aan wilskracht). Tot het excuus behoren ook uitspraken die redenen geven voor de eigen tekortkomingen (bijvoorbeeld biologische factoren, ziekte, verslaving, dronkenschap, moeilijk verleden, uitdaging door anderen, dwang en loyaliteit). Als de nadruk wordt gelegd op de eigen prestaties en bezorgdheid wordt deze reactie ook als excuus gecategoriseerd. Actoren kunnen ook tekortkomingen en wangedrag van de aanklager of anderen als excuus gebruiken. Ten slotte zijn uitspraken over de participatie van anderen of de aanklager in de fout ook een excuus.

Actoren kunnen een *verantwoording* afleggen. Daarbij wordt beweerd dat de geïndiceerde actor verantwoordelijk is voor de gebeurtenis maar de aanklager en de geïndiceerde actor interpreteren de situatie op een verschillende manier. Tot de verantwoording behoren uitspraken waarbij de schade wordt ontkend of geminimaliseerd (op basis van omstandigheden of positieve gevolgen van de gebeurtenis). De nadruk kan ook worden gelegd op de rol van het slachtoffer (verantwoording van de schade door de kwaliteiten of gedragingen van het slachtoffer te benadrukken). Een geïndiceerde actor kan zich verantwoorden door te zeggen dat hij het recht heeft op zelfvervulling (door zijn positie in de maatschappij of door een negatief verleden). Uitspraken over loyaliteit naar specifieke personen toe of positieve intenties van de actor kunnen beschouwd worden als een verantwoording. Hierbij behoren ook reacties waarin tekortkomingen of wangedrag van de aanklager of andere personen vermeld worden. Volgens onderzoek van Huang (2006) komt deze reactie het meest voor. Actoren gebruiken immers graag reacties waarbij ze de situatie kunnen herdefiniëren en herkaderen.

Een laatste reactie is de *toegeving*. Hier gaat het om beweringen die oordelen dat de gebeurtenis plaatsvond, dat de geïndiceerde actor de gebeurtenis heeft veroorzaakt, dat de actor controle had op het plaatsvinden en de impact van de gebeurtenis en dat de aanklager en de geïndiceerde actor de situatie interpreteren op dezelfde manier. Indicatoren voor deze crisisreactie zijn expliciete schuldbekentenissen (gedeeltelijk of volledig). Bij een expliciete weigering van een excuus of verantwoording wordt deze reactie ook gecategoriseerd als een toegeving. Spijtbetuigingen (omtrent de eigen verantwoordelijkheid of gevolgen van de gebeurtenis) zijn ook toegevingen. Het kan ook gaan om uitspraken over herstel of compensatie (in het verleden of heden).

### **6.1.4.3 Crisissituatie**

Bradford en Garrett (1995) onderscheiden vier crisissituaties. De variabiliteit in de verschillende situaties wordt bestudeerd aan de hand van beschikbaar bewijs dat de gebeurtenis plaatsvond, beschikbaar bewijs van controle op de crisis en de overeenstemming of verschil in interpretatie tussen de aanklager en de geïmponeerde actor. Een eerste crisissituatie is de *betichtingsituatie*. In deze situatie is er geen bewijs dat de gebeurtenis plaatsvond. Een tweede situatie is de *controlesituatie*. Hier bestaat het bewijs dat de gebeurtenis plaatsvond maar bewijzen die aantonen dat de actor de gebeurtenis had kunnen controleren, zijn er niet. De *standaardsituatie* is een situatie waarbij er bewezen wordt dat de gebeurtenis plaatsvond en dat de actor de gebeurtenis kon controleren. Er is echter een verschil in interpretatie van de situatie tussen de aanklager en de geïmponeerde actor. Een laatste crisissituatie is de *blamagesituatie* waarbij er duidelijke bewijzen zijn van een fout en mogelijke controle door de actor. Bovendien komen de interpretaties van de aanklager en de geïmponeerde actor overeen.

Een bepaalde crisis kan evolueren van de ene situatie naar de andere situatie. De omschreven crisissituaties worden gerangschikt volgens beschikbare bewijzen. In het begin van een crisis zijn er mogelijk enkel vermoedens dat een gebeurtenis plaatsvond zonder aantoonbare bewijzen. Op dit moment kan een actor al geïmponeerd worden. Naarmate de crisis vordert, kunnen nieuwe elementen toegevoegd worden die de crisis ernstiger maken. De aanklager kan bijvoorbeeld bewijzen aantonen van fraude, medeplichtigheid, van volledige controle door de actor enzovoort. De meest ernstige crisissituatie van allemaal is de blamagesituatie. Vaak werd die situatie voorafgegaan door een betichtingsituatie. Die kan overgaan in een controlesituatie en/of standaardsituatie om te eindigen in een blamagesituatie.

### **6.1.4.4 Adequate crisiscommunicatie**

Reacties op crises kunnen 'gespind' worden. Spinning is een 'retorische strategie die een actor in de crisis begunstigt door een bepaalde interpretatie van de feiten te geven' (Heath & Millar, 2004, 15). De normatieve theorie van Bradford en Garrett stelt dat actoren niet enkel moeten reageren om hun reputatie te handhaven maar ook passend en geschikt moeten reageren volgens de crisissituatie. Met andere woorden: reacties moeten gegeven worden op een passende en geschikte manier. Elke crisissituatie vergt een specifieke reactie van de actor. Door de overeenstemmende reactie te gebruiken bij de crisissituatie wordt positievere media-aandacht verkregen (Huang, 2006). Waar het hier allemaal om draait, is de adequatie van een actor. Een actor levert goede crisiscommunicatie als er een overeenstemming bestaat tussen de crisissituatie en de crisisreactie. Deze overeenstemming is de sleutel tot adequate crisiscommunicatie.

Volgens de theorie van Bradford en Garrett hoort bij elke crisissituatie (zie 6.1.4.3: crisissituatie) een adequate crisisreactie (zie 6.1.4.2: crisisreactie). Als een aanklager enkel berust op vermoedens en niet kan aantonen dat de gebeurtenis plaatsvond (*betichtingsituatie*), zou de

actor een *ontkenning* moeten gebruiken. In een *controlesituatie* is het *excuus* de meest geschikte reactie. Wanneer een actor kan bewijzen dat de aanklager de gebeurtenis foutief interpreteert (*standaardsituatie*), zou deze actor de *verantwoording* moeten gebruiken. Wanneer een geviseerde actor akkoord gaat met de interpretatie van de aanklager (*blamagesituatie*) is de *toegeving* de meest geschikte reactie.

#### **6.1.4.5 Toepassing theorie op de politieke wereld?**

Specifieke theorieën van crisiscommunicatie voor de politieke wereld bestaan niet. Daarom baseert dit onderzoek zich op de theorie vanuit de economische wereld. Het model van Bradford en Garrett werd vanuit de economische wereld ontwikkeld maar beperkt er zich niet toe. Het model is namelijk gebaseerd op de attributietheorie en het 'discounting principle' die op alle typen actoren toegepast kunnen worden. Het model kan dus ook toegepast worden op de politiek.

De economische en de politieke wereld zijn echter niet zomaar gelijk te stellen. De theorie van Bradford en Garrett is nogal eenzijdig en rechtlijnig omdat ze gebaseerd is op crisiscommunicatie van de economische wereld. Bij crises in bedrijven is het namelijk eenvoudiger te bepalen wie aansprakelijk is voor een probleem of fout: als een product uit de rekken gehaald moet worden, is het logisch dat het bedrijf in fout is; als het bedrijf afbrandt, wordt het bedrijf aansprakelijk gemaakt omdat ze de veiligheidsnormen niet zou gerespecteerd hebben. Hetzelfde geldt voor de uitoefening van controle: het is vanzelfsprekend dat het bedrijf in kwestie de situatie had kunnen controleren. In de politiek is het moeilijker te bepalen wie verantwoordelijk of aansprakelijk is voor een fout. De politieke wereld is immers een kluwen van bevoegden, verantwoordelijken, vertegenwoordigers... voor een bepaalde sector of voor de gehele bevolking. De hiërarchie is in mindere mate lineair. Wie de fout heeft begaan en wie deze kon beheersen, is moeilijker na te gaan. De elementen op basis waarvan crisissituaties worden gecategoriseerd, zijn dus onzeker en onvoorspelbaar. In het volgende deel van het theoretisch kader wordt dieper ingegaan op de politieke wereld.

## 6.2 ... in de politieke wereld

### 6.2.1 Politieke communicatie en de rol van de media

'Het derde tijdperk van de politieke communicatie'. Zo noemen politieke wetenschappers het huidige tijdperk waarin zich op maatschappelijk vlak en mediavlak grote veranderingen plaatsvinden. Dit derde tijdperk vangt aan in de naoorlogse periode. Er gaan twee tijdperken aan het derde tijdperk van politieke communicatie vooraf. Het eerste tijdperk van politieke communicatie was ondergeschikt aan invloedrijke politieke instituties en ideologieën. In een tweede tijdperk gingen de politieke partijen zich meer professionaliseren omdat ze constateerden dat het electoraat beweeglijker werd. Politieke partijen richtten hun communicatie naar nieuwswaarden en nieuwsformats. Tegenwoordig bevinden we ons in het derde tijdperk van politieke communicatie dat gekenmerkt wordt door volgende tendensen: een toegenomen professionalisering, een hogere concurrentiedruk, een anti-elitair populisme en de fragmentatie van de media. De politieke wereld is chaotischer, minder voorspelbaar, minder gestructureerd en moeilijker beheersbaar dan voordien (Blumler, 1999).

De media berichten over politieke routinegebeurtenissen zoals partijconferenties, persconferenties, beleidslancerings, jaarlijkse begroting, speeches enzovoort. Veel politieke berichtgeving gaat eerder over thema's en verhalen die politieke actoren minder kunnen beheersen zoals verhalen die uitspraken en motieven van politici in twijfel trekken. Zulke verhalen die politici in een slecht daglicht plaatsen, komen de laatste jaren meer in het nieuws (Blumler & Kavanagh, 1999). Er zijn tal van gebeurtenissen waaronder crises die per definitie nieuwswaardig zijn en dus altijd media-aandacht zullen krijgen (Vasterman & Aerden, 1995, 164). Edelman (1964) spreekt in deze context over politiek nieuws dat als 'drama' voorgesteld wordt. Drama heeft veel symboliek in zich: terughoudendheid, onnipotente staat, crisis en detente.

De verandering op mediavlak is één van de kenmerken van het derde tijdperk van politieke communicatie. Deze verandering wordt door Blumler (1999) 'mediatisatie' genoemd. De media bewegen zich naar het centrum van de maatschappij. Deze beweging impliceert dat we leven in een 'mediageconstrueerde publieke sfeer'. Binnen die publieke sfeer hebben politiek en media elkaar nodig. De relatie tussen politiek en media is symbiotisch. Enerzijds hebben de media politieke actoren nodig. In de journalistiek worden politieke actoren beschouwd als professionele bronnen. Dit zijn mensen die op basis van hun functie (in de politiek of bedrijfsleven) beroepsmatig met de pers te maken hebben. Professionele bronnen worden vaak geraadpleegd door journalisten omdat ze hun publiek willen informeren over de beslissingen op het hoogste niveau. Bovendien spreken deze bronnen vaak namens een brede achterban: ze vertegenwoordigen stromingen in de samenleving (Vasterman, 2004, 128). Door de hoge concurrentie in de media voelen journalisten een hoge druk op de nieuwscyclus. De continuïteit van verhalen is een vereiste. Om die continuïteit te realiseren, zijn steeds nieuwe elementen in het verhaal nodig. Als een gebeurtenis plaatsvindt, wordt van politieke actoren verwacht dat ze

de media vertellen wat ze zullen ondernemen om het probleem op te lossen. De media verwachten een instant reactie. Op dat moment zijn de politici vaak zelf nog niet helemaal ingelicht over de gebeurtenis.

Anderzijds hebben politieke actoren de media nodig. De media zijn tegenwoordig het belangrijkste kanaal voor politieke actoren om de publieke opinie te bereiken. De media zijn een instrument waarmee de politieke actor zijn symbolische macht kan verspreiden (Thompson, 2000, 105). Het is essentieel dat partijen en politici zich professionaliseren om te kunnen inspelen op de medialogica. Professionaliteit betekent onder andere adequate communicatie in de media. Het is daarom noodzakelijk om inzicht te hebben hoe de steun van de publieke opinie te verkrijgen. Om succes te boeken bij de publieke opinie is het noodzakelijk zich goed voor te bereiden en op vlak van nieuwsmanagement de juiste beslissingen te nemen. Dit vergroot de kans dat het verhaal van de actor media-aandacht krijgt. Bovendien is de kans ook groter dat het publiek het verhaal van de actor interpreteert zoals de actor het bedoelt. Het doel is ervoor te zorgen dat de media de agenda van de actor rapporteren (Blumler & Kavanagh, 1999).

### 6.2.2 De politieke actor en zijn reputatie

Onder een politieke actor wordt verstaan: een individu of organisatie die streeft naar invloed op het politieke proces (Wolfsfeld & Sheaffer, 2006, 334). De politieke actor kan zowel één persoon zijn (individu) of een groep personen (organisatie) zoals een partij, de regering, het parlement enzovoort. Een politieke actor is een symbool voor enkele of alle aspecten van de staat. Zijn handelingen zijn om deze redenen 'publiek in karakter en hebben grote, indirecte en permanente gevolgen voor een groot aantal mensen' (Edelman, 1964, 73).

Fouten maken is menselijk. Als iemand echter een fout begaat, zullen anderen beschuldigen, aanvallen, veroordelen, verwijten of berispen (attribuïetheorie). Wanneer de reputatie bedreigd wordt, voelt de geviseerde actor zich verplicht om zijn fout te verantwoorden, zich te verontschuldigen of excuses op te geven. Actoren gebruiken terugkerende patronen van communicatie om de schade aan hun reputatie te beperken, te herplaatsen of te vermijden (discounting principle). Communicatie heeft de kracht om de reputatie te herstellen als ze op een adequate manier gebruikt wordt. Miscommunicatie of non-communicatie kan echter de reputatie nog meer schaden. Vooral bij een crisis wordt de reputatie van een persoon of organisatie bedreigd (Benoit, 1995). Gunstige relaties tussen de geviseerde actor en stakeholders zijn een voordeel in tijden van crisis (Ulmer, 2000). Het is dus belangrijk om in routinetijden een gunstige reputatie op te bouwen. Bijgevolg is de actor beter beschermd in tijden van crisis. Reputatie is een aspect van symbolisch kapitaal. Het is een attribuut van een actor om symbolische macht uit te oefenen (Thompson, 2000, 98). Een graadmeter voor de reputatie van politieke actoren zijn verkiezingen. Ze zijn de materialisatie van de reputatie. Tijdens verkiezingen worden politici geëvalueerd door het publiek. Terwijl in de economische wereld reputatie samengaat met

kapitaal en vermogen gaat de reputatie in de politiek samen met macht. De functie van verkiezingen is het bepalen van de machtsbalans voor de volgende regeerperiode.

