

THEA PEDERSEN

HENRIETTE STENTEBJERG

ZENIA TORP

DOCUMENTARIES CHANGE OF TIME

HOW THE COVE AND BLACKFISH INFLUENCE THE BUSINESS OF
MARINE PARKS



dogwoof

SPECIALE I KOMMUNIKATION

AALBORG UNIVERSITET, JUNI 2015

VEJLEDER: HENRIETTE LUNGHOLT

ABSTRACT

This thesis searches to examine, on the basis of the two documentaries *The Cove* and *Blackfish*, which topics and discourses are generated in the debate around marine parks and how it influences the business. We define a marine park as a place where guests can experience shows with performing marine mammals. In the thesis we have used SeaWorld as a representative for marine parks and therefore as a case to define and explain how the debate influences the business. We define SeaWorld's situation as a crisis, since we see critics and media articulate that SeaWorld is in a critical situation. This thesis has a socialconstructivistic approach, whereby we first consider and call a crisis *a crisis* when this is articulated and given meaning by humans.

We have examine our problem definition by interviewing a variety of people, which we have characterized as critics and supporters. Common to them is that they are a part of the debate around marine parks which is why they can give us an insight into this specific field.

The analysis of the thesis is two parted. First part is a discourse analysis of four communication products in form of the documentaries *The Cove* and *Blackfish* and SeaWorld's killer whale show *One Ocean* as well as their site *Blackfish: The Truth About the Movie*. In the analysis we have used Laclau and Mouffe's discourse theory to define the critics' and supporters' point of view on marine parks. In addition we have used Henrik Juel's content analysis. In the debate two discourses have been identified through the analysis: The Critic-discourse and The Supporter-discourse. We see that the critics and supporters do not agree in the perception of marine parks. In according to this, they create an enemy image of each other. By using Laclau and Mouffes' concepts within the discourse analysis we found out that overall, there is an antagonistic relationship between critics and supporters, which means that they cannot engage in dialogue with each other. According to the critics, marine parks are not able to improve anything and the only solution for them is to close the business down. In that case marine parks cannot do anything right in terms of their communication, campaigns or initiatives.

In the second part of the analysis we have used theories about crisis communication by William Benoit and Timothy Coombs to define and examine how SeaWorld has chosen to respond to the crisis. The results of the second analysis shows that no matter which approach SeaWorld has chosen to use to defend themselves they are still being criticized by critics, media and stakeholders. Through the thesis we see a change in how marine parks communicate and a shift in their focus where topics such as conservation, education and research are highlighted as qualities of marine parks. A change in focus also appears since marine parks start to defend their actions even more in relation to their livelihood. Thus the institution articulate that it has an important function in the society. Furthermore we derive from the analysis that there is a questioning

surrounding marine parks in the society by both the stakeholders and the media. We assume that before the debate, trust and faith were attributed to marine parks, but it seems like this is no longer the case. A reason for this development, is that we see a strong and modern focus where stakeholders require much more animal welfare and also concerns more about environment, consuming food, farming and marine parks. This new natural focus, which is exposed through documentaries *The Cove* and *Blackfish*, generates a negative view on marine parks due to the unnatural surroundings for the animals. If this trend continues, we see a potential hegemonic intervention, which can make the critics' view on marine parks the widely accepted in society. This could have the effect that marine parks will find it difficult to exist with their current businessform. Therefore a 50-year-old tradition might be losing its livelihood.

Preface

DOCUMENTARIES CHANGE OF TIME

HOW THE COVE AND BLACKFISH INFLUENCE THE BUSINESS OF MARINE PARKS

The following thesis is a result of over six months intensive work, where our understandings have been challenged by the constant investigation on this specific subject.

11 years ago the fast-food chain McDonald's decided to take their biggest size of menu Supersize off the selection. The Supersize concept was to supersize the original menu to an extra-large size. The choice of getting the Supersize menu off the selection took place at the same time the documentary Super Size Me had premiere worldwide in 2004. The documentary showed how unhealthy the food from McDonald's was to eat repeatedly, especially the Supersize menu. The removing of the Supersize menu was not the only action McDonald's made during this period. Among other things they began to offer customers carrots instead of the usual french fries. McDonald's refused though, that these actions and choices had something to do with the documentary Super Size Me.

Fast-food chains are not alone when it comes to critics from documentaries. Latest is the release of two documentaries The Cove in 2009 and Blackfish in 2013, which focuses on marine parks. After the release of these films, marine parks is under criticism from several sides, and the number of resistance groups on Facebook seems to grow significantly. Even SeaWorld acknowledge Blackfish and refuses the film's accusations and calls the movie propaganda. Besides that, SeaWorld has made some drastic initiatives since this criticism started some years ago. But why is that? Is SeaWorld trying to offset and manage the documentaries' criticism? What impact does this criticism has on the company's stakeholders? Do documentaries have this kind of power? It is questions like these this thesis will address.

