



**Masterproef
Politieke Communicatie**

**Wordt de woordvoerder in het veld gestuurd om
slecht nieuws op te vangen?**

Een multi-methodisch onderzoek bij ministers en woordvoerders

Steffie Geysens



**Promotor: prof. dr. Stefaan Walgrave
Verslaggever: prof. dr. Philippe De Vries**

Master Politieke Communicatie (www.politiekecommunicatie.be)

S0172989

Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen

Academiejaar 2018-2019

Abstract

Ministers try to claim credit for political successes. On the other hand, they try to avoid blame employing a variety of methods, ranging from *strategic reframing* to *scapegoating*. The main reason why politicians engage a blame game is for reelection purposes. This thesis explores the role of the spokesperson in the blame game and in the communication of negative news. But it is unclear which considerations are made when a minister speaks to the press or when his or her spokesperson is sent in the field. 1200 articles of 12 Belgian ministers were analyzed in which half of them contain at least one full quote from the spokesperson and the other half one from the minister. A regression analysis shows that 'reactive news' and 'bad news' explains 37,5 per cent of the variance on the occurrence 'spokesperson speaking in an article'. Moreover, articles in which the spokesperson is quoted, contain 0,162 times less the name of the minister. The main finding is that a spokesperson is sent in the field to speak for their minister primarily when it concerns reactive and bad news. The results hold true for both articles from qualitative or popular press, 'hard' or 'soft' government departments and all three Flemish governing parties (N-VA, Open VLD, CD&V) that were included in the analysis.

Keywords: *reactive news, negative news, credit claiming, blame avoidance, Belgium, spokespeople, ministers, quantitative content analysis*

Voorwoord

“J'ai appris que le courage n'est pas l'absence de peur, mais la capacité de la vaincre.”

Nelson Mandela

Een adagium dat boven het bureau hangt waaraan deze masterproef werd geschreven.

Een masterproef schrijven is geen *walk in the park*. Het gaat gepaard met momenten van twijfel en onzekerheid. Toch levert het volledig proberen te doorgronden van een onderwerp ook plezier en voldoening op. De tevredenheid wanneer het eindresultaat er eindelijk is, is groot.

Ik wil dan ook mijn promotor Stefaan Walgrave bedanken voor zijn professioneel advies en de nodige bijsturing voor dit onderzoek. Na iedere afspraak kon ik met vernieuwde hoop en ideeën terug aan de slag. Als student is het een voorrecht en een waar genoegen om begeleid te mogen worden door professor Walgrave, zijn oeverloos geduld en zijn enthousiasme.

Mijn ouders wil ik bedanken om me de kans te geven aan een tweede masteropleiding te mogen beginnen. Mijn zus Paulien verdient een grote dankjewel voor alle steun die ik heb ervaren. Ook mijn vrienden en liefje gaven me steeds opnieuw goede moed, waarvoor ik hen oneindig dankbaar ben.

Rest er enkel nog mijn vier respondenten te bedanken voor hun expert-interview. Bedankt dat jullie je rijke kennis en ervaring met mij wilden delen. De interessante gesprekken waren telkens bijzonder verrijkend en brachten me nog meer boeiende inzichten bij over politieke communicatie.

Inhoudsopgave

Abstract.....	i
Voorwoord	ii
Inhoudsopgave.....	iii
Lijst van tabellen	v
Lijst van figuren.....	vi
1. Inleiding.....	1
2. Probleemstelling	3
2.1 Wetenschappelijke relevantie	3
2.2 Maatschappelijke relevantie.....	4
2.3 Afbakening onderwerp	5
2.4 Opbouw.....	6
3. Literatuurstudie	7
3.1 De inherente aversie voor verlies	7
3.2 De eer opstrijken.....	9
3.3 Liever geen smet op het blazoen	11
3.3.1 Blame avoidance-strategieën	12
3.3.2 De rol van de woordvoerder	14
3.4 Beleidsdomeinen en partijen versus de blame game.....	16
3.5 Slecht nieuws: zwijgen of spreken?	19
3.6 Overzicht hypothesen	20
4. Methodologie.....	22
4.1 Onderzoeksmethode	22
4.2 Dataverzameling	22
4.3 Variabelen	24
4.3.1 Politicus.....	25
4.3.2 Woordvoerder.....	25
4.3.3 Krant.....	25
4.3.4 Slecht nieuws	25
4.3.5 Reactief nieuws	26
4.3.6 Lengte artikel	26
4.3.7 Vermelding minister.....	27
4.4 Betrouwbaarheid	27

5. Resultaten	28
5.1 Beschrijvende resultaten	28
5.2 Regressieanalyse	35
5.3 Expert-interviews met woordvoerders en journalisten.....	43
5.3.1 Wie belt naar wie?	44
5.3.2 Downsizen van slecht nieuws	45
5.3.3 Goed nieuws aan de man brengen	46
5.3.4 Off the record: spinning op z'n best	47
5.3.5 It's the strategy, stupid	48
5.3.6 Snel door het stof gaan	49
5.3.7 Weten is meten.....	50
5.3.8 Ex-woordvoerders kennen de kneepjes van het vak	50
5.3.9 Het verantwoordingsproces: vroeger versus nu.....	51
5.3.10 Loopt de woordvoerder aan de leiband?	53
6. Conclusie	56
7. Discussie.....	59
8. Bibliografie	62

Lijst van tabellen

Tabel 1: Overzicht hypothesen	21
Tabel 2: Selectie ministers (situatie op het moment van de dataverzameling, maart 2018)	23
Tabel 3: Welke variabelen correleren met elkaar? (n = 1200)	36
Tabel 4: Reactief (H1) en slecht nieuws (H2) verhogen de kans dat de woordvoerder spreekt - logistische regressie	38
Tabel 5: Reactief nieuws versterkt het effect van slecht nieuws (H3) op de kans dat de woordvoerder spreekt - logistische regressie	39
Tabel 6: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor 'harde' als voor 'zachte' beleidsdomeinen (H4) - logistische regressie	40
Tabel 7: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt geldt voor ministers van alle partijen (H5) - logistische regressie	41
Tabel 8: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor berichtgeving in de populaire als in de kwaliteitspers (H6) - logistische regressie	43

Lijst van figuren

Figuur 1: Regressiemodel hypothesen 1, 2 en 3	16
Figuur 2: Verdeling per krant	28
Figuur 3: Verdeling soort medium	28
Figuur 4: Verdeling pro- en reactiviteit	29
Figuur 5: Verdeling slecht en goed nieuws	29
Figuur 6: Verdeling kwadranten pro-en reactief, slecht en goed nieuws	29
Figuur 7: Welk minister-woordvoedersduo spreekt het vaakst goed nieuws? (n = 625)	30
Figuur 8: Welk minister-woordvoedersduo communiceert het vaakst proactief? (n = 594)	31
Figuur 9: Welke minister spreekt relatief gezien het vaakst zelf bij goed en proactief nieuws? (n = 469)	32
Figuur 10: Welk minister-woordvoedersduo communiceert het vaakst slecht nieuws? (n = 575)	33
Figuur 11: Welk minister-woordvoedersduo communiceert het vaakst reactief? (n = 606)	34
Figuur 12: Welke minister stuurt relatief gezien het vaakst zijn woordvoerder bij slecht en reactief nieuws? (n = 450)	35

1. Inleiding

Minister een hondensiel? Elke toppoliticus heeft in elk geval nog een waakhond: de woordvoerder. Dag en nacht bereikbaar. Blaffend naar de pers als de baas daarom vraagt, pispaal als het fout loopt, en doorgeefluik van vooral slecht nieuws. Als het tijd is om te scoren, duikt immers de politicus in de schijnwerpers en gaat de woordvoerder aan de kant.

Hannes Cattebeke (politiek redacteur) in Het Nieuwsblad (2018, 16 juli)

‘Woordvoerders lijken op hun baasje.’ Het is een uitspraak die ik voor het eerst hoorde op een krantenredactie. Natuurlijk roept die uitdrukking meteen enkele vragen op. Hoe komt het dat woordvoerder en politicus op elkaar lijken? Maar ook: heeft een goede woordvoerder effect op de politicus en omgekeerd? En hoe verschilt dat per politicus?

Het viel mij op dat op een krantenredactie de naam van de woordvoerder vaak in één adem genoemd wordt met de naam van de minister. Politieke journalisten onderhouden dan ook nauwe contacten met de woordvoerder. Het is een dynamiek die me mateloos fascineert: dat van het wederzijds vertrouwen, ingebed in een gezond wantrouwen.

En dan is er nog de relatie tussen de woordvoerder en de politicus. Hoe beslissen zij wie uiteindelijk het woord zal voeren? Liggen praktisch-organisatorische of strategische motieven aan de basis van die beslissing? In welke omstandigheden spreekt de minister liever zelf?

Ministers houden ervan positief in het nieuws te komen. Ze willen scoren bij hun kiezers en de eer opstrijken voor het gevoerde beleid. Niet zelden strijken ze ook de eer op voor de positieve resultaten van het beleid van hun voorganger. Ministers zijn er als de kippen bij om hun naam te associëren met een nieuwe campagne of een succesvolle maatregel.

Omgekeerd zullen ze bij slecht nieuws hun naam zoveel mogelijk zuiver willen houden. Bij het vermijden van reputatieschade spelen onvermijdelijk andere mechanismen. Een minister zal bij slecht nieuws geneigd zijn om de woordvoerder uit te sturen in het veld. De woordvoerder moet de kastanjes uit het vuur halen door lastige vragen te beantwoorden, kritiek te counteren, een gebeurtenis te duiden, eigen *key messages* naar voor te schuiven,...

Reputatie komt te voet en gaat te paard. Eén incident kan voldoende zijn om een goede reputatie - waar jaren aan wordt gewerkt - te schaden. Het komt er voor woordvoerders op neer om proactief en professioneel te investeren in de goede naam van een merk of persoon, zodat de reputatie beter opgewassen is tegen een crisis. Dat is ook één van de tips uit het boek ‘Geen commentaar’ van Sara Vercauteren (2018). Zij stelt vast dat woordvoerders steeds meer de rol van reputatiemanagers moeten aannemen.

Vervolgens is er ook nog de relatie tussen de (politiek) journalist en de minister. In welke gevallen kiest een journalist om niet naar de woordvoerder, maar meteen naar de minister te

bellen? Bestaan daarover bepaalde richtlijnen? Gebeurt het dat een minister die wordt opgebeld zijn woordvoerder doorgeeft?

Het lijkt aannemelijk dat een minister geneigd is te spreken bij goed nieuws en zijn woordvoerder laat spreken bij slecht nieuws. Maar klopt die veronderstelling wel? Is het zo dat de woordvoerder in het veld wordt gestuurd om slecht nieuws op te vangen? Stel dat de minister meer spreekt bij goed nieuws, en de woordvoerder meer bij slecht nieuws, geldt dat dan voor alle partijen en alle media? En zorgt de woordvoerder die spreekt in een artikel ervoor dat de naam van de minister minder vernoemd wordt, en dus minder met het goede of slechte nieuws geassocieerd wordt?

Deze masterproef tracht meer inzicht te krijgen in de vraag: *Wordt de woordvoerder in het veld gestuurd om slecht nieuws op te vangen?* Die vraag is ingebed in de theorie rond *credit claiming* en *blame avoidance*. Daarom focust de literatuurstudie voor het grootste deel op de mechanismen van de *blame game*. Het onderzoek kent een multi-methodische aanpak: voor het kwantitatieve deel wordt in 1200 krantenartikelen empirisch nagegaan of een woordvoerder inderdaad vaker spreekt bij slecht nieuws. In het kwalitatieve deel volgen er enkele expert-interviews met woordvoerders en journalisten, om hun ervaringen en interpretatie van de resultaten te weten te komen.

2. Probleemstelling

2.1 Wetenschappelijke relevantie

Ministers willen zoveel mogelijk eer opstrijken en zoveel mogelijk schuld of blaam vermijden. Beide vaststellingen komen respectievelijk terug in de theorieën van *credit claiming* en *blame avoidance*. David Mayhew (1974) stelde vroeger al dat politici vanuit een soort *rational choice* benadering vooral bezig zijn met hun herverkiezing. Volgens Mayhew zijn politici vooral in zichzelf geïnteresseerd en doelbewust bezig met die herverkiezing.

Credit claiming en *blame avoidance* zijn twee termen afkomstig uit de Verenigde Staten, waar ze gebruikt worden om politieke strategieën en het gedrag van het Congres, presidentiële kandidaten of bureaucraten te beschrijven (Kang & Reich, 2014). Toch gaan deze concepten niet alleen op in presidentiële systemen, maar zijn ze evengoed relevant voor parlementaire systemen zoals in België (Wenzelburger, 2014).

Weaver (1986) was de eerste om de relatie tussen deze twee concepten uitvoerig te bestuderen. Hij stelt dat ambtsdragers *credit* willen claimen, maar in de eerste plaats vooral *blame* willen vermijden. Om herverkozen te worden, is het belangrijk dat ministers voldoende communiceren over hun verwezenlijkingen en hun falen zoveel mogelijk uit de media houden. Ambtsdragers zijn in grote mate *blame minimizers*, wat mogelijk een verklaring biedt waarom literatuur over *blame avoidance* doorgaans uitvoeriger is (Giger & Nelson, 2010).

Tegelijkertijd zijn kiezers gevoeliger “voor wat hen aangedaan is dan wat voor hen gedaan is” (Weaver, 1986, p. 373). Kiezers zullen intenser reageren op verlies dan op winst, stelt ook de *prospect theory* van Kahneman en Tversky (1979). Die vaststelling sluit ook aan bij de *negativity bias* - een concept uit de politieke psychologie - dat stelt dat het menselijk brein nu eenmaal gevoeliger is voor negatief nieuws dan voor positief nieuws.

Met de *prospect theory* en *negativity bias* in het achterhoofd, zou je verwachten dat kiezers politici zullen afstraffen als er bijvoorbeeld zwaar bespaard wordt. Toch hoeft dat niet noodzakelijk het geval te zijn. Het is niet zo dat regeringspartijen altijd stemmen verliezen door onpopulaire besparingsmaatregelen. Onder meer via een zichtbare strategie van reframing kunnen de electorale gevolgen van een besparingspolitiek worden beperkt. Liberale, conservatieve of religieus geïnspireerde partijen kunnen soms zelfs stemmen winnen als ze succesvol het *issue ownership* claimen (Giger & Nelson, 2010; Elmelund-Præstekær & Emmenegger, 2012; Vis, 2016).

In tegenstelling tot *credit claiming*, is de theorie rond *blame avoidance* beter onderzocht en in extenso uitgewerkt (Hering, 2008). Toch is over beide fenomenen al heel wat inkt gevloeid. Ook de link met de welvaartsstaat werd uitvoerig beschreven door Pierson (1994). Als het gaat over *credit claiming* en *blame avoidance* literatuur, dan wordt quasi altijd de rol van ambtsdragers en politici zelf onderzocht. Over de rol van de (politiek) woordvoerder in relatie tot *credit claiming* of *blame avoidance* is tot op heden nog maar weinig onderzoek gevoerd.

Wetenschappelijke literatuur over de Belgische situatie is voor zover geweten, niet voorhanden.

2.2 Maatschappelijke relevantie

Weaver (1986) stelde dat parlementaire overheden meer onder druk staan dan andere politieke systemen om aan bepaalde *blame avoidance* strategieën te doen. Zo is het moeilijker voor parlementaire overheden om bijvoorbeeld de hete aardappel door te schuiven naar een andere instantie. Vaak is het glashelder dat een overheid meer had kunnen doen om sommige verliezen te beperken. Daarom zijn overheden geneigd om meer geld te investeren in beleid dat de status quo behoudt, om zo verliezen te vermijden.

Verantwoording afleggen is voor politici een belangrijk element. De burger is streng voor verkozen politici en verwacht dat zij te allen tijde hun verantwoordelijkheid opnemen. Tegelijkertijd genieten politici het minste vertrouwen van de burger (Hooghe, 2013, december 11). In België geldt bovendien een opkomstplicht. Dat wil zeggen dat iedereen die stemgerechtigd is, verplicht is om naar het stembokje te trekken. Het risico dat de burger politici afstraft die voor hen persoonlijk verliezen heeft berokkend, is groot.

Tel daarbij de permanente campagnevoering of *permanent campaigning* waarin politici moeten meegaan, *horse-race* journalistiek die louter focust op de verschillen tussen kandidaten, de opkomst van *infotainment*, personalisering, politieke marketing, en je ziet een nieuw soort politiek ontstaan waarin de vorm vaker primeert op de inhoud (De Vries, 2011). Strategieën van de *blame game* spelen daarin een rol en helpen ons het gedrag van gezaghouders en hun routines te verklaren (Hood, 2011). Het valt dan ook te verwachten dat de relevantie van *blame avoidance* en *credit claiming* ook in de toekomst groot blijft en mogelijk alleen maar prominenter zal worden.

Steeds meer politici waarschuwen dat we afglijden naar ‘Amerikaanse toestanden’. Zo spraken partijvoorzitters John Crombez (sp.a) en Bart De Wever (N-VA) voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2018 respectievelijk over de “vuilste campagne ooit” en “een niveau dat onder de gordel ligt” (Van de Velden, 2018, maart 30). Ook ex-spindoctor Noël Slangen deelt die mening (El Mabrouk, 2018, september 5). Hoofdredacteur Bart Eeckhout (De Morgen) beschreef hoe politici in Gent en Antwerpen steeds meer in een strijd terechtkomen “die afzakt naar het niveau van persoonlijke moddergevechten” (Eeckhout, 2018, januari 16). Ook hoofdcommentator Bart Sturtewagen (de Standaard) merkt op dat “karaktermoorden het nieuwe normaal zijn” en waarschuwt dat die trend moeilijk te keren valt (Sturtewagen, 2018, oktober 6).

De vorm van het politieke spel wint dus aan belang. Maar ook inhoudelijk zijn er grote uitdagingen. Los van het feit te weten aan welke politicus de burger bepaalde resultaten mag toeschrijven, bestaat er ook nog informatievervuiling. Informatievervuiling overkoepelt de termen van misinformatie, desinformatie en kwalijke informatie en benadert op een wetenschappelijke manier het containerbegrip ‘*fake news*’ (Picone, 2017). De impact van

informatievervuiling is afhankelijk van wie de boodschap bracht en waarom, hoe de boodschap eruit ziet en wie het doelpubliek is. Opvallend genoeg zien burgers het verschil tussen juiste en foute informatie niet als een of-of-verhaal, maar als een continuüm. Picone (2017) haalt fact-check initiatieven aan als één van de mogelijke oplossingen voor informatievervuiling.

Informatievervuiling kan bedreigend werken om burgers correct te informeren. Nochtans is juiste informatie belangrijk om als burger een geïnformeerde keuze te kunnen maken in het stemhokje, en om ervoor te zorgen dat politici beoordeeld worden op hun daden. Door het kluwen van de verschillende overheidslagen in ons land, is het voor de burger moeilijk te achterhalen wie verantwoordelijk is voor goede of slechte beleidsresultaten (Kang et al., 2014). Zijn stijgende armoedecijfers bijvoorbeeld het gevolg van het beleid van de huidige regering, een falen van de vorige regering dat nu pas aan de oppervlakte komt, of een combinatie van beiden? Spelen bovendien externe factoren een rol? Een rechtstreeks verband leggen tussen een beleidsbeslissing en later ‘goed’ of ‘slecht’ nieuws is allesbehalve eenvoudig. Zo’n oorzakelijke verbanden zijn vaak voorwerp van externe of interne framing (Brandström, 2016), zodat politici daarmee hun voordeel kunnen doen in de vorm van extra stemmen (*credit claiming*) of hun betrokkenheid kunnen afweren (*blame avoidance*).

Van politieke leiders verwachten we dat ze zich te allen tijde kunnen verantwoorden en dat ze hun verantwoordelijkheid opnemen. “*Kritische vragen en groeiende maatschappelijke verwachtingen zullen waarschijnlijk toenemen voor, gedurende en na een crisis*” aldus Brandström (2016, p. 160). Ze pleit daarom ook voor een continue wetenschappelijke focus op verantwoordingsprocessen. Brandström (2016, p. 161) geeft verder aan dat de opkomst van sociale media “*onmiddellijke toegang en betrokkenheid van actoren [...] de druk en het tempo van het verantwoordingsproces [verhogen]*”. Ook Hinterleitner (2017) ziet een groeiende interesse voor onderzoek dat *elite behavior* in democratische politieke systemen onderzoekt.

2.3 Afbakening onderwerp

De dynamieken van de *blame game* als onderzoekstopic, het elkaar met de vinger wijzen of het in elkaars schoenen schuiven van verantwoordelijkheid, winnen stilaan aan belang. Maar over de rol van de woordvoerder in relatie tot de *blame game* is nog maar weinig onderzoek verricht. Literatuur over het *claimen* van *credit* of het vermijden van *blame* beperkt zich vaak tot politici of overheidspersoneel. Ook over de verhouding tussen de woordvoerder en minister is nog geen Belgisch onderzoek gevoerd. Onderzoek dat de rol van de woordvoerder blootlegt, blijft vaak beperkt tot (bekende) voorbeelden uit Amerika of Engeland.

De onderzoeksstrategie die deze masterproef vooropstelt, bestaat eerst uit het opstellen van de wetenschappelijke stand van zaken van de *credit claiming* en *blame avoidance*-literatuur. Vervolgens is het relevant om te kijken naar de Belgische politiek. Van politieke partijen in België wordt tegenwoordig gezegd dat ze in ‘verkiezingsmodus’ gaan, gezien de twee opeenvolgende verkiezingen in 2018 (lokaal) en 2019 (Vlaams, federaal en Europees). Van

credit claiming en *blame avoidance* is namelijk geweten dat ze bij uitstek herverkiezingstrategieën zijn (Mayhew, 1974). Dit maakt het onderzoek actueel.

Voor de operationalisering van de rol van de woordvoerder, trachten we te achterhalen op welke momenten de woordvoerder het woord neemt. We verwachten namelijk dat de woordvoerder overwegend het veld zal ingestuurd worden bij slecht nieuws. Slecht nieuws zal, hoewel dat niet altijd het geval hoeft te zijn, overwegend reactief zijn, omdat in veel gevallen gevraagd zal worden naar een reactie. Het lijkt dan ook aannemelijk dat de minister in zo'n gevallen zijn reputatie hoog wil houden en de woordvoerder het woord laat nemen.

We verwachten dat dit nog meer in de geschreven pers het geval zal zijn dan in de audiovisuele media. Bij die laatste categorie verwachten we dat een minister zelf liever toelichting geeft, omdat audiovisuele media een meer uitgelezen kans zijn om zichzelf nogmaals te tonen aan de kiezer. Onder meer Mortensen (2013) en Kang & Reich (2013) onderzochten *blame avoidance* en *credit claiming* reeds via krantenartikelen, wat het tot een goed onderzoeksvoorwerp maakt. Daarbij is het interessant om te kijken naar zowel populaire als kwaliteitsmedia.

We zijn geïnteresseerd in de relatie tussen de woordvoerder en minister in het kader van de verschillende dynamieken van de *blame game*. Daarom schuiven we één onderzoeksvraag naar voor, die we trachten te beantwoorden aan de hand van een respectievelijk kwantitatief en kwalitatief onderdeel. De onderzoeksvraag luidt: *Wordt de woordvoerder in het veld gestuurd om slecht nieuws op te vangen?*

2.4 Opbouw

Na de introductie en probleemstelling, zullen in de literatuurstudie relevante concepten zoals onder meer *negativity bias*, *credit claiming*, *blame avoidance*, en pro-en reactiviteit aan bod komen. Daarna wordt de onderzoeksvraag geoperationaliseerd in drie hypothesen en vervolgens getest op verschillende groepen in drie volgende hypothesen. Vervolgens gaan we dieper in op de methodologie, dataverzameling en de bespreking van de variabelen. Daarna komen de resultaten van het kwantitatieve deel aan bod. Vervolgens volgen expert-interviews met vier woordvoerders en journalisten, om de resultaten uit het kwantitatieve deel te verduidelijken en aan te vullen. Ten slotte komen we tot de conclusie en discussie, met daarin enkel limitaties van het huidig onderzoek en suggesties voor vervolgonderzoek.