### 6.2.3 De geïsoleerde politieke actor

Mensen hebben de neiging om complexe, politieke issues te vereenvoudigen door ze te beperken tot vragen van verantwoordelijkheid. De attributie van verantwoordelijkheid is een heuristisch (Iyengar, 1991, 101). Over de attributie van verantwoordelijkheid wordt instinctief gedacht (Iyengar, 1991, 8). In de economische wereld is de verantwoordelijke voor een fout gemakkelijk te bepalen: het is meestal het bedrijf in kwestie. In de politiek is het moeilijker te bepalen wie verantwoordelijk is; de attributie van de fout is lastig. Wie is de schuldige? Wie heeft de fout gemaakt? Is het individu dat het probleem heeft veroorzaakt verantwoordelijk? Is de bevoegde minister verantwoordelijk? In plaats van de termen 'verantwoordelijke actor' te gebruiken, wordt in dit onderzoek de term 'geïsoleerde actor' gebruikt. Dit is een preciezere term in deze context. De term wijst erop dat de media zich op één actor richten als verantwoordelijke voor de fout. De media viseren een actor maar het is niet noodzakelijk zo dat de geïsoleerde actor die fout heeft begaan.

Een politicus kan op drie verschillende manieren geïsoleerd worden in een crisis. Ten eerste kan een aanklager een *politicus als bevoegdheid* viseren. Iyengar spreekt in deze context van 'treatment responsibility' (1991, 8). Bevoegdheden zijn kenmerkend voor politieke actoren. Een verkozen politicus krijgt een ministerportefeuille toegediend. Hij wordt verantwoordelijk gesteld voor een bepaalde sector in de maatschappij. Als in deze sector een crisis losbarst, is de bevoegde minister meestal de geïsoleerde actor. De verantwoordelijkheid wordt gelegd op de actor die de macht heeft om het probleem op te lossen of te beheersen. Vaak heeft de minister rechtstreeks niets met de fout te maken. Op onrechtstreekse wijze ondervindt hij er wel de gevolgen van. Gewezen Minister van Justitie Jo Vandeurzen die in de zaak Belliraj (in 2008) werd geïsoleerd, is hier een voorbeeld van. Vandeurzen zelf had geen fouten begaan maar had als bevoegde minister wel de verantwoordelijkheid om verantwoording af te leggen en duidelijkheid te scheppen in de zaak. Ten tweede kan een politicus geïsoleerd worden als *politicus in functie*. In dit geval heeft de politicus wel rechtstreeks te maken met de oorzaak van de crisis. Hij heeft een fout begaan en wordt geïsoleerd. Iyengar definieert dit als 'causal responsibility' (1991, 8). Minister van Buitenlandse Zaken Karel De Gucht die zich in 2008 kritisch uitspreekt over de Congolese president werd geïsoleerd als politicus in functie. Ten derde kan men een *politicus als privépersoon* viseren. Iyengar heeft hier geen specifieke term voor maar in feite wordt dit ook als 'causal responsibility' beschouwd. Het bekendste voorbeeld hiervan is de Lewinsky-affaire met president Clinton als geïsoleerde actor. De crisis had in feite niets te maken met Clinton als president (politicus in functie) maar alles had te maken met Clinton als privépersoon. De affaire zorgde voor veel commotie omdat de gedragingen en handelingen van een president enorm nieuwswaardig zijn.

## 6.2.4 Crisis als opportuniteit

Enerzijds kunnen crises geïmagineerde actoren schade toebrengen. Anderzijds kunnen ze relevant zijn. Geïmagineerde actoren kunnen er een strategisch voordeel bij hebben. Crises kunnen namelijk opportuniteiten opleveren. Aan de hand van crisiscommunicatie kan de publieke opinie beïnvloed worden. In de symbiotische relatie tussen de politiek en de media is hier sprake van de politici die de media nodig hebben.

Het hangt af van de context wanneer een crisis relevant is voor (de reputatie van) een politieke actor. De verschillende crisissituaties van Bradford en Garrett zijn niet allemaal even aantrekkelijk voor politieke actoren. Zo is er bijvoorbeeld een verschil tussen een situatie met bewijzen van een fout en een situatie zonder bewijzen van een fout. De relevantie van een crisis kan bovendien afhangen van de media-aandacht. Baumgartner (1997) stelt dat politici op een issue duiken als er collectieve aandacht is voor dat issue: *'[political actors] choose those issues that seem most promising, and those issues often tend to be the ones that everyone else is paying attention to'*. De crises die de meeste collectieve aandacht en de grootste opportuniteiten opleveren, hangen dus af van de grootte van de crisis. Hoe groter de crisis, hoe groter de kans dat politieke actoren een stem krijgen in de media. Kleine crises krijgen in elk geval al minder media-aandacht waardoor er ook minder ruimte is voor reacties van actoren. Ten slotte hangt de mate van opportuniteit af van het conflictgehalte van de crisis. Hoe hoger het conflictgehalte, hoe meer het publiek geïnteresseerd is in de crisis (Wolfsfeld & Sheaffer, 2006, 346).

Welke opportuniteiten kan een crisis voor een politieke actor opleveren? Ten eerste krijgt een geïmagineerde actor de kans om eigen ideeën en concrete voorstellen te presenteren en te promoten naar het publiek toe. Door zich responsief, bezorgd en vastberaden te tonen, hebben politici er baat bij iets te presenteren dat de media zouden opnemen in het nieuws (Elmelund-Præstekær & Wien, 2008, 263). Ook al presenteert de actor oud beleid (bij gebrek aan nieuw beleid) of hij komt negatief in het nieuws, deze media-aandacht is nog altijd beter dan geen media-aandacht. De marketingwereld spreekt in deze context van 'slechte reclame is ook reclame'. Ten tweede kunnen politici beleidsacties legitimeren waartegen de publieke opinie zich in routinetijden zou verzetten. De diepe overtuiging dat er een crisis is, brengt publieke steun voor plannen, maatregelen en oplossingen. Het is de herhaaldelijke opeenvolging van crisis en detente in het nieuws dat politieke gehoorzaamheid voortbrengt (Edelman, 1964, 13). Een mediahype is een container die problemen en oplossingen samenbrengt (March & Olsen, 1989).

## 6.2.5 Reacties van politieke actoren en het tijdsaspect

Het functioneren van personen, organisaties en bestuurlijke instanties in crisistijden verschilt van normale omstandigheden (routinetijden). De paradox van besluitvorming is hoe belangrijker het wordt de juiste beslissing te nemen, hoe moeilijker het wordt deze te kunnen nemen ('t Hart & Rosenthal, 1990, 47).

Een crisis wordt voor een groot deel geconstrueerd op basis van reacties van actoren in de media. Met andere woorden: zonder reacties van actoren is er geen crisis. Reacties op gebeurtenissen zijn een soort ritueel die worden geconstrueerd in een 'publiek spektakel' (Edelman, 1988). Politieke crises of mediahypes ontstaan onder andere door de aanwezigheid, beschikbaarheid en toegankelijkheid van politici (Vasterman, 2005).

Bij crisiscommunicatie is het tijdsaspect cruciaal. Adequaat communiceren is onder andere een snelle reactie geven. Crisiscommunicatie gebeurt in de media. Die media zijn het enige instrument om het brede publiek te bereiken (Pritchard, 1992). Er bestaan geen andere instrumenten die een zulk groot bereik hebben. De actor is daarom verplicht om rekening te houden met de medialogica. De 'issue attention cycle' in de media is van korte duur (Downs, 1972). Dit impliceert dat de media-aandacht die een crisis en een geïsoleerde actor krijgt, beperkt is in tijd. In het begin van de crisis vragen de media een snelle reactie van de actor. Hoe sneller een politicus reageert, des te groter is de kans dat hij media-aandacht krijgt (Walgrave & Van Aelst, 2006, 101). De actor kan gebruik maken van de belangstelling die het grootst is in het begin van de crisis. 'Instant' reageren is reageren op de eerste dag dat een actor geïsoleerd wordt. Een instant reactie maximaliseert de blootstelling in de media (Walgrave & Van Aelst, 2006, 101). Als de actor niet snel reageert, verliest hij zijn kansen op media-aandacht. Andere actoren (zoals de aanklager of politieke concurrenten) reageren dan in zijn plaats. De reacties van die actoren kunnen de reputatie nog meer bedreigen. Voor de geïsoleerde actor heeft het niet veel zin meer om later te reageren. Vanaf een bepaald moment vestigen de media immers hun aandacht op andere aspecten van de crisis. Reageren op de tweede dag is voor crisiscommunicatie al laat. Later reageren biedt echter het voordeel dat de actor de situatie heeft kunnen plaatsen; hij heeft er 'een nachtje over kunnen slapen'. De partij of organisatie van de politieke actor hebben bovendien kunnen beraadslagen over de kwestie. Een latere reactie gaat vaak gepaard met een adequatere reactie.

## 7 Hypothesen

---

### ***Hypothese 1 – In een grote crisis krijgt de geïndiceerde politieke actor meer kans om te reageren in de media dan in een kleine crisis***

De theorie van gatekeeping (White, 1964) stelt dat de media bepalen welke informatie in het nieuwsaanbod wordt opgenomen en welke niet. De ruimte in de media is beperkt. Bij een kleine crisis in de media vindt een strenge selectie plaats van het aanbod aan informatie. De mediabelangstelling voor de crisis is niet groot. De geringe media-aandacht voor de crisis impliceert geringe aandacht voor de reactie van de geïndiceerde actor. Reacties van actoren komen daarom niet vaak in het nieuws. Hoe groter de crisis, hoe groter de mediahype. De grote mediabelangstelling die een grote crisis krijgt, brengt met zich mee dat de geïndiceerde actor op zijn beurt ook meer media-aandacht krijgt. Bij een mediahype zijn de 'gates' van de media open voor de reactie van de geïndiceerde actor. Er kan gesteld worden dat het gunstiger is voor de geïndiceerde actor dat de crisis veel media-aandacht krijgt. Daardoor krijgt de actor genoeg kansen om de media te halen en een adequaat verhaal te brengen.

### ***Hypothese 2 – De verschillende crisisreacties variëren in frequentie waarbij de verantwoording het meeste voorkomt***

Volgens Huang (2006) komt de verantwoording als reactie het meeste voor. Vooral in de politiek is de verantwoording een goede strategie. Aan de hand van die reactie kan de geïndiceerde actor de situatie herformuleren en herinterpreteren. De politicus is een persoon met een bepaald gezag in de maatschappij. Hij heeft de macht en de kracht om contextuele informatie aan te reiken en zijn verhaal op te leggen aan de publieke opinie.

### ***Hypothese 3 – Het aantal reacties van de geïndiceerde politieke actor neemt af doorheen de tijd***

De media-aandacht voor een bepaalde crisis is beperkt in tijd. Dat kunnen we afleiden uit de theorie van de 'issue attention cycle' van Downs (1972). Doorheen de crisisperiode evolueert de media-aandacht voor de geïndiceerde actor. Daarbij is de frequentie van reacties ook geen constante. Het begin van de crisis biedt veel ruimte voor reacties. Vooral deze periode is cruciaal voor de geïndiceerde actor. Als de actor wil reageren, krijgt hij daartoe de mogelijkheid. De reactie van de geïndiceerde actor bevat immers voldoende nieuwswaarde waardoor de media deze reacties opnemen in het nieuwsaanbod. Naarmate de crisis vordert, neemt de mediabelangstelling voor de reacties van de verschillende actoren af. In plaats daarvan berichten media steeds meer over de gevolgen van de crisis en bieden achtergrondinformatie aan. Bovendien bereikt de mediahype een einde. Dit impliceert dat de media steeds meer de aandacht vestigen op andere gebeurtenissen.

#### **Hypothese 4 – Tussen de crisissituatie en de crisisreactie is er een overeenstemming**

*Subhypothese 1* - In de betichtingsituatie gebruikt de geviseerde politieke actor meer de ontkenning dan de andere reacties.

*Subhypothese 2* – In de controlesituatie gebruikt de geviseerde politieke actor meer het excuus dan de andere reacties.

*Subhypothese 3* – In de standaardensituatie gebruikt de geviseerde politieke actor meer de verantwoording dan de andere reacties.

*Subhypothese 4* – In de blamagesituatie gebruikt de geviseerde politieke actor meer de toegeving dan de andere reacties.

Deze hypothese wordt gesteld op basis van de theorie van Bradford en Garrett (1995): het Corporate Communicative Response Model. De theorie is normatief en stelt dat er een overeenstemming zou moeten zijn tussen de crisissituatie en de crisisreactie. Als de passende reactie op een crisissituatie gegeven wordt, heeft dit volgens de theorie het meest positieve effect op de publieke opinie. Omwille van deze reden is het van belang dat geviseerde actoren reageren in overeenstemming met de crisissituatie. De normatieve theorie wordt in de empirie getoetst. Waar het hier om draait is de adequatie van de geviseerde politieke actor. Als de crisissituatie overeenstemt met de crisisreactie, is de reactie adequaat.

#### **Hypothese 5 – De mate van overeenstemming tussen de crisissituatie en de crisisreactie varieert per crisissituatie**

*Subhypothese 1* – Tussen de betichtingsituatie en de ontkenning is er een sterke overeenstemming.

*Subhypothese 2* – Tussen de controlesituatie en het excuus is er een matige overeenstemming.

*Subhypothese 3* – Tussen de standaardensituatie en de verantwoording is er een matige overeenstemming.

*Subhypothese 4* – Tussen de blamagesituatie en de toegeving is er een zwakke overeenstemming.