This thesis is the outcome of our two years at the master's programme in Communication at Aalborg University. During the process of this thesis there is a number of people who helped and supported us which we would like to thank. First of all, we will like to thank our supervisor, Henriette Lungholt, who has been a great support during this process. Henriette has throughout the process contributed invaluable insight and sparring.

A great and invaluable thanks to the following people who have made the whole base of this thesis possible:

Candace Crespi - OPS, Dr. Heather Rally - PETA and OPS, Dr. Naomi Rose - Animal Welfare Institute, SeaWorld San Diego, Aquarium of the Pacific, Boudewijn Seapark, Fjord&Bælt, Ken Ramirez – Former Chief Whale Trainer, Jes Harfeld - Aalborg Universitet, Michael Hunt – IMATA and Beverly Bailey - Earthrace Conservation.

Further, we would like to thank the following people for sparring, help and expulsion of interest in this thesis:

Kate Rowe - National Aquarium Baltimore, Charlene Chiang - Vancouver Aquarium, Ann Quinn - SeaWorld San Antonio and Jone Porter - uShaka Aquarium.

Finally, a thanks to the following marine parks and aquariums that have shown interest in this thesis, but unfortunately we were unable to cooperate further with due to time constraints and resources: *John DeLuca - SeaWorld Orlando, Birch Aquarium UCSD, Cabrillo Marine Aquarium, Monterey Bay Aquarium, Mystic Aquarium and Six Flags Discovery Kingdom.*

INDHOLDSFORTEGNELSE

Kapitel 1: INDLEDNING	1
<hr/>	
DA ULYKKEN RAMTE...	2
FORSTÅELESERAMME	3
PROBLEMFELT	5
<u>PROBLEMFORMULERING</u>	6
EMPIRISK GRUNDLAG	6
<u>THE COVE</u>	8
<u>BLACKFISH</u>	9
<u>SEAWORLD</u>	10
<u>INFORMANTER</u>	15
<u>TIDSLINJE</u>	19
SPECIALET'S STRUKTUR	20
Kapitel 2: KONSTRUKTION OG TILGANG	22
<hr/>	
VIDENSKABSTEORETISK RAMME OG METODE	24
<u>SOCIALKONSTRUKTIVISME ELLER SOCIALKONSTRUKTIONISME?</u>	24
<u>KOMMUNIKATION SKABER VIRKELIGHEDER</u>	24
<u>SPROGET SOM SKABENDE KRAFT</u>	26
<u>SOCIALKONSTRUKTIVISME, DISKURSER OG KRISER</u>	26
SAMMENHÆNG MELLEM VIDENSKABSTEORI OG VALGTE METODE	29
<u>REFLEKSION OVER ANVENDTE METODE</u>	30
TEORETISK POSITION	32
<u>INTRODUKTION TIL DISKURSTEORI</u>	32
<u>INTRODUKTION TIL KRISEKOMMUNIKATION</u>	35
<u>INTRODUKTION TIL INDHOLDSANALYSE</u>	38
<u>LITTERATURREVIEW</u>	40
Kapitel 3: THE POWER OF FILM	44
<hr/>	
DISKURSERNES KAMP	46
HVALEN I POPULÆRKULTUREN	47
RAMMESÆTNING OM DISKURSANALYSEN	49

REKONSTITUERING AF MARINE PARK BRANCHEN	51
KRITIKER-DISKURS	52
<u>SYNET PÅ MARINE PARKER</u>	53
<u>SYNET PÅ HVALER</u>	58
<u>KRITIKERNE OG NODALPUNKTERNE</u>	60
<u>SUBJEKTPOSITIONERINGER</u>	62
SUPPORTER-DISKURS	64
<u>SYNET PÅ MARINE PARKER</u>	65
<u>SYNET PÅ DOKUMENTARFILM</u>	67
<u>SYNET PÅ HVALER</u>	68
<u>SUPPORTERNE OG NODALPUNKTERNE</u>	70
<u>SUBJEKTPOSITIONERINGER</u>	72
KAMPEN OM MENINGSKONSTRUKTION	73
KONSTRUKTION AF FJENDEBILLEDER	74
Kapitel 4: THEY HAD TO CHANGE	78
<hr/>	
EFTER ULYKKEN RAMTE...	80
BEGIVENHEDEN DER FØRTE TIL KRISEN – DAWNS DØD	81
ACCELERATION AF KRISEN – THE BLACKFISH EFFECT	83
SEAWORLDS MODANGREB PÅ KRISEN –	
BLACKFISH: THE TRUTH ABOUT THE MOVIE	84
NYE TILTAG UNDER KRISEN – SIKKERHED OG RE-DESIGN	88
KRISEN FORTSÆTTER – NY ÅBEN STRATEGI	91
KRISEN DER ALDRIG STOPPER?	96
Kapitel 5: AFRUNDING	98
<hr/>	
SKIFTENDE TIDER	100
KONKLUSION	104
LITTERATURLISTE	107
BILAGSLISTE	113