3. Literatuurstudie

Deze literatuurstudie geeft eerst meer uitleg over enkele psychologische concepten, zoals *negativity bias* en de *prospect theory*, om de centrale redenering achter *credit claiming* en *blame avoidance* te begrijpen. Daarna worden de concepten *credit claiming* als *blame avoidance* uitvoerig besproken. Ook komen bij *blame avoidance* de verschillende typologieën en de rol van de woordvoerder aan bod. Vervolgens bekijken we de *blame game* vanuit het standpunt van politieke partijen. Aansluitend worden de effecten van pro- of reactieve communicatie van slecht nieuws besproken. Ten slotte volgt een overzicht van alle hypothesen.

3.1 De inherente aversie voor verlies

Hoe komt het eigenlijk dat politici er alles aan doen om negatief nieuws te vermijden? Volgens Weaver (1986, p. 371) ligt het antwoord in negativiteitsbias: *“hun tendens om gevoeliger te zijn voor echte of potentiële verliezen dan voor winsten”*. Voor *negativity bias* hanteren Leong en Howlett (2017, p. 603) een bredere definitie, die rekening houdt met een hogere belangstelling voor negatieve informatie: *“Negativity bias duiden een vaak waargenomen cognitieve tendens aan voor meer aandacht die wordt geschonken aan negatieve dan aan positieve informatie, en verliezen die hoger worden gewaardeerd dan winsten van een gelijke hoeveelheid”*.

Kiezers zijn dus gevoeliger voor verliezen dan voor winst, en bovendien gevoeliger voor slecht nieuws dan voor goed nieuws. Bovendien is het zo dat slecht nieuws langer blijft hangen. Weaver (1986) beschreef dat politici aan negatieve informatie een groter gewicht toekennen. Visser (2016) vult aan door te stellen dat negatief nieuws sneller wordt opgepikt door de media dan positief nieuws.

Over het algemeen reageren burgers intenser op verlies dan op winst. Die vaststelling sluit aan bij de vooruitzichttheorie of de *prospect theory* van Kahneman en Tversky (1979). De *prospect theory* helpt risicoavers gedrag bij het publiek te verklaren. In hun onderzoek vergeleken ze twee invalshoeken, namelijk verlies- en winstframing, met elkaar. Ze stelden vast dat personen meer bereid zijn zich in te spannen om verlies tegen te gaan dan winst te behalen, zeker als ze nauw betrokken zijn.

Volgens het Oxford Handbook of Political Psychology (2013) biedt de *prospect theory* een verklaring waarom besluitvormers de *status quo* vaak als referentiepunt nemen. De kosten om zich weg te bewegen van de *status quo* zijn vaak hoger dan de winsten die ermee kunnen behaald worden. Daarom nemen leiders ook meer risico om een verworven reputatie, territorium of internationale positie te behouden dan ze doen om hun positie te verbeteren.

De kiezer straft politieke leiders namelijk meer voor het maken van verliezen dan dat ze hen belonen voor het maken van winst.

Ook het *endowment effect* speelt daarin een rol. Dat betekent dat personen meer waarde zullen toekennen aan dingen die ze al bezitten dan aan dingen die ze (nog) kunnen behalen. Zo zullen personen meer geneigd zijn iets te willen behouden dat ze al bezitten (en waar vaak een emotionele waarde aan wordt toegekend), dan iets na te streven van dezelfde waarde dat ze nog niet bezitten. Daarboven komt nog dat mensen verliezen maar langzaam accepteren.

Als politici geconfronteerd worden met een positieve situatie waarin winsten behaald kunnen worden, gedragen ze zich op een risico-averse manier. Ze zullen liever geen maatregelen goedkeuren die de verworven winsten bedreigen. Zo zullen besparingen op zo'n moment maar moeilijk geaccepteerd worden door het kiespubliek. Omgekeerd, in een verslechterende situatie waarin verliezen dreigen, zal de overheid bereid zijn risico's te nemen. Besparingen zullen door de kiezer sneller aanvaard worden. In bepaalde gevallen kunnen politici er zelfs eer mee opstrijken. Daarvoor is dan wel een actieve herframingsstrategie nodig (Vis, 2016) die politici portretteert als verantwoordelijk of oplossingsgericht. Als een partij bijvoorbeeld het *issue ownership* heeft over werkloosheid in tijden waarin werkloosheid hoog op de agenda staat, dan bestaat de kans dat ze daarmee voordeel doet. De partij straalt dan namelijk uit dat ze verantwoordelijkheid opneemt, de status quo wil garanderen, de economie op koers houdt,

Cobb, Nyhan en Reifler (2013) verkennen in hun onderzoek het fenomeen van *belief perseverance*, het feit dat negatieve informatie langer blijft hangen in de hoofden van de burger dan positieve informatie. Ook al bleek de negatieve informatie achteraf foutief of vals te zijn, toch zal ze voor waar worden aangenomen (Visser, 2016). Wanneer er foutief slechte berichten over een politicus verschijnen, zullen die door de burger toch voor waar aangenomen worden. Dat geldt niet voor goed nieuws. Wanneer een politicus foutief positieve informatie over zichzelf verspreidt, die achteraf onjuist blijkt, zal de burger willen overcorrigeren voor die positieve desinformatie. Een persoon zal met andere woorden een politicus negatiever zal evalueren bij positieve desinformatie dan wanneer er geen informatie werd gegeven. Anders gezegd zal een persoon willen overcorrigeren voor *gepercipieerde bias* (en niet noodzakelijk voor *reële bias*). Cobb, Nyhan en Reifler (2013) beschrijven dit dan ook als het *punishment effect*, omdat wie als politicus denkt te kunnen profiteren van de 'gunstige' variant van *belief perseverance* (verkeerdelijk zogenaamd 'goed' nieuws over een politicus onthouden), eraan is voor de moeite. Het uiteindelijke resultaat zal volgens de onderzoekers uitmonden in een nog slechtere eindevaluatie (Cobb et al., 2013; Visser; 2016).

Kumlin (2011) ten slotte onderzocht het concept van *constrained perceptions* of 'begrensde' percepties. Volgens Kumlin heeft het evalueren van prestaties "op verschillende politieke

niveaus zero-sum implicaties voor elkaar” (2011, p. 577). Met andere woorden, in een situatie waar *credit* en *blame* elkaar beperken, kan het publiek - zelfs al werd een instantie of politicus niet expliciet vermeld - een andere status toekennen aan de desbetreffende instantie of politicus. Zo zal een burger die positiever gaat denken over de Europese Unie mogelijk plots (zonder enige extra informatie) denken dat nationale politici slechter presteren dan eerst werd aangenomen. Hetzelfde geldt voor het vergelijken van een oude en nieuwe regering. Wanneer achteraf zou blijken dat de vorige regering een moeilijke startpositie heeft gecreëerd voor de nieuwe regering dan eerst werd aangenomen, dan zal de nieuwe regering het plots toch niet zo slecht gedaan hebben als eerst werd aangenomen (Kumlin, 2011). Zo kan een positief frame over de europeanisering van gezondheidszorg voor een positievere attitude zorgen over Europese Unie, en tegelijkertijd voor een negatievere attitude ten opzichte van de binnenlandse politiek (hoewel er in gans het proces geen negatieve frames over de binnenlandse politiek aan te pas kwamen).

De bovenstaande concepten tonen aan dat de burger niet noodzakelijk op een rechtlijnige manier een oordeel zal vellen over een politicus. Risico-aversie is eigen aan de mens (Kumlin, 2011). Negatieve argumenten zouden daarom meer aandacht krijgen dan positieve argumenten. Kiezers die persoonlijk iets verloren hebben door de schuld van het gevoerde beleid, zullen dit gevoel intenser beleven dan diegenen die iets gewonnen hebben dankzij het beleid. Weaver (1986) verwacht dan ook dat die ‘verliezers’ als dusdanig zullen handelen bij de verkiezingen. De ‘winnaars’ daarentegen zullen politici niet noodzakelijk ‘belonen’, omdat hun winst minder snel wordt opgemerkt dan verlies. Politici zullen vanuit het standpunt van herverkiezing, inherent gemotiveerd zijn om de eer op te strijken voor gevoerd beleid. *Blame* zullen ze trachten te minimaliseren via allerlei technieken, die aan bod komen in 3.3.1 *Soorten blame avoidance*.

3.2 De eer opstrijken

Over de definitie van *credit claiming* is al heel wat inkt gevloeid. Mayhew (1974) beschrijft *credit claiming* als het “*zodanig handelen dat een overtuiging gegenereerd wordt in een relevante politieke actor (of actors) zodat iemand persoonlijk verantwoordelijk is voor het laten doen van de overheid, of een onderdeel ervan, voor iets dat de actor (of actors) als wenselijk beschouwen*” (p. 52). Met andere woorden, *credit claiming* draait om het opwekken van het geloof dat een politicus doet wat anderen willen of goed vinden. De meeste onderzoekers maken voor hun onderzoek gebruik van deze definitie (Dolan & Kropf, 2004; Kang & Reich, 2014).

Leong en Howlett (2017) beschrijven *credit claiming* als “*de poging om beleid als een succes bekend te maken, en een leider, minister, ambtenaar of partij als verantwoordelijke af te schilderen voor dat succes en waardig om geprezen te worden, gepromoot, herverkozen of herbenoemd*” (p. 600). Deze definitie houdt rekening met redenen om aan *credit claiming* te doen, namelijk om zichzelf te promoten of om de eigen positie veilig te stellen en herverkozen

te worden. Hoffman en Howard (2012) ontdekten via inhoudsanalyse dat de State of the Union-toespraken van Barack Obama's eerste termijn voor 17 procent vormen van *credit claiming* bevatten. Hij presenteerde zichzelf daarmee als een daadkrachtige president, iets wat geholpen heeft bij zijn herverkiezing als president (Hoffman & Howard, 2012). Stemmen winnen is dan ook de belangrijkste factor om aan *credit claiming* te doen (Mayhew, 1974; Weaver, 1986; Dolan & Kropf, 2004). Dat geldt zowel voor presidenten en senatoren als voor overheden en parlementsleden (Kang & Reich, 2014; Evans & Marshall, 2016).

Politici zoeken met andere woorden naar kansen om goed nieuws te presenteren. Het is dan ook niet verwonderlijk dat veel *credit claiming*-boodschappen nadrukkelijk aanwezig zijn in persberichten (Grimmer, 2012). Niet zelden overdrijven politici daarbij hun verwezenlijkingen (Cobb et al., 2013). Zogenaamde *credit claimers* zijn volgens Weaver (1986) vooral bezig met het maximaliseren van voordelen die ze achteraf kunnen 'opeisen'. *Credit claimers* staan gunstig tegenover discretie. Discretie is erop gericht om de aankondiging van gunstige of ongunstige maatregelen zo weinig mogelijk ruchtbaarheid te geven. Hoewel gunstige maatregelen nochtans uitstekende kansen bieden voor het opstrijken van *credit*, zijn er verschillende redenen denkbaar waarom een politicus enige discretie hanteert. Zo kunnen oppositiepartijen bijvoorbeeld suggereren hoe zij het beter zouden doen of kritiek geven op waar het geld vandaan komt (Weaver, 1986). Zo kan een schijnbaar onschuldige *credit claiming*-opportuniteit toch uitdraaien in *blame avoidance* voor de politicus. De grens hiertussen is vaak flinterdun.

Dolan en Kropf (2004) stellen dat *credit claiming* een vorm is van persuasieve communicatie. Naast de verstaanbaarheid en begrijpbaarheid van de boodschap, zijn nog twee zaken essentieel: de boodschap moet tegelijk (1) geloofwaardig en (2) gelegitimeerd zijn. Dat laatste houdt ook in dat een politicus als voldoende bekwaam en competent beschouwd wordt. Alleen als aan die twee voorwaarden zijn voldaan, is er volgens Dolan en Kropf (2004) sprake van een succesvolle *credit claiming*-activiteit.

Het onterecht opstrijken van eer, ook wel *undeserved credit claiming* genoemd, komt ook voor. Cruz & Schneider (2017) achterhaalden dat ontwikkelingshulp een uitstekende gelegenheid biedt voor het onverdiend opstrijken van *credit*. In hun onderzoek beweren politici uit de Filipijnen "dat hun persoonlijke inspanningen en hun bekwaamheid om middelen aan te trekken aan de basis liggen voor het verkrijgen van ontwikkelingshulp" (Cruz & Schneider, 2017, p. 396). Nochtans hebben zij geen enkele invloed kunnen uitoefenen om ontwikkelingshulp naar hun regio te krijgen. De onderzoekers vonden verder nog dat ontwikkelingshulp zo hun kansen op herverkiezing vergroot, zeker in regio's waar er onvoldoende informatie is over de toekenning van de hulp.

Uiteraard blijft het fenomeen niet beperkt tot bovenstaand voorbeeld. Heel wat literatuur over *undeserved credit claiming* vindt haar oorsprong in de Verenigde Staten (Glazer &

Segendorff, 2005; Johns, 2011), Azië (Kang & Reich, 2013) en Europa (Nelson, 2016; Hansson, 2017). Verder komt *undeserved credit claiming* voor in alle overheidslagen en in verschillende hoedanigheden. Voorbeelden zijn legio: zo kan een gouverneur een lint doorknippen voor een gebouw dat eigenlijk een verwezenlijking is van de burgemeester, of kan een parlementair de eer opstrijken voor een wet die eigenlijk door een medewerker werd geschreven (Glazer & Segendorff, 2005).

Bueno (2018) introduceert dan weer het concept van *credit hijacking*: het risico dat oppositiepartijen de eer opstrijken voor maatregelen die door regerende partijen werden ingevoerd. Zowel *credit hijacking* als *undeserved credit claiming* zijn mogelijk doordat burgers moeite hebben om de verschillende overheidslagen uit elkaar te houden. Verschillende onderzoekers vonden dat het moeilijk is voor burgers om te begrijpen wie er verantwoordelijk is voor beleidsresultaten. En een politicus zal geneigd zijn om (onterecht of onverdiend) *credit* te claimen wanneer het voor het publiek moeilijk is om te achterhalen of dit terecht is (Glazer & Segendorff, 2005; Kang & Reich, 2014; Evans & Marshall, 2016; Bueno, 2018). Zo is het bijvoorbeeld moeilijk om als burger te weten waar een subsidie zijn oorsprong kent, en of er een rechtstreekse link is tussen een beleidsbeslissing en 'goed nieuws', zeker als een politicus ervoor kiest om discreet te blijven over zijn verwezenlijkingen.

Nelson (2016) heeft het ten slotte over de effectiviteit van *credit claiming*. Niet alle presidenten noch overheden slagen erin om ondanks *credit claiming*-pogingen, herverkozen te worden. Dat was onder meer het geval bij de eerste minister van Frankrijk Lionel Jospin (1997 - 2002) of de Duitse kanselier Gerhard Schröder (1998 - 2005). Bij een herverkiezing spelen veel meer factoren een rol, zoals bijvoorbeeld de werkloosheidsgraad (Nelson, 2016). De rol van *credit claiming* is dus niet noodzakelijk doorslaggevend bij verkiezingen.

Zoals eerder vermeld, moet de boodschap bovendien geloofwaardig en gelegitimeerd zijn. Met andere woorden: een *credit claiming*-activiteit *an sich* is geen garantie op succes. Zeker niet wanneer er onterecht *credit* werd geclaimd. Daarin speelt *belief perseverance* een rol: bij foutief-positieve informatie gaan burgers namelijk overcorrigeren en een politicus negatiever percipiëren (Cobb et al., 2013). Bij foutief-negatieve informatie wordt er dan weer ondergecorrigeerd en zal de (valse) opvatting langer worden onthouden en voor waar worden aangenomen.

3.3 Liever geen smet op het blazoën

Als *credit claiming* het opstrijken van eer is, dan is *blame avoidance* het omgekeerde, namelijk het willen vermijden van blaam. Fiorina (1977) stelde reeds vast dat politici afwisselen tussen de twee, en dat de keuze voor één van de twee afhangt van de kosten-batenanalyse die zij maken en de mogelijkheden die er zijn in de politieke actualiteit.

Blame avoiders, of politici die bezig zijn om verliezen te vermijden, zijn bezig met het zuiver houden van hun eigen naam. Ook al worden daarmee mogelijke voordelen op lange termijn opgeofferd, denk aan gezondheidsvoordelen bij stijgende uitgaven in de gezondheidszorg. Typisch voor *blame avoiders* is dat ze bijvoorbeeld geen duidelijke positie innemen ten opzichte van een beslissing, om achteraf de eigen positie niet te moeten bijstellen. De reden voor politici om vanuit hun standpunt aan *blame avoidance* doen, is dat zij hun (andere) beleidsdoelen niet kunnen realiseren als ze niet herverkozen zouden worden (Weaver, 1986).

Een *blame avoider* is voornamelijk geïnteresseerd in het behouden van de status quo. Dat sluit aan bij wat eerder onderzoek (Weaver, 1986; Hood, 2011) zegt over de afweging tussen *credit claiming* en *blame avoidance*: politici, zeker als ze risico-avers zijn, zullen *blame* vermijden steevast hoger inschatten dan de mogelijkheid om er eer mee op te strijken. Dit fenomeen kent zijn oorsprong in *negativity bias*, wat eerder in de literatuurstudie aan bod kwam.

3.3.1 Blame avoidance-strategieën

Weaver (1986) onderscheidt acht specifieke *blame avoidance*-strategieën die een politicus kan gebruiken. Ten eerste is er (1) *agenda limitation*, het onderwerp zo lang mogelijk van de agenda houden zodat mogelijke schadelijke beleidskeuzes nog niet overwogen worden. Ten tweede is er (2) *redefine the issue* of het herdefiniëren van een kwestie, zodat de beslissing niet langer een alles-of-niets verhaal zou worden. Zo blijven ook de politieke gevolgen kleiner. Ten derde is er de tactiek van (3) *throw good money after the bad*. Daarbij kan er extra geld vrijgemaakt worden om de status quo te behouden en bepaalde verliezen voor de kiezer uit te stellen. Nog een mogelijkheid is (4) *pass the buck* of de hete aardappel doorschuiven. Een beslissing wordt zo gedelegeerd naar een andere persoon of instantie. Verder kan een zondebok of (5) *scapegoat* gezocht worden om de schuld van de beslissing op af te schuiven. De *blame* treft dan vooral diegene die de beslissing nam. Verder is er nog de tactiek van (6) *jump on the bandwagon*. Een politicus kan ervoor kiezen om - in tegenstelling tot zijn eigen positie - de stem van de meerderheid vertolken en te doen alsof dat de eigen initiële positie was. Als de eigen politieke positie nog niet bekend was, hoeft de politicus geen *blame* te ondergaan. Vervolgens is er nog (7) *to circle the wagons* of 'de rangen sluiten'. Zo hoeft niemand binnen de partij zijn nek uit te steken en neemt iedereen het voor elkaar op. Ten slotte is er nog de techniek die Weaver (8) *stop me before I kill again* noemt. Dat is het omgekeerde van de positie van de meerderheid te vertolken. Bij deze techniek volgt een politicus zijn eigen overtuiging en stemt hij voor wat tegelijkertijd de verantwoordelijkste maar minst populaire beleidsmaatregel blijkt. Bij het discreet houden van zijn keuze kan hij toch *blame* ontwijken en tegelijkertijd stemmen naargelang zijn echte voorkeur. De keuze voor één van bovenstaande *blame avoidance*-technieken hangt allemaal af van wat er op het spel staat, maar ook van een aantal vragen zoals bijvoorbeeld of er een geloofwaardige zondebok te vinden is.

Later deelde Weaver samen met Pal de strategieën verder in drie categorieën in, namelijk *manipulating procedures*, *manipulating perceptions* en *manipulating payoffs* (Pal & Weaver, 2003). *Manipulating procedures* (1) slaat op het institutionele aspect. Voorbeelden zijn de hete aardappel doorschuiven, het beperken van de agenda of het afzonderen van een maatregel. Twee categorieën in de typologie volgens Hood (2002; 2011) sluiten daarbij aan: namelijk *agency*- en *policy*-strategieën. *Agency*-strategieën delegeren een beslissing of de controle op de uitvoering ervan, naar een andere instantie of organisatie. Zo verwijzen binnenlandse politici bijvoorbeeld voor (onpopulair) beleid naar richtlijnen van de Europese Unie. *Policy*-strategieën, zoals protocollering of automatiseren, slaan dan weer op de onduidelijke relatie tussen een beleidsbeslissing en het uiteindelijke resultaat (Hood, 2011). Zo kan de politicus “*het causale van een negatieve daad of gevolg afwijzen door te zeggen dat de regels werden gevolgd*” (Hansson, 2017, p. 235).

Manipulating perceptions (2) heeft te maken met hoe hervormingen strategisch worden gecommuniceerd en verkocht kunnen worden aan de kiezer. Bekende strategieën zijn verwarring zaaien, een zondebok zoeken, de rangen sluiten of een kwestie herdefiniëren (Pal & Weaver, 2013). Dit sluit enigszins aan bij wat Hood (2002) *presentational strategies* noemt, en waartoe hij ook excuses en rechtvaardiging rekent.

Manipulating payoffs (3) ten slotte heeft te maken met de timing van de hervorming of hoe de uitkomst kan worden verspreid, zeker als het verliezen voor de kiezers betreft. Voorbeelden zijn het versnipperen of concentreren van bepaalde resultaten en verliezen (Vis, 2016; Pal & Weaver, 2013). Dat kan doordat sommige hervormingen maar een deel van het kiespubliek treffen. Soms gaat het ook om het compenseren of vrijstellen van bepaalde verliezen, denk aan het verlagen van belastingen.

Zo zijn ook nog andere typologieën denkbaar. Pierson (1994) bijvoorbeeld beschreef drie gelijkaardige categorieën als die van Pal & Weaver (2013) en Hood (2002), die specifiek van toepassing zijn op de welvaartstaat. Strategieën zijn daar onder meer het targetten van beleid voor bepaalde groepen en andere niet, het verschuiven van lasten of het vertragen van bezuinigingen. Hering (2008) maakt dan weer een onderscheid tussen perceptie of voorkeur-georiënteerde benaderingen, en tussen partij- of kiezer-georiënteerde benaderingen. Toch passen alle *blame avoidance*-technieken wel ergens in één van de drie categorieën: de nadruk leggen op het institutionele en hun structuren, het strategisch trachten veranderen van de perceptie, of verliezen trachten te beperken.

Verder kunnen bepaalde strategieën zowel bij *credit claiming* als bij *blame avoidance* worden ingezet. Zo argumenteren Elmelund-Præstekær en Emmenegger (2013) dat *strategic reframing* zowel een *blame avoidance* als een *credit claiming*-strategie kan zijn. Voor *justification* en *redefining the issue* is het dan weer minder duidelijk of ze in twee richtingen

werken. Hood (2002) heeft daarover een interessante redenering. Volgens hem is *justification* juist bedoeld om *blame* om te zetten in *credit*.

Weaver (1986) zegt dat ook autoritaire leiders *blame* wel kunnen onderdrukken, maar niet kunnen vermijden. In zo'n geval zal *buck-passing* - de hete aardappel doorschuiven - weinig relevant zijn, maar zal *scapegoating* - het vinden van een zondebok - een meer aangewezen strategie zijn. Zo geeft Roylance (2018) enkele hedendaagse voorbeelden van anti-democratische leiders die in hun land een zondebok gevonden hebben voor het beleid: de LGBT-gemeenschap in Rusland, de Gülen-aanhangers in Turkije of de Rohingya-minderheid in Myanmar. Roylance (2018) zegt dat autoritaire leiders zo hun eigen beperkingen aan de macht willen afbouwen en hun tegenstanders verzwakken. Gebreken van de overheid blijven zo uit de aandacht.

Rest nog maar de vraag hoe effectief *blame avoidance*-strategieën zijn. Kunnen ze ertoe bijdragen dat de perceptie in de hoofden van de burger verandert? Net zoals Nelson (2016) enkele kanttekeningen maakte bij de effectiviteit van *credit claiming* - ook de werkloosheidsgraad speelt volgens hem een rol bij herverkiezingen - zo zijn ook opmerkingen te bedenken bij *blame avoidance*. Volgens Giger en Nelson (2010) zijn *blame avoidance*-strategieën niet altijd voldoende om negatieve gevoelens bij de burger te neutraliseren, zeker wanneer overheden de strategieën niet juist toepassen. Bovendien kan er nooit sprake zijn van een volledige controle over de actualiteit of politieke agenda. Anderzijds worden *blame avoidance*-strategieën soms wel zodanig succesvol toegepast dat er ondanks een besparingspolitiek toch extra stemmen kunnen gaan naar partijen die de besparingspolitiek hebben ingesteld (Giger & Nelson, 2010), zeker als die partijen als 'verantwoordelijk' worden geframed.