De mate van overeenstemming tussen de crisissituatie en de crisisreactie varieert per categorie van de crisissituatie. Er kan een zwakke of een sterkere overeenstemming zijn. Als er geen bewijzen zijn van een fout (betichtingsituatie) zal de actor in elk geval de zaak ontkennen. De actor zal nagenoeg nooit toegeven, verantwoorden of een excuus opgeven. De andere extreme situatie is de blamagesituatie waar er bewijzen zijn van een fout en de controle erop. In die situatie gebruikt de actor de reacties door elkaar waardoor er minder overeenstemming is. In de controle- en standaardensituatie stemmen de crisisreacties matig overeen met de crisissituaties.

***Hypothese 6 – In de blamagesituatie evolueren de verschillende crisisreacties doorheen de tijd***

De vierde subhypothese van hypothese 5 stelt dat er in de blamagesituatie een zwakke overeenstemming is tussen de crisissituatie en de crisisreactie. Hypothese 6 werkt verder op deze subhypothese. De blamagesituatie is een bijzondere situatie omdat politici worden geconfronteerd met bewijzen van een fout en de controle erop. Deze situatie kan de grootste bedreiging vormen voor de reputatie van de politicus. De geïsoleerde actor zal verschillende reacties door elkaar gebruiken. De gebruikte reacties variëren doorheen de tijd. Ze variëren naarmate nieuwe elementen in de crisis opduiken. Als er geen of weinig bewijzen zijn, reageren actoren met een ontkenning. Naarmate meer bewijzen opduiken, kunnen actoren niet anders dan de situatie toe te geven.

***Hypothese 7 – Als een organisatie de geïsoleerde actor is, dan bestaat er meer overeenstemming tussen de crisissituatie en de crisisreactie dan wanneer een individu de geïsoleerde actor is***

Individen zijn op het vlak van crisiscommunicatie minder professioneel dan organisaties. Als een individu een fout begaat, reageert die snel en impulsief. Dit brengt met zich mee dat individuen minder adequaat communiceren. Ze uiten verschillende reacties waardoor de mate van overeenstemming matig of zwak is. Organisaties kunnen zich echter laten adviseren door communicatiediensten, woordvoerders, spindoctors enzovoort. Hun communicatie is professioneler. Organisaties gaan strategischer om met een crisis en uiten een kleiner palet aan crisisreacties. Ze reageren eerder later maar daarbij adequater. De mate van overeenstemming is dan sterker.

## 8 Methodologie

---

Dit onderzoek naar crisiscommunicatie van politici is kwantitatief. Op deductieve wijze worden de hypothesen al dan niet bevestigd. De eenheid van analyse zijn uitspraken van geïdentificeerde politieke actoren. Deze uitspraken worden geanalyseerd op zinniveau. De analyses gebeuren dus over de cases heen. De n-waarde is niet het aantal cases (8 cases) maar het aantal reacties binnen de cases. De reacties worden weergegeven in het aantal zinnen (n= 1016). Deze keuze wordt gemaakt omdat er verwacht wordt dat actoren in een crisis niet altijd één bepaalde crisisreactie uiten. In een crisis of zelfs in één krantenartikel kunnen verschillende crisisreacties voorkomen. Er wordt op zinniveau gewerkt om alle mogelijke reacties binnen één case goed te kunnen kwantificeren.

Voor de toetsing van de hypothesen wordt het comparatief onderzoeksdesign gehanteerd. Dit design staat toe gebeurtenissen en processen met elkaar te vergelijken (Burnham et al., 2004, 66). Voor de eerste hypothese worden grote crises met kleine crises vergeleken. De tweede hypothese vergelijkt de frequentie van de verschillende crisisreacties met elkaar. Die frequentie van de reacties wordt per dag bestudeerd in de derde hypothese. De vierde hypothese is een belangrijke hypothese waarbij de normatieve theorie van crisiscommunicatie getoetst wordt aan de empirie. De theorie wordt beschouwd als een ideaal model. De mate van overeenstemming tussen de crisissituatie en de crisisreactie per categorie van de crisissituatie wordt in de vijfde hypothese geanalyseerd. De zesde hypothese vergelijkt de verschillende crisisreacties in de blamagesituatie doorheen de tijd. De laatste hypothese ten slotte vergelijkt de crisisreacties van de twee verschillende actoren met elkaar.

## 8.1 Data

n = aantal zinnen = 1016 Aantal krantenartikels = 1231					
KRANTEN		AANTAL ZINNEN		%	
De Standaard		237		23,3	
De Morgen		187		18,4	
De Tijd		24		2,4	
Het Laatste Nieuws		164		16,1	
Het Nieuwsblad		179		17,6	
Gazet Van Antwerpen		110		10,8	
Belang van Limburg		115		11,3	
<b>Totaal</b>		<b>1016</b>		<b>100,0</b>	
CRISIS	ACTOR	ONDERZOEKSPER.	KRANTENART.	ZINNEN	CRISISITUATIE
Fortis-aandelen	K. De Gucht	02/11/08-22/11/08	53	96	Betichtingsituatie
Affaire-Vijnck	J.-M. Dedecker	06/05/09-26/05/09	242	64	Betichtingsituatie
Zaak Koekelberg	P. Dewael	15/09/08-05/10/08	141	146	Controlesituatie
Zaak Belliraj	J. Vandeurzen	01/03/08-21/03/08	172	55	Controlesituatie
Snoepreisje	J. Happart	07/04/09-27/04/09	52	38	Standaardsituatie
Conflict Congo	K. De Gucht	25/05/08-14/06/08	173	129	Standaardsituatie
sp.a-crisis	C. Gennez	14/01/09-03/02/09	156	272	Blamagesituatie
Affaire-Vijnck	B. Somers	06/05/09-26/05/09	242	216	Blamagesituatie

Tabel 1: beschrijvende tabel met de data

Het onderzoek is niet geïnteresseerd in de primaire bronnen van crisiscommunicatie, namelijk alle communicatie die uitgaat van een geïdentificeerde politieke actor. Primaire bronnen van crisiscommunicatie kunnen zijn: persberichten, persconferenties, telefoongesprekken, interviews enzovoort. Het is al meteen duidelijk in de onderzoeksvraag op welke bronnen dit onderzoek zich baseert: *Wat is de reactie van een politieke actor in de media wanneer hijzelf in een crisissituatie geïdentificeerd wordt?* Dit onderzoek bestudeert de crisiscommunicatie van de actor die in de media verschijnt en baseert zich dus op secundaire bronnen.

Het is onmogelijk om alle crisiscommunicatie die in de media verschijnt, te bestuderen. Dit onderzoek beperkt zich tot kranten die essentiële media zijn voor crisiscommunicatie. Alle Vlaamse kranten worden in het onderzoek opgenomen: De Standaard, De Morgen, Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad, het Belang van Limburg, Gazet van Antwerpen en De Tijd. In totaal worden 1231 krantenartikels gecodeerd. Aan de hand van de database Mediargus worden de krantenartikels opgevraagd. De zoekterm in de database is een bepaald aspect van de crisis en niet de naam van de geïdentificeerde politieke actor.

De beschrijvende tabel (zie Tabel 1) toont aan dat de meeste onderzoekselementen uit de kwaliteitskrant De Standaard komen. Dit wil zeggen dat deze krant de geïdentificeerde actor het meest aan het woord laat of citeert (23,5% van alle reacties). Een volgende cluster kranten die actoren aan het woord laat, zijn De Morgen, Het Nieuwsblad en Het Laatste Nieuws (tussen 16% en 18%). De Gazet Van Antwerpen en het Belang van Limburg citeren ongeveer de helft minder (11%) dan De Standaard. De krant De Tijd laat nagenoeg nooit actoren aan het woord (2,4%).

Dit onderzoek analyseert op kwantitatieve wijze de reacties van politieke actoren. De inhoudsanalyse wordt uitgevoerd op krantenartikels. Holsti (1969, 14) omschrijft deze analyse als een techniek om conclusies te trekken door specifieke eigenschappen van berichten op een objectieve en systematische wijze vast te stellen. De verschillende variabelen in het onderzoek worden hieronder opgesomd en beschreven.

## **8.2 Variabelen**

### **Uitspraken**

De eenheid van analyse zijn uitspraken die geïdentificeerde politieke actoren doen. Een uitspraak wordt gemeten op zinniveau: één uitspraak behelst één zin. Dit onderzoek bestudeert 1016 zinnen van acht crises. Enkel de reacties van de geïdentificeerde politieke actor in een crisis worden gecodeerd. De reacties van bijvoorbeeld de aanklagers en andere stakeholders worden niet geanalyseerd. Enkel die reacties worden geselecteerd die een expliciete reactie geven op de beschuldigingen. Van elke case worden de reacties van één actor onderzocht die spreekt in naam van zichzelf (individu) of in naam van een groep (organisatie).

Wat wordt beschouwd als een reactie? Reacties in kranten worden gekenmerkt door de directe rede (bv. De Koning zegt: “Ik heb spijt”), die in schrijftaal aangeduid worden met aanhalingstekens (‘ of “). De indirecte rede (bv. De Koning zegt dat hij spijt heeft) wordt niet beschouwd als een reactie. De keuze om enkel de directe rede te bestuderen, is belangrijk voor de objectiviteit van het onderzoek. De directe rede is in de meeste gevallen een letterlijk citaat van een actor. Op die manier kan de onverkleurde crisiscommunicatie van een actor bestudeerd worden. De indirecte rede in kranten houdt meestal een interpretatie en verkleuring in van de journalist. De parafraze van de journalist kan de oorspronkelijke uitspraak van de actor verdraaien waardoor de objectiviteit van het onderzoek in het gedrang zou kunnen komen.

## **Crisisreactie**

De afhankelijke variabele in dit onderzoek is de crisisreactie van een geviseerde politieke actor in de media. Op basis van de theorie van Bradford, Garrett en Schonbach onderscheiden we vier verschillende crisisreacties: de ontkenning, het excuus, de verantwoording en de toegeving. Deze variabele is van ordinaal niveau. De variabele kan immers geordend worden volgens de intensiteit van de schuldbekentenis. De ontkenning houdt helemaal geen schuldbekentenis in. Het excuus omvat een toegeving dat de actor een fout heeft gemaakt maar hij beargumenteert dat hij er niets aan kon doen. De schuldbekentenis is er in beperkte mate. De verantwoording houdt een schuldbekentenis in maar de schuld wordt geminimaliseerd. De toegeving ten slotte bevat een volledige schuldbekentenis.

Elke zin van de actor wordt gecategoriseerd volgens een crisisreactie. Dit gebeurt aan de hand van specifieke indicatoren. Deze indicatoren werden in het theoretisch kader gespecificeerd (zie 6.1.4.2: crisisreactie). Een schematische weergave van de indicatoren is bijgevoegd in bijlage.

## **Crisissituatie**

Een belangrijke onafhankelijke variabele is de crisissituatie. De theorie van Bradford en Garrett onderscheiden vier verschillende crisissituaties: de betichtingsituatie, de controlesituatie, de standaardensituatie en de blamagesituatie. Elke case moet op een nauwkeurige wijze toegewezen worden aan een bepaalde crisissituatie. Het probleem van endogeniteit moet in acht genomen worden. Data van objectieve feiten en classificaties van reële crises zijn er niet. De feiten worden dus nagegaan op basis van de media (hier: krantenartikels). Dit impliceert dat de afhankelijke variabele van dit onderzoek (reacties van actoren) samen voorkomt met de onafhankelijke variabele waarop de cases geselecteerd worden (de crisissituatie). Krantenartikels zijn geen objectieve rapporteringen van de realiteit maar interpretaties ervan. Voor dit onderzoek is het van cruciaal belang dat de feiten van de crisis afzonderlijk waargenomen worden van de reacties van actoren en de interpretaties van de journalist.

De variabele 'crisissituatie' is van ordinaal niveau. De verschillende crisissituaties kunnen namelijk geordend worden volgens beschikbare bewijzen van fouten en de controle erop en de interpretatie van de crisis. Onderstaande tabel (zie Tabel 2) schematiseert de toewijzing van de crisissituaties. Het eerste deel van de tabel is de theoretische toewijzing. Het tweede deel geeft weer hoe de cases van dit onderzoek gecategoriseerd worden volgens de crisissituaties.

Elke theoretische crisissituatie heeft specifieke kenmerken die we in acht moeten nemen bij de toewijzing van de cases. Ten eerste wordt er nagegaan of er bewijzen zijn dat de geviseerde actor een fout heeft gemaakt. De case wordt gecategoriseerd als een betichtingsituatie als er geen bewijzen zijn. Als er wel bewijzen zijn, gaat men na of er bewijzen zijn dat de actor controle kon uitoefenen op de crisis. Als er geen bewijzen zijn van een controle-uitoefening wordt de case beschouwd als een controlesituatie. Als er wel bewijzen zijn van een controle-uitoefening worden de feiten verder onderzocht op hoe de aanklager en de geviseerde actor de situatie interpreteren.

Als de interpretaties niet overeenkomen, is de crisis een standaardensituatie. Als de interpretaties wel overeenkomen, wordt de crisis als een blamagesituatie gecategoriseerd.

CRISIS	CRISISSITUATIE	BEWIJS GEBEURTENIS	BEWIJS CONTROLE	OVEREENKOMENDE INTERPRETATIE
	Betichtingsituatie	NEEN	Niet van toepassing	Niet van toepassing
	Controlesituatie	JA	NEEN	Niet van toepassing
	Standaardensituatie	JA	JA	NEEN
	Blamagesituatie	JA	JA	JA

CRISIS	CRISISSITUATIE	BEWIJS GEBEURTENIS	BEWIJS CONTROLE	OVEREENKOMENDE INTERPRETATIE
Fortis-aandelen	Betichtingsituatie	Geen bewijs van voorkennis	/	/
Affaire-Vijnck	Betichtingsituatie	Geen bewijs van afspraken	/	/
Zaak Koekelberg	Controlesituatie	Handtekening onder contract	Onderzoek loopt	/
Zaak Belliraj	Controlesituatie	Belliraj was informant van SV	Onderzoek loopt	/
Snoepreisje	Standaardensituatie	Toeristische uitstappen	Bewust van de gebeurtenis	Neen. Situationele context
Conflict Congo	Standaardensituatie	Uitspraak over Kabila	Bewust van de gebeurtenis	Neen. Verschil in waarden en normen
sp.a-crisis	Blamagesituatie	Naamsverandering	Bewust van de gebeurtenis	Ja
Affaire-Vijnck	Blamagesituatie	Afsprakennota	Bewust van de gebeurtenis	Ja

Tabel 2: toewijzing van de cases aan de crisissituaties

### Actor

Om bepaalde hypothesen al dan niet te kunnen bevestigen, wordt de variabele 'actor' opgenomen. Deze variabele is dichotoom: we onderscheiden het 'individu' en de 'organisatie'. Per case wordt nagegaan of één individu of een organisatie in zijn geheel geïdentificeerd wordt. Per theoretische crisissituatie worden twee cases uit de realiteit geselecteerd. Daarvan heeft één case een individu als geïdentificeerde actor en één case een organisatie als geïdentificeerde actor. Het type actor wordt bepaald op basis van de feiten in de media.

