

Robert C Rowland & Angela M Jerome (2004). On Organizational Apologia: A Reconceptualization. *Communication Theory*, 14/3, 191-211

Heel wat onderzoekers hebben voorstellen uitgewerkt voor typologieën die ons in staat moeten stellen om de strategieën te beschrijven van bedrijven die zich verontschuldigen bij een crisissituatie. Dergelijke typologieën vormen ook handige instrumenten bij de keuze van een strategische aanpak in dergelijke situaties, maar ze bieden ook houvasten voor de analyse en evaluatie van specifieke crisisreacties.

Rowland & Jerome tonen in hun bijdrage aan waarom de bestaande categorisatiemodellen vaak niet voldoen. In de benadering die ze voorstellen, maken ze vooral gebruik van theorieën uit de argumentatieleer. Ze onderscheiden twee hoofdfuncties in een reactie op een crisissituatie: herstellen van het geschade imago en handhaven van het bestaande imago.

Aan die laatste functie koppelen ze bijvoorbeeld een viertal strategieën:

1. bezorgdheid tonen voor de eventuele slachtoffers die fysiek of psychisch schade hebben ondervonden van de crisis;
2. verdedigen van de algemene waarden, doelen en missie van de organisatie;
3. ontkennen dat er een intentie was om schade aan te richten;
4. aantonen dat er initiatieven genomen worden om herhaling te voorkomen (bijvoorbeeld door aan te geven dat de oorzaken grondig onderzocht zullen worden).

Om de verschillende subgenres verder in kaart te brengen, maken ze gebruik van vijf variabelen: gepercipieerde schuld, omvang van de schade, verantwoordelijkheid voor de schade, betrokkenheid van derden en impact van de acties op de dominante, morele normen in een bepaalde cultuur. De combinatie van die variabelen moet de vorm en de verwoording van de 'verontschuldiging' bij een crisissituatie bepalen.