3.3.2 De rol van de woordvoerder

De tweede categorie uit 3.3.1 *Soorten blame avoidance*, namelijk *manipulating perceptions*, beschreef hoe hervormingen strategisch kunnen worden gecommuniceerd om de perceptie te beïnvloeden. De woordvoerder in het veld sturen zou daarvan onderdeel kunnen uitmaken. De keuze voor een welbepaalde *blame avoidance*-strategie verloopt vaak volgens het principe van *trial and error* (Hinterleitner, 2017). Vaak wordt eerst voor een andere strategie gekozen (bijvoorbeeld ontkenning) vooraleer de politicus overgaat tot een 'pijnlijkere' strategie. Een toegeving doen, het aanbieden van excuses,... zijn daar voorbeelden van. Vanuit de theorie van *blame avoidance* lijkt het aannemelijk dat een politicus de woordvoerder in het veld zal uitsturen, zeker als het gaat om het slaan van een *mea culpa*.

Dergelijke *presentational strategies*, zijn volgens Hood (2002, 2011) vergelijkbaar met het concept van *impression management*. Via impressiemanagement kan een politicus de controle uitoefenen over hoe hij zichzelf presenteert aan de kiezer (McGraw, 2003) door

bijvoorbeeld te laten zien aan de kiezer dat hij één van hen is. Retoriek, het uiterlijk van een politicus en (gepercipieerde) persoonlijkheid spelen ook weer een rol aan de kant van de ontvanger, namelijk hoe de kiezer de politicus percipieert (De Landtsheer, De Vries & Vertessen, 2008). De woordvoerder uitsturen betekent voor de politicus een verloren kans om zelf in de media te komen en om zichzelf te kunnen presenteren aan de kiezer.

Tot nog toe werd de rol van de woordvoerder in *blame game*-literatuur onderbelicht. Hansson (2015, 2017) onderzocht de communicatierichtlijnen van het UK Cabinet Office in relatie tot *blame avoidance*-strategieën. Hij ontdekte eerder dat in administratieve taal vaak bewust aan 'overcommunicatie' wordt gedaan, dat is uitvoerig taalgebruik hanteren met veel herhalingen. Ook irrelevante zaken worden gretig vermeld om *blame* te 'verstoppen' of te vermijden (Hansson, 2015). De communicatierichtlijnen bevatten volgens Hansson (2017) veel anticipatoire vormen van *blame avoidance*, waardoor mogelijk vermeende schuld al op voorhand wordt ingeperkt. Woordvoerders van een minister zijn in de regel ook ambtenaar. Zij zullen zowel anticipatoire maar ook de eerder reactieve vormen van *blame avoidance* beheersen.

Volgens Hansson (2017) behoren woordvoerders tot het 'eerstelijns personeel', omdat zij het eerste aanspreekpunt voor journalisten zijn. Doorgaans bezitten ze de nodige vaardigheden om *blame* onschadelijk te maken. Niet zelden zijn ze berucht bij journalisten voor hun pogingen om mogelijk negatief nieuws "te verbergen, verduisteren of onjuist voor te stellen" (p. 225). We veronderstellen met andere woorden dat een woordvoerder in het veld zal gestuurd worden bij negatief nieuws dat bovendien reactief is van aard.

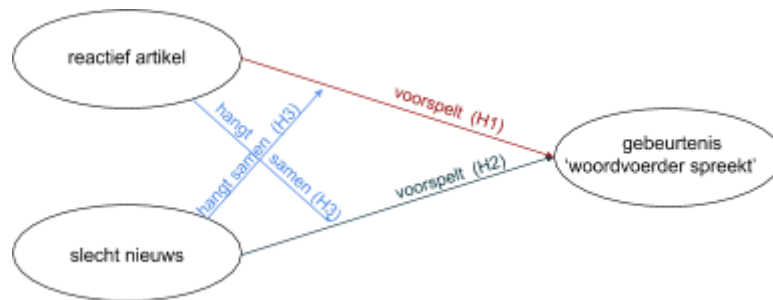
Aversie voor verliezen is bij een politicus sterker dan hun wens om *credit* te claimen. Concreet verwachten we dat reactief of slecht nieuws de kans zal verhogen dat een woordvoerder aan het woord komt in een artikel. Bovendien verwachten we dat slecht nieuws vaker 'reactief' getint is. Dat levert de volgende hypothesen op:

H1: Reactief nieuws verhoogt de kans dat een woordvoerder spreekt (ongeacht de lengte van het artikel).

H2: Slecht nieuws verhoogt de kans dat een woordvoerder spreekt (ongeacht de lengte van het artikel).

H3: Interactie-effect: Reactief nieuws versterkt het effect van slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt (ongeacht de lengte van het artikel).

Hypothesen 1 tot en met 3 kunnen visueel worden weergegeven in volgend regressiemodel:



Figuur 1: Regressiemodel van hypothesen 1, 2 en 3

3.4 Beleidsdomeinen en partijen versus de *blame game*

Hood (2002, 2011) beschreef een *blame game* eerst als een “set van interacties tussen verkozen politici en het algemene publiek, of kiezers in het algemeen” (2002, p. 17). Later verfijnde hij zijn definitie naar “verschillende spelers die de verantwoordelijkheid voor een nadelige gebeurtenis op elkaar afschuiven, en zo handelen als de aanklagers in plaats van de beschuldigen” (2011, p. 7). De *blame game* is met andere woorden een complex spel van *blame avoidance*-strategieën.

Een plaats waar de *blame game* het best tot uiting komt, is bijvoorbeeld het vragenuur waar oppositie en meerderheid aan deelnemen. Het verbale aspect komt ook terug in de definitie van *blame game* zoals geformuleerd door Brändström (2016, p.35): “een verbale strijd tussen protagonisten van binnen en buiten de overheid over de toekenning van verantwoordelijkheid voor negatieve gebeurtenissen die plaatsvonden in de maatschappij”. Politici doen er volgens haar alles aan om hun naam zuiver te houden en niet te worden gelinkt aan een probleem. Tegenstanders (bijvoorbeeld opiniemakers) doen er dan weer alles aan opdat dat wel zou gebeuren.

Een mogelijk nadeel voor parlementsleden, zo merkt Weaver (1986) op, is dat gehoorzaamheid aan de partij hen beperkt in de keuze voor *blame avoidance*-strategieën. Voor politici van parlementaire systemen, zoals in België het geval is, is het moeilijk om de hete aardappel door te schuiven omdat zij vaak de enige verantwoordelijke zijn (Weaver, 1986). Eventueel kunnen politici na een onpopulaire maatregel wel gebruik maken van de techniek *throw good money after the bad*. Zo maken ze meer geld vrij om verliezen die hun kiezers zouden ondervinden, beperkt worden. Een voordeel aan een parlementair systeem is dan weer dat parlementsleden, dankzij hun partijkaart, minder individuele of persoonlijke *blame* zullen oplopen omdat ze kunnen verwijzen naar het partijstandpunt.

Howlett (2014) merkte op dat voornamelijk risico-averse overheden zich ver verwijderd willen houden van klimaatverandering. Niets doen zou in dat geval meer zou kunnen opleveren dan ingrijpende maatregelen te ondernemen met het risico afgestraft te worden door de kiezer. Een typische *framing*-strategie die daarin wordt gebruikt, is het afdoen van

klimaatverandering als natuurlijke fenomenen die de mens niet in de hand heeft en waartegen maatregelen dus nutteloos zijn (Howlett, 2014). Vaak wordt ook de nadruk gelegd op lange processen en procedures die niet (onmiddellijk) lonen. Dat helpt de negatieve bijklank van acties tegen klimaatverandering in sommige landen te verklaren (Leong & Howlett, 2017).

Valt er bij bepaalde beleidsdomeinen meer *credit* te claimen dan bij andere domeinen? Zijn sommige beleidsdomeinen (zoals bijvoorbeeld financiën) niet inherent meer *blame*-gevoeliger dan een beleidsdomein dat zich leent tot goed nieuws (zoals bijvoorbeeld cultuur)? Gaat het regressiemodel uit hypothese 1, 2 en 3 zowel op voor ministers van 'zachte' beleidsdomeinen (cultuur, gezondheidszorg) als voor collega-ministers uit 'harde' beleidsdomeinen (defensie, financiën)?

Het onderscheid tussen 'zachte' en 'harde' beleidsdomeinen is gebaseerd op de masterproef van De Smedt (2015), die de vertegenwoordiging van vrouwen in harde en zachte commissies in het Vlaams Parlement onderzocht. Onder meer mobiliteit, buitenland, financiën, economie, werk, defensie, en justitie zouden harde beleidsdomeinen zijn. Zachte beleidsdomeinen zijn onder meer cultuur, sport, media, welzijn, gezin, onderwijs, leefmilieu en gezondheidszorg. Het beleidsdomeinen binnenlandse zaken wordt als neutraal gezien.

Toch geeft de literatuur een indicatie waarom het regressiemodel van hypothese 1, 2 en 3 wel van toepassing kan zijn op beide soorten beleidsdomeinen. Sociale welvaart en gezondheidszorg (die behoren tot zachte beleidsdomeinen) zijn volgens verschillende onderzoekers voer voor *blame avoidance*-strategieën (Kang & Reich, 2014; Leong & Howlett, 2017). De onderzoekers stellen dat gezondheidszorg een 'dubbele last' met zich meebrengt, omdat ontwikkelingen in gezondheidszorg enerzijds gepaard gaan met hoge uitgaven en anderzijds pas op lange termijn financieel-maatschappelijke opbrengsten met zich meebrengen. Hun onderzoek, uitgevoerd in Zuid-Korea, toont aan dat daarom moeilijke beslissingen over gezondheidszorg worden uitgesteld of dat de verantwoordelijkheid voor een beleidsbeslissing verdeeld wordt onder verschillende experts en instituten.

Leong en Howlett (2017) stellen dat hoe hoger een onderwerp op de publieke agenda staat (en er een groter publiek besef is dat iets 'dringend' is), hoe meer de bevoegde politici geneigd zullen zijn om actie te ondernemen om mogelijke *blame* te vermijden. Voor onderwerpen die niet veel publieke aandacht krijgen, geldt het omgekeerde. Daar zal de overheid geneigd zijn er de handen van af te houden en minimale actie te ondernemen (Leong & Howlett., 2017). Vanuit die vaststelling lijkt het aannemelijk dat zowel harde als zachte beleidsdomeinen elk zowel dringende als minder dringende beslissingen hebben die moeten worden genomen.

De literatuur geeft met andere woorden geen indicatie waarom effecten van reactief en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt, niet van toepassing zouden zijn op

zachte beleidsdomeinen. Daarom werd hypothese 4, die fungeert als een soort robuustheidstest voor het regressiemodel, als volgt opgesteld:

H4: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor 'harde' als voor 'zachte' beleidsdomeinen.

Een tweede voorname reden om aan *credit claiming* of *blame avoidance* te doen, is het doordrukken en kunnen realiseren van de eigen politieke agenda. Uit onderzoek blijkt dat, ook in tijden van besparing, politici op zoek gaan naar manieren om herverkozen te worden, en daarin - ondanks onpopulaire besparingen - in kunnen slagen (Hering, 2008; Giger & Nelson, 2011; Elmelund-Præstekær & Emmenegger, 2013; Wenzelburger & Hörisch, 2016; Vis, 2016). De *rational choice*-benadering dat de kiezer een politicus in het stemhokje afstraft voor besparingen, blijkt al langer achterhaald. Ook de *economic voting theory* waarin de kiezer de politiek beloont of straft afhankelijk van de macro-economische situatie, vormt slechts één element dat niet noodzakelijk doorslaggevend is voor de uiteindelijke keuze in het stemhokje (Giger & Nelson, 2011).

Wenzelburger en Hörisch (2016) stelden vast dat *blame avoidance* succesvol kan zijn wanneer bijvoorbeeld (positieve) *reframing* wordt toegepast. Dankzij die strategie hoeft een overheid niet noodzakelijk afgestraft worden voor besparingen. Strategische reframing beïnvloedt namelijk hoe het publiek de hervorming percipieert (Elmelund-Præstekær & Emmenegger, 2013). De burgers die het sterkst door de besparingen worden getroffen, reageren in het onderzoek van Elmelund-Præstekær en Emmenegger (2013) het sterkst op framing.

Opmerkelijk is dat die vaststelling verschillend opgaat per partij. Zo ontdekte Vis (2016) dat vooral liberale en conservatieve partijen kunnen 'profiteren' van een besparingspolitiek. Giger en Nelson (2010) stellen dan weer dat dit vooral bij liberale en religieus geïnspireerde partijen het geval is. Bij sociaaldemocratische partijen is het risico op verlies van stemmen wel groter. Een mogelijke verklaring ligt in het *issue ownership* van bepaalde partijen. Zo focussen partijen zich traditioneel op issues waarop ze een 'stereotiep' voordeel hebben (Iyengar & Simon, 2000). Liberale partijen hebben het voordeel dat ze sterk kunnen inzetten op het economische (bijvoorbeeld werkloosheid) en kunnen zo de indruk wekken dat ze hun verantwoordelijkheid opnemen. Voor België beschreef Hugo de Ridder (1999) hoe de eerste regering-Dehaene ondanks hun besparingspolitiek herverkozen raakte voor een tweede termijn. In campagnes profileerde Jean-Luc Dehaene (CD&V) zich als de 'ervaren gids' voor moeilijke tochten.

Kortom, in bepaalde omstandigheden (bijvoorbeeld bij besparingspolitiek) kan het zijn dat religieus geïnspireerde, liberale of conservatieve partijen hun voordeel doen op voorwaarde dat ze een *blame avoidance*-strategie (bijvoorbeeld *strategic reframing*) gebruiken om bepaalde maatregelen te kunnen verkopen aan hun kiezers (Giger & Nelson, 2010; Vis, 2016).

Dat sluit aan bij de drie regeringspartijen die we voor deze masterproef onderzoeken, namelijk CD&V (religieus geïnspireerd), Open VLD (liberaal) en N-VA (conservatief). Bij sociaaldemocratische of groene partijen is dat effect minder duidelijk (Giger & Nelson, 2010). We verwachten dan ook geen significante verschillen tussen de drie onderzochte partijen onderling.

H5: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden voor ministers van alle onderzochte partijen.

3.5 Slecht nieuws: zwijgen of spreken?

Bij het communiceren over slecht nieuws zijn er doorgaans twee opties: zwijgen of spreken. In crisiscommunicatie en *issue management* wordt de strategie om een crisis zelf naar buiten te brengen en erover te communiceren ook *stealing thunder* genoemd. Omgekeerd wordt reageren op een crisis wanneer die reeds is uitgebroken, *thunder* genoemd (Arpan & Pompper, 2003).

De keuze voor één van de twee strategieën hangt af van een reeks factoren, zoals de gevoeligheid van het onderwerp, de beschikbaarheid van informatie, bepaalde risico's, enzovoort. Volgens Arpan & Pompper (2003) verdient *stealing thunder* de voorkeur, mits het eerlijk en *straightforward* gebeurt. Rekeninghoudend met alle risico's, timing en controle van dien, laat *stealing thunder* toe om zelf als eerste de toon van het nieuws te zetten. Bovendien beschikt iedere journalist over dezelfde informatie, wat de schaarsheid van het nieuws meteen teniet doet. Het psychologische effect van schaarste werd beschreven in de *commodity theory* van Brock (1968): schaarse informatie doet de waarde ervan stijgen en maakt dat informatie gegeerd wordt.

Voor deze masterproef maken we gebruik van de concepten proactiviteit en reactiviteit. In de crisiscommunicatie slaat proactiviteit op een anticiperende, actieve houding, terwijl reactiviteit meer als een coöperatieve houding wordt gezien (Arpan & Pompper, 2003). In deze masterproef gebruiken we proactiviteit om aan te duiden wanneer een minister of woordvoerder actief nieuws naar buiten brengt (bijvoorbeeld via een persbericht), en reactiviteit wanneer een minister of woordvoerder gevraagd wordt naar een reactie. Dat hoeft niet noodzakelijk over slecht nieuws te gaan. Ook goed nieuws kan reactief worden gecommuniceerd (bijvoorbeeld een minister die positief reageert op de vraag om ergens meer middelen aan toe te kennen).

Figenschou, Karlsen, Kolltveit et al. (2017) toonden aan in Noors onderzoek dat ministeriële communicatieprocessen zowel pro- als reactief sterk gefocust zijn op de persoon van de minister. Dat zou te wijten zijn aan de vraag van de media zelf alsook aan de adviezen van communicatie-experten. Dat sluit bovendien aan bij de stijgende trend van personalisering in

de politiek, waarin de personencultus rond een politieke kandidaat belangrijker wordt dan de campagne van de partij an sich (Rahat & Sheaffer, 2007). Figenschou et al. (2017) vonden dat journalisten de minister als het aangewezen aanspreekpunt zien, omdat woordvoerders vaak omschreven worden als “*twijfelachtig, onzeker en vaag*” (p. 419).

Voor deze masterproef zullen artikelen uit vijf krantenmedia worden geselecteerd. Verschillende onderzoekers onderzochten de *blame game* via krantenartikelen (Mortensen, 2013, Kang & Reich, 2013). Met deze hypothese willen we nagaan of er in kwaliteitsmedia meer negatieve artikelen worden gepubliceerd. Met slecht of goed nieuws wordt bedoeld of een minister al dan niet kan uitpakken met wat in een artikel staat. Dat is nog iets anders dan de tonaliteit van de berichtgeving, die idealiter neutraal moet zijn. Rosenson (2015) deed de oefening voor de Verenigde Staten en vond per krant geen verschil in toon van de berichtgeving over regeringen. Kranten van verschillende strekkingen berichtten overwegend neutraal over de regering. Of kwaliteitskranten meer reactieve of slecht nieuws artikelen zullen publiceren, is niet duidelijk. Toch vallen door de opkomende inhoudelijke mediaconvergentie en -concentratie binnen het Vlaamse krantenlandschap (VRM, 2015; De Bens, 2007) geen significante verschillen te verwachten tussen populaire en kwaliteitskranten.

H6: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor berichtgeving in de populaire als in de kwaliteitspers.

3.6 Overzicht hypothesen

Deze masterproef focust dan ook op de vraag wie spreekt bij slecht nieuws. Hoe ervaren woordvoerders en journalisten de *blame game*? Is het zo dat journalisten in dat geval de minister opbellen of contacteren zij standaard de woordvoerder? Hoe beslissen journalisten wie ze zullen bellen? En vooral: hoe beslissen minister en woordvoerder wie het woord voert bij heikele kwesties? Hoe houden woordvoerders slecht nieuws zoveel mogelijk uit de media? Voor interpretatie van de resultaten zullen daarom telefonische interviews worden afgenomen met politiek journalisten en politieke woordvoerders.

Hieronder volgt een overzicht van alle hypothesen die deze masterproef tracht te beantwoorden:

Regressiemodel:

H1: Reactief nieuws verhoogt de kans dat een woordvoerder spreekt (ongeacht de lengte van het artikel).

H2: Slecht nieuws verhoogt de kans dat een woordvoerder spreekt (ongeacht de lengte van het artikel).

H3: Interactie-effect: Reactief nieuws versterkt het effect van slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt (ongeacht de lengte van het artikel).

Regressiemodel toegepast op verschillende groepen:

H4: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor 'harde' als voor 'zachte' beleidsdomeinen.

H5: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden voor ministers van alle onderzochte partijen.

H6: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor berichtgeving in de populaire als in de kwaliteitspers.

Tabel 1: Overzicht hypothesen

4. Methodologie

4.1 Onderzoeksmethode

De werkwijze bestaat erin om artikelen van verschillende kranten te analyseren en te kijken wie spreekt bij welk soort nieuws. Voor dit onderzoek zullen we ons beperken tot het onderzoeken van de communicatie van twaalf Vlaamse en federale ministers uit drie regeringspartijen. Voor een goede betrouwbaarheid stellen we een minimum van 100 artikelen per minister voorop. De helft daarvan bevat een citaat van een woordvoerder, de andere helft bevat een citaat van de minister. In totaal brengt dat het aantal onderzochte artikelen op 1200.

Inhoudsanalyse van krantenartikelen is een geschikte methode om menselijke communicatie te onderzoeken (Roose & Meuleman, 2014). De onderzoeksvraag, namelijk: *Wordt de woordvoerder in het veld gestuurd om slecht nieuws op te vangen?* kan zo empirisch onderzocht worden. De keuze voor krantenartikelen heeft als bijkomend voordeel dat het niet-reactieve data zijn. Dat wil zeggen dat bij de productie van de tekst nog niet geweten is dat dit later als onderzoeksobject zal worden gebruikt (Roose & Meuleman, 2014). Persberichten, partijprogramma's of boodschappen op sociale media zijn bezwaarlijk een optie als onderzoeksobject: daarin zullen namelijk overwegend *credit claiming* boodschappen opgenomen zijn.

Om de resultaten te interpreteren, wordt een beroep gedaan op diepte-interviews. De keuze voor diepte-interviews is te verklaren door de sociale werkelijkheid waarin de *blame game* zich afspeelt. Naargelang de gegeven interpretatie zijn er namelijk verschillende geconstrueerde werkelijkheden mogelijk (Roose & Meuleman, 2014). Denk maar aan het effect dat politieke voorkeur of vooringenomenheid kan hebben op het construeren van 'een werkelijkheid'. Het is dan ook interessant om te kijken hoe woordvoerders en journalisten het spel van de *blame game* percipiëren, elk vanuit hun professionele hoedanigheid. Omdat het gaat om een specifieke doelgroep met een bijzondere kennis, spreken we ook van expert-interviews. De experts kregen allemaal een *informed consent* of geïnformeerde toestemming als bijlage, waarin de anonimiteit, de vertrouwelijkheid van de gegevens en de vrijwillige deelname aan het onderzoek worden benadrukt.

4.2 Dataverzameling

Bij de selectie van de ministers wordt de voorkeur gegeven aan de regeringspartijen die zowel op Vlaams en federaal niveau aan zet zijn. Op het moment van de dataverzameling (maart 2018) waren dat CD&V, Open VLD en N-VA. Ook dragen vicepremiers en viceminister-presidenten de voorkeur om mee te nemen in de analyse. Verder wordt gestreefd naar een evenwichtige verdeling per partij en per regering. Dat wil ook zeggen dat de premier, de minister-president van de Vlaamse regering, de staatssecretarissen alsook de Franstalige

partij MR buiten beschouwing worden gelaten. Bij de keuze voor de ministers werd rekening gehouden met hun beleidsdomein en het aantal relevante resultaten. Zo ging de keuze voor CD&V-ministers bijvoorbeeld naar Jo Vandeurzen (Volksgezondheid) in plaats van Joke Schauvliege (Landbouw), omdat het aantal relevante resultaten (inclusief citaat) groter was bij die eerste.