### **Grootte van de crisis**

Een volgende onafhankelijke variabele is de grootte van de crisis. Deze variabele wordt bestudeerd op basis van het aantal krantenartikels waarin de crisis wordt vermeld. Het krantenartikel wordt enkel in de analyse opgenomen als de crisis erin genoemd wordt. De krantenartikels worden onderzocht tot drie weken nadat de actor expliciet geïdencieerd werd. De crisis wordt beschouwd als een kleine crisis als er binnen deze onderzoeksperiode minder dan 100 krantenartikels verschijnen. Verschijnen er meer dan 100 krantenartikels over de crisis wordt de crisis aanzien als groot.

### **Dag van de reactie**

Elke case wordt geanalyseerd vanaf het begin van de crisis tot drie weken (21 dagen) erna. Een crisis vangt aan op de dag dat een politieke actor expliciet geïdencieerd wordt. Hierbij is het belangrijk te vermelden dat de crisis niet aanvangt op het moment dat de fout zich voordoet. Een kenmerk van kranten is dat deze steeds berichten over de dag voordien. Kranten berichten dus een dag later dan de gebeurtenissen. In dit onderzoek wordt 'dag 1' niet beschouwd als de eerste dag in realiteit. 'Dag 1' is echter de eerste dag dat een krant over de geïdencieerde actor zou kunnen berichten. Dag 1 in dit onderzoek is dus dag 2 in realiteit.

## **8.3 Selectie van de cases**

Een belangrijke vraag in onderzoek is hoeveel cases geselecteerd worden. Hoe meer cases bestudeerd worden, hoe beter er veralgemeend kan worden naar de populatie toe. Comparatieve analyses houden meestal een beperkt aantal cases (kleine n-onderzoeken) in. Daarom moet er voorzichtig worden omgesprongen met het niveau van generalisatie. De kwaliteit van het onderzoek hangt af van de selectie van de cases. Dit onderzoek baseert zich op een theoretische sampling. De cases worden gekozen om theoretische redenen. De cases worden niet ad random geselecteerd maar uitgekozen op basis van een specifieke categorie van de onafhankelijke variabele (Burnham et al., 2004, 93). Er zijn vier selectiecriteria voor de selectie van de cases. Ten eerste gebeurt de selectie op basis van diversiteit op de onafhankelijke variabele 'crisissituatie'. Voor elke theoretische crisissituatie worden twee crises uit de realiteit gekozen. De crisissituaties variëren in termen van beschikbaar bewijs van fouten, de eventuele controle erop en de interpretaties van de aanklager en de geïdencieerde actor. Ten tweede variëren de cases in het type van de actor. Elke theoretische crisissituatie behelst twee cases met telkens één individu en één organisatie als geïdencieerde actor. Een derde selectie criterium is dat de crises recent zijn. Alle cases vonden plaats binnen een onderzoeksperiode van anderhalf jaar: van januari 2008 tot en met juni 2009. Een laatste criterium is dat de crises in België plaatsvonden.

De duur van een mediahype is afhankelijk van de case. De duur wordt echter niet voor elke crisis afzonderlijk geanalyseerd maar gestandaardiseerd op drie weken. Op die manier kunnen we de

crises beter met elkaar vergelijken. Drie weken is de gemiddelde duur van een mediahype (Elmelund-Præstekær & Wien, 2008, 262).

Hieronder volgt een kort overzicht van de geselecteerde cases per crisissituatie.

### **Betichtingsituatie**

#### **De verkoop van Fortis-aandelen met Karel De Gucht**

De vrouw van Minister van Buitenlandse Zaken, Karel De Gucht, verkoopt op 3 oktober 2009 een pakket Fortis-aandelen van haar moeder. Deze verkoop gebeurt precies enkele uren voordat de regering bekendmaakt dat de Fortis-bank ontmanteld wordt. Er zijn vermoedens dat Karel De Gucht zijn vrouw heeft getipt over de benarde situatie van Fortis. Bewijzen van mogelijke inmenging en voorkennis zijn er niet.

#### **De affaire-Vijnck met Jean-Marie Dedecker**

Deze crisis behelst twee verschillende cases in dit onderzoek. Enerzijds komt de affaire-Vijnck voor in de betichtingsituatie met Jean-Marie Dedecker als geïmpliceerde politieke actor. Anderzijds wordt de affaire als een blamagesituatie beschouwd als we Bart Somers als geïmpliceerde politieke actor nemen.

Op 6 mei 2009 vangt de crisis aan. Op die dag komt het bewijs van een afsprakennota tussen Dirk Vijnck en de voorzitter van Open VLD, Bart Somers, boven water. Vijnck was eerder van de partij Lijst Dedecker naar de Open VLD overgelopen waarbij een nota wordt opgesteld die zowel financiële als carrièregerichte gunsten voor Vijnck belooft. Nadien loopt Vijnck terug over van Open VLD naar Lijst Dedecker. Jean-Marie Dedecker toont het bewijs van de afsprakennota. Deze 'omkooppraktijken' worden niet getolereerd binnen de politiek. Somers wordt voor deze praktijken aangeklaagd. Op zijn beurt wordt Dedecker er ook van verdacht afspraken te hebben gemaakt met Vijnck. Bewijzen van afspraken tussen Jean-Marie Dedecker en Dirk Vijnck zijn er echter niet.

### **Controlesituatie**

#### **De zaak Koekelberg met Patrick Dewael**

Fernand Koekelberg, commissaris-generaal van de politie, promoveert en benoemt in 2007 twee secretaresses op een onwettelijke manier. Gewezen Minister van Binnenlandse Zaken Patrick Dewael is bevoegd voor de federale politie. Dewael is een geïmpliceerde politieke actor in de zaak. Zijn handtekening staat immers onder de contractuele benoeming van de secretaresses. Hij wordt ervan verdacht dat hij op de hoogte was van de onwetmatigheden. Er zijn echter geen bewijzen van zijn potentiële medeplichtigheid in de zaak.

#### **De zaak Belliraj met Jo Vandeurzen**

Belliraj is een terrorist die in ons land zes moorden pleegde in de jaren tachtig. Er vangt een crisis aan wanneer in de media uitlekt dat Belliraj jarenlang een informant was van de Belgische

Staatsveiligheid. Daardoor staat de reputatie van de Staatsveiligheid op het spel. De gewezen Minister van Justitie, Jo Vandeurzen, wordt geïmagineerd en moet duidelijkheid scheppen in de zaak.

### **Standaardensituatie**

#### **Het snoepreisje met José Happart**

Op 4 april 2009 vertrekt een achtkoppige delegatie van het Waals parlement naar het zuiden van de Verenigde Staten voor een tweejaarlijkse studiereis. De echtgenoten van de parlementsleden reizen mee. De studiereis omvat enkele officiële bezoeken maar er worden ook toeristische uitstappen gemaakt. De geïmagineerde actor in deze zaak is de delegatie van het Waals parlement. De reacties van de voorzitter van het Waals parlement, José Happart, worden geanalyseerd. De reis zet kwaad bloed in België en vooral dan in Wallonië. De publieke opinie aanvaardt niet dat parlementsleden met hun echtgenoten een snoepreisje maken op kosten van de belastingbetaler. Zulke reizen worden echter jaarlijks gedaan en ze behoren tot de portefeuille van het parlement. De publieke opinie is echter gevoelig voor zulke zaken in tijden van economische crisis. De aanklager en de geïmagineerde actor interpreteren de zaak op een verschillende manier.

#### **Het Conflict tussen Congo en België met Karel De Gucht**

Minister van Buitenlandse Zaken, Karel De Gucht, spreekt zich kritisch uit over Kabila, de Congolese president. De meningen van De Gucht en Kabila zijn sterk uiteenlopend als het gaat om Congo en zijn bevolking. Op 24 mei 2008 hoort Kabila op een Waalse televisiezender nog maar eens een kritische uitspraak van De Gucht over Congo. Dit is voor Kabila de spreekwoordelijke druppel. Hij beslist om de ambassadeur van Congo in België terug te roepen en het Congolese consulaat in Antwerpen te sluiten. Een crisis tussen Congo en de Belgische regering is een feit. De geïmagineerde actor is de federale regering van België met Karel De Gucht als verantwoordelijke voor Buitenlandse Zaken.

### **Blamagesituatie**

#### **sp.a-crisis met Caroline Gennez**

De crisis binnen de partij sp.a vangt aan op 13 januari 2009. Op die dag verkondigt de politicus Bert Anciaux in de krant De Morgen dat hij lid wordt van sp.a. Zijn overgang gaat gepaard met een naamsverandering van de partij die hijzelf aankondigt. De geïmagineerde actor is niet Anciaux, maar Caroline Gennez, voorzitter van sp.a. Zij spreekt in naam van de partijtop. De aanklagers beschuldigen Gennez van verschillende zaken. Ten eerste zijn ze niet gediend met de komst van Anciaux. Ze verdenken hem van 'postjespakkerij'. Ten tweede maakt Gennez de fout om niet zelf de naamsverandering aan te kondigen maar dit te laten doen door Anciaux. Ten derde zijn de aanklagers boos omdat geen enkel sp.a-lid wist dat een naamsverandering zou plaatsvinden.

### **De affaire-Vijnck met Bart Somers**

De crisis begint op 6 mei 2009 wanneer Jean-Marie Dedecker het bewijs van een afsprakennota toont tussen Dirk Vijnck en de voorzitter van Open VLD, Bart Somers (zie hierboven: de affaire-Vijnck met Jean-Marie Dedecker). Deze 'omkooppraktijken' worden niet getolereerd binnen de politiek. Het gevolg is een moddergevecht tussen beide liberale partijen. De geïmpliceerde actor in deze case is de voorzitter van Open VLD, Bart Somers.

## 9 Resultaten

---

**Hypothese 1 – In een grote crisis krijgt de geviseerde politieke actor meer kans om te reageren in de media dan in een kleine crisis.**

n = 1016		GEMIDDELD AANTAL ZINNEN PER CRISIS	GEMIDDELD AANTAL ZINNEN PER KRANTENARTIKEL
GROOTTE CRISIS	Klein	67	1,3
	Groot	147	0,8
	Totaal	127	0,8

Tabel 3: Grootte van de crisis aan de hand van het gemiddeld aantal zinnen

Om deze hypothese te toetsen, vergelijken we het gemiddeld aantal zinnen van de kleine crisis met die van de grote crisis. De tweede kolom van Tabel 3 geeft het gemiddeld aantal zinnen van de geviseerde actor weer per crisis. Per crisis worden drie weken geanalyseerd dus de resultaten tonen het aantal zinnen binnen deze tijdsperiode. Deze cijfers zijn uitgedrukt in absolute termen. Het gemiddelde in een kleine crisis is lager (67) dan in een grote crisis (147). Deze resultaten wijzen erop dat de geviseerde actor in een grote crisis dubbel zoveel de kans krijgt om te reageren dan in een kleine crisis. Als we de grootte van de crisis buiten beschouwing laten, worden gemiddeld 127 zinnen per crisis geciteerd in de Vlaamse kranten. Het is ook mogelijk om de resultaten te interpreteren in relatieve termen. Op die manier bekomen we een heel ander resultaat. Hoeveel zinnen uiten actoren gemiddeld per krantenartikel? Als we voor elke case het aantal zinnen delen door het aantal krantenartikels krijgt men het cijfer in de derde kolom van Tabel 3. In een kleine crisis spreekt een geviseerde actor gemiddeld een beetje méér dan één zin uit (1,3). In een grote crisis spreekt de actor gemiddeld een beetje minder dan één zin uit (0,8). In verhouding tot de grootte van de crisis krijgt de geviseerde actor in een kleine crisis meer kansen dan in een grote crisis om te reageren. In een kleine crisis openen de 'gates' van de media zich als het ware voor de geviseerde actor. De media zijn vooral geïnteresseerd in de reactie van de geviseerde actor en veel minder in andere bronnen. Het aandeel van reacties van de actor ten opzichte van alle informatie in een krantenartikel is meer dan in een grote crisis. In grote crises is er veel meer concurrentie van andere politieke actoren die willen reageren. De 'gates' van de media zijn niet enkel geopend voor de geviseerde actor maar voor verschillende actoren. Bovendien bieden media in grote crises meer achtergrondinformatie. Hypothese 1 kan dus zowel bevestigd als verworpen worden. Het wordt bevestigd als we spreken in absolute termen en het wordt verworpen als we spreken in relatieve termen. Maar wat is nu belangrijker voor een geviseerde actor in een crisis? Is het voor de actor gunstiger dat hij veel media-aandacht krijgt maar met 'concurrentie' van andere actoren? Of is het voor hem beter dat hij minder media-

aandacht krijgt maar zonder veel ‘concurrentie’? Over het algemeen staan politici graag in de mediabelangstelling. Als we redeneren vanuit het standpunt van de politicus is het gunstiger om meer media-aandacht te krijgen. Daarom wordt in dit geval geopteerd om deze resultaten te interpreteren in absolute termen. Hypothese 1 wordt bevestigd: in een grote crisis krijgt de geviseerde actor meer kans om te reageren in de media. Uit deze hypothese kan bovendien afgeleid worden dat het gunstiger is voor de geviseerde actor als de crisis groot is. In dat geval krijgt de actor veel media-aandacht en kan de crisis opportuniteiten opleveren.