Kapitel 1

INDLEDNING

Følgende kapitel udgør specialets fundament og vil klarlægge og introducere genstandsfeltet. Vi antager, at der er sket en ændring i den opfattelse, der er af marine parker gennem det sidste stykke tid, idet vi ser en heftig debat i medierne. Med udgivelsen af dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish* blev der rettet en skarp kritik mod marine parker, hvorpå debatten blev intensiveret og fortsat er i udvikling. Nedenstående vil redegøre for specialets problemfelt og præsentere relevante faktorer, der indgår i undersøgelsen, som danner grundlag for specialet.

“Somebody died! It changed the whole game, overnight ... everything changed” - Naomi Rose, Animal Welfare Institute

DA ULYKKEN RAMTE...

Caller: "We need a S.O. to respond for a dead person at SeaWorld. A whale has eaten one of the trainers."

Responder: "A whale ate one of the trainers?"

Caller: "That is correct" (Blackfish, 2013, 00:00:58-00:01:16).

En dokumentarfilm med titlen Blackfish indledes med ovenstående alarmopkald fra SeaWorld Orlando, den 24. februar 2010. Denne dag fandt en tragisk begivenhed sted, hvor en spækhuggertræner døde som følge af interaktion med en spækhugger under et show. Efterfølgende blev dokumentarfilmen Blackfish udgivet i 2013. Filmen retter skarp kritik mod marine park branchen med udgangspunkt i de ulykker, der er forekommet mellem spækhuggere og trænere i marine parker gennem tiden.

Vores motivation for at skrive dette speciale er udsprunget af en aktiv debat, vi har oplevet indenfor de seneste par år. I 2009 udkom dokumentarfilmen The Cove, og efterfølgende i 2013 udkom dokumentarfilmen Blackfish. Begge film retter skarp kritik mod marine parker som SeaWorld. I The Cove følger vi, dyreværnsaktivist Ric O'Barry lede en gruppe aktivister i byen Taiji i Japan. Ric O'Barry er forhenværende delfintræner, og står blandt andet bag den populære TV-serie Flipper fra 1960erne. Ric O'Barry valgte dog efter flere år i denne branche at tage afstand fra virksomheder, der holder delfiner i fangenskab, heraf marine parker. The Cove har til formål at eksponere en begivenhed, der forekommer årligt i Taiji. Her driver fiskere flere tusinder delfiner ind i en bugt for at indfange dem og sælge dem til marine parker. De delfiner der ikke bliver solgt bliver slået ihjel af uvisse årsager. Ved brug af specialdesignet udstyr, dokumenterer aktivisterne disse begivenheder ved bugten. Filmen Blackfish tager sit udgangspunkt i en ulykke, der forekom i SeaWorld Orlando den 24. februar 2010, hvor spækhuggertræneren Dawn Brancheau blev slået ihjel af spækhuggeren Tilikum, under et show Dine with Shamu. På baggrund af denne tragiske hændelse, skildrer filmen andre lignende ulykker, der har fundet sted i marine parker i årenes løb.

"A film can be the most powerful weapon in the world - a weapon of mass construction" - Louie Psihoyos, instruktør af The Cove

Efter udgivelsen af disse dokumentarfilm er kritikken af marine parker vokset markant (Bilag 10). Debatten flourer ofte i medierne, der er årlige demonstrationer, og visse organisationer arbejder sig decideret og målrettet henimod at lukke marine parker. Trods det faktum, at Danmark ikke har nogle marine parker, har vi under udarbejdelsen af dette speciale oplevet, at debatten ligeledes har vundet fodfæste i landet. Dansk Supermarked udgav i marts 2015 en konkurrence, hvor 1. præmien var at svømme med delfiner i SeaWorld Orlando. Dette genererede en heftig debat, hvor flere bad Dansk Supermarked om at aflyse konkurrencen, og ytrede at de ville boykotte virksomheden, indtil dette var sket (Bilag 10).