	Vlaamse regering	Federale regering
CD&V	<p>Hilde Crevits (<i>Viceminister- president, Vlaams minister van Onderwijs</i>)</p> <p>Jo Vandeurzen (<i>Vlaams minister van Welzijn, Volksgezondheid en Gezin</i>)</p>	<p>Kris Peeters (<i>Vicepremier, federaal minister van Werk, Economie en Consumentenzaken</i>)</p> <p>Koen Geens (<i>federaal minister van Justitie</i>)</p>
Open VLD	<p>Bart Tommelein (<i>Viceminister- president, Vlaams minister van Begroting, Financiën en Energie</i>)</p> <p>Sven Gatz (<i>Vlaams minister van Media, Cultuur, Jeugd en Brussel</i>)</p>	<p>Alexander De Croo (<i>Vicepremier, federaal minister van Ontwikkelingssamenwerking, Digitale Agenda, Telecom en de Post</i>)</p> <p>Maggie De Block (<i>federaal minister van Sociale Zaken en Volksgezondheid</i>)</p>
N-VA	<p>Liesbeth Homans (<i>Viceminister- president, Vlaams minister van Binnenlands Bestuur, Inburgering, Wonen, Gelijke Kansen en Armoedebestrijding</i>)</p> <p>Ben Weyts (<i>Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Toerisme, Vlaamse Rand en Dierenwelzijn</i>)</p>	<p>Jan Jambon (<i>Vicepremier, federaal minister van Veiligheid, Binnenlandse Zaken en Regie der Gebouwen</i>)</p> <p>Johan van Overtveldt (<i>federaal minister van Financiën en Fraudebestrijding</i>)</p>

Tabel 2: Selectie ministers (situatie op het moment van de dataverzameling, maart 2018)

De dataverzameling gebeurt via de online persdatabank GoPress (gopress.be). De eerste zoekterm is de achternaam van de minister. De zoekresultaten worden weergegeven op basis van ‘relevantie’, zodat artikelen zeker niet-chronologisch verschijnen. Ze worden met andere woorden gerandomiseerd op basis van hun relevantie. Uit de zoekresultaten worden vervolgens de eerste 50 artikelen geselecteerd waarin de minister aan het woord is, dat wil zeggen, waarin een volledig citaat staat vermeld. Vervolgens wordt per minister een tweede zoekopdracht uitgevoerd met als zoekterm de achternaam van de minister plus ‘woordvoerder’, ‘woordvoerster’ of ‘kabinet’. Daaruit worden de eerste 50 artikelen geselecteerd waarin een citaat van de woordvoerder (of plaatsvervangend communicatiemedewerker) staat vermeld. Artikelen die zowel een citaat van de minister als

een citaat van de woordvoerder bevatten, worden buiten beschouwing gelaten. Elk relevant artikel wordt gedownload en opgeslagen zodat het later gecodeerd en een tweede maal gecontroleerd kan worden.

Voor de zoekresultaten werd als tijdsperiode het begin van de legislatuur (respectievelijk mei 2014 en oktober 2014 voor de Vlaamse en federale regering) tot maart 2018 ingesteld. Enkel Bart Tommelein is daarop een uitzondering: hij werd op 4 mei 2016 benoemd tot minister.

Het zoeken naar artikelen die minstens een volledig citaat bevatten, zorgt ervoor dat heel wat artikelen moeten geopend worden. Zo levert de zoekterm 'De Block' bijvoorbeeld zo'n 8832 resultaten op. Vooraleer 50 relevante resultaten (met citaat) werden gevonden, zijn zo'n kleine 500 artikelen bekeken. Het citaat moet bovendien gaan over een actuele kwestie. Artikelen over een minister die op bedrijfsbezoek gaat of een eetfestijn aankondigt, zijn niet relevant. Ook de zoekterm 'Peeters' leverde heel wat niet-relevante resultaten op. Daarom werd hier geopteerd voor de zoekterm 'Kris Peeters'. Ondanks die vernauwing waren er nog steeds 9038 resultaten (onder meer over de mobiliteitsexpert Kris Peeters), waarvan zo'n 1000 werden geopend om uiteindelijk tot 50 artikelen te komen.

We nemen De Standaard, De Morgen, Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad en de Tijd mee in de selectie van kranten. De voorkeur werd gegeven aan nationale dagbladen met een groot bereik en een eigen politieke redactie. Kranten waarvan de focus op de eigen provincie ligt, werden niet meegenomen. Daarom werden Metro, Het Belang van Limburg, Gazet van Antwerpen en Franstalige media zoals le Soir, l'Echo en la Libre Belgique buiten beschouwing gelaten.

4.3 Variabelen

Het codeboek werd opgesteld door een aantal variabelen op theoretische gronden te selecteren. Ook werden een eerste maal een honderdtal artikelen bekeken om daaruit relevante variabelen te distilleren. Op basis van die data werd een codeboek samengesteld die bestaat uit onderstaande variabelen. Variabelen zoals politicus, woordvoerder, krant, lengte en het aantal vermeldingen van de minister zijn manifeste variabelen. Ze kunnen worden afgelezen en er is bijgevolg geen discussie mogelijk over de codering. 'Slecht nieuws' en 'reactief nieuws' daarentegen zijn latente variabelen en vereisen enige interpretatie (Roose & Meuleman, 2014).

Naast die variabelen werd ook de titel van het artikel en maximaal drie citaten in een daarvoor bestemde cel geplakt. Eveneens werd plaats voorzien om tussentijdse notities te maken. Dat bleek handig bij twijfelgevallen.

Om een goede betrouwbaarheid te garanderen, werden de latente variabelen (slecht nieuws, reactief nieuws) van alle 1200 artikelen tweemaal door mezelf gecodeerd, met een

tijdsverschil van ongeveer drie maanden. Daarna werd de intracodeurbetrouwbaarheid berekend, die verder in de methodesectie wordt besproken. Daarnaast werden bij het coderen van de latente variabelen (slecht nieuws, reactief nieuws) enkele vuistregels genummerd zodat bij twijfel de interpretatie telkens op dezelfde manier zou gebeuren.

4.3.1 Politicus

Per minister worden 100 artikelen opgeslagen waarin de minister of de woordvoerder aan bod komt met minstens één volledig citaat. Aan het artikel werd een code per minister toegewezen.

4.3.2 Woordvoerder

Het citaat is ofwel afkomstig van de minister, ofwel van de woordvoerder van de minister. In de helft van de artikelen per politicus komt de minister zelf aan bod, in de andere helft levert de woordvoerder het citaat. De artikelen waarin de minister spreekt, krijgen code 1. Die waarin de woordvoerder spreekt, krijgen code 2. De variabele wordt met andere woorden gecodeerd richting de woordvoerder.

4.3.3 Krant

Ieder krantenartikel wordt vervolgens ook gecodeerd per krantentitel. De Morgen, Het Laatste Nieuws, De Standaard, Nieuwsblad en Tijd krijgen respectievelijk een code van 1 tot 5 toegewezen.

4.3.4 Slecht nieuws

Goed of slecht nieuws is geen manifeste, maar een latente variabele. Dat betekent dat de inhoud niet manifest af te lezen is, maar er enige interpretatie aan te pas komt om een boodschap te evalueren (Roose & Meuleman, 2014). Naarmate meer artikelen worden gecodeerd, konden enkele vuistregels worden opgesteld. Die vuistregels moeten ervoor zorgen dat de codering telkens op dezelfde werkwijze wordt uitgevoerd bij twijfelgevallen. Zeker wanneer er een tweede codering volgt met enige tijd tussenin, is het nuttig om de werkwijze van de eerste codering te herlezen ter voorbereiding.

Bij twijfelgevallen, zit een eerste indicatie in de titel. Komt een minister goed of slecht naar voor bij het lezen van de titel? Is er een indicatie dat een positief of negatief frame werd gebruikt? Indien de titel neutraal is: kan de minister met het nieuwsfeit uitpakken of niet? Indien de minister tevreden kan zijn met de vermelding in de titel, werd gecodeerd voor goed nieuws. Indien dat niet zo was, werd voor slecht nieuws gecodeerd. Indien de titel geen duidelijkheid bracht, werd gekeken naar de toon van het artikel. Als het een neutraal artikel is (vb. 'richting handel & kantoor verdwijnt') zonder kritische tegenstemmen, dan mag het

artikel als goed worden gecodeerd omdat het een kans is voor de minister om de eigen boodschap te verkondigen zonder tegenwind. Nog een typevoorbeeld is de minister die iets of iemand terugfluit. Dit kan tegelijkertijd als reactief en als goed nieuws gecodeerd worden omdat het lijkt alsof de minister zijn verantwoordelijkheid opneemt. Komt er een maatregel na slecht nieuws? Dan wordt gecodeerd voor slecht nieuws. Maatregelen aankondigen is namelijk een *blame avoidance*-strategie. Als de minister reageert op een externe oorzaak waar hij of zij geen rechtstreekse schuld aan heeft (vb. '1 op 20 leerlingen gepest'), dan wordt gecodeerd voor slecht nieuws. Omgekeerd, als een minister pronkt met iets wat niet zijn of haar eigen verdienste is (vb. 'Total investeert in België'), werd voor goed nieuws gecodeerd. Als iets 'geen taboe' meer is voor een minister, of komt de minister ergens op terug, dan wordt gecodeerd voor slecht nieuws. De minister moest hier namelijk zijn of haar oordeel of principes bijstellen. Verder is het oppassen geblazen bij morele oordelen of onderwerpen die kunnen afhangen van politieke voorkeur (vb. 'hulp aan vluchtelingen', 'sluiting van kerncentrales'). In dat geval werd gekeken naar de vorm van het artikel: wat staat er in de titel? Kan een minister uitpakken met het nieuws? Welke framing past de journalist toe? Wordt de minister in het artikel bekritiseerd?

4.3.5 Reactief nieuws

Ook pro- en reactiviteit zijn niet altijd manifest waar te nemen. Soms komt er enige interpretatie aan te pas. Ook voor deze variabele konden op termijn enkele vuistregels worden opgesteld. Ten eerste werd gekeken of de aanleiding expliciet werd vermeld (vb. 'blijkt uit een recent gepubliceerde studie'). Ging het om een onafhankelijke studie waarop een minister reageert, dan betrof het reactief nieuws. Ging het daarentegen om een studie die het departement van de minister zelf heeft uitgevoerd en naar buiten bracht, dan werd gecodeerd voor proactief nieuws. Verder wijzen de woorden 'reageert daarmee op', 'bevestigt daarmee', ... op een aanleiding die eerder al in de media was. Dergelijke aanleiding gevolgd op een reactie wees dus op reactief nieuws. Vervolgens werd gekeken naar wie een beslissing heeft bekendgemaakt. Indien de minister als eerste over een beslissing communiceerde of zelf een cijfer bekendmaakte, dan ging het over een proactief artikel. Verder werden antwoorden op parlementaire vragen steeds als reactief gecodeerd. Bij twijfel werd de vraag gesteld of het nieuws er ook was geweest indien de minister toen niet had gecommuniceerd. Als het antwoord daarop 'ja' is, werd als reactief gecodeerd (vb. 'bij de samenkomst van de Kamer werd een beslissing genomen'). Indien 'neen', dan is het proactief omdat de minister zelf nieuws creëert. Die stelregel kon ook worden toegepast op gebeurtenissen onder de vraag: Was gebeurtenis X niet voorgevallen, zou reactie Y alsnog gevolgd zijn? Zou de minister zich bijvoorbeeld uitspreken over een rookverbod in de wagen mocht dat niet recent zijn goedgekeurd in Schotland? Als met andere woorden de aanleiding voor een beslissing expliciet stond vermeld, werd het als reactief gecodeerd.

4.3.6 Lengte artikel

Ten slotte werd er in een aparte kolom telkens ook het aantal woorden, met andere woorden de lengte van een artikel, genoteerd. Het aantal woorden in een artikel kan worden geteld door CTRL-F uit te voeren in het pdf-document van het artikel. Dit kan later gebruikt worden als controlevariabele: zo wordt de invloed van de lengte van een artikel op de analyse uitgesloten.

4.3.7 Vermelding minister

Vervolgens wordt ook het aantal keer dat een minister vernoemd wordt in een artikel, toegevoegd. Daarvoor wordt CTRL-F uitgevoerd op de achternaam van de minister in kwestie. Dit is een aparte variabele die toelaat om te kijken of in artikelen waarin de woordvoerder spreekt, de naam van de minister minder vaak wordt vernoemd.

4.4 Betrouwbaarheid

De twee latente variabelen, namelijk slecht en reactief nieuws, werden in totaal twee keer gecodeerd met daartussen een tijdspanne van drie maanden. Dat laat toe om Cohen's kappa, een maat voor inter- en intracodeurbetrouwbaarheid te berekenen. Omdat het hier gaat over het meten van de betrouwbaarheid tussen twee versies met dezelfde codeur, spreken we over intracodeurbetrouwbaarheid. De intracodeurbetrouwbaarheid laat toe om de consistentie binnen de resultaten van dezelfde codeur te meten (Landis & Koch, 1977).

Voor slecht nieuws bedraagt de Cohen's kappa 0,848. Voor reactief nieuws bedraagt ze 0,895. De samenhang tussen de twee coderingen is met andere woorden goed tot zeer goed. Een kappa tussen 0,81 en 1,00 wordt 'bijna perfect' genoemd (Landis & Koch, 1977). Een Cohen's kappa is idealiter hoger dan 0,6. De waarde 0 wijst op complete toeval terwijl een kappa van 1 een totale overeenkomst tussen beide coderingen betekent.

Beide variabelen (slecht nieuws, reactief nieuws) mogen dan wel betrouwbaar zijn in termen van intracodeurbetrouwbaarheid, over de intercodeurbetrouwbaarheid kunnen we dan weer geen uitspraken doen. Er is namelijk geen tweede codeur die de variabelen heeft gecodeerd. Over de intercodeurbetrouwbaarheid kunnen we dus geen uitspraken doen.

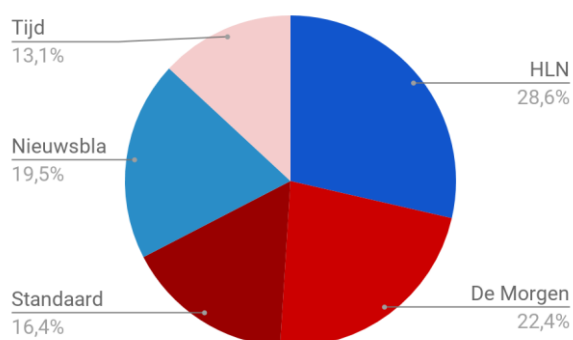
5. Resultaten

In wat volgt, worden de resultaten van het onderzoek besproken. Eerst kijken we naar het kwantitatieve deel. Wat vertelt de analyse van 1200 krantenartikelen ons over de relatie tussen woordvoerder en minister? Wie spreekt bij goed nieuws? We beschrijven eerst enkele vaststellingen uit de data in het beschrijvende deel en gaan vervolgens over naar de resultaten van de regressieanalyse in het analytische deel. Ten slotte kijken we naar het kwalitatieve deel, het interpretatieve luik dat werd uitgewerkt via diepte-interviews.

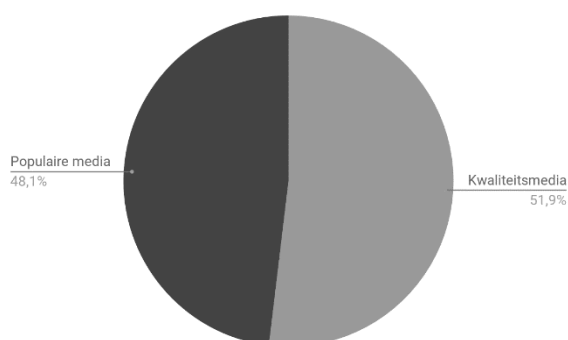
5.1 Beschrijvende resultaten

De totale steekproef bevat 1200 krantenartikelen. De helft van de artikelen bevat een citaat van de minister. De andere helft kan worden toegeschreven aan de woordvoerder. De totale steekproef (n = 1200) is evenredig verdeeld over de 12 ministers en 3 partijen. Per minister zijn er zo 100 artikelen: 50 daarvan bevatten een citaat van de woordvoerder en 50 een citaat van de minister.

De totale steekproef (n = 1200) bestaat uit artikelen van De Morgen (269), Het Laatste Nieuws (343), De Standaard (197), het Nieuwsblad (234) en de Tijd (157). De procentuele verdeling ziet eruit als volgt:

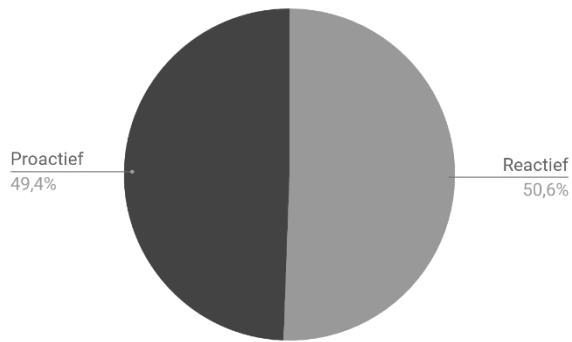


Figuur 2: Verdeling per krant

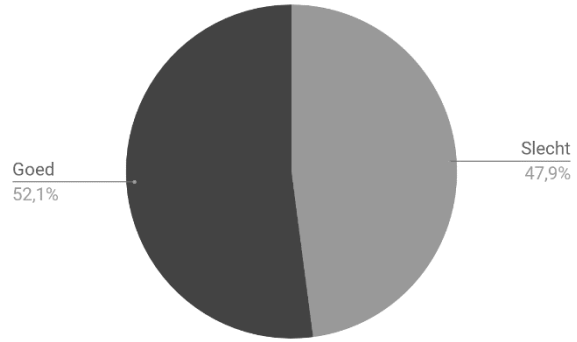


Figuur 3: Verdeling soort medium

Van alle artikelen werden er 594 ingedeeld bij proactief en 606 bij reactief. Verder werden er 625 ingedeeld onder 'goed nieuws' en 575 artikelen onder 'slecht nieuws'. Twijfelgevallen werden telkens gecodeerd volgens het stappenplan (zie: 4.3.5 *Reactief nieuws* en 4.3.6 *Slecht nieuws*). De verdeling van reactief en slecht nieuws ziet eruit als volgt:

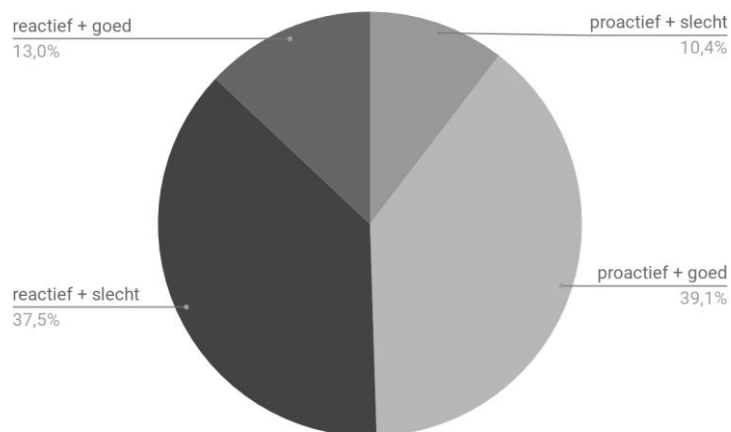


Figuur 4: Verdeling pro- en reactiviteit



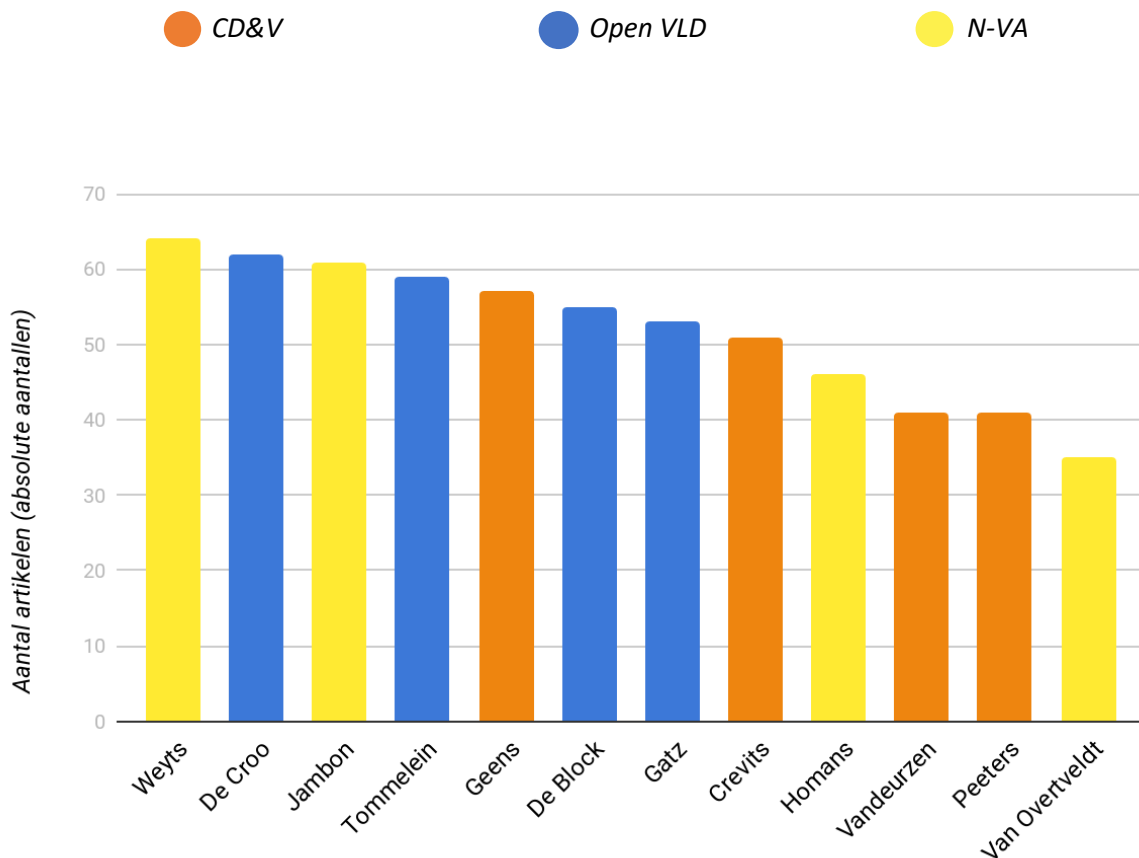
Figuur 5: Verdeling slecht en goed nieuws

Als de twee kwadranten (namelijk goed en slecht nieuws; pro- en reactief nieuws) combineerd worden, bekomen we de volgende verdeling: 469 artikelen bevatten goed en proactief nieuws, 450 artikelen bevatten reactief en slecht nieuws, 125 artikelen bevatten proactief en slecht nieuws, 156 artikelen bevatten reactief en goed nieuws.



Figuur 6: Verdeling kwadranten pro-en reactief, slecht en goed nieuws

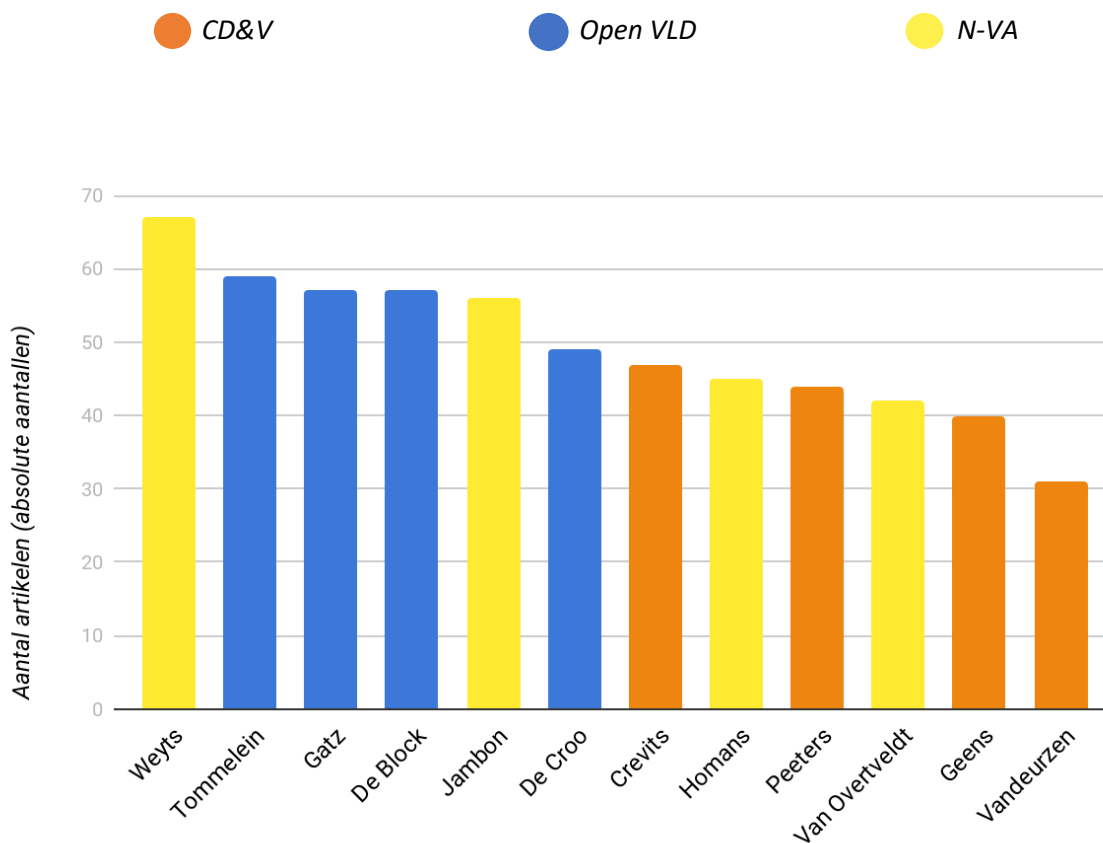
Als de twaalf ministers onderling worden vergeleken op vlak van **goed nieuws**, namelijk welk minister-woordvoedersduo het vaakst zou communiceren bij goed nieuws, bekomen we onderstaande grafiek. Het cijfer op de y-as staat voor het absolute aantal artikelen waarin een minister-woordvoedersduo goed nieuws communiceert. Ben Weyts (N-VA) spant de kroon, gevolgd door Alexander De Croo (Open VLD) en Jan Jambon (N-VA). Jo Vandeurzen (CD&V), Kris Peeters (CD&V) en Johan Van Overtveldt (N-VA) sluiten het rijtje af.



