

Laura M. Arpan and Donnalyn Pompper (2003). Stormy weather: testing "stealing thunder" as a crisis communication strategy to improve communication flow between organizations and journalists. *Public Relations Review*, 29, 291-308

Moet je als organisatie de media zelf informeren over een crisis (ook wel 'stealing thunder' genoemd) of kan je beter wachten tot de media via een ander op de hoogte gebracht worden ('thunder')? De auteurs schreven twee scenario's over een giflek in een rivier bij een textiel fabriek en legden die voor aan 40 journalisten en 18 studenten journalistiek: in het ene geval organiseerde het bedrijf meteen een persconferentie, in het andere kwamen de journalisten de crisis te weten via het afluisteren van de politie. 'Stealing thunder' blijkt goed voor de geloofwaardigheid van de organisatie, maar maakt de media meteen ook extra geïnteresseerd in de crisis. De ernst van de crisis wordt op dezelfde manier ingeschat en ook de inleidende alinea's die de proefpersonen produceerden, bleken niet echt te verschillen in beide situaties.