**Hypothese 2 – De verschillende crisisreacties variëren in frequentie waarbij de verantwoording het meeste voorkomt.**

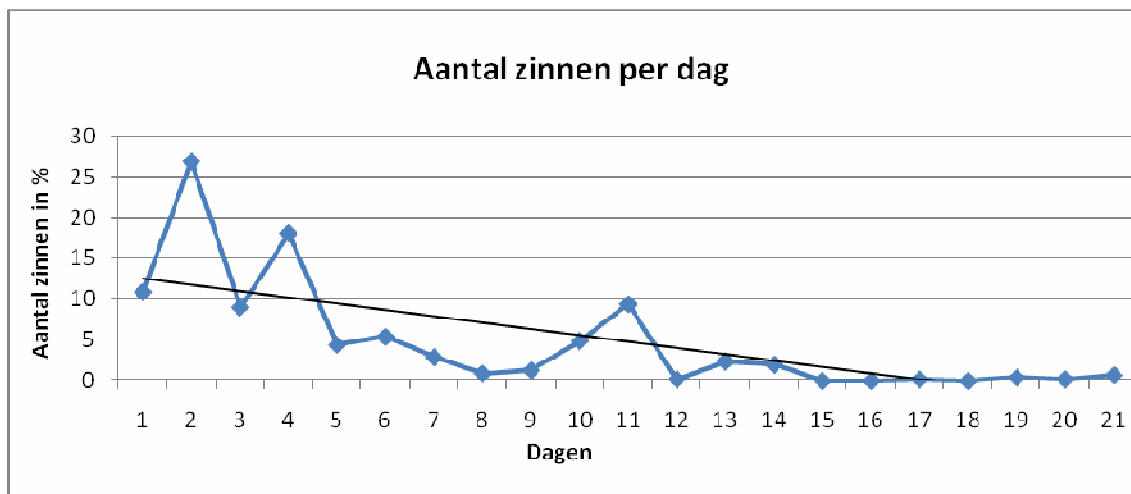
n = 1016		FREQUENTIE	
		n	%
CRISISREACTIE	Ontkenning	266	26,2
	Excuus	265	26,1
	Verantwoording	287	28,3
	Toegeving	198	19,5
	Totaal	1016	100,0

Tabel 4: Frequentie van de zinnen per crisisreactie

Bovenstaande tabel (Tabel 4) toont de frequenties van de verschillende crisisreacties. De relatieve frequenties (%) maken het mogelijk het aandeel van de crisisreacties goed met elkaar te kunnen vergelijken. Het is opmerkelijk dat er geen grote verschillen bestaan tussen het voorkomen van de verschillende crisisreacties. Alle reacties schommelen tussen de 20% en 30%. De minst voorkomende reactie is de toegeving (19,5%). Actoren vermijden liever om volledig toe te geven. Als er argumenten zijn om hun aandeel in de fout te minimaliseren of te ontkennen, zullen die argumenten ook aangehaald worden. Volledig schuld bekennen als politicus is namelijk jezelf ‘in de boeien slaan’. Daarom komt deze crisisreactie minder voor dan de andere reacties. De ontkenning en het excuus komen beiden in 26% van het totaal aantal reacties voor. De verantwoording is de reactie die het meest voorkomt. Deze komt in 28% van de reacties voor. De verantwoording als meest voorkomende reactie valt te verklaren. Ten eerste omvat de codering van de verantwoording verschillende subreacties zoals de ontkenning en minimalisatie van de schade, transcendentie (recht op zelfrealisatie, loyaliteiten), nadruk op fouten van anderen enzovoort. Onder verantwoording wordt bijgevolg veel verstaan. Ten tweede wordt bij een verantwoording de situatie geherformuleerd in termen van de geviseerde actor. Vooral politieke actoren die een bepaald gezag uitoefenen in de maatschappij staan in een gunstige positie om de situatie te herdefiniëren, te herkaderen en zichzelf van de situatie te ontbinden. De fout wordt

erkend door de actor maar de schade wordt gerelativeerd en geminimaliseerd. Hij interpreteert de crisis vanuit een bepaald standpunt en hoopt dat deze interpretatie door de publieke opinie wordt overgenomen. Daarbij is de verantwoording de geschikte reactiestrategie. Deze reactie komt dan ook het meeste voor waardoor we de tweede hypothese kunnen bevestigen.

**Hypothese 3 – Het aantal reacties van de geïsoleerde politieke actor neemt af doorheen de tijd.**



Figuur 2: Evolutie in de frequentie zinnen. n = 1016

De frequentie van de reacties is niet gelijk verdeeld over de 21 dagen die per case geanalyseerd werden. In Figuur 2 valt op dat er een dalende evolutie is van de frequentie van het aantal zinnen per dag. De trendlijn in de grafiek die de tendens aantoont, daalt. Op dag 1 wordt 11% van alle reacties gedaan. Tegen de verwachting in wordt er op die eerste dag nog niet veel gereageerd. De verklaring voor dit fenomeen is dat dag 1 de dag is waarop de actor voor het eerst wordt geïsoleerd. De media verwachten van actoren een instant reactie. Meestal willen of kunnen geïsoleerde actoren echter nog niet reageren omdat ze de situatie nog moeten plaatsen. Dag 2 vertoont een piek in de resultaten. Van alle 21 dagen wordt op deze tweede dag het meest gereageerd: 27% van alle reacties. Het is als het ware de communicatiedag bij uitstek. Deze resultaten betekenen dat geïsoleerde actoren niet 'instant' reageren maar er eerst 'een nachtje over slapen'. Binnen de partij of organisatie van de geïsoleerde actor kan een beraadslaging plaatsvinden vooraleer de actor in de media reageert. De grafiek wijst op een daling in de reacties op dag 3 (9%). Op dag 4 is er terug een stijging tot 18%. Die stijging is vooral te wijten aan één specifieke case, namelijk de zaak Koekelberg met Patrick Dewael als geïsoleerde actor. De dag waarop de crisiscommunicatie plaatsvindt, is dag vier. Deze case wijkt daarom af van het patroon van dag 2 als communicatiedag. Op dag 4 heeft Dewael 91% van al zijn reacties (verdediging voor zijn potentiële medeplichtigheid in de zaak Koekelberg) gedaan. Deze case staat in voor 13% op dag 4. Dit wil zeggen dat de overige 5% van de reacties op die dag van de

andere zeven cases komen. Die 5% ligt dichterbij de trendlijn dan 13%. Dit wijst erop dat het patroon (ongeveer 5%) doorbroken wordt door de zaak Koekelberg. Op de zes dagen die volgen (dag 5 tot en met dag 10) neemt de frequentie in reacties af. Het aantal reacties schommelt tussen 1% en 5%. Op dag 11 wordt terug opmerkelijk veel gereageerd: 9,4% van alle reacties. Deze derde piek is hier te wijten aan de sp.a-crisis met Caroline Gennez als geïnterviewde actor. Op die dag verschijnen uitgebreide interviews met de voorzitter in de kranten De Standaard en Het Nieuwsblad. Deze interviews bevatten vele reacties (68 zinnen) waarin Gennez reageert op de beschuldigingen. Vanaf dag 12 tot dag 21 wordt niet meer veel gereageerd. Hier en daar verschijnen nog enkele 'oneliners' die herhaald worden van in het begin van de crisis. Of het gebeurt dat actoren nog enkele uitspraken doen over de beschuldigingen in een interview. De media besteden meer aandacht aan de gevolgen en de achtergrond van de crisis. Uiteindelijk dooft de mediahype uit. Hypothese 3 die stelt dat de frequentie in crisisreacties afneemt doorheen de tijd kunnen we dus helemaal bevestigen.

Uit de resultaten blijkt dat er drie pieken zijn in de evolutie van de frequentie in het aantal zinnen. De grootste en belangrijkste piek vinden we terug in alle cases. Deze piek komt voor op dag 2. Deze dag kan beschouwd worden als de communicatiedag bij uitstek. De twee andere pieken die volgen, zijn eerder te wijten aan toevalligheden door de selectie van de cases. De ene piek (dag 4) wordt veroorzaakt door een case waarbij de crisiscommunicatie significant later gebeurt. De andere piek (dag 11) komt door één case waarbij enkele interviews met een groot aantal zinnen doorwegen. Deze resultaten relativeren de steekproef. Bepaalde krantenartikels kunnen doorwegen in de resultaten omdat interviews van de geïnterviewde actor veel zinnen van crisiscommunicatie kunnen inhouden. Van alle krantenartikels (1231) zijn er tien interviews (tien krantenartikels) met in totaal 210 zinnen met reacties op de crisis. Een suggestie voor verder onderzoek is de interviews met de geïnterviewde actor uit de steekproef te halen.

**Hypothese 4 – Tussen de crisissituatie en de crisisreactie is er een overeenstemming.**

n = 1016 Cramer's V = 0,575*** Spearman = 0,502***		CRISSITUATIE			
		Betichtingsituatie	Controlesituatie	standaardensituatie	Blamagesituatie
CRISISREACTIE	<b>Ontkenning</b>	160 100,0%	2 1,0%	30 18,0%	74 15,2%
	<b>Excuus</b>	0 0,0%	134 66,7%	1 0,6%	130 26,6%
	<b>Verantwoording</b>	0 0,0%	65 32,3%	129 77,3%	93 19,1%
	<b>Toegeving</b>	0 0,0%	0 0,0%	7 4,2%	191 39,1%
	<b>Totaal</b>	160 100,0%	201 100,0%	167 100,0%	488 100,0%

Tabel 5: kruistabel met de crisissituaties en de crisisreacties (\*\*\*) = significant tot op 0,000)

Hypothese 4 toetst het normatieve Corporate Communicative Response Model van Bradford en Garrett. Tabel 5 geeft een kruistabel weer met in de kolommen de crisissituaties en in de rijen de verschillende crisisreacties. Om hypothese 4 te kunnen bevestigen, kijken we binnen elke crisissituatie (binnen elke kolom) welke reactie het meest voorkomt. Dit wil zeggen dat we kijken naar het hoogste percentage. Niet de absolute cijfers maar de percentages worden bestudeerd om de verschillende verbanden goed met elkaar te kunnen vergelijken. In de betichtingsituatie is het duidelijk: in 100% van de gevallen ontkent de actor de situatie. In de controlesituatie heeft het excuus als reactie het hoogste percentage (66,7%). De verantwoording is de populairste reactie (77,2%) in een standaardensituatie. In een blamagesituatie ten slotte wordt in de meeste gevallen de situatie toegegeven (39,1%). De crisissituatie en de crisisreactie kunnen als nominale variabelen geanalyseerd worden. De geschikte toets om het verband tussen twee nominale variabelen te bestuderen, is Cramer's V. Deze toets vergelijkt de verwachte waarden (berekend op basis van kansrekening) met de geobserveerde waarden. Dit verband bedraagt hier 0,575 en is significant tot op 0,000. Dit wijst erop dat er tussen beide variabelen een significant verband bestaat. In dit onderzoek worden beide variabelen echter op ordinaal niveau geanalyseerd omdat ze geordend kunnen worden volgens bewijzen in de feiten en de intensiteit van de schuldbekentenis. Een correlatiemaat voor variabelen op ordinaal niveau is Spearman. Deze bedraagt 0,502 en is significant tot op 0,000. Als we dit verband vergelijken met het berekende verband door Cramer's V merkt men op dat er geen wezenlijk verschil bestaat. Een significant verband tussen de crisissituatie en de crisisreactie is er dus effectief. Volgens het model van Bradford en Garrett betekent dit resultaat dat de politieke actoren overeenstemmend hebben

gereageerd. De actoren hebben gereageerd zoals de theorie het voorlegt. In een crisis hebben ze over het algemeen adequaat gecommuniceerd. Hypothese 4 kan volledig bevestigd worden.

***Hypothese 5 – De mate van overeenstemming tussen de crisissituatie en de crisisreactie varieert per crisissituatie.***

Voor de toetsing van deze hypothese wordt ook Tabel 5 geanalyseerd. De percentages binnen de crisissituaties worden geanalyseerd. Niet enkel het hoogste percentage moet in acht worden genomen maar alle percentages per crisissituatie worden met elkaar vergeleken.

De betichtingsituatie is de eerste crisissituatie. Elke categorie van de onafhankelijke variabele 'crisissituatie' is niet gelijk verdeeld over de categorieën van de afhankelijke variabele 'crisisreactie'. In alle gevallen (100%) reageert de geïsoleerde politieke actor met een ontkenning. De waarnemingen zijn geconcentreerd in één categorie van de afhankelijke variabele. Dit wil zeggen dat de actor nooit toegeeft, zich nooit verantwoordt of nooit een excuus opgeeft als hij zich in een situatie bevindt waar er geen bewijzen zijn van een fout. De actor legt de nadruk op het feit dat de situatie zich niet heeft voorgedaan. Dit is een logische redenering want waarom zou een actor zich verantwoorden voor feiten die zich niet hebben voorgedaan? Waarom zou hij onnodig zijn reputatie op het spel zetten?