Figuur 7: Welk minister-woordvoedersduo spreekt het vaakst goed nieuws? (n = 625)

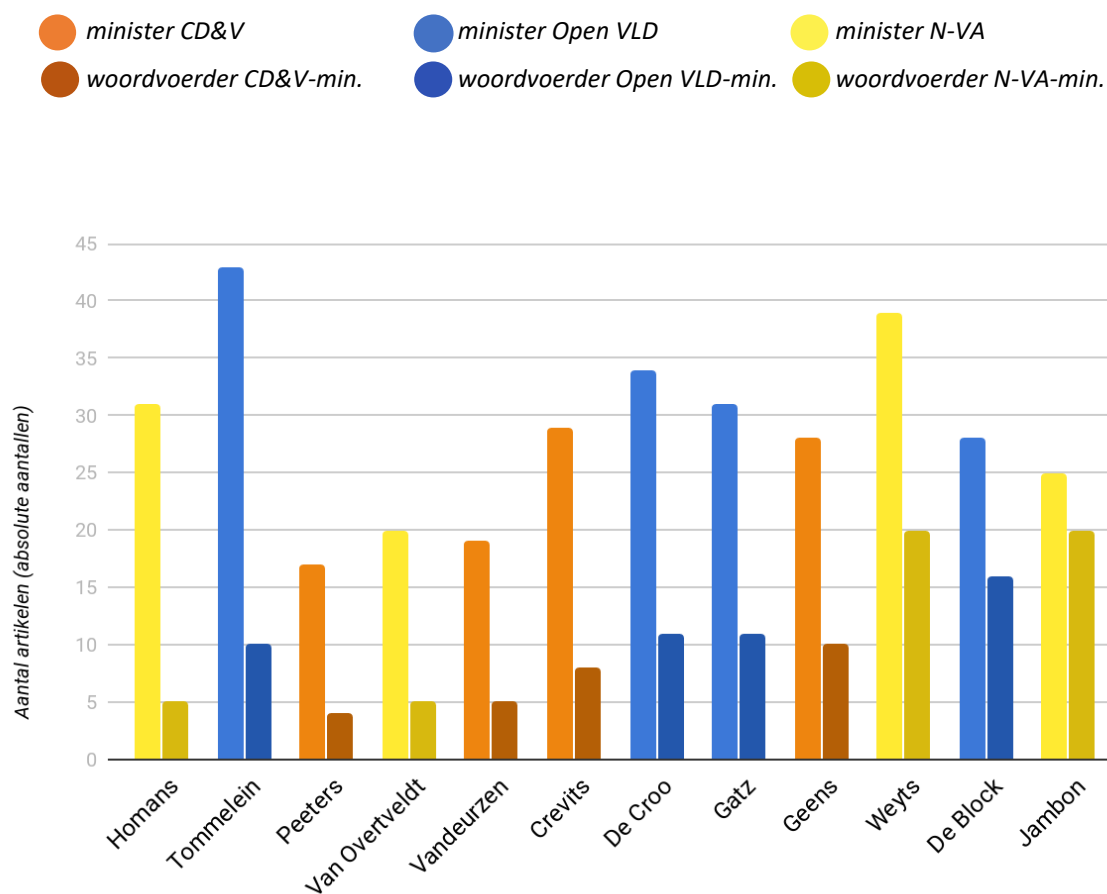
Dezelfde oefening herhalen we voor proactieve communicatie. **Proactief** communiceren gaat niet noodzakelijk altijd over goed nieuws. Ook slecht nieuws kan proactief naar buiten worden gebracht. Figuur 8 toont welk minister-woordvoedersduo het vaakst proactief communiceert. Ben Weyts (N-VA) en Bart Tommelein (Open VLD) zijn de koplopers. Opmerkelijk: beide ministers zijn ex-woordvoerders. Zij lijken met andere woorden het best de mogelijkheden om proactief te communiceren toe te passen. Twee CD&V-ministers communiceren het minst proactief, namelijk Koen Geens en Jo Vandeurzen.

Opvallend genoeg maken alle liberale ministers deel uit van het 'hoogst scorende' deel van de grafiek. CD&V-ministers zitten dan weer allemaal in het 'laagste' deel, terwijl de N-VA-ministers zowat overal verspreid zitten. Dit roept meteen enkele vragen op: krijgen liberale ministers bepaalde communicatie-instructies vanuit het partijbestuur? Het is geweten dat Open VLD sterk inzet op 'een positief verhaal'. Speelt personalisatie een sterkere rol bij N-VA dan bij andere partijen? De resultaten van hun ministers kunnen namelijk uiteenlopen. En waarom slagen CD&V-ministers er ten slotte minder dan andere partijen in om proactief de media te bespelen?



Figuur 8: Welk minister-woordvoersduo communiceert het vaakst proactief? (n = 594)

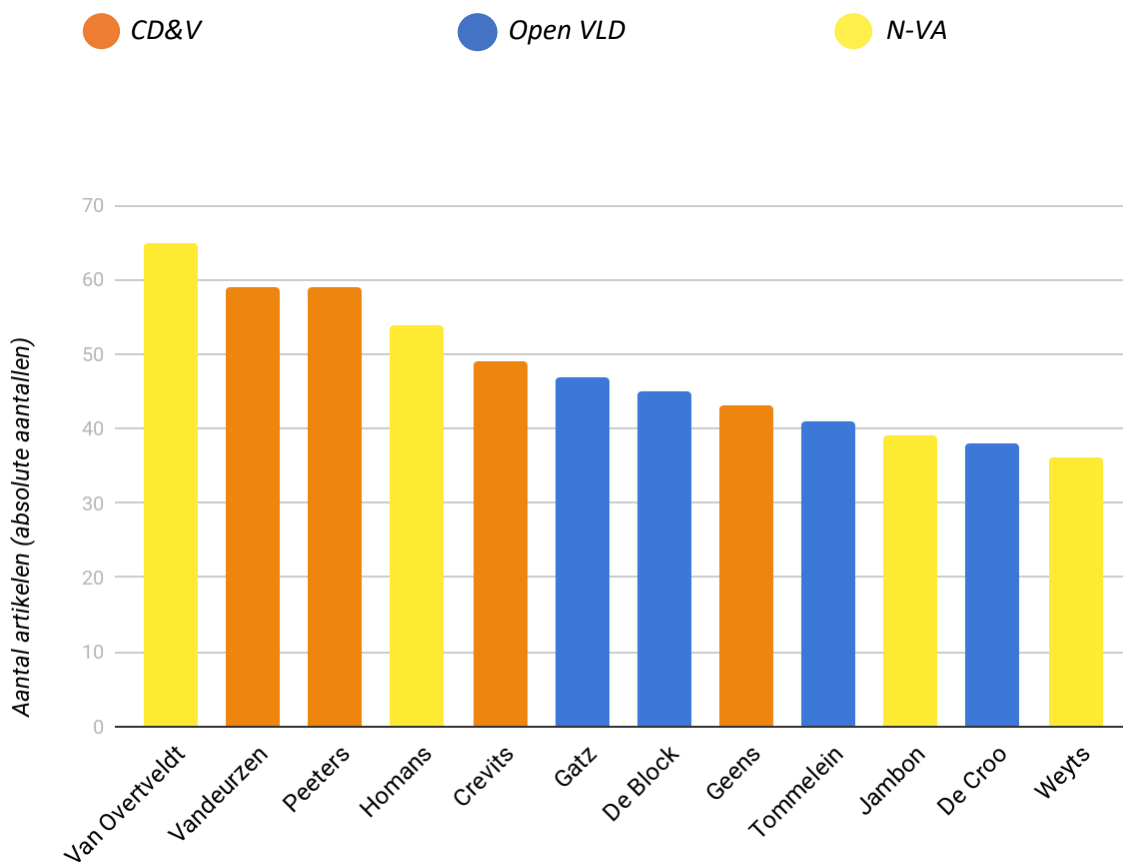
In wat volgt nemen we de ratio woordvoerder-minister onder de loep en dat bij artikelen die zowel proactief als goed nieuws bevatten. Hoe liggen de verhoudingen tussen woordvoerder en minister bij het communiceren van **proactief en goed nieuws**? De rangschikking gebeurt volgens het procentueel grootste verschil tussen woordvoerder en minister naar het kleinste procentuele verschil. De lichtst gekleurde balk stelt de minister voor, de donkerst gekleurde balk telkens de desbetreffende woordvoerder of kabinetsmedewerker.



Figuur 9: Welke minister spreekt relatief gezien het vaakst zelf bij goed en proactief nieuws? (n = 469)

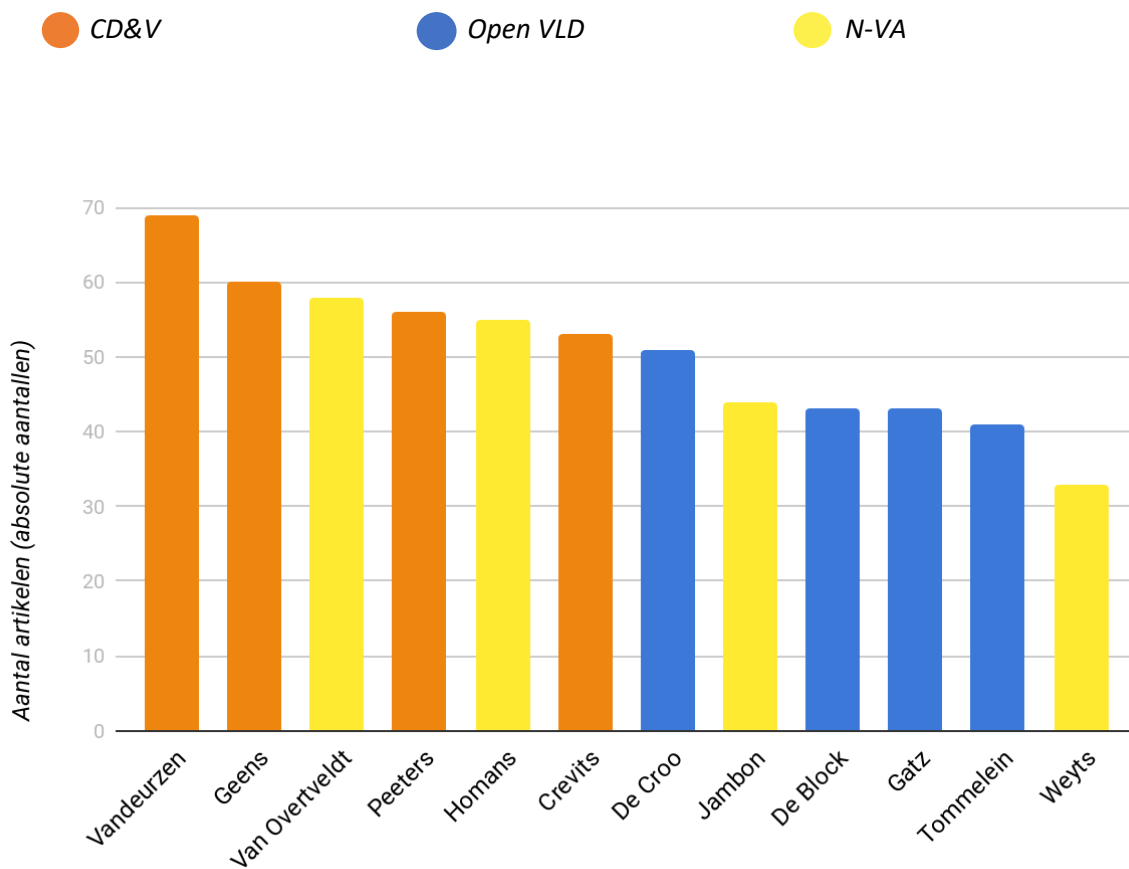
Uit figuur 9 blijkt dat Liesbeth Homans (N-VA), Bart Tommelein (Open VLD) en Kris Peeters (CD&V) relatief gezien het vaakst zelf het woord voeren als het over proactief communiceren van goed nieuws gaat. Bij Ben Weyts (N-VA), Maggie De Block (Open VLD) en Jan Jambon (N-VA) lijkt die ‘taakverdeling’ minder een rol te spelen: hun woordvoerder spreekt ook vaak bij proactief goed nieuws, maar nog steeds altijd minder dan de minister zelf. Geen enkele woordvoerder spreekt meer dan zijn minister bij goed en proactief nieuws.

In figuur 10 kijken we naar de artikelen die **slecht nieuws** bevatten. Het cijfer op de y-as staat voor het absolute aantal artikelen waarin een minister-woordvoedersduo slecht nieuws communiceert. Johan Van Overtveldt (N-VA), Jo Vandeurzen (CD&V) en Kris Peeters (CD&V) hebben het hoogste aantal artikelen met slecht nieuws. Bij Jan Jambon (N-VA), Alexander De Croo (Open VLD) en Ben Weyts (N-VA) ligt dat aantal het laagst.



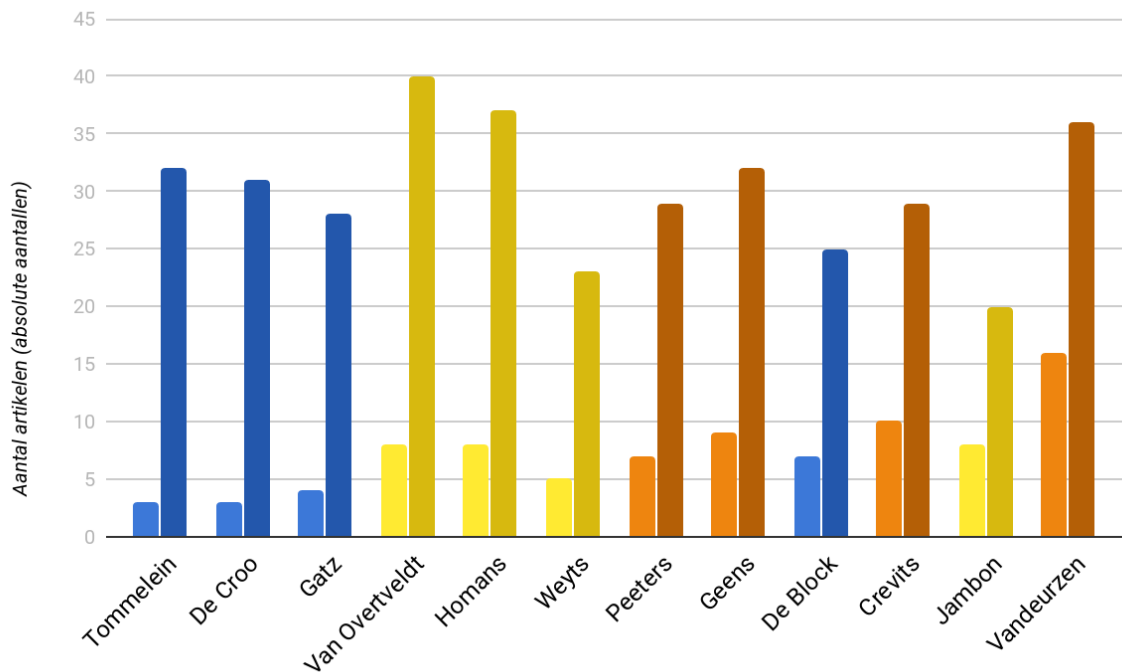
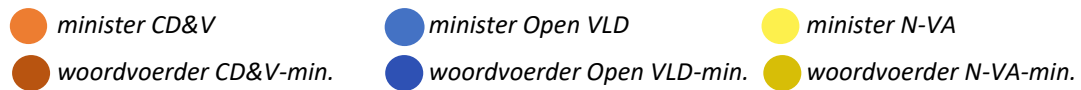
Figuur 10: Welk minister-woordvoersduo communiceert het vaakst slecht nieuws? (n = 575)

Dezelfde oefening herhalen we voor reactief nieuws. In figuur 11 staat welk minister-woordvoersduo het vaakst **reactief** communiceert. Jo Vandeurzen (CD&V), Koen Geens (CD&V) en Johan Van Overtveldt (N-VA) communiceren het vaakst reactief. Sven Gatz (Open VLD), Bart Tommelein (Open VLD) en Ben Weyts (N-VA) communiceren het minst vaak reactief. Johan Van Overtveldt en Jo Vandeurzen scoren minder goed en communiceren vaak bij slecht als reactief nieuws.



Figuur 11: Welk minister-woordvoedersduo communiceert het vaakst reactief? (n = 606)

Als we de artikelen met zowel **reactieve als slecht nieuws** communicatie optellen en opdelen in woordvoerder en minister, krijgen we onderstaande grafiek. Figuur 12 leert ons met andere woorden hoe de verhoudingen liggen tussen woordvoerder en minister bij het communiceren van reactief en slecht nieuws. De ministers zijn gerangschikt van het onderling grootste procentueel verschil tussen minister en woordvoerder naar het kleinste procentuele verschil of de kleinste ratio tussen woordvoerder en minister. De lichtst gekleurde balk stelt de minister voor, de donkerst gekleurde balk telkens de desbetreffende woordvoerder of kabinetsmedewerker.



Figuur 12: Welke minister stuurt relatief gezien het vaakst zijn woordvoerder bij slecht en reactief nieuws? (n = 450)

Uit figuur 12 blijkt dat drie liberale ministers, namelijk Bart Tommelein, Alexander De Croo en Sven Gatz het minst vaak zelf aan het woord zijn bij slecht en reactief nieuws, en dat zij relatief gezien het vaakst hun woordvoerder uitsturen. Uit de resultaten lijkt het alsof er een mogelijke strategie is of een afspraak over wie er zal communiceren. Globaal genomen sturen CD&V-ministers, en vooral Jo Vandeurzen, verhoudingsgewijs minst vaak hun woordvoerder uit bij slecht en reactief nieuws. N-VA-ministers behoren dan weer tot de middenmoot.

5.2 Regressieanalyse

Vooraleer de hypothesen worden getest in een logistisch regressiemodel, worden eerst de correlaties nagegaan in een correlatiematrix. Variabelen die significant met elkaar correleren vertellen iets over de samenhang tussen die twee variabelen. Een positieve of negatieve samenhang vertelt bovendien iets over de richting van het verband. In de correlatiematrix zijn manifeste variabelen zoals woordvoerder, lengte van het artikel en het aantal keer dat de naam van de minister wordt vermeld, opgenomen. Ook de latente variabelen van reactief en slecht nieuws zijn belangrijk voor het testen van de hypothesen.

	Woordvoerder (niet minister)	Reactief nieuws	Slecht nieuws	Lengte	Aantal vermeldingen minister
Woordvoerder (niet minister)	1	0,417**	0,405**	0,514**	-0,162**
Reactief nieuws	0,417**	1	0,533**	0,314**	-0,076**
Slecht nieuws	0,405**	0,533**	1	0,317**	-0,015
Lengte	0,514**	0,314**	0,317**	1	0,162**
Aantal vermeldingen minister	-0,162**	-0,076**	-0,015	0,162**	1

** = correlatie is significant tot op het niveau van 0,01 (2-tailed)

Tabel 3: Welke variabelen correleren met elkaar? (n = 1200)

Op basis van tabel 3 kunnen we een aantal interessante bevindingen afleiden. Zo correleert de actor woordvoerder (gecodeerd als minister = 1, woordvoerder = 2) significant positief met reactief nieuws (gecodeerd als proactief = 1, reactief = 2) en slecht nieuws (gecodeerd als goed = 1, slecht = 2). Een score voor 'woordvoerder' zal met andere woorden vaker samengaan met een score voor slecht en reactief nieuws. Dat betekent dat er een tamelijk sterk verband is waarbij bij reactief nieuws en bij negatief nieuws relatief vaker de woordvoerder in plaats van de minister het woord neemt.

Opvallend is ook de relatief hoge correlatie tussen woordvoerder en de lengte van een artikel. Die correlatie is bovendien positief. Artikelen waarin de woordvoerder spreekt, zullen met andere woorden vaker langer zijn dan artikelen waarin een minister aan het woord is. De lengte van een artikel zou een stuk van de variantie kunnen verklaren bij het logistische regressiemodel. Daarom is het belangrijk om lengte als controlevariabele mee te nemen. De variantie die zou verklaard worden door de lengte van een artikel, kan zo op voorhand worden uitgesloten.

Ten slotte is er ook een negatieve correlatie tussen woordvoerder en het aantal keer dat een minister wordt vermeld. In artikelen waarin de woordvoerder spreekt, wordt de naam van de minister minder vermeld. Een bivariate correlatie resulteerde in een significante correlatie van -0,162 ($p < 0,01$) tussen woordvoerder ($M = 1,5$, $SD = 0,5$) en het aantal keer dat de achternaam van de minister voorkomt in een artikel ($M = 3,45$, $SD = 2,02$). Uit de analyse blijkt het verband significant te zijn. Met andere woorden: als de woordvoerder optreedt, wordt de

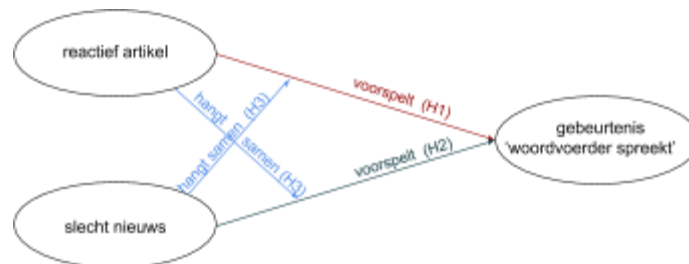
achternaam van de minister vaker minder vermeld. Bij negatief nieuws zou dat dan betekenen dat de naam van de minister 'zuiver' blijft en de minister zo 'buiten schot' blijft.

In het volgende deel kijken we naar de resultaten van de test van hypothese 1 en 2.

H1: Reactief nieuws verhoogt de kans dat een woordvoerder spreekt (ongeacht de lengte van het artikel).

H2: Slecht nieuws verhoogt de kans dat een woordvoerder spreekt (ongeacht de lengte van het artikel).

Via een logistische regressieanalyse willen we nagaan of reactiviteit en slecht nieuws kunnen voorspellen wie er spreekt in een artikel. De vraag die we ons hierbij stellen is: kunnen we met informatie van de onafhankelijke variabelen (zoals reactief en slecht nieuws) de afhankelijke variabele (de woordvoerder spreekt) voorspellen? Het model dat we willen testen zagen we reeds in figuur 1:



Figuur 1: Regressiemodel hypothesen 1, 2 en 3

Hypothese 1 en 2 kunnen in één model worden getest. In model 1 kijken we hoe goed reactief en slecht nieuws de kans dat de woordvoerder spreekt, kan voorspellen. In model 1 laten we de controlevariabele 'lengte' nog even buiten beschouwing. Model 2 illustreert meteen het verschil als we de controlevariabele lengte wel meenemen. De afhankelijke variabele, namelijk de gebeurtenis dat de woordvoerder spreekt in een artikel, wordt in het model afgekort als 'AV'.

