

Betty Kaman Lee (2004). Audience-Oriented Approach to Crisis Communication:

A Study of Hong Kong Consumers' Evaluation of an Organizational Crisis. *Communication Research*, 31, 600-618.

385 inwoners van Hong Kong kregen hypothetische scenario's over een vliegtuigramp voorgelegd. Daarbij werden de volgende factoren gemanipuleerd: de oorzaak van het ongeluk (intern of extern), de ernst van het ongeluk (ernstig of zeer ernstig) en de reactie van de betrokken organisaties (de schuld op een ander afschuiven, de ramp minimaliseren, "geen commentaar", verontschuldigen aanbieden, een schadevergoeding regelen of maatregelen nemen die er moeten voor zorgen dat zo'n ramp niet meer opnieuw plaatsvindt). Uit de resultaten blijkt dat vooral de oorzaak van het ongeluk en de reactie van de betrokken organisaties een invloed hebben op de mening van de proefpersonen. Zo boezemt "geen commentaar" meer vertrouwen in dan de ramp minimaliseren. De ernst van het ongeluk blijkt geen rol te spelen.