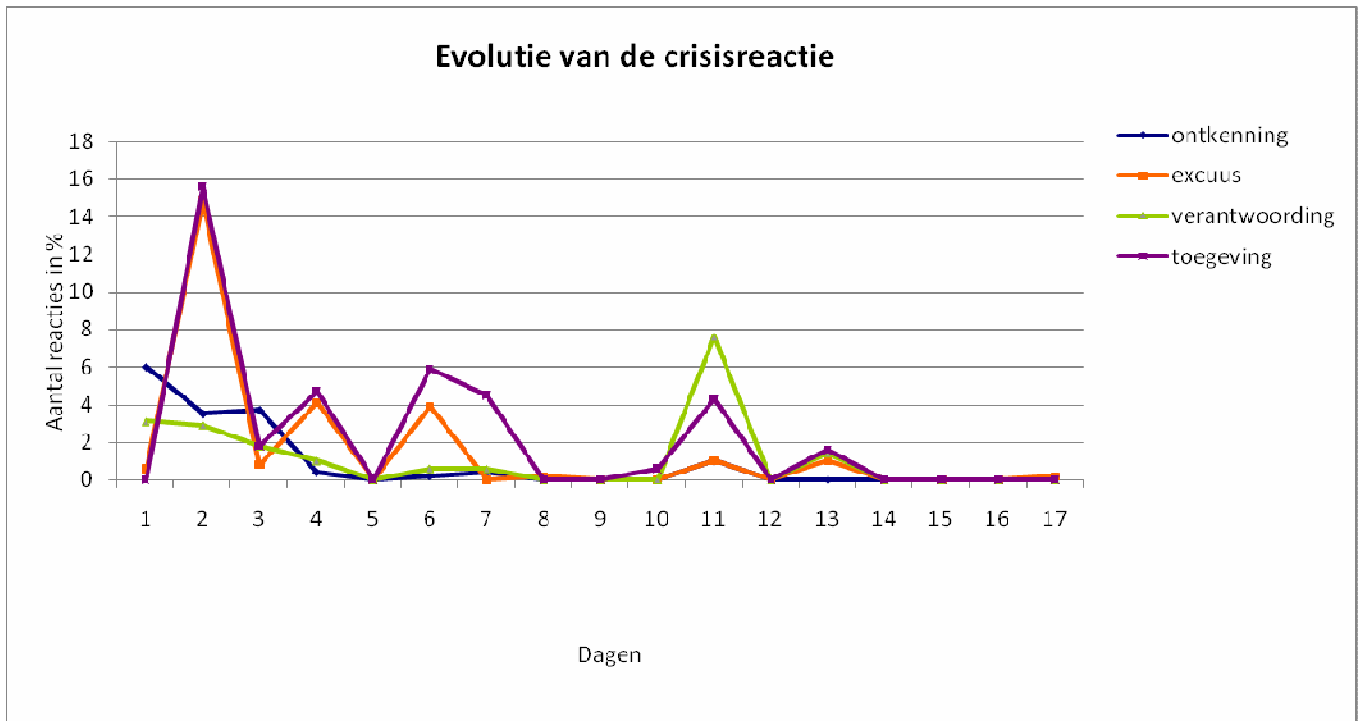
De tweede crisissituatie is de controlesituatie waar er geen bewijs is dat de actor controle kon uitoefenen op de situatie. Uit de resultaten blijkt dat de actor in deze situatie meestal een excuus opgeeft. Daarmee beweert de actor dat hij geen controle kon uitoefenen op de situatie. Dit gebeurt in twee derde van de gevallen. In de overige gevallen (één derde) verantwoordt de actor zich. Nagenoeg nooit geeft de actor de situatie helemaal toe of ontkent hij alles. In deze situatie geeft de actor toe dat de gebeurtenis heeft plaatsgevonden of dat hij een fout heeft gemaakt maar hij gaat zijn aandeel in de situatie weerleggen (excuus) of minimaliseren (verantwoording). De actor focust op die argumenten die zijn reputatie kunnen beschermen.

In de standaard situatie wordt verwacht dat de actor zich verantwoordt. In drie vierde van de gevallen wordt dit in de empirie waargenomen. De interpretaties van de aanklager komen niet overeen met de interpretaties van de geïsoleerde actor. In de reacties wordt daarop de nadruk gelegd. De geïsoleerde actor tracht aan de hand van argumenten gelijk te krijgen en zijn interpretatie aan de feiten 'mainstream' te maken. In bijna één vijfde van de gevallen (18%) doet de actor nog pogingen om de situatie te ontkennen. Meestal vindt die ontkenning plaats in het begin van de crisis. Op dat moment beseffen de actoren nog niet goed dat er een crisis is. Ze proberen zo de hele zaak te ontkennen en te doen alsof ze van niets weten. Het gebeurt ook dat de geïsoleerde actor de schuld doorschuift naar de aanklagers. Slechts 4% van de reacties op de standaard situatie is een toegeving. Een voorbeeld hiervan is de Waalse Kamervoorzitter José Happart die zegt dat ondanks alles, hij de verantwoordelijkheid neemt voor de studiereis.

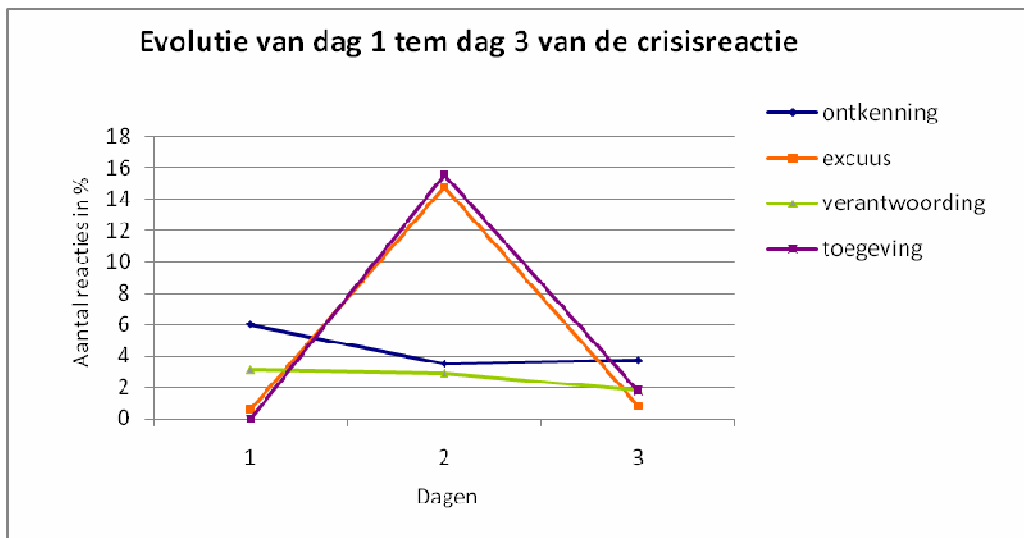
De blamagesituatie is een situatie waar de bewijzen van een fout en controle erop er zijn en de interpretaties van de geïnterviewde actor en de aanklager overeenkomen. Alle crisisreacties komen voor. De waarnemingen zijn ongeveer gelijkmatig verdeeld over de categorieën van de afhankelijke variabele. De verwachting is dat de actor de situatie toegeeft. Dit is zo in bijna 40% van de gevallen. In alle andere crisissituaties reiken de verwachte reacties steeds ver boven de 50% uit in de empirie. In de blamagesituatie is het hoogste percentage echter lager dan 50%. Toch is deze reactie de meest gebruikte. De overige reacties variëren over de andere crisisreacties heen. De ontkenning komt voor in 15% van de gevallen. Dit percentage is toch relatief hoog in deze situatie waar de politieke actor eigenlijk geen weg op kan. Bijna 20% verantwoordt zich. Eén vierde van de reacties zijn excuses. De hoge variëteit aan reacties binnen deze crisissituatie valt te verklaren aan de onzekerheid die er heerst in tijden van crisis. In een situatie waar er bewijzen zijn dat de actor in de fout is gegaan, kan de actor als het ware geen kant op. In feite kan hij geen argumenten aanhalen die de ernst van de situatie kunnen verzwakken. De actor denkt aan zijn eigen reputatie, aan die van zijn partij of overste, aan de publieke opinie, aan de media enzovoort. De actor slaat in zijn reactie als het ware in het wilde weg en uit verschillende en tegenstrijdige reacties. Hij zoekt naar aspecten die zijn reputatie kunnen redden. De actor maakt gebruik van alle mogelijke argumenten om zo weinig mogelijk aan gezichtsverlies te lijden.

De vijfde hypothese die stelt dat de mate van overeenstemming tussen de crisissituatie en de crisisreactie varieert, kan bevestigd worden.

**Hypothese 6 – In de blamagesituatie evolueren de verschillende crisisreacties doorheen de tijd.**



Figuur 3: Evolutie in de crisisreacties op de blamagesituatie. n = 488



Figuur 4: Evolutie van dag 1 tem dag 3 in de crisisreacties op de blamagesituatie. n = 488

De twee cases in de blamagesituatie zijn de sp.a-crisis met Caroline Gennez als geviseerde politieke actor en de affaire-Vijnck met Bart Somers als geviseerde actor.

De blamagesituatie is een opmerkelijke situatie omdat de reacties op deze situatie sterk verschillen in vergelijking met de andere situaties. De reacties op deze situatie variëren namelijk

sterk; er is weinig overeenstemming. Het is daarom interessant om de verschillende reacties op de blamagesituatie te bestuderen doorheen de tijd. Figuur 3 biedt een overzicht van de evolutie in de crisisreacties doorheen de tijd. Het opmerkelijkste in deze grafiek is het begin van de crisis: dag 1 tot en met dag 3. Figuur 4 focust specifiek op deze drie dagen.

Figuur 4 geeft de evolutie weer van dag 1 tot en met dag 3. De reacties op dag 1 zijn 'instant' reacties en dit blijkt ook uit de resultaten. De meest voorkomende reactie op dag 1 is de ontkenning (6% van alle reacties op de blamagesituatie). In een situatie waarbij de actor in feite geen weg op kan (alle bewijzen van fouten en controle zijn er), probeert hij de zaken nog te ontkennen. De actor wordt geconfronteerd met een crisis waarin hij geïsoleerd wordt. Hij begint instinctief te ontkennen omdat hij denkt dat op die manier de zaak gesloten wordt. Na de ontkenning komt de verantwoording het meeste voor, dit in 3% van de reacties. Deze instant reactie is er één van minimalisering en relativisering. De toegeving die in feite de geschikte reactie is in deze situatie wordt helemaal niet gebruikt (0%).

Op dag 2 verandert de crisiscommunicatie compleet. Na een nachtje slaap of na een beraadslaging binnen de partij of organisatie ziet de actor de ernst van de zaak in en beseft dat zijn reputatie op het spel staat. Op deze dag reageert de actor zeer veel met excuses en toegevingen. De 'mea culpa' heerst. Op deze dag wordt nog aanzienlijk veel ontkend (4%) en verantwoordingen gesteld (3%) maar minder dan op dag 1. Zoals hierboven al is aangehaald, zien we, ook specifiek voor de blamagesituatie, weer de communicatiedag op dag 2. Vanaf dag 3 worden alle reacties door elkaar gebruikt. Ze schommelen tussen 1% en 4%.

Voor de dagen 4 tot en met het einde van de mediahype wordt weer Figuur 3 bestudeerd. In de grafiek zijn geen spectaculaire pieken meer te zien. De frequentie in reactie neemt drastisch af op dag 2. Het opmerkelijke is dat de ontkenning die op de eerste dag nog vaak werd gesteld helemaal naar het nulpunt verdwijnt. De reacties die nog zorgen voor enkele fluctuaties zijn de verantwoording, het excuus en de toegeving.

De opmerkelijke evolutie van de verschillende crisisreacties op de blamagesituatie doorheen de tijd valt te verklaren aan de potentiële evolutie in crisissituatie. De blamagesituatie is de meest ernstige situatie. Alle bewijzen van fout en controle zijn er. Het kan echter zijn dat er in het begin van de crisis geen bewijzen waren van fout en controle. Dan was het in het begin in feite een betichtingsituatie. Dat de actor op de eerste dagen de situatie nog ontkent, is dan een logisch gevolg. Naarmate nieuwe elementen (nieuwe bewijzen) worden toegevoegd aan de crisis evolueert de situatie naar een andere crisissituatie. De actor past op die momenten zijn crisiscommunicatie aan. De evolutie van een betichtingsituatie naar een blamagesituatie kan zich rekken over een lange periode. In de politiek komt dit vaak voor omdat in vele gevallen onderzoekscommissies worden ingezet om gebeurtenissen te bewijzen. De zesde hypothese die zegt dat de crisisreacties op een blamagesituatie evolueren doorheen de tijd kunnen we volledig aannemen.

**Hypothese 7 – Als een organisatie de geviseerde actor is, dan bestaat er meer overeenstemming tussen de crisissituatie en de crisisreactie dan wanneer een individu de geviseerde actor is.**

n= 1016 Cr. V IND = 0,669*** Cr. V ORG = 0,577*** Spearm. IND = 0,585*** Spearm. ORG = 0,441**		CRISISSITUATIE							
		Betichtingsituatie		Controlesituatie		Standaardensituatie		Blamagesituatie	
CRISIS- REACTIE		IND	ORG	IND	ORG	IND	ORG	IND	ORG
	<b>Ont- kenning</b>	96 100,0%	64 100,0%	2 1,4%	0 0,0%	2 5,3%	28 21,7%	21 9,7%	53 19,5%
	<b>Excuus</b>	0 0,0%	0 0,0%	79 54,1%	55 100,0%	1 2,6%	0 0,0%	83 38,4%	47 17,3%
	<b>Verant- woording</b>	0 0,0%	0 0,0%	65 44,5%	0 0,0%	34 89,5%	95 73,6%	4 1,9%	89 32,7%
	<b>Toe- geving</b>	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 2,6%	6 4,7%	108 50,0%	83 30,5%
	<b>Totaal</b>	96 100,0%	64 100,0%	146 100,0%	55 100,0%	38 100,0%	129 100,0%	216 100,0%	272 100,0%

Tabel 6: kruistabel met de crisissituaties en de crisisreacties per actor (\*\*\*) = significant tot op 0,000)

Bovenstaande tabel (Tabel 6) is dezelfde als Tabel 5 maar in deze tabel wordt de variabele 'actor' specifiek onderverdeeld in 'individu' en 'organisatie'. Op deze manier kunnen we hypothese 7 toetsen. De relatieve cijfers binnen elke crisissituatie worden voor 'individu' en 'organisatie' bekeken. Binnen elke categorie van de crisissituatie worden de reacties van het individu met die van de organisatie vergeleken. De toets Spearman die de correlatie tussen de crisissituatie en de crisisreactie berekent, bedraagt voor het individu 0,585 en is significant. Voor de organisatie bedraagt die toets 0,441 en is ook significant. Afzonderlijk voor beide actoren is er dus een correlatie tussen de crisissituatie en de crisisreactie.

In de betichtingsituatie vertonen beide typen actoren een perfecte overeenstemming (beiden 100% voor de crisisreactie ontkenning) tussen de crisissituatie en de crisisreactie. In de controlesituatie staan de zaken anders. Het individu vertoont minder overeenstemming dan de organisatie. Op de controlesituatie reageert het individu namelijk zowel met een excuus (54%) als met een verantwoording (45%). De organisatie reageert echter enkel met het excuus (100%) wat een perfecte overeenstemming is. In de standaardensituatie is er een sterkere overeenstemming bij het individu dan bij de organisatie. Het individu reageert namelijk in 90% met een verantwoording. De reacties van de organisatie daarentegen zijn verdeeld over de

verantwoording, de ontkenning en de toegeving (respectievelijk 74%, 22% en 5%). De overeenstemming in de blamagesituatie is bij het individu sterker. In de helft van de reacties reageert deze met een ontkenning (50%). Nog een hoog percentage is het excuus (38%). De reacties van de organisatie zijn ongeveer gelijk verdeeld over de verschillende crisisreacties.