	Model 1 (n = 1200) AV: 'de woordvoerder spreekt'			Model 2 (n = 1200) AV: 'de woordvoerder spreekt'		
	β	Exp(B)	Wald	β	Exp(B)	Wald
Reactief nieuws (H1)	1,246***	3,478	76,222	1,004***	2,729	37,511
Slecht nieuws (H2)	1,151***	3,162	54,833	0,834***	2,304	25,706
Lengte	–	–	–	0,009***	1,009	175,596
Constante (B)	-3,576***	0,028	218,534	-5,190***	0,006	266,131
Nagelkerke R ²	0,277			0,500		
Cox and Snell R ²	0,208			0,375		

*** = correlatie is significant tot op het niveau van 0,005 (2-tailed)

Tabel 4: Reactief (H1) en slecht nieuws (H2) verhogen de kans dat de woordvoerder spreekt - logistische regressie

Uit tabel 4 kunnen we besluiten dat hypothese 1 en 2 kloppen. De voorspelling is bovendien sterker voor reactief nieuws dan voor slecht nieuws. Met andere woorden: reactief nieuws voorspelt nog sterker de kans dat de woordvoerder spreekt dan slecht nieuws. In model 1 neemt de kans dat de woordvoerder spreekt, toe met 3,478 eenheden als het om reactief nieuws gaat. De kans dat de woordvoerder spreekt, neemt met 3,162 eenheden toe bij slecht nieuws. Brengen we de controlevariabele 'lengte' mee in rekening, dan zien we dat de kans dat de woordvoerder spreekt, 'slechts' toeneemt met 2,729 eenheden bij reactief nieuws en met 2,304 eenheden bij slecht nieuws. De waarden voor de Wald-statistic zijn voor beide modellen positief. Dat betekent dat zowel reactief als slecht nieuws de voorspelling significant verbeteren, ook als de controlevariabele lengte wordt meegeteld.

Volgens Field (2009) zijn de Cox & Snell R² (in model 1 gelijk aan 0,208) en de Nagelkerke R² (in model 1 gelijk aan 0,277) ongeveer gelijk aan de verklaarde variantie. In model 1 ligt de verklaarde variantie tussen de 20,8 procent en 27,7 procent. Hoe groter de verklaarde variantie R², hoe groter het aandeel van alle variabelen samen in het model. Beide R²-maten hebben een waarde tussen 0 en 1, waarbij 0 staat voor zinloze voorspellers en 1 voor perfecte voorspellers. Bij model 2 ligt de verklaarde variantie een stuk hoger. De Cox & Snell R² en de Nagelkerke R² bedragen respectievelijk 0,375 en 0,5. De controlevariabele lengte voegt dus extra verklarende variantie toe in vergelijking met het model zonder de controlevariabele.

Hypothese 3 gaat het interactie-effect na en kijkt met andere woorden of reactief en slecht nieuws elkaar versterken. Hypothese 3 luidt als volgt:

H3: Interactie-effect: Reactief nieuws versterkt het effect van slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt (ongeacht de lengte van het artikel).

In ons model voegen we vervolgens de interactie-variabele (slecht x reactief nieuws) toe en voeren we de regressieanalyse opnieuw uit. De resultaten zien eruit als volgt:

Model 3 (n = 1200) AV: 'de woordvoerder spreekt'			
	β	Exp(B)	Wald
Reactief nieuws (H1)	-0,688	0,503	1,777
Slecht nieuws (H2)	-0,961	0,383	3,072
Reactief x slecht (H3)	1,174***	3,234	174,134
Lengte	0,009***	1,009	11,887
Constante (B)	-2,726***	0,065	12,590
Nagelkerke R ²	0,508		
Cox and Snell R ²	0,381		

*** = correlatie is significant tot op het niveau van 0,005 (2-tailed)

Tabel 5: Reactief nieuws versterkt het effect van slecht nieuws (H3) op de kans dat de woordvoerder spreekt - logistische regressie

Uit model 3 kunnen we afleiden dat hypothese 3, reactief nieuws versterkt het effect van slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt, klopt. Met andere woorden: er is een bijkomend verklarend effect van reactief nieuws op slecht nieuws (en vice versa) op het voorspellen van de gebeurtenis 'de woordvoerder spreekt'. Dat bijkomend effect is klein. We zien dat de Cox & Snell R² en Nagelkerke R² gestegen zijn tot respectievelijk 38,1 en 50,8 procent verklaarde variantie. Ter vergelijking: in model 2 was dat respectievelijk 37,5 en 50 procent verklaarde variantie. Het interactie-effect voegt dus maar weinig extra verklaarde variantie toe.

In wat volgt zullen we de hypothesen testen op verschillende groepen om na te gaan of de effecten uit hypothese 1 tot en met 3 opgaan voor afgebakende groepen. Hypothese 4 onderscheidt twee groepen beleidsdomeinen:

H4: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor 'harde' als voor 'zachte' beleidsdomeinen.

De regressieanalyse van model 2 werd uitgevoerd worden op twee aparte groepen van beleidsdomeinen. Daarvoor werden in SPSS twee nieuwe variabelen aangemaakt die vervolgens via *select cases* werden geselecteerd. Tot de ‘zachte’ beleidsdomeinen rekenen we Crevits (onderwijs), Vandeurzen (Welzijn, Volksgezondheid, Gezin), Gatz (Cultuur), De Block (Sociale Zaken, Volksgezondheid), Homans (Armoedebestrijding, Gelijke Kansen, Wonen, Sociale Economie). Tot de ‘harde’ beleidsdomeinen rekenen we Jambon (Veiligheid), Van Overtveldt (Financiën), Weyts (Mobiliteit), Peeters (Economie, Werk), De Croo (Ontwikkelingssamenwerking, Buitenlands Beleid), Geens (Justitie), Tommelein (Begroting, Financiën, Energie).

De resultaten staan beschreven in tabel 6:

	Zachte beleidsdomeinen (n = 500) AV: ‘de woordvoerder spreekt’			Harde beleidsdomeinen (n = 700) AV: ‘de woordvoerder spreekt’		
	β	Exp(B)	Wald	β	Exp(B)	Wald
Reactief nieuws (H1)	0,996***	2,708	15,448	1,011***	2,748	22,061
Slecht nieuws (H2)	0,715***	2,044	7,938	0,927***	2,526	18,226
Lengte	0,009***	1,009	72,640	0,009***	1,009	102,555
Constante (B)	-5,014***	0,007	106,028	-5,323***	0,005	0,418
Nagelkerke R ²	0,494			0,505		
Cox and Snell R ²	0,370			0,379		

*** = correlatie is significant tot op het niveau van 0,005 (2-tailed)

Tabel 6: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor ‘harde’ als voor ‘zachte’ beleidsdomeinen (H4) - logistische regressie

In hypothese 4 gingen we ervan uit dat de effecten van reactief en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt, zowel zouden gelden voor harde als zachte beleidsdomeinen. Tabel 6 bevestigt dat vermoeden. Zowel zachte als harde beleidsdomeinen geven significante resultaten tot op het niveau van 0,005. Met andere woorden: reactief en slecht nieuws verhogen de kans dat de woordvoerder spreekt in een artikel, ongeacht of de minister bevoegd is voor ‘harde’ of ‘zachte’ beleidsdomeinen. De Cox & Snell R² en Nagelkerke R² geven respectievelijk 37,0 en 49,4 procent verklaarde variantie aan bij zachte beleidsdomeinen, en respectievelijk 37,9 en 50,5 procent verklaarde variantie bij harde beleidsdomeinen. De waarden voor de Wald-statistic zijn voor beide groepen positief, wat erop wijst dat reactief als slecht nieuws de voorspelling significant verbeteren voor beide soorten beleidsdomeinen.

In hypothese 5 vergelijken we vervolgens de partijen onderling:

H5: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden voor ministers van alle onderzochte partijen.

We verwachten dat het effect zal opgaan voor alle onderzochte partijen (N-VA, CD&V, Open VLD). Analoog aan de analyse van hypothese 4, maken we in SPSS nieuwe variabelen aan per partij waarin we de vier corresponderende ministers samenvoegen. Vervolgens selecteren we *select cases* een partij op model 2 op te testen. De resultaten per partij staan hieronder vermeld in tabel 7:

	CD&V (n = 400) AV: 'de woordvoerder spreekt'			Open VLD (n = 400) AV: 'de woordvoerder spreekt'		
	β	Exp(B)	Wald	β	Exp(B)	Wald
Reactief nieuws (H1)	0,706*	2,027	6,002	1,616***	5,031	25,012
Slecht nieuws (H2)	1,026***	2,791	13,092	0,554	1,740	2,910
Lengte	0,010***	1,010	71,166	0,010***	1,010	65,877
Constante (B)	-5,573***	0,004	82,046	-5,983***	0,003	99,280
Nagelkerke R ²	0,544			0,601		
Cox and Snell R ²	0,408			0,451		

	N-VA (n = 400) AV: 'de woordvoerder spreekt'		
	β	Exp(B)	Wald
Reactief nieuws	0,966***	2,627	12,707
Slecht nieuws	0,788***	2,200	8,440
Lengte	0,007***	1,007	38,633
Constante (B)	-4,406***	0,012	80,324
Nagelkerke R ²	0,380		
Cox and Snell R ²	0,285		

* = correlatie is significant tot op het niveau van 0,05 (2-tailed)

*** = correlatie is significant tot op het niveau van 0,005 (2-tailed)

Tabel 7: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt geldt voor ministers van alle partijen (H5) - logistische regressie

Met uitzondering van slecht nieuws bij Open VLD, klopt hypothese 5 voor alle partijen. Dat is opvallend. Nochtans zagen we eerder in figuur 12 dat liberale ministers zeker niet te beroerd zijn om hun woordvoerder uit te sturen bij slecht en reactief nieuws. Hier gaat het echter niet om reactief en slecht nieuws, maar enkel bij de artikelen met slecht nieuws. Een klein aantal cases (n = 171) zou aan de basis kunnen liggen waarom dit getal niet langer significant is. Eerder zagen we in figuur 10 en 11 dat Open VLD-ministers in absolute aantallen minder vaak slecht of reactief nieuws communiceren dan hun collega' van andere partijen.

Voor de andere partijen zien we overall significante resultaten. Bij Open VLD verklaart het model de meeste variantie (namelijk tussen de 45,1 en 60,1 procent). CD&V is goed voor tussen 40,8 en 54,4 procent verklaarde variantie en N-VA tussen 28,5 en 38 procent. Op uitzondering van slecht nieuws bij Open VLD na, mogen we besluiten dat reactief nieuws en slecht nieuws de kans dat de woordvoerder spreekt verhogen, ongeacht of de minister tot CD&V, Open VLD of N-VA behoort.

Hypothese 6 ten slotte luidt als volgt:

H4: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor berichtgeving in de populaire als in de kwaliteitspers.

Deze hypothese wil met andere woorden model 2 (waarin slecht en reactief nieuws gecontroleerd worden voor de lengte van het artikel) testen op twee clusters van artikelen, namelijk artikelen uit de kwaliteitspers (De Standaard, Tijd, De Morgen) en de populaire pers

(Het Laatste Nieuws, Nieuwsblad). In SPSS wordt hiervoor beroep gedaan op de mogelijkheid van *select cases*. Vervolgens wordt model 2 opnieuw uitgevoerd met de volgende resultaten:

	Populaire pers (n = 577) AV: 'de woordvoerder spreekt'			Kwaliteitspers (n = 623) AV: 'de woordvoerder spreekt'		
	β	Exp(B)	Wald	β	Exp(B)	Wald
Reactief nieuws (H1)	1,112***	3,041	23,341	0,869***	2,384	13,292
Slecht nieuws (H2)	0,850***	2,339	13,471	0,833***	2,300	12,144
Lengte	0,011***	1,011	75,206	0,008***	1,008	99,787
Constante (B)	1,112***	3,041	23,341	0,869***	0,010	0,418
Nagelkerke R ²	0,498			0,495		
Cox and Snell R ²	0,372			0,370		

*** = correlatie is significant tot op het niveau van 0,005 (2-tailed)

Tabel 8: De effecten van reactief nieuws en slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt gelden zowel voor berichtgeving in de populaire als in de kwaliteitspers (H6) - logistische regressie

We zien voor beide krantentypes significante resultaten. We zien ook dat reactief nieuws meer variantie verklaart van de populaire pers dan bij kwaliteitspers. Dat kan erop wijzen dat in populaire pers nog vaker de woordvoerder spreekt bij reactief nieuws dan in kwaliteitskranten. De verklaarde variantie, die bij populaire pers ligt tussen 0,372 en 0,498 en bij kwaliteitspers tussen de 0,370 en 0,495, sluit nauw aan bij de varianties uit model 2. We kunnen dus besluiten dat hypothese 4 klopt. Met andere woorden: reactief en slecht nieuws verhogen de kans dat de woordvoerder spreekt in een artikel, ongeacht of het een artikel uit een populaire of een kwaliteitskrant komt.

5.3 Expert-interviews met woordvoerders en journalisten

In het kwalitatief onderdeel werden de resultaten voorgelegd aan woordvoerders en journalisten. Via een telefonisch interview werd gepolst naar hun ervaringen met *credit claiming* en *blame avoidance* in de praktijk. De respondenten werden gerekruteerd via LinkedIn en vervolgens per mail. Naast de uitleg over de onderzoeksopzet, werd aan de mail een *informed consent* of geïnformeerde toestemming toegevoegd. Op de geïnformeerde toestemming staan onder meer contactgegevens van de onderzoeker en promotor, het doel van het onderzoek, de methode, de vrijwillige deelname, de vertrouwelijkheid van de gegevens alsook informatie over de uitkomst en verspreiding ervan.

In totaal werden 2 politiek journalisten van verschillende kranten en 2 (ex-)politiek woordvoerders bevestigd. Om hun anonimiteit te waarborgen, wordt over de journalisten en woordvoerders geen informatie gegeven. Daarom wordt niets vermeld over politieke strekking, de naam van de krant waarvoor zij werken, of hun aantal jaren ervaring. De interviews werden allemaal telefonisch afgenomen en duurden tussen 30 minuten en 1 uur. De tijd werd nauwkeurig in het oog gehouden. Aan het begin werd uitleg gegeven over de opzet van het onderzoek en de anonieme en vrijwillige deelname. Op het einde was voldoende tijd voorzien voor vragen en opmerkingen.

5.3.1 Wie belt naar wie?

In deze masterproef werd de vraag 'Wordt de woordvoerder in het veld gestuurd om slecht nieuws op te vangen?' onderzocht. Het antwoord op de vraag is zonder twijfel 'ja'. Zowel slecht nieuws als reactief nieuws verhogen significant de kans dat de woordvoerder spreekt in een artikel. Gevraagd naar de reden waarom, is het antwoord eenvoudig. De aandacht zal groter zijn wanneer een minister spreekt bij goed of slecht nieuws.

(woordvoerder): "Wanneer een minister slecht nieuws aankondigt, heeft het meer impact dan dat de woordvoerder dat doet."

Vanuit die optiek is het logisch dat de woordvoerder zal spreken bij slecht nieuws: het nieuws zal dan hopelijk minder impact hebben. Rest nog maar de vraag wat aan de basis ligt van die duidelijke taakverdeling. Spelen praktisch-organisatorische redenen een rol, of domineren strategische overwegingen altijd? De respondenten antwoordden uiteenlopend.

(woordvoerder): "In mijn ervaring spreekt de politicus altijd bij goed nieuws. Ik denk niet dat praktische redenen aan de basis liggen. Woordvoerder en politicus laten niets aan het toeval over."

(woordvoerder): "Ik zou de contextuele omstandigheden niet onderschatten. Als de minister in vergadering zit, zeg ik wat ik heb afgesproken en zeg ik dat de minister daarop mag geciteerd worden."

(journalist): "Met de regeringscrisis gingen veel ministers van de ene tv-studio naar de andere en konden ze niet aan de lijn komen. Je kunt met je eigen ogen zien of het klopt wanneer ze al dan niet op televisie komen."

Daarnaast zijn er bepaalde zaken waarvoor een journalist rechtstreeks naar de minister belt, en zaken die standaard door de woordvoerder worden beantwoord. Uit de interviews bleek duidelijk dat 'het meubilair van de Wetstraat' een streepje voor heeft. Wanneer er een goede band is tussen de journalist en de minister, kunnen zij rechtstreeks met elkaar bellen en de woordvoerder 'overslaan'.

(journalist): "Voor praktische zaken of kleine dossiers bel ik de woordvoerder. Bij belangrijke dossiers, achtergrondinformatie, politieke crisissen of grote artikelen, probeer ik altijd bij de minister zelf. Net zoals voor off the record informatie."

(journalist): "Ik probeer de minister altijd zelf te pakken te krijgen. Op een of andere manier sijpelt het door tot bij de lezer als je het moet stellen met de woordvoerder. Ik stel wel vast dat jongere collega's de ministers of premier maar moeilijk te pakken krijgen."

(woordvoerder): "In mijn ervaring bellen journalisten niet vaak rechtstreeks naar ministers. Bij parlementsleden is dat anders. Omdat zij minder airplay krijgen, zijn ze geneigd om er snel op te vliegen."

(journalist): "Bij politici zoals Wouter Beke is de regel dat je hem rechtstreeks mag bellen in zijn hoedanigheid als burgemeester wanneer het over Leopoldsborg gaat."

Journalisten verkiezen met andere woorden om rechtstreeks naar de minister te bellen. Dat lukt niet altijd. Veel hangt af van de ervaring, de reputatie en de band met de journalist. Ook de timing speelt volgens de geïnterviewden een rol.

(journalist): "Als je 's avonds na 20 uur belt voor een reactie, dan hoor je alleen de woordvoerder voor nog een kort statement. Je hoort ook al heel snel of je op een gevoelig thema zit of niet, en of ze al iets voorbereid hebben of dat nog moeten doen."

Laat bellen kan zowel een praktisch-organisatorische als strategische reden zijn waarom de woordvoerder aan de lijn komt. Maar laat bellen geeft de minister misschien niet helemaal een eerlijke kans om aan verantwoording te doen, zegt ook een journalist.

(journalist): "We proberen er steeds meer op te letten dat we niet te laat bellen. Maar je moet ook het standpunt van de journalist in je achterhoofd houden: zeker als het om slecht nieuws gaat, riskeer je dat de minister zelf de eigen boodschap nog snel in de markt gaat zetten bij andere kranten."

5.3.2 Downsizen van slecht nieuws

Er bestaat geen duidelijk afgelijnde regel of journalisten bij goed nieuws naar de minister bellen, en bij slecht nieuws naar de woordvoerder, integendeel. Het is volgens journalisten geen uitzondering dat bij crisiscommunicatie ministers toch zelf aan de lijn komen. Ze hebben er volgens journalisten zelf alle belang bij om hun versie van de feiten te schetsen.

(journalist): "Sommige ministers, soms zijn het zelf ex-woordvoerders, bellen ook bij slecht nieuws. Dan geven ze uitgebreid hun eigen politieke analyse en proberen ze jou mee te trekken in hun verhaal. Niet zelden vragen ze: 'je verstaat het nu toch?'"

Maar ook woordvoerders passen aan de telefoon alle truken van de voor toe om slecht nieuws zoveel mogelijk uit de aandacht te houden.

(journalist): “Je merkt wel wanneer het over vervelend nieuws gaat, dat woordvoerder en minister plots moeilijker bereikbaar zijn. Ook passen woordvoerders de strategie van het downsizen toe: zeggen dat het nieuws totaal niet belangrijk is.”

(journalist): “Wanneer een woordvoerder bij slecht nieuws zegt: ‘zet het eens op mail’, dan is het kalf verdrongen. Je krijgt ofwel geen, ofwel een extreem wollig en nietszeggend antwoord.”

(woordvoerder): “Ik probeer altijd eerlijk te zijn. Ik weet niet of dat een goede eigenschap is, maar ik probeer het wel. Bij vervelende vragen zeg ik soms dat de informatie nog niet tot bij mij is doorgesijpeld. Maar dat mag je niet teveel doen, anders word je een onbetrouwbare woordvoerder.”

(woordvoerder): “Als je toch zou liegen, moet het op een gewetensvolle manier gebeuren. Het moet niet helemaal juist zijn wat je zegt zolang het maar niet fout is.”

Ook het moment waarop er gecommuniceerd wordt, speelt een cruciale rol. Er bestaat wel degelijk een goed moment om gevoelig nieuws naar buiten te brengen, namelijk wanneer op dat moment een andere belangrijke gebeurtenis het nieuws domineert. Zo'n aankondiging gebeurt het liefst via een geschreven statement, waarover geen extra uitleg wordt gegeven.

(woordvoerder): “Nieuws laten ondersneeuwen door ander nieuws, het is een geliefkoosde methode. De Vlaamse regering deed dat met de politieke benoeming van Mia Doornaert als voorzitter van het Letterenfonds. Die beslissing werd genomen op hetzelfde moment dat er een definitieve coalitie was in Antwerpen.”

(woordvoerder): “Via een geschreven statement zorg je ervoor dat de journalist geen bijvragen kan stellen. Vervolgens is het persagentschap Belga de ideale manier om je boodschap te verspreiden. Zij leunen het dichtst aan bij je originele boodschap.”

5.3.3 Goed nieuws aan de man brengen

Bij de ene journalist gebeurt het vaak, bij de andere is het een zeldzaamheid. Maar als de minister belt om zelf goed nieuws extra te benadrukken, maakt dat toch meer indruk dan wanneer de woordvoerder dat zou doen of wanneer een persbericht zou worden uitgestuurd.

(journalist): “Het gebeurt wel dat ministers je opbellen om hun goed nieuws te verkopen. En het is veel moeilijker om te zeggen tegen een minister: ‘Het interesseert ons niet, we vinden het niet belangrijk’.”

(journalist): “In mijn ervaring is het eerder de woordvoerder die belt bij goed nieuws. Bij kleinere positieve dossiers sturen ze ook weleens een sms. Maar als ik een minister tegenkom, gebeurt het wel dat hij of zij zegt: ‘Ik heb nog iets voor je’.”

Rechtstreeks contact met de journalist of hen exclusiviteit beloven helpt dus voor een minister om hun goed nieuws in de (geschreven) pers te krijgen. Maar hoe krijgen woordvoerders goed nieuws in de krant? Hoe creëren ze zoveel *credit claiming opportunities* voor hun minister?

(woordvoerder): "Ik stuur geen persbericht uit als ik weet dat het tot niets zal leiden. Ik doe dat alleen bij grote aankondigingen. Algemene berichten zijn uit den boze."

(woordvoerder): "Als je goed nieuws wil brengen werk je best met scoops. Meestal geef ik de scoop aan één krant en contacteer ik tegelijkertijd De Ochtend op Radio 1. De kans bestaat dat je daarmee ook in de volgende nieuwsuitzendingen zit. Op medialuwe momenten sturen we op voorhand een bericht naar Belga met het moment waarop het mag verschijnen."

(woordvoerder): "Voor de krant redeneren we ook: zorg dat een journalist zo weinig mogelijk moeite moet doen om uw nieuws te brengen. Zorg ervoor dat hij zo weinig mogelijk moet toevoegen. Zo kun je bijvoorbeeld telefoonnummers geven van mensen die het nieuws kunnen bevestigen."

5.3.4 Off the record: spinning op z'n best

Nog een mogelijkheid voor woordvoerders om goed nieuws in de krant te krijgen, is door in de dagen op voorhand buzz te creëren. Als een journalist moet speculeren over een beslissing die nog niet werd genomen, kan de woordvoerder *off the record* wel achtergrondinformatie geven. Zo speelt de journalist wel in de kaart van de gewenste beeldvorming.

(woordvoerder): "Om een boodschap zo sterk mogelijk te brengen, communiceerde ik voor een belangrijke beslissing al aan kranten welke richting het mogelijk zou uitgaan."

Bij verkiezingsonderhandelingen en regeringscrisisen bellen journalisten wel rechtstreeks naar ministers voor *off the record* informatie. Wanneer ministers zonder naam in de krant komen, zijn ze volgens journalisten meer geneigd om te spreken.

(journalist): "Voor achtergrondinfo laten ze zich gaan. Voor analyses is het de ongeschreven regel dat als je als minister belt, het sowieso off the record is. Soms zeggen ze op het einde van het gesprek nog: dit en dat mag je gebruiken."

(journalist): "Het komt hen handig uit als ze off the record mogen spreken. Ze sturen je in een bepaalde richting en geven je eerlijk hun analyse van de feiten. Natuurlijk hopen ze ook dat jij dat schrijft. Je moet in het achterhoofd houden dat het altijd om beïnvloeding gaat."

Het delen van *off the record* informatie beïnvloedt het spanningsveld tussen de journalist en de woordvoerder of minister. Een journalist gaf toe dat het moeilijker is om - wanneer in het verleden waardevolle *off the record* informatie werd bekomen - in de toekomst even kritisch te zijn om het vertrouwen niet te willen schaden.

(journalist): "Het is soms moeilijk, zeker wanneer er sprake is van een vertrouwensband. Als je dure informatie kreeg en je veel met iemand kunt bellen, dan ga je in je achterhoofd houden dat je best iets voorzichter of zachter kunt zijn in je formulering. Ik ben er attent voor, maar het speelt automatisch wel mee. Zeker in de Belgische politiek. Journalisten staan hier veel dichter bij de ministers dan in andere landen."

(journalist): "Negatieve informatie blijft informatie waarover ik evenveel zal schrijven. Ik geef politici ook mijn interpretatie van de feiten en vertel hen: ik ga dat schrijven. Dan zullen de betrokken geen grote ontdekkingen meer doen in mijn artikel."

(journalist): "Ik heb niet het gevoel dat ik bij veel politici op een goed blaadje sta. Ik ga niet voorzichtiger zijn omdat ik toevallig off the record informatie kreeg. Op korte termijn betekent dat misschien minder nieuws, maar op langere termijn lijkt me dat de beste methode."

Woordvoerder en politicus hebben er dus alle belang bij om *off the record* informatie te delen. Het zorgt voor een goede relatie met de journalist, en in het beste geval op termijn misschien een genuanceerder artikel.

5.3.5 It's the strategy, stupid

Is er dan geen uitgekende communicatiestrategie beschikbaar om slecht nieuws naar buiten te brengen? Die is er in veel gevallen wel, maar mogelijk niet vanaf dag 1. De arbeidsorganisatie brengt nogal veel verschillende uitdagingen en prioriteiten met zich mee voor een nieuw kabinet.

(woordvoerder): "Woordvoerders hebben veel te zeggen in organisaties die slecht functioneren. Een kabinet is een tijdelijke werkplek en de opstart ervan verloopt allesbehalve gestroomlijnd. Men begint er gewoon aan zonder voorbereiding. De communicatie verloopt er per definitie slecht: er lopen attachés, administratief bedienden en adviseurs rond. Het is de taak van de woordvoerder om als liaison officer met iedereen te praten."

(woordvoerder): "Van buitenaf lijkt politieke communicatie heel professioneel, maar vaak gebeuren er kleine fouten wegens tijdsgebrek. Veel raakt verloren in de waan van de dag."

(woordvoerder): "Een duidelijke communicatiestrategie is er wel, maar het blijft mensenwerk. Men onderschat hoe vaak het mislukt. Veranderen van strategie op een halve dag tijd, is eerder de uitzondering dan de regel."

Ministers die starten aan hun job hebben de neiging om veel slecht nieuws te communiceren, aldus de woordvoerders. Zo kunnen ze de indruk wekken dat ze de zaken gaan oplossen. Of de burger voorbereiden dat er grote uitdagingen zijn en er mogelijk nog slecht nieuws zal volgen.

(woordvoerder): “Denk aan Maggie De Block, die na het vertrek van Theo Francken terug asiel en migratie beheert en een ‘departement in crisis en chaos’ aantrof.”

En hoewel in de onderzochte artikelen weinig ‘geavanceerde’ *blame avoidance*-technieken te bespeuren vielen, komen ze volgens de woordvoerders wel voor. *Scapegoating* en excuses of een toegeving doen, zijn daarvan twee voorbeelden.

(woordvoerder): “Een voorbeeld in het zondebokken-verhaal, komt van Jan Jambon. Er zijn er deze legislatuur enkele de revue gepasseerd, zoals de verbindingsofficier die sprak in de onderzoekscommissie na de aanslagen.”

(woordvoerder): “Ik denk dat een deel van de politici niet sterk genoeg is om blame op te nemen. Nochtans kan dat louterend en positief werken voor je populariteit. Bart De Wever zijn verbindingverhaal is daartoe een poging. Hij zei ook dat ze te laat een rode kaart hebben getrokken tegen het migratiepact. Door zelf de blame op te nemen, kon hij in de daarmee verkregen ruimte, een andere boodschap uitsturen.”

Volgens een woordvoerder is deze regeerperiode uitzonderlijk te noemen doordat partijen in elkaars vaarwater terechtkomen bij het targetten van kiespubliek. Ook de personencultus rond politici en de strategie om zoveel mogelijk te differentiëren binnen één partij, speelt mee.

(woordvoerder): “Deze regeerperiode is uitzonderlijk qua profileringsdrang. Door de interne concurrentie tussen partijen, die veel groter is dan normaal met drie partijen die in dezelfde vijver vissen, is hun communicatie nog uitgesprokener.”

(journalist): “Wanneer mensen zich misschien niet kunnen vereenzelvigen met het stemmen op een bepaalde partij, kunnen de meesten zich wel inbeelden om op bepaalde mensen van de partij wel te stemmen.”

5.3.6 Snel door het stof gaan

Niet iedereen van de *interviewees* is ervan overtuigd dat *stealing thunder* vaak voorkomt. Als het toch gebeurt, is het volgens hen alleen nuttig wanneer de minister of woordvoerder volledig en transparant zijn. *Thunder*, crisissen die uitlekken en waarover reactief gecommuniceerd moet worden, kwam naar iedereen aanvoelen meer voor.

(journalist): “Ik weet niet of *stealing thunder* zo vaak voorkomt. Het houdt ook risico’s in als je het toch doet. Het meest legendarische voorbeeld is de regering-Leterme die in 2008 viel na de Zaak-fortis. Leterme was met een brief naar het parlement getrokken om volledige transparantie te bieden, maar door dat te doen gaf hij toe dat er contacten waren geweest en de scheiding der machten was geschonden.”

(journalist): "Bart De Wever, meester in het communiceren van slecht nieuws, sprak ooit de legendarische woorden: 'Door de stront moet je niet kruipen, je moet erdoor vliegen.' Daar zit een kern van waarheid in."

(woordvoerder): "In mijn ervaring breng je slecht nieuws best altijd zelf om de communicatie in handen te houden. De politiek en de sociale partners zijn zo lek als een zeef."

Nog een techniek, die eerder werd besproken, is het publiceren van een statement en daarna ernaar blijven verwijzen. Zo blijven (lastige) bijvragen onbeantwoord. Bij de regeringscrisis ten slotte werd door de partij N-VA ook eerst gecommuniceerd. Al zou als eerste communiceren ook eerder toevallig kunnen zijn.

(woordvoerder): "N-VA die uit de regering stapt, dat leent zich uitstekend tot een blame game. Als eerste communiceerde de voorzitter dat de schuld bij anderen lag, duwde hij zijn partij in de slachtofferrol en lanceerde hij de term Marrakeschcoalitie."

(journalist): "Akkoord dat De Wever als eerste de toon heeft kunnen zetten bij de regeringscrisis. Maar is het niet logisch dat N-VA eerst een persconferentie geeft en daarna pas de premier? Als premier moet je toch eerst horen wat N-VA zegt op haar conferentie."

5.3.7 Weten is meten

Hoe wordt *blame* gemeten? Hoe weten woordvoerders of de publieke opinie de minister iets kwalijk neemt? Hoe weet een minister waarover hij best communiceert en welke onderwerpen er leven bij de kiezers?

(woordvoerder): "Via buikgevoel, ervaring en af en toe marktonderzoek. Als ik twijfel over een boodschap, toets ik het af bij een familielid."

(woordvoerder): "Het is mogelijk om een lijst van onderwerpen te krijgen die op dat moment 'hot' zijn op sociale media. Partijen kunnen ook tellen hoeveel vragen ze krijgen over bepaalde onderwerpen, die bijvoorbeeld per brief, per mail en via sociale media toekomen."

De woordvoerder is de aangewezen persoon om de gevolgen van een strategische beslissing in te schatten op lange termijn, voor coalitiepartners of de bevolking. Ook kan er onderzocht worden of framing werkt en aan welke politici een negatief etiket wel of niet blijft kleven.

(woordvoerder): "De Turteltaks is zo'n voorbeeld: wanneer een liberaal een belasting als geuzennaam heeft, is het einde nabij. Tommelein daarentegen heeft vanaf het begin positief gecommuniceerd. De term Tommeltaks is niet blijven hangen."

5.3.8 Ex-woordvoerders kennen de kneepjes van het vak

Twee ministers die in dit onderzoek goed scoren op vlak van communicatie, zijn Ben Weyts (N-VA) en Bart Tommelein (Open VLD). Beide woordvoerder-ministerduo's spreken het vaakst

in artikelen die zowel proactief als goed nieuws bevatten. Bij de rolverdeling tussen minister en woordvoerder zien we dat vooral Tommelein een duidelijke taakverdeling heeft en zelf het meest over goed en proactief nieuws zal communiceren, en het slechte en reactieve nieuws het vaakst aan de woordvoerder zal overlaten. Ook bij Ben Weyts verloopt de taakverdeling op die manier, weliswaar in mindere mate.

(woordvoerder): "Zondag = Ben-dag. Ben Weyts haalt op zondag en andere nieuwsarme momenten regelmatig de media. Wanneer hij spreekt over dierenwelzijn, komen zijn eigen varkens in beeld. Wanneer hij spreekt over wegenwerken, trekt hij werkkledij aan en stroopt hij de mouwen op."

(woordvoerder): "Zij zijn het type ministers die de vlucht vooruit nemen, snel een statement maken, en blijven terugverwijzen naar het eerste statement. Dat kan zeker een goede methode zijn."

Dat de minister uiteindelijk spreekt in het artikel, wil niet zeggen dat de woordvoerder er niet aan te pas is gekomen. Soms verloopt het scenario als volgt:

(journalist): "Stel ik bel Weyts in verband met de toegenomen files, dan gebeurt het dat de woordvoerder zegt: 'Ik laat de minister wel terugbellen.'"

Ex-woordvoerders kunnen het zich permitteren om van boodschap te veranderen. Ze weten bovendien hoe ze bepaalde onderwerpen goed kunnen uitspelen. Toch merkte een woordvoerder ook op dat er tegenvoorbeelden bestaan van mensen met media-ervaring die er "in de politiek niks van hebben gebakken". Voorbeelden volgens de woordvoerder zijn oud-journalist Siegfried Bracke, oud-spindoctor Noël Slangen, of binnen dit onderzoek oud-hoofdredacteur Johan Van Overtveldt.

(woordvoerder): "Bart Tommelein heeft zijn mening over kernenergie zeker vier keer aangepast. Maar hij komt daar geweldig goed mee weg."

(woordvoerder): "Het issue ownership van Ben Weyts over dierenwelzijn, met het verbod op onverdoofd slachten als z'n belangrijkste verwezenlijking, is fantastisch goed uitgespeeld en een electorale goudmijn. En hoewel de files alleen maar zijn toegenomen, denk ik niet dat hij zal afgerekend worden op zijn mobiliteitsbeleid."

Jo Vandeurzen (CD&V) en Johan Van Overtveldt spannen de kroon bij de artikelen die zowel reactief als slecht nieuws bevatten. Relatief gezien stuurt Vandeurzen ook het minst vaak zijn woordvoerder uit bij artikelen met reactief en slecht nieuws en wil hij zelf het woord nemen. Een journalist is alvast niet verrast:

(journalist): "Het verwondert me niet. Johan Van Overtveldt en Jo Vandeurzen hadden beiden slechte woordvoerders. Maar natuurlijk lag het ook aan henzelf."

5.3.9 Het verantwoordingsproces: vroeger versus nu

De trend naar personalisering, de ontzuiling, de opkomst van de volatiele kiezer, de toegenomen globalisering, de opkomst van sociale media, ... Het zijn allemaal ontwikkelingen uit de laatste decennia die ervoor gezorgd hebben dat het politieke en medialandschap er volledig anders is komen uit te zien. Dat bevestigen ook alle *interviewees*.

(woordvoerder): "Bevriende kranten bestaan niet meer. En de tijd dat een minister maar met zijn vingers moest knippen om in de krant te komen, is voorbij."

(woordvoerder): "Kiezers stemmen niet langer per zuil. En kranten zijn ook niet langer een doorgeefluik van die zuil in kwestie. Het Laatste Nieuws was vroeger eerder liberaal, maar is vandaag een uitgesproken populaire krant."

Volgens de respondenten is ook het verantwoordingsproces, en zeker het tempo daarvan, sterk geëvolueerd in de tijd.

(woordvoerder): "Ja, het verantwoordingsproces is anders dan vroeger. Al heeft dat nu vooral te maken met de drie partijen die elkaar sterk beconcurreren. Je schuift blame door, je neemt het niet langer collectief op."

(woordvoerder): "Tijdens de zaak-Dutroux was premier Dehaene op reis en keerde hij daarvoor niet terug. Hij kon toen vanuit het buitenland niet inschatten wat het teweegbracht in België. Hij ontving de ouders van de vermiste kinderen pas na zijn terugkeer. Vandaag zou dat ondenkbaar zijn."

Ook de bereikbaarheid speelt daarin een cruciale rol. Vroeger hadden slechts een beperkte groep van politieke journalisten toegang tot de machthebbers. Vandaag zijn de meeste ministers telefonisch, maar ook per sms of WhatsApp-bericht, bereikbaar voor een grote groep journalisten. Wanneer ministers vandaag vaker en veel sneller dan vroeger een antwoord moeten klaar hebben, betekent dat ook dat er meer verantwoording moet worden afgelegd.

(journalist): "Het was een tijdperk zonder gsm's. Toen probeerde je via de vaste lijn informatie te krijgen. Ministers bellen was toen quasi onmogelijk, alleen de inner circle van Wetstraatjournalisten had dat privilege. Bovendien was het toen nog een stuk verzuilder."

(journalist) "Vandaag is het bellen en sms'en van minister normaal geworden. In die zin kun je zeggen dat ze meer verantwoording dan vroeger moeten afleggen, ja. Vroeger hadden ze ook meer tijd om na te denken wat ze zouden zeggen. Vandaag moet je meteen voor alles een uitleg klaar hebben."

Nog het groot verschil in vergelijking met een paar decennia geleden is dat de woordvoerder een steeds belangrijker rol invult, waar het vroeger eerder een louter administratieve functie betrof. Er worden steeds meer middelen aan communicatie gewijd, en volgens verschillende geïnterviewden is er nog ruimte voor groei.

(woordvoerder): "Politiek is persoonlijker aan het worden. Je stemt op iemand die je vertrouwt of kent. En ieder media-optreden van een politicus is een kans om de persoon beter te leren kennen."

(woordvoerder): "Evolutiegewijs neemt de woordvoerder een steeds belangrijkere strategische sleutelrol in. Vroeger was het veeleer een administratieve functie, vandaag coördineer je de persoonlijke communicatie van een minister die er zelf geen tijd voor heeft. Het is een fulltime bezigheid, in een vakgebied dat zich steeds verder ontwikkelt."

5.3.10 Loopt de woordvoerder aan de leiband?

Een woordvoerder is volgens een journalist 'iemand die op zijn baasje lijkt'. Weten dat een woordvoerder het verlengstuk is van zijn minister en volledig spreekt in lijn met de minister, is volgens journalisten onontbeerlijk. Daarin zijn ze unaniem.

(journalist): "Woordvoerders kunnen in het hoofd van de minister kruipen en zijn de rechterhand - de rechterhelft zelfs - van de minister."

(journalist): "Een goede woordvoerder is bereikbaar, heeft dossierkennis, politieke feeling en geeft liefst meer dan alleen maar praktische info mee. Ook politieke sfeerschepping is belangrijk."

(journalist): "Een goede woordvoerder staat dicht bij de minister, schiet er persoonlijk goed mee op, en kan exact voorspellen hoe de minister zou reageren."

Ook de woordvoerders denken daar zo over, geven aan dat ze bereikbaar zijn en bereid zijn om achtergrondinformatie te geven.

(woordvoerder): "Je moet goed bereikbaar zijn en veel off the record informatie geven. Als er bijvoorbeeld onderhandelingen lopen over een akkoord probeer ik journalisten al te brieven in de loop van het proces."

(woordvoerder): "Het is belangrijk dat je journalisten voedt, ook als het niet dringend is. Daarnaast moet je ook kijken welke media-opportunities je hebt. Je moet een neus hebben voor nieuws."

Loopt de woordvoerder daarbij aan de leiband? Volgens alle interviewees is het allerbelangrijkste kenmerk van een woordvoerder dat hij of zij voldoende lef moet hebben om "nee" te kunnen zeggen. De woordvoerder moet er voor zorgen dat de minister bepaalde zaken juist niet gaat doen. Dat vraagt een grote portie lef.

(journalist): "Persoonlijk vind ik het belangrijk dat een woordvoerder een fout kan toegeven. Als je een slechte uitleg geeft, of als iets niet recht te zetten valt, geef het dan gewoon ook toe. Anders maak je het alleen maar erger voor je minister."

(journalist) "Ik heb het al meegemaakt dat een woordvoerder ontkent wat hij of zij gezegd heeft, puur omdat de minister kwaad is. Dat zorgt vaak voor veel ellende."

(woordvoerder): "Wanneer de politicus vanuit emotie en strategie redeneert, dan ben jij het checkpoint om de gevolgen van een beslissing in te schatten op lange termijn, voor coalitiepartners of de bevolking. Als je dan zelf weet dat het geen goed idee is, kan je het echt niet communiceren."

Soms is dat niet altijd mogelijk. Een minister heeft nog steeds de eindbeslissing. Toch probeert een woordvoerder altijd eerlijk zijn mening te geven, in de hoop dat de minister het advies zou volgen.

(woordvoerder): "Je moet loyaal zijn, en de minister een spiegel voorhouden. Maar uiteindelijk beslist de minister zelf. Het is niet 'zus' of 'zo', het is 'zus' als de minister dat zegt."

(woordvoerder): "Wij als woordvoerders weten dat sommige zaken geen goed idee zijn, maar je kunt er niks tegen inbrengen. Zo creëer je bij journalisten wel de indruk dat je op elkaar lijkt. Je probeert een stuk van de blame op jou te nemen. Zowel de goede al de slechte eigenschappen van de minister stralen ook af op jou."

Woordvoerders creëren de indruk dat ze op elkaar lijken door dezelfde communicatielijn te hanteren. Verder doen woordvoerders op een bepaalde manier ook aan impressiemanagement, door zwakke punten van de minister uit de aandacht te houden en de sterke punten van een minister proberen te versterken.

(woordvoerder): "Woordvoerders zien wat de zwakke punten zijn van de persoon waarvoor ze werken, maar het is moeilijk om ze te verbergen of trachten te veranderen."

Er is ook een verschil in de mate waarin sommige politici van hun woordvoerder gebruik maken, of erop durven te vertrouwen. Twee voorbeelden van Open VLD-politici die minder vaak dan gemiddeld gebruik maken van hun woordvoerder, zijn:

(woordvoerder): "Alexander De Croo loopt bijna altijd rond zonder woordvoerder. Hij komt binnen bij de Zevende Dag en legt zijn sleutels en gsm aan de balie. Dat is toch iets wat je normaal gezien aan je woordvoerder zou geven."

(journalist): "Gwendolyn Rutten komt zelf vaak aan de lijn. Ze neemt wel het werk uit handen van haar woordvoerder, maar het is eigenlijk niet goed om zelf veel te bellen met journalisten. Vertrouw liever op je woordvoerder."

Daartegenover staat dit voorbeeld van Jan Jambon (N-VA). Zijn woordvoerder wekt bij veel journalisten sympathie op, onder meer door de bereidheid waarmee hij informatie geeft.

(journalist): "Jan Jambon is iemand die zelf heel weinig aan de lijn komt, maar is wel toegankelijk in persoonlijke omgang. Zijn woordvoerder is altijd heel bereikbaar. Hij bleef

altijd wel met jou een half uur aan de lijn, om achtergrondinformatie te schetsen. Dat maakt dat hij heel graag gezien werd."

Een goede woordvoerder maakt ten slotte een groot verschil voor de minister en de toon waarop artikelen over de minister in de media verschijnen, of hoe ze tot stand komen. De rol van interpersoonlijke communicatie speelt een belangrijke rol in de onderlinge relatie tussen woordvoerder en journalist. Die relatie is er nog steeds een van wederzijds vertrouwen, ingebed in een gezond en kritisch wantrouwen.

(journalist): "Een goede woordvoerder kan de media bespelen op een manier dat ze het niet doorhebben. Soms is het zodanig goed uitgelegd dat je als journalist denkt: die uitleg klopt, ik ga erin mee."

(journalist): "Als een woordvoerder nooit fout is geweest in hetgeen wat hij of zij jou zegt, dan vertrouw je hem of haar meer."

(journalist): "Een goede woordvoerder kan ervoor zorgen dat de minister minder negatief in het nieuws komt."

Via tal van manieren kan een woordvoerder ervoor zorgen dat de minister minder negatief in het nieuws komt. Aandachtspunten in de relatie met de journalist zijn onder andere eerlijk en betrouwbaar zijn, voldoende (achtergrond)informatie geven en altijd bereikbaar zijn. Aandachtspunten in de relatie met de minister zijn vooral de goede punten van de minister uitspelen en de negatieve te verbloemen, de minister een spiegel voorhouden en geen janknikker zijn.

6. Conclusie

Deze masterproef trachtte de onderzoeksvraag *Wordt de woordvoerder in het veld gestuurd om slecht nieuws op te vangen?* te beantwoorden. De onderzoeksvraag werd beantwoord aan de hand van een multi-methodische aanpak: een kwantitatieve inhoudsanalyse met 1200 krantenartikelen en telefonische expert-interviews met 4 woordvoerders en journalisten om de resultaten te interpreteren, lieten toe een zo breed mogelijk beeld te schetsen van de woordvoerder bij de communicatie van slecht en reactief nieuws.

De belangrijkste bevinding is dat de woordvoerder wel degelijk in het veld wordt gestuurd om slecht nieuws op te vangen. Uit een logistische regressie bleek dat slecht en reactief nieuws zo'n 37,5 procent van de variantie op de kans dat een woordvoerder spreekt, verklaren. De kans dat de woordvoerder spreekt in plaats van de minister, neemt met 2,7 eenheden toe bij reactief nieuws, en met 2,3 eenheden bij slecht nieuws. Reactief nieuws voorspelt met andere woorden nog sterker de kans dat de woordvoerder zal spreken in een artikel dan slecht nieuws. Het interactie-effect, namelijk het versterkend effect dat reactief nieuws heeft op slecht nieuws op de kans dat de woordvoerder spreekt, verklaart nog net iets meer van de totale variantie, namelijk 38,1 procent.

Het regressiemodel wees bovendien uit dat het verklarend effect zowel geldt voor populaire als kwaliteitsmedia. Het model gaat bovendien op voor harde en zachte beleidsdomeinen. Over het algemeen is het model ook van toepassing op alle onderzochte partijen. Enkel de hypothese van slecht nieuws gaat niet significant op voor Open VLD. Een verklaring daarvoor zou kunnen liggen in het feit dat de Open VLD-ministers uit het onderzoek globaal genomen minst vaak slecht nieuws communiceren en er dus een te klein aantal cases in de analyse zitten ($n = 171$) voor een betrouwbaar (en significant) resultaat. Nochtans zagen we in figuur 12 van de beschrijvende resultaten dat Open VLD-ministers een 'striktere' verdeling hanteren voor wat de communicatie van reactief en slecht nieuws betreft. Relatief gezien zullen zij vaker hun woordvoerder laten communiceren bij artikelen die zowel reactief en slecht nieuws bevatten.

Uit de resultaten van de correlatiematrix kwam ook naar voor dat in artikelen waarin de woordvoerder spreekt, de minister minder wordt vermeld. Er is namelijk een significante negatieve correlatie van $-0,162$ tussen woordvoerder en de vermelding van de naam van de minister. De woordvoerder uitsturen om als minister je vel te redden, blijkt te werken. De naam van de minister zal minder worden gelinkt aan artikelen waarin de woordvoerder spreekt (en die tegelijk ook vaker reactief en slecht zijn).