Uit de resultaten blijkt dat er geen systematisch verschil bestaat tussen de mate van overeenstemming tussen het individu en de organisatie. Slechts in één crisissituatie kan de hypothese bevestigd worden. In twee andere situaties wordt de hypothese omgekeerd bevestigd: het individu als actor vertoont meer overeenstemming dan de organisatie. In één situatie wordt er geen verschil in overeenstemming opgemerkt.

We kunnen concluderen dat we de gestelde hypothese moeten weerleggen: de organisatie vertoont niet meer overeenstemming dan het individu. Het is dus niet automatisch zo dat de organisatie adequater is dan het individu in tijden van crisis. In de politiek bestaat er nog niet zoiets als een crisiscommunicatieteam die elke reactie voorkauwt. In twee situaties kan de hypothese wel omgekeerd bevestigd worden. Het individu vertoont meer overeenstemming dan de organisatie. Dit valt misschien te verklaren door het feit dat het individu zelf zijn eigen intuïtie zal volgen als het gaat om crisiscommunicatie. Hij reageert op een consequente manier (veel overeenstemming). De organisatie is daarentegen een groep van mensen met uiteenlopende meningen. Tijdens een crisis kan de interne verdeeldheid binnen een organisatie ervoor zorgen dat de communicatie inconsequent is.

<p><b>Hypothese 1</b></p> <p>In een grote crisis krijgt de geïsoleerde politieke actor meer kans om te reageren in de media dan in een kleine crisis.</p>	Bevestigd
<p><b>Hypothese 2</b></p> <p>De verschillende crisisreacties variëren in frequentie waarbij de verantwoording het meeste voorkomt.</p>	Bevestigd
<p><b>Hypothese 3</b></p> <p>Het aantal reacties van de geïsoleerde politieke actor neemt af doorheen de tijd.</p>	Bevestigd
<p><b>Hypothese 4</b></p> <p>Tussen de crisissituatie en de crisisreactie is er een overeenstemming.</p>	Bevestigd
<p><b>Hypothese 5</b></p> <p>De mate van overeenstemming tussen de crisissituatie en de crisisreactie varieert per crisissituatie.</p>	Bevestigd
<p><b>Hypothese 6</b></p> <p>In de blamagesituatie evolueren de verschillende crisisreacties doorheen de tijd.</p>	Bevestigd
<p><b>Hypothese 7</b></p> <p>Als een organisatie de geïsoleerde actor is, dan bestaat er meer overeenstemming tussen de crisissituatie en de crisisreactie dan wanneer een individu de geïsoleerde actor is.</p>	Niet bevestigd

Tabel 7: overzicht van de hypothesen na onderzoek

## 10 Conclusie

---

In 1964 stelt Edelman dat “*all times are times that try men’s souls*”. Politici worden te allen tijde bekritiseerd, geïsoleerd en uitgedaagd. Telkens weer kan dit een bedreiging vormen voor de reputatie van de politicus in kwestie. Zowel actoren binnen als buiten de politiek provoceren en spuien kritiek. Enerzijds is de context binnen de politiek enorm conflicterend. De politieke concurrentie is er groot. Eén misstap van een politicus is al genoeg opdat de politieke concurrentie ze in de media lekt. Dan denken we aan de affaire-Vijnck. Jean-Marie Dedecker kreeg de afsprakennota tussen Vijnck en Somers onder ogen. Hij heeft van Somers’ misstap gebruik gemaakt om zijn politieke concurrent ‘uit te schakelen’. Anderzijds worden politici bekritiseerd en uitgedaagd door actoren buiten de politiek. Dan denken we aan de media, stakeholders en de publieke opinie. Het is eigen aan een democratie dat die externe actoren kritisch zijn tegenover politici. Politici zijn immers vertegenwoordigers van de bevolking en besturen de maatschappij. Verkiezingen zijn in feite een evaluatie van politici en hun reputatie. Ze zijn de materialisatie van de reputatie en de macht. Tijdens een crisis is adequate communicatie essentieel om het beeld dat de publieke opinie heeft van de geïsoleerde politicus te beïnvloeden.

Crisiscommunicatie van geïsoleerde politici is de focus van dit onderzoek. De vragen die in het begin van het onderzoek gesteld worden, krijgen een antwoord. Dit gebeurt aan de hand van kwantitatief onderzoek van 1016 uitspraken van geïsoleerde politici uit meer dan 1200 krantenartikels. De uitspraken komen uit acht recente crises in België waaronder de affaire-Vijnck.

De toch opmerkelijke crisiscommunicatie van Bart Somers in de affaire-Vijnck... Is dat nu een typisch fenomeen? Communiceren alle Belgische politici op die manier wanneer ze in een crisis geïsoleerd worden? De resultaten wijzen erop dat niet alle crisiscommunicatie van politici verloopt zoals die van Bart Somers in de affaire-Vijnck. De crisiscommunicatie hangt sterk af van verschillende factoren zoals de medialogica en de crisissituatie.

Een eerste factor waarvan de crisiscommunicatie afhangt, is de eerste stap in crisiscommunicatie: de ‘gates’ van de media passeren. Het is als het ware de voorwaarde om te kunnen communiceren. Bij crisiscommunicatie moet de politicus het brede publiek bereiken. Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat de media-aandacht in een crisis afhangt van de grootte van de crisis. Kleine crises komen in de media niet uitgebreid aan bod. Binnen het nieuwsaanbod krijgen ze weinig ruimte. De kansen die geïsoleerde politici krijgen om te reageren, zijn dan ook beperkt. Grote crises zijn daarentegen meestal mediahypes die veel media-aandacht krijgen. Veel media-aandacht betekent meer ruimte in het nieuwsaanbod. De ‘gates’ van de media zijn dan voor de geïsoleerde actor gemakkelijk te passeren. De media willen de hype gaande houden en vragen reacties van verschillende partijen in de crisis. Dit brengt met zich mee dat de geïsoleerde politicus moet opboksen tegen de reacties van anderen. Een grote crisis impliceert

dus ook meer concurrentie in de media-aandacht. Eenmaal de geviseerde politicus de 'gates' van de media heeft kunnen passeren, leggen de media toch nog beperkingen op. Er zijn beperkingen in tijd. Uit de resultaten blijkt dat politici vooral de eerste vier dagen een stem krijgen in de media. De 'gates' van de media staan wijd open aan het begin van een crisis. Op dat moment krijgt de geviseerde politicus veel kansen om zijn zeg te doen. Volgens het onderzoek is de tweede dag van de crisis de communicatiedag bij uitstek. De geviseerde politicus zal de eerste dag nog niet (veel) reageren omdat hij de situatie moet verwerken en plaatsen. De eerste dag zou hij misschien te impulsief en onberedeneerd reageren. Door er letterlijk en figuurlijk een nachtje over te slapen, geven de politici meer adequate reacties. Naarmate de tijd vordert, sluiten de 'gates' van de media zich voor reacties. De kans om te reageren is kleiner na de vierde dag van de crisis.

Een tweede stap in crisiscommunicatie is een verhaal te presenteren in de media die de reputatie van de politicus kan beschermen. Dat verhaal is niet noodzakelijk de interpretatie van de politicus. Het is een verhaal dat de publieke opinie verwacht en legitiem vindt. Dit is belangrijk om de reputatie zo weinig mogelijk te schaden. Hier gaat het dus om de inhoud van de reactie: wat is de reactie van een geviseerde politicus? Deze vraag kunnen we onderverdelen in twee deelvragen. Een eerste deelvraag is welke reactie van geviseerde politici het meeste voorkomt. De politicus kan toegeven, een excuus opgeven of de situatie ontkennen. De politicus reageert in de meeste gevallen echter met een verantwoording. In de politiek is deze reactie een populaire strategie. Door zich te verantwoorden, kan de politicus in feite nog alle kanten op. Hij houdt daarbij rekening met de publieke opinie, zijn reputatie en zijn visie op lange termijn. De verantwoording impliceert dat de politicus beslist om de situatie niet koppig te ontkennen of weemoedig toe te geven. Hij kiest voor de gulden middenweg waarbij hij de situatie in eigen handen tracht te houden. Hij relateert en minimaliseert de schade van de crisis. De crisis wordt door de geviseerde politicus op een bepaalde manier geïnterpreteerd. Aan de hand van argumenten probeert hij zijn verhaal van de crisis aan de publieke opinie op te leggen.

Een tweede deelvraag is in welke mate de reactie van de geviseerde politicus overeenstemt met de crisissituatie. De normatieve theorie van Bradford en Garrett wordt getoetst in de empirie. Die theorie stelt dat een reactie op een crisis moet afhangen van de crisissituatie. Voor elke situatie is één reactie de meest geschikte. Het publiek wil die bepaalde reactie horen. Als er een overeenstemming is tussen de situatie en de reactie heeft dit het meest positieve effect op de publieke opinie. Uit de resultaten blijkt dat de crisissituatie en de reactie erop over het algemeen overeenkomen. Dit wil zeggen dat politici globaal gezien adequaat reageren. Niet in elke crisissituatie is deze overeenstemming echter even sterk. In een crisis waar er slechts vermoedens zijn van een fout reageert de politicus op een perfect adequate manier. In deze situatie reageert de politicus zoals de theorie het voorschrijft. In een andere situatie zijn er dan wel bewijzen van een fout maar geen bewijzen dat de politicus er controle op had. In een derde situatie zijn er bewijzen van een fout en de controle erop maar de aanklager en de geviseerde politicus interpreteren de situatie op een verschillende manier. In de laatste twee situaties

reageert de politicus minder adequaat. In de meeste gevallen reageert hij zoals de theorie het voorschrijft. Hij stelt echter ook reacties die niet geschikt zijn in beide situaties. Dat de adequatie van de politicus afneemt, is te wijten aan de situatie die ernstiger is. Doordat er bewijzen zijn van een fout is het voor de politicus moeilijker om te reageren. De meest extreme situatie is diegene waar alle bewijzen van een fout en de controle erop aanwezig zijn. De aanklager en de geïmagineerde politicus interpreteren deze crisissituatie op dezelfde manier. In deze situatie slaat de crisiscommunicatie van de politicus als het ware tilt. Hij uit tegenstrijdige reacties. Terwijl de politicus de situatie op de eerste dag dat hij geïmagineerd wordt, ontkent of minimaliseert, geeft hij op de tweede dag deels of volledig toe en legt hij excuses af. Op die manier is de crisiscommunicatie niet consequent en adequaat. De affaire-Vijnck is een voorbeeld van zo'n situatie. De storm is pas gaan liggen vanaf het moment dat Somers volledig 'mea culpa' slaat. Het is die reactie die de normatieve theorie in deze situatie voorschrijft. De publieke opinie verwacht deze reactie en wil deze dan ook horen.

We kunnen uit dit onderzoek concluderen dat een geïmagineerde politicus zijn crisiscommunicatie niet helemaal in eigen handen heeft. Zo hangt de communicatie voor een deel af van de medialogica. De media bepalen immers wie aan het woord komt en vooral wanneer dat gebeurt. Daarnaast speelt de context van de crisis een belangrijke rol. De feiten van een crisis zijn er en van de politicus wordt verwacht dat hij daarop reageert. Zijn reactie op de feiten van de crisis heeft hij wel zelf in handen. De mate van adequatie van crisiscommunicatie kunnen we in feite herleiden tot het volgende: houdt de politicus die in een crisis geïmagineerd wordt rekening met de medialogica en met de feiten van de crisis? Dit onderzoek toont aan dat politici er over het algemeen mee rekening houden; in de ene situatie al beter dan in de andere. De Belgische politici kunnen natuurlijk altijd beter doen. Crises kunnen reputaties zo schaden dat strategieën voor adequate crisiscommunicatie in de politiek noodzakelijk zijn. We hopen dat we met dit onderzoek een bijdrage hebben geleverd aan de crisiscommunicatie van politici. Mogen we hopen dat politici door dit onderzoek een beetje beter bewapend zijn tegen de '*times that try men's souls*' (Edelman, 1964).

# 11 Discussie

---

## 11.1 Kritiek en suggesties voor verder onderzoek

Onderzoek is in feite nooit helemaal afgerond of perfect. Daarop is dit onderzoek geen uitzondering. Hieronder volgen enkele opmerkingen en kritiek bij dit onderzoek. Bovendien worden suggesties gedaan voor verder onderzoek. Om af te ronden, wordt gespeculeerd over de toepassing van de theorie vanuit de economische wereld op de politiek.

Dit onderzoek omvat acht cases als illustratie om uitspraken van crisiscommunicatie te analyseren. Per crisissituatie worden twee cases toegewezen. Het zijn geen theoretische cases maar ze zijn geselecteerd uit de realiteit. Elke case heeft zijn specifieke kenmerken die de resultaten kunnen vertekenen. Dit was opmerkelijk in de evolutie van de frequentie in reactie. Enkele interviews met veel uitspraken van crisiscommunicatie kunnen zwaar doorwegen in de resultaten. Dit probleem kan men op verschillende manieren oplossen. Ten eerste kunnen meer dan twee cases per crisissituatie geselecteerd worden. Op die manier worden de eigenheden van bepaalde cases opgeheven. Een tweede oplossing is om niet op zinniveau maar op artikelniveau te werken. Door elk krantenartikel te categoriseren volgens één crisisreactie gaat echter veel informatie verloren. Binnen één artikel kunnen namelijk verschillende crisisreacties voorkomen. Een derde oplossing die mijn voorkeur draagt, is om alle interviews met de geïnterviewde politicus niet in de analyse op te nemen. Op die manier wegen bepaalde krantenartikels niet door op de resultaten.

De politieke actor wordt in dit onderzoek gespecificeerd als individu of organisatie. Deze specificatie is niet voldoende afgeleid. Verder onderzoek zou specificaties kunnen maken van de politieke actor als politicus van een regeringspartij of een oppositiepartij, als partijvoorzitter of voorzitter van een parlement, als Vlaamse of Waalse politicus, als linkse of rechtse politicus enzovoort. Die verdere specificatie kan interessante inzichten opleveren in het verschil in adequatie tussen verschillende types politici.