Een woordvoerder lijkt op zijn baasje, maar dat wil niet zeggen dat een woordvoerder een jaknikker is. En dat is maar goed ook, volgens de expert-interviews met twee journalisten en twee woordvoerders. Wie de journalist belt of kan bellen, hangt vooral af van de eigen

ervaring. Meestal zal een journalist voor een late reactie standaard naar de woordvoerder bellen. Een minister die zelf een journalist opbelt in een poging positief nieuws in de media te krijgen, komt eerder uitzonderlijk voor.

Vaste waarden uit de Wetstraat hebben een streepje voor in het kunnen bereiken van de minister. Strategische overwegingen lijken nog net iets vaker de overhand te nemen op praktisch-organisatorische redenen in de afweging wie zal spreken bij slecht nieuws. Ook past de woordvoerder bij slecht nieuws vaak de techniek van het downsizen toe: zeggen dat iets geen nieuws is, in de hoop dat het overwaait. Woordvoerders proberen ook tijd te winnen door iets op mail te laten zetten, of onwetendheid te veinzen. De bereikbaarheid van woordvoerder en minister verloopt opvallend moeilijker in crisismomenten. Ten slotte is ook de timing van het uitbrengen van slecht nieuws cruciaal: idealiter wordt het nieuws ondergesneeuwd door een grotere gebeurtenis.

Off the record informatie delen brengt voor woordvoerders en ministers twee voordelen met zich mee: ze zijn zeker dat hun naam niet in een artikel komt en ze kunnen een poging ondernemen om een artikel in de gewenste richting te sturen, mits hun redenering steek houdt. Bij slecht nieuws mag er dan wel een communicatiestrategie zijn, uit de interviews blijkt dat die op enkele uren tijd nog wordt bijgesteld. Zelf slecht nieuws naar buiten brengen, verdient de voorkeur op slecht nieuws laten uitlekken, hoewel dat laatste nog steeds vaker voorkomt volgens de respondenten. Ex-woordvoerders ten slotte, weten hoe ze de media kunnen bespelen en komen opvallend vaker proactief en bij goed nieuws in beeld. Zij maken hun beleidsdomeinen snel eigen en versterken zo hun *issue ownership* over hun thema's. Dit was voornamelijk van toepassing op twee ministers uit deze masterproef (Weyts, Tommelein) maar is daarom niet noodzakelijk een algemene bevinding.

Volgens de respondenten is ook het verantwoordingsproces veranderd in de tijd. Verantwoording verloopt sneller dan vroeger, ministers zijn bereikbaarder dan vroeger en er is een groeiend besef dat het belang van communicatie alleen maar zal groeien in de toekomst. Het feit dat ministers en woordvoerders tot verantwoording worden geroepen, dwingt hen op z'n minst tot een moment van reflectie. Een woordvoerder die daarenboven geen ja-knikker is en die niet te beroerd is om in te gaan tegen de minister, kan een meerwaarde betekenen in de boodschap die uiteindelijk extern zal gecommuniceerd worden. Journalisten verkiezen een eerlijker en gefundeerd antwoord boven een wollig en nietszeggend statement. Er zijn nog meer mogelijkheden om om te gaan met *blame*, dan er louter voor te zorgen dat de *blame* 'niet bij jou terecht komt.' Ook excuses kunnen louterend werken. Kortom, het wordt voor politici moeilijker om verantwoording en bij uitbreiding hun verantwoordelijkheid te ontlopen, wat de democratie enerzijds ten goede komt.

Anderzijds baart de opkomst van de 'Amerikanisering' van politieke communicatie zorgen. Deze legislatuur werd volgens een woordvoerder gekenmerkt door een perceptieoorlog

tussen drie partijen met electorale redenen als belangrijkste drijfveer. De toenemende aandacht voor symboliek, perceptie en de 'vorm', leidt de aandacht steeds verder af van de inhoud. Ook de opkomst van sociale media en desinformatie maken een genuanceerd maatschappelijk debat gebaseerd op feiten, steeds moeilijker. Vast staat dat de trend van personalisering zich steeds verder zal doortrekken, maar dat ook de woordvoerder als *liaison officer* die het overzicht behoudt voor de communicatie van de minister, een belangrijke sleutelrol zal blijven spelen.

Enkele limitaties van het onderzoek zitten onder meer in de operationalisering van *credit claiming* en *blame avoidance*, in het gebrek aan een tweede codeur alsook in de generaliseerbaarheid van het onderzoek. Verder onderzoek is nodig om de complexe mechanismen van de *blame game* en de gevolgen ervan beter te kunnen inschatten. Ook zou het interessant zijn om in vervolgonderzoek *blame avoidance*-strategieën te kunnen coderen om daaruit af te leiden welke strategieën wel of niet ingang hebben gevonden in de Belgische context. In de discussie wordt hier verder op ingegaan.

Wat we wel weten is dat de woordvoerder in veel gevallen in het veld wordt gestuurd om slecht nieuws op te vangen. Ministers proberen, zoals Weaver (1986) reeds stelde, wel degelijk *blame* te vermijden. De naam van de minister wordt bovendien minder vermeld in artikelen waarin de woordvoerder spreekt. Reactief nieuws en slecht nieuws verklaarden samen een groot deel (37,5 procent) van de variantie op de gebeurtenis dat de woordvoerder spreekt. De resultaten zijn van toepassing op zowel populaire als kwaliteitsmedia, op harde en zachte beleidsdomeinen en alle onderzochte partijen (met uitzondering van 'slecht nieuws' bij Open VLD). De woordvoerder speelt achter de schermen een heel grote rol in de communicatie van de minister. Een ideale woordvoerder ten slotte, is idealiter het verlengstuk van de minister, is geloofwaardig, heeft dossierkennis, geeft veel informatie en is het liefst altijd bereikbaar.

7. Discussie

Deze masterthesis tracht een bijdrage te leveren aan de literatuur rond *credit claiming*, *blame avoidance* en de rol van de woordvoerder in artikelen met slecht nieuws. Binnen een Belgische context is dit een onderwerp waar nog maar weinig tot geen onderzoek naar werd verricht. Ook probeert dit onderzoek een aanzet te geven om de relatie tussen de woordvoerder en de minister in het communiceren van slecht nieuws, te beschrijven.

De onderzoeksvraag richt zich op het onderzoeken of de woordvoerder wordt uitgestuurd bij slecht nieuws. Eerst en vooral verdient de term 'slecht nieuws' een kanttekening. De term is misschien slecht gekozen omdat een moeilijke boodschap niet per se slecht nieuws hoeft te zijn. Een moeilijke boodschap kan ook een speculatieve boodschap zijn, denk maar aan een onvolledig cijfer of een onzekere uitkomst.

Bij het onderzoeken van *blame avoidance* en *credit claiming* is er steeds het probleem van operationalisering (Hinterleinter, 2017). Dergelijke strategieën zijn niet altijd zichtbaar of herkenbaar. Ook het niet adequaat reageren op een probleem door de overheid kan gezien worden als *blame avoidance*. Beide zaken zijn moeilijk te onderzoeken wegens het gebrek aan zichtbaarheid.

Ook werd in deze masterproef niet voor *credit claiming* en *blame avoidance* an sich gecodeerd, maar werd voor de kwadranten goed en slecht nieuws, en reactief en pro nieuws gecodeerd. De operationalisering van dergelijke latente variabelen blijft problematisch, ook omwille van de inherent subjectieve manier waarop ze geïnterpreteerd moeten worden. Ook de termen 'verlies' en 'winst' die voorkomen in de literatuurstudie, kunnen een subjectieve connotatie hebben, zo stippen Leong en Howlett (2017) aan.

Om tegemoet te komen aan die subjectiviteit, werd geopteerd om de latente variabelen van slecht en reactief nieuws tweemaal te coderen met daartussen een periode van 3 maanden. Ondanks dat de intracodeurbetrouwbaarheid voldoende hoog bleek voor beide variabelen (> 0,84), kan niet gezegd worden dat daarmee alle betrouwbaarheidsproblemen van de baan zijn. Er kwam namelijk geen andere codeur aan te pas bij het coderen van 1200 artikelen. De intercodeurbetrouwbaarheid kon dus niet worden berekend. Ook bij de bevindingen van de expert-interviews geldt inherent het probleem van betrouwbaarheid en kunnen hun bevindingen bovendien niet zomaar worden gegeneraliseerd.

Ook de externe validiteit verdient een belangrijke kanttekening. Het onderzoek is uitgevoerd op telkens 100 artikelen van 4 ministers van telkens 3 regeringspartijen binnen éénzelfde legislatuur in België. Het is onmogelijk uitspraken te doen die betrekking hebben op de volledige partij, op latere legislaturen of andere landen. Ook is het mogelijk dat de communicatie van ministers en woordvoerders doorheen de tijd verandert, denk maar aan

hoe partijen zich zullen profileren als er binnen een coalitie andere partijen zoals sp.a of groen zouden deelnemen. Die laatste partijen kwamen nergens in het onderzoek aan bod. Vervolgens mogen er bij de beschrijvende resultaten, geen statistische bevindingen gekoppeld worden aan de grafieken die louter een illustratie geven. Door het gebruik van absolute aantallen schetsen de grafieken een onvolledig beeld. Ze kunnen op geen enkele manier worden gegeneraliseerd.

De steekproef van 1200 artikelen is betrouwbaar, maar bevat slechts een doorsnede van alle artikelen die konden worden geselecteerd. Ook zijn slechts vier ministers per partij, waarvan twee Vlaams en twee federale ministers, opgenomen in de steekproef. De keuze voor andere ministers van de partij, leverde mogelijk al volledig andere resultaten op. De nodige voorzichtigheid is dus geboden bij trekken van conclusies over de partijen. Wanneer gesproken wordt over 'de Open VLD-ministers', gaat het enkel over de vier ministers die meegenomen zijn in de steekproef, waar mogelijk een uitschieter het resultaat voor de andere drie reeds heeft beïnvloed.

Deze masterproef geeft slechts een momentopname van een welbepaalde politieke situatie op een zeker moment. De politieke situatie, met de ministers zoals in deze masterproef beschreven, is sinds het begin van het schrijven van de masterproef reeds sterk veranderd. Daardoor bestaat het risico dat de resultaten van de masterproef snel gedateerd zullen zijn. Ook over de relevantie van het onderzoek is dezelfde bedenking van toepassing. Bovendien zijn de resultaten ingebed in het systeem van de Belgische parlementaire democratie en daardoor niet veralgemeenbaar naar andere landen, laat staan presidentiële systemen.

Vervolgens zijn er nog de beperkingen wat betreft de methode. Voor de analyse van de resultaten is er geopteerd voor een logistisch regressiemodel. Uiteraard zijn andere methoden voor de analyse denkbaar. Ook expert-interviews vertellen uitsluitend enkel de ervaringen van 2 journalisten en 2 woordvoerders. Door het lage aantal respondenten kunnen de resultaten onmogelijk gegeneraliseerd worden. Ook anonieme surveys waren hier een optie geweest.

Ten slotte zijn er nog enkele suggesties tot vervolgonderzoek denkbaar. Zo kunnen de communicatiestrategieën van partijen onderling, en hun impact op de kiezer beter onderzocht worden. N-VA heeft het grootste communicatieteam van de onderzochte partijen en lijkt volgens de vier bevraagde respondenten, een uitgebreidere set van *blame avoidance*-technieken te benutten (zoals *scapegoating*, *buck-passing* maar ook *excuses*). Meer onderzoek is nodig om te zien of die veronderstelling effectief klopt.

Ook over de effecten van *credit claiming* en *blame avoidance* in België met betrekking tot herverkiezingen is nog maar weinig onderzoek gevoerd. Ook roept dit onderzoek enkele vragen op over hoe de burger de minister percipieert. Waardeert een kiezer bijvoorbeeld een

minister die zich excuseert? Verder kan ook de personencultus rond bepaalde ministers beter onderzocht worden om grote onderlinge verschillen te verklaren. Ten slotte is ook onderzoek dat zich richt op de rol van de woordvoerder, gezien het stijgende belang van verantwoordingsprocessen, absoluut aangewezen.

8. Bibliografie

- Arpan, L., & Pompper, D. (2003). Stormy Weather: Testing "Stealing Thunder" as a Crisis Communication Strategy to Improve Communication Flow Between Organizations and Journalists. *Public Relations Review*, 29(3), 291-308. doi:10.1016/S0363-8111(03)00043-2
- Brändström, A. M. (2016). *Crisis, Accountability and Blame Management. Strategies and Survival of Political Office-Holders*. (Doctorate), Universiteit Utrecht.
- Brock, T. C. (1968). Implications of Commodity Theory for Value Change. In A. G. Greenwald, T. C. Brock, & T. M. Ostrom (Ed), *Psychological Foundations of Attitudes* (pp. 243-275). New York: Academic Press.
- Bueno, N. S. (2018). Bypassing the Enemy: Distributive Politics, Credit Claiming, and Nonstate Organizations in Brazil. *Comparative Political Studies*, 51(3), 304-340. doi:10.1177/0010414017710255
- Cattebeke, H. (2018, 16 juli). Olivier Van Raemdonck, woordvoerder van Jan Jambon: "Wij co-creëren de waarheid". *Het Nieuwsblad*. Retrieved 10 augustus 2018 from https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20180716_03616241
- Cobb, M. D., Nyhan, B., & Reifler, J. (2013). Beliefs Don't Always Persevere: How Political Figures Are Punished When Positive Information about Them Is Discredited. *Political Psychology*, 34(3), 307-326. doi:10.1111/j.1467-9221.2012.00935.x
- Cruz, C., & Schneider, C. J. (2017). Foreign Aid and Undeserved Credit Claiming. *American Journal of Political Science*, 61(2), 396-408. doi:10.1111/ajps.12285
- De Bens, E. (2007). *Media Between Culture and Commerce: An Introduction* (Vol. 4). Bristol: Intellect Ltd.
- De Landtsheer, C., De Vries, P., & Vertessen, D. (2008). Political Impression Management: How Metaphors, Sound Bites, Appearance Effectiveness, and Personality Traits Can Win Elections. *Journal of Political Marketing*, 7(3-4), 217-238. doi:10.1080/15377850802005083
- De Ridder, H. (1999). *Vijftig jaar stemmenmakerij: 17 verkiezingscampagnes (1946-1995)*. Gent: Scoop.
- De Smedt, J. (2015). *Descriptieve Vertegenwoordiging van Vrouwen in Harde en Zachte Commissies in het Vlaams Parlement: Persoonlijke Voorkeur of Particratie? Een Vergelijkende Studie tussen 1995 en 2014*. (Masterproef), Universiteit Gent.
- De Vries, P. (2011). Politieke Marketing: Vloek of Zegen? In J. Huypens, K. Haentjes, & B. Ramakers (Eds.), *Later Word Ik Politicus* (pp. 11-23). Brussel: ASP & Politeia.
- Dolan, J., & Kropf, J. S. (2004). Credit Claiming from the U.S. House: Gendered Communication Styles? *International Journal of Press/Politics*, 9(1), 41-50. doi:10.1177/1081180X03260073
- Eeckhout, B. (2018, 16 januari). Waarom Antwerpse en Gentse 'affaires' en hardere campagnes niet toevallig zijn. *De Morgen*. Retrieved 23 september 2018 from

<https://www.demorgen.be/politiek/waarom-antwerpse-en-gentse-affaires-en-hardere-campagnes-niet-toevallig-zijn-bc399d3d/>

- Elmelund-Præstekær, C., & Emmenegger, P. (2013). Strategic Re-framing as a Vote Winner: Why Vote-seeking Governments Pursue Unpopular Reforms. *Scandinavian Political Studies*, 36(1). doi:10.1111/j.1467-9477.2012.00295.x
- Evans, K. A., & Marshall, B. W. (2016). The Politics of Credit in Presidential Signing Statements. *Congress & the Presidency*, 43(2), 179-205. doi:10.1080/07343469.2016.1169335
- Figenschou, T. U., Karlsen, R., Kollveit, K., & Thorbjørnsrud, K. (2017). Serving the Media Ministers: A Mixed Methods Study on the Personalization of Ministerial Communication. *The International Journal of Press/Politics*, 22(4), 411-430. doi:10.1177/1940161217720772
- Fiorina, M. (1977). *Congress: Keystone of the Washington Establishment*. New Haven: Yale University Press.
- Flom, H., & Post, A.E. (2016). Blame Avoidance and Policy Stability in Developing Democracies. The Politics of Public Security in Buenos Aires. *Comparative Politics*, 49(1), 23-42. doi:10.5129/001041516819582973
- Giger, N., & Nelson, M. (2010). The Electoral Consequences of Welfare State Retrenchment: Blame Avoidance or Credit Claiming in the Era of Permanent Austerity? *European Journal of Political Research*, 50, 1-23. doi:10.1111/j.1475-6765.2010.01922.x
- Glazer, A., & Segendorff, B. (2005). Credit Claiming. *Economics of Governance*, 6, 125-137. doi:10.1007/s10101-005-0106-1
- Grimmer, J., Messing, S., & Westwood, S. J. (2012). How Words and Money Cultivate a Personal Vote: The Effect of Legislator Credit Claiming on Constituent Credit Allocation. *American Political Science Review*, 106(4), 703-719. doi:10.1017/S0003055412000457
- Hansson, S. (2015). Calculated Overcommunication: Strategic Uses of Prolixity, Irrelevance, and Repetition in Administrative Language. *Journal of Pragmatics*, 84, 172-188. doi:10.1016/j.pragma.2015.05.014
- Hansson, S. (2017). Anticipative Strategies of Blame Avoidance in Government. *Journal of Language and Politics*, 16(2), 219-241. doi:10.1075/jlp.15019.han
- Hering, M. (2008). Welfare State Restructuring without Grand Coalitions: The Role of Informal Cooperation in Blame Avoidance. *German Politics*, 17(2), 165-183. doi:10.1080/09644000802075757
- Hinterleitner, M. (2017). Reconciling Perspectives on Blame Avoidance Behaviour. *Political Studies Review*, 15(2), 243-254. doi:10.1111/1478-9302.12099
- Hoffman, D. R., & Howard, A. D. (2012). Obama in Words and Deeds. *Social Science Quarterly*, 93(5), 1316-1337. doi:10.1111/j.1540-6237.2012.00914.x
- Hood, C. (2002). The Risk Game and the Blame Game. *Government and Opposition*, 37(1), 15-37. doi:10.1111/1477-7053.00085

- Hood, C. (2011). *The Blame Game: Spin, Bureaucracy and Self-preservation in Government*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hooghe, M. (2013, 11 december). Zijn politici te vertrouwen? *KU Leuven Blogt*. Retrieved 11 oktober 2018 from <https://kuleuvenblogt.be/2013/12/11/zijn-politici-te-vertrouwen/>
- Howlett, M. (2014). Why Are Policy Innovations Rare and so Often Negative? Blame Avoidance and Problem Denial in Climate Change Policy-Making. *Global Environmental Change*, 29, 395-403. doi:10.1016/j.gloenvcha.2013.12.009
- Huddy, L., Sears, D. O., & Levy, J. S. (Ed.) (2013). *The Oxford Handbook of Political Psychology* (2 ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Iyengar, S., & Simon, A. F. (2000). New Perspectives and Evidence on Political Communication and Campaign Effects. *Annual Review of Psychology*, 51, 149-169. doi:10.1146/annurev.psych.51.1.149
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decisions under Risk. *Econometrica*, 47, 263-291.
- Kang, M., & Reich, M. R. (2014). Between Credit Claiming and Blame Avoidance: The Changing Politics of Priority-Setting for Korea's National Health Insurance System. *Health Policy*, 115, 9-17. doi:10.1016/j.healthpol.2013.09.015
- Kumlin, S. (2011). Claiming Blame and Giving Credit? Unintended Effects of How Government and Opposition Frame the Europeanization of Welfare. *European Union Politics*, 12(4), 575-595. doi:10.1177/1465116511417296
- Landis, J. R., & Koch, G. (1977). The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. *Biometrics*, 33(1), 159-174.
- Leong, C., & Howlett, M. (2017). On Credit and Blame: Disentangling The Motivations of Public Policy Decision-Making Behaviour. *Policy Sci*, 50, 599-618. doi:10.1007/s11077-017-9290-4
- Mayhew, D. R. (1974). *Congress: The Electoral Connection*. New Haven, CT: Yale University Press.
- McGraw, K. (2003). Political Impressions. In L. Huddy, D. O. Sears, J. S. Levy (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Psychology* (pp. 394-432). Oxford: Oxford University Press.
- Mortensen, P. B. (2013). (De-)Centralisation and Attribution of Blame and Credit. *Local Government Studies*, 39(2), 163-181. doi:10.1080/03003930.2012.742015
- Nelson, M. (2016). Credit-Claiming or Blame Avoidance? Comparing the Relationship between Welfare State Beliefs and the Framing of Social Policy Retrenchment in France and Germany. *Journal of Comparative Policy Analysis*, 18(2), 138-156. doi:10.1080/13876988.2015.1005928
- Pal, L. A., & Weaver, R. K. (2003). *The Government Taketh Away: The Politics of Pain in the United States and Canada*. Washington, DC: Georgetown University Press.

- Picone, I. (2017). Het Echte Probleem met Fake Nieuws. Retrieved 28 oktober 2018 from <https://mediawijs.be/dossiers/dossier-nieuws-en-informatiegeletterdheid/echte-probleem-fake-nieuws>
- Pierson, P. (1994). *Dismantling the Welfare State? Reagan, Thatcher, and the Politics of Retrenchment*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rahat, G., & Sheafer, T. (2007). The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication*, 24(1), 65-80. doi:10.1080/10584600601128739
- Roose, H., & Meuleman, B. (2014). *Methodologie van de Sociale Wetenschappen: een inleiding*. Gent: Academia Press.
- Rosenson, B. A. (2015). Media Coverage of State Legislatures: Negative, Neutral, or Positive? *Social Science Quarterly*, 96(5), 1291-1300. doi:10.1111/ssqu.12211
- Roylance, T. (2018, January 29). To Find an Authoritarian, Just Follow the Scapegoat: *Freedom House Blog*. Retrieved 30 oktober 2018 from <https://freedomhouse.org/blog/find-authoritarian-just-follow-scapegoat>
- Sturtewagen, B. (2018, 6 oktober). Schaduw over Lokale Democratie, Commentaar. *De Standaard*. Retrieved 28 september 2018 from http://www.standaard.be/cnt/dmf20181005_03813449
- Van de Velden, W. (2018, 30 maart). Een Vuile Politieke Campagne, Analyse. *Tijd*. Retrieved 28 september 2018 from <https://www.tijd.be/politiek-economie/belgie/federaal/een-vuile-politieke-campagne/9997595.html>
- Vercauteren, S. (2018). *Geen Commentaar*. Kalmthout: Pelckmans Pro.
- Vis, B. (2016). Taking Stock of the Comparative Literature on the Role of Blame Avoidance Strategies in Social Policy Reform. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 18(2), 122-137. doi:10.1080/13876988.2015.1005955
- Vis, B., & Van Kersbergen, K. (2013). Towards an Open Functional Approach to Welfare State Change: Pressures, Ideas, and Blame Avoidance. *Public Administration*, 91(4), 840–854. doi:10.1111/j.1467-9299.2012.02071.x
- Visser, C. (2016, 7 april). 23 Cognitieve fouten en effecten. Retrieved 17 augustus 2018 from <https://progressiegerichtwerken.nl/23-cognitieve-fouten-en-effecten/>
- VRM. (2015). Mediaconcentratie in Vlaanderen. Retrieved from https://www.vlaamseeregulatormedia.be/sites/default/files/pdfversions/20151116_mediaconcentratierapport_2015.pdf
- Weaver, R. K. (1986). The Politics of Blame Avoidance. *Journal of Public Policy*, 6(4), 371-398.
- Wenzelburger, G. (2014). Blame Avoidance, Electoral Punishment and the Perceptions of Risk. *Journal of European Social Policy*, 24(1), 80-91. doi:10.1177/0958928713511282
- Wenzelburger, G., & Hörisch F. (2016). Framing Effects and Comparative Social Policy Reform: Comparing Blame Avoidance Evidence from Two Experiments. *Journal of Comparative Policy Analysis*, 18(2), 157-175. doi:10.1080/13876988.2015.1053743