Dit onderzoek heeft elke case toegewezen aan één bepaalde crisissituatie. Crises kunnen echter evolueren van de ene situatie naar de andere. Dit onderzoek houdt geen rekening met deze potentiële evolutie. Een suggestie voor verder onderzoek is om de evolutie in de crisisreacties te onderzoeken aan de hand van de evolutie in crisissituaties.

De cases zijn geselecteerd binnen een onderzoeksperiode van anderhalf jaar. De korte onderzoeksperiode biedt als voordeel dat de cases niet kunnen interageren of correleren met externe factoren zoals maatschappelijke verschillen in cultuur of taalgebruik. Het kan echter interessant zijn om over decennia heen te onderzoeken. Zo een grootschalig onderzoek maakt het mogelijk om zich uit te spreken over de evolutie van crisiscommunicatie doorheen de tijd.

Het effect van crisiscommunicatie op de reputatie van de actor werd in dit onderzoek niet bestudeerd. Een suggestie voor verder onderzoek is om de bevindingen over de adequatie van politici in crisis te toetsen aan de reputatie vóór en na de crisis. Het potentieel verschil in reputatie kan men nagaan op basis van de verkiezingen vóór en na de crisis.

De resultaten van de steekproef kunnen veralgemeend worden naar de populatie toe. Die generalisatie geldt dan enkel voor de onderzoeksperiode (van januari 2008 tot en met juni 2009). De steekproef van de cases is theoretisch. Voor elke categorie van de onafhankelijke variabele 'crisissituatie' werden twee crises uit de realiteit geselecteerd. De repliceerbaarheid van dit onderzoek wordt gewaarborgd door het kwantitatieve karakter van de dataverzameling. De inhoudsanalyse gebeurt aan de hand van een vooropgesteld codeerschema. Het schema is op die manier opgesteld dat het kan gebruikt worden voor verder onderzoek. Deze kan bovendien toegepast worden op alle reacties van geïnterviewde actoren op een crisis.

## **11.2 Theorie voor politieke crisiscommunicatie?**

Dit onderzoek gebruikt de theorie van crisiscommunicatie vanuit de economische wereld als norm. Kan een theorie voor de economische wereld echter zomaar toegepast worden op de politiek? Dit is een metatheoretische vraag. Waar het hier in feite om draait, is de context van de crisis. Is de context van een crisis in een bedrijf dezelfde als de context van een crisis in de politiek? Dat is het niet, er zijn immers fundamentele verschillen.

Een bedrijf is een wereld op zich. Het personeel produceert goederen voor of levert diensten aan klanten. Het doel van het bedrijf is winst maken. Binnen de economische wereld heerst er concurrentie maar die is niet zozeer zichtbaar voor de publieke opinie. Concurrenterende bedrijven beschadigen elkaar niet zo erg als in de politiek. Als in een bedrijf een crisis losbarst, wordt de reputatie bedreigd. Wie rechtstreeks verbonden is met het bedrijf (als klant, aandeelhouder, leverancier enzovoort) kan zich iets bij de crisis voorstellen. De crisis kan gevolgen hebben voor diegenen die betrokken zijn. Betrokkenen nemen een duidelijke positie in. Het gros van de bevolking is echter niet rechtstreeks verbonden met het bedrijf. Bovendien krijgen crises in bedrijven minder mediabelangstelling dan crises in de politiek. Omwille van deze redenen kan het brede publiek zich moeilijk iets bij de crisis voorstellen. Dat publiek staat onverschillig tegenover de crisis en 'kiest geen kant'. Dit betekent dat de publieke opinie zich niet bepaald gaat scharen achter de aanklager of achter de geïnterviewde actor. Meestal is het echter duidelijk dat het bedrijf in kwestie de fout heeft gemaakt. De crisiscommunicatie die uitgaat van een bedrijf is vooral gericht naar specifieke doelgroepen zoals de klanten, de leveranciers, de aandeelhouders enzovoort. De ambitie van de geïnterviewde actor is niet zozeer om het brede publiek te bereiken.

De politieke context is compleet verschillend. Het doel van de politiek is de maatschappij te besturen. De politiek is ingebed in de maatschappij en is van de mensen. De politiek is één grote wereld van verschillende ideologieën. De burgers vereenzelvigen zich met een bepaalde ideologie. De context van de politiek is enorm conflicterend. De concurrentie binnen de politiek is

voor de publieke opinie duidelijk zichtbaar: partijen bekritisieren elkaar, de regering wordt voortdurend uitgedaagd door de oppositie, achterdochtige spelletjes en moddergevechten vinden plaats enzovoort. De kleinste misstap kan door een politieke concurrent in de media gelekt worden. De politieke crisis wordt vaak een mediahype die veel mediabelangstelling krijgt. Als een politieke crisis losbarst, kan de burger er zich iets bij voorstellen. De publieke opinie kan in een politieke crisis gemakkelijker 'een kant kiezen'. De publieke opinie kiest vaak de kant van de 'underdog'. Het publiek zegt: "Hij is erin geluisd. Ze doen het allemaal". De aanklager wordt vaak aanzien als diegene die de geviseerde wil beschadigen om er zelf beter uit te komen. In de crisiscommunicatie houden de geviseerde politici vooral rekening met het brede publiek. Het is namelijk het publiek die de reputatie van de politicus vormt en hem meer of minder macht geeft bij de volgende verkiezingen.

Het verschil in context brengt met zich mee dat we de theorie van de economische wereld niet zomaar mogen toepassen op de politiek. Dit onderzoek wil benadrukken dat een specifieke theorie voor crisiscommunicatie in de politiek noodzakelijk is. Hierbij kan zowel een normatieve als een empirische theorie ontwikkeld worden. Een empirische theorie kan nagaan wanneer de crisiscommunicatie van een politicus adequaat is. De media zullen in de theorie een belangrijke factor zijn. Dit onderzoek heeft daartoe de aanleiding gegeven maar is echter gebaseerd op een theorie vanuit de economische wereld die beperkingen inhoudt. De adequatie van crisiscommunicatie kan veel preciezer bestudeerd worden als er getoetst kan worden aan een specifieke theorie voor politieke crisiscommunicatie. Naast een empirische theorie is er nood aan een normatieve theorie voor politieke crisiscommunicatie. De normatieve theorie kan voorschrijven hoe de crisiscommunicatie van politici zou moeten zijn. Die theorie kan zich grotendeels baseren op het Corporate Communicative Response Model van Bradford en Garrett. De crisissituaties en crisisreacties van het model kan men overnemen. De indicatoren voor de situaties en reacties moeten echter aangepast worden aan de politieke context.

Als er specifieke theorieën worden ontworpen voor crisiscommunicatie in de politiek zullen politici meer aandacht besteden aan hun communicatie als zij gevisieerd worden in een crisis. Meer zorg en aandacht voor de communicatie zal resulteren in adequatere crisiscommunicatie. Theorieën voor politieke crisiscommunicatie zijn noodzakelijk. Die theorieën bestaan echter niet. Ik hoop dat de aanleiding met dit onderzoek gegeven is.

## 12 Bibliografie

---

- Allen, M. W., & Caillouet, R. H. (1994). Legitimaton endeavors : Impression management strategies used by an organization in crisis. *Communication monographs*, 61, 44-62.
- Baumgartner, F. R., Jones, B. D., & Leech, B. L. (1997). Media attention and congressional agendas. In: S. Iyengar & R. Reeves (Eds.), *Do the media govern? Politicians, voters and reporters in America*. (pp. 349-363). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Benoit, W. L. (1995). *Accounts, excuses and apologies. A theory of Image Restoraton Strategies*. Albany: State University of New York Press.
- Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16, 209-230.
- Bradford, J. L., & Garrett, D. E. (1995). The effectiveness of corporate communicative responses to accusations of unethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 14, 875-892.
- Burnham, P., Lutz, K. G., Grant, W. & Layton-Henry, Z. (2008), *Research Methods in Politics*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Coombs, W. T. (1994). Crisis management paradigms: The unfinished agenda. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sydney, Australia.
- Coombs, W. T. (1999b). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Downs, A. (1972). Up and down with ecology. The issue attention cycle. *Public Interest*, 28 (1), 38-50.
- Edelman, M. (1964). *The Symbolic Uses of Politics*. London: University of Illinois Press.
- Edelman, M. (1988). *Constructing the political spectacle*. Chicago: University of Chicago Press.
- Elmelund-Praestekaer, C., & Wien, C. (2008). What's the Fuss About? The Interplay of Media Hypes and Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13, 247-266.
- Fiske, J. (1994). *Media matters: everyday culture and political change*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hart, P. (1997). *Crisis in het nieuws: samenspel en tegenspel tussen overheid en media*. Deventer: Kluwer.
- Hart, P., & Rosenthal, U. (1990). *Kritieke momenten. Studies over Besluitvorming in Moeilijke Omstandigheden*. Arnhem: Gouda Quint Publishers.
- Heath, R. L. (2004). Crisis Preparation: Planning for the inevitable. In: D. P. Millar, & R. L. Heath (Eds.), *Responding to crisis. A rhetorical approach to crisis communication*. (pp. 33-35). London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Heath, R. L. (2004). Telling a Story: A Narrative Approach to Communication During Crisis. In: D. P. Millar, & R. L. Heath (Eds.), *Responding to crisis. A rhetorical approach to crisis communication*. (pp. 167-187). London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

- Heath, R. L., & Millar, D. P. (2004). A Rhetorical Approach to Crisis Communication: Management, Communication Processes, and Strategic Responses. In: D. P. Millar, & R. L. Heath (Eds.), *Responding to crisis. A rhetorical approach to crisis communication*. (pp. 1-17). London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Hobday, P. (2000). *Managing the Message*. London: London House.
- Holsti, O. R. (1969), *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities* (Reading, MA, Addison-Wesley).
- Huang, Y. (2006). Crisis Situations, Communication Strategies, and Media Coverage. A multicase study revisiting the Communicative Response Model. *Communication Research*, 33, 180-205.
- Iyengar, S. (1991), *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago.
- Jones, E. E., & Nisbett, R. E. (1971), The actor observer: Divergent perceptions of the cause of behavior. In: E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins, & B. Weiner (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior* (pp. 1-26). Morristown: General Learning Press.
- Lull, J., & Hinerman, S. (1997). *Media Scandals: morality and desire in the popular culture marketplace*. London: Polity.
- Macionis, J. J., & Plummer K. (2005). *Sociology. A Global Introduction*. Harlow: Pearson Education Limited.
- March, J. & Olsen, J. P. (1989). *Rediscovering Institutions: the Organizational Basis of Politics*. New York: The Free Press.
- Millar, D. P. (2004). Exposing the Errors: An Examination of the Nature of Organizational Crises. In: D. P. Millar, & R. L. Heath (Eds.), *Responding to crisis. A rhetorical approach to crisis communication*. (pp. 19-31). London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Pritchard, D. (1992). The news media and public policy agendas. In D. Kenamer (Ed.), *Public Opinion, the press and public policy* (pp. 103-112). Westport: Praeger.
- Schonbach, P. (1980). A category system for account phases. *European Journal of Social Psychology*, 10, 195-200.
- Thompson, J. B. (2000), *Political Scandal. Power and visibility in the media age*. Cambridge: Polity.
- Ulmer, R. R., & Sellnow, T. L. (2000). Consistent questions of ambiguity in organizational crisis communication: Jack in the Box as a case study. *Journal of Business Ethics*, 25, 143-155.
- Vasterman, P. (2005). Media-Hype. Self-Reinforcing News Waves, Journalistic Standards and the Construction of Social Problems. *European Journal of Communication*, 20(4), 509–531.
- Vasterman, P. (2004). *Mediahype*. Amsterdam: Aksant.
- Vasterman, P., & Aerden, O. (1995). *De context in het nieuws*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Walgrave, S., & Aelst Van, P. (2006). The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory. *Journal of Communication*, 56, 88-109.
- White, D. M. (1964). The 'Gatekeeper': A Case Study in the Selection of News. In: A. D. Lewis & D. M. White (Ed.): *People, Society and Mass Communications*. New York: The Free Press of Glencoe.
- Wolfsfeld, G., & Sheaffer, T. (2006). *Competing Actors and the Construction of Political News: The Contest Over Waves in Israel*. *Political Communication*, 23(3), 333-354.

# 13 Bijlagen

---

## 13.1 Codeerschema

VARIABELE	CODE
Uitspraak	Nummering
Zinnen	Aantal zinnen per uitspraak
Actor	0 = individu 1 = organisatie
Dag	Dag 1 tot en met dag 21
Krant	1 = De Standaard 2 = De Morgen 3 = De Tijd 4 = Het Laatste Nieuws 5 = Het Nieuwsblad 6 = Gazet van Antwerpen 7 = Belang van Limburg
Crisis	1 = Fortis-aandelen – K. De Gucht 2 = Affaire-Vijnck – J. M. Dedecker 3 = Zaak Belliraj – J. Vandeurzen 4 = Zaak Koekelberg – P. Dewael 5 = Snoepreisje – J. Happart 6 = Conflict Congo-België – K. De Gucht 7 = sp.a-crisis – C. Gennez 8 = Affaire-Vijnck – B. Somers
Crisissituatie	1 = Betichtingsituatie 2 = Controlesituatie 3 = Standaardensituatie 4 = Blamagesituatie
Aantal krantenartikels van de crisis	Aantal krantenartikels per crisis
Crisisreactie	1 = Ontkenning 2 = Excuus 3 = Verantwoording 4 = Toegeving

## 13.2 Codering crisisreactie

CRISISREACTIE	INDICATOREN
<b>Toegeving</b>	Gebeurtenis heeft niet plaatsgevonden Expliciete weigering van schuldbekentenis Toeschrijving van schuld aan anderen Ontkenning van recht op verwijt Referentie naar andere informatiebronnen Ontwijken van de vraag door misleiding
<b>Excuus</b>	Eigen menselijke tekortkomingen Reden voor verwijzing naar eigen tekortkoming Eigen inspanning en zorg Tekortkomingen en wangedrag van anderen Participatie van anderen in fout Participatie van aanklager in fout
<b>Verantwoording</b>	Ontkenning van schade Minimalisatie van schade Rol van het slachtoffer Recht op zelfrealisatie Loyaliteit Positieve intentie Tekortkomingen en wangedrag van anderen
<b>Toegeving</b>	Expliciete schulderkenning Expliciete onthouding van excuus of verantwoording Expressie van spijt Herstel of compensatie