Der ses flere eksempler, hvor dokumentarfilm har været katalysator til, at der er opstået flere aktive debatter. Dokumentarfilmen *Super Size Me* fra 2004, rettede kritik mod virksomheden McDonald's og genererede en debat omkring skadesvirkningerne ved indtagelse af fastfoodprodukter som burgere og pomfritter. Efter udgivelsen af denne film indførte McDonald's sundere alternativer til deres sortiment. Dette er ikke et enkeltstående tilfælde, idet flere virksomheder har udført forskellige tiltag, efter der er rettet kritik mod dem i dokumentarfilm. Formentlig for at opveje den kritik, de har været udsat for, hvorfor der kan sættes spørgsmålstegn ved, hvorvidt dokumentarfilm har en særlig magt.

Teknologiens udvikling har medført stor geografisk adspredelse på tværs af tid og rum. Det almene menneske er ikke længere nødsaget til decideret at opsøge viden for at få indsigt i en specifik sag. Streaming-sider såsom Netflix giver mulighed for, at man kan få indblik i forskellige problematikker via dokumentarfilm, som man bliver opmærksom på blot ved at scrolle gennem menuen. Via de sociale medier er det blevet nemmere at tilkendegive forskellige holdninger, og samtidig gøre folk opmærksomme på ens mærkesager, hvorved ens budskab bliver spredt yderligere.

Ud fra ovenstående søger vi med dette speciale at undersøge, hvilken indvirkning debatten har på marine park branchen med udgangspunkt i dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*.

FORSTÅELESRAMME

Gennem specialet vil der fremkomme nogle gennemgående begreber og ord, som kræver en introduktion forud for anvendelsen. Dette gøres for, at der ikke kan sås tvivl om, hvordan vi forstår og bruger begreberne og ordene, når vi anvender dem gennem specialet.

MARINE PARKER

Vi mener, det er nødvendigt at præsentere en mere nuanceret og forklarende definition af marine parker. Dette for at opnå den samme forståelsesramme gennem specialet. En marine park er en oplevelsesdestination, som har havpattedyr. Havpattedyr er blandt andet hvaler, sæler og søløver. Vi bruger begrebet marine parker som en fælles betegnelse for de oplevelsesdestinationer, som huser og træner hvaler til shows for besøgende. Vi vil benytte os af antropologen Margo DeMellos definition af marine parker, som forekommer i bogen *Animals and society: An introduction to human-animal studies* (2012). DeMello påpeger, at marine parker er en nyere opfindelse, da den første park åbnede i Florida i 1938. Hun skriver, at: "Marine mammal parks and swim-with-dolphin programs differ from most zoos in that they make animals perform for the public rather than promoting their observation in enclosures" (DeMello, 2012, s. 107). En marine park kendetegnes altså ved at have havpattedyr, som underholder de besøgende i højere grad, fremfor kun at blive betragtet. På denne måde adskiller marine parker sig fra zoologiske haver og akvarier. På baggrund af

dette, anser vi ikke oplevelsesdestinationer, som har havpattedyr, der ikke optræder i shows, for værende marine parker. Gennem dette speciale vil begrebet marine park blive brugt som en samlet betegnelse for alle oplevelsesdestinationer, som har hvaler, der optræder i shows. SeaWorld er den største og mest betydningsfulde virksomhed indenfor marine park branchen, hvorfor vi mener, at den kritik, der er rettet mod SeaWorld vil kunne overføres til branchen i al almindelighed. SeaWorld vil derfor i høj grad indgå som repræsentant for marine park branchen gennem dette speciale, da vi tager udgangspunkt i cases fra denne virksomhed.

KRITIKERE

Kritikere er et andet begreb, vi vil benytte. Begrebet skal ses som de personer og organisationer, som er imod marine parker. I specialet vil der fremgå enkeltpersoner, som er tilknyttet organisationerne People for the Ethical Treatment of Animals (PETA), Ocean Preservation Society (OPS) og Animal Welfare Institute. Fælles for disse er, at de arbejder hen imod lukning af marine parker, og vil derfor blive betegnet som kritikere.

SUPPORTERE

Supportere vil blive brugt som modsætning til kritikere. Begrebet skal ses som de personer og virksomheder, som er for marine parker og mener, at disse institutioner spiller en essentiel rolle i samfundet. I specialet vil der fremgå personer, som arbejder indenfor marine park feltet eller med havpattedyr i fangenskab. Her vil der blandt andet fremgå virksomheder som SeaWorld, Boudewijn Seapark og Fjord&Bælt.

DOKUMENTARFILM

Da vi tager udgangspunkt i dokumentarfilmene The Cove og Blackfish, ser vi det nødvendigt at belyse hvilken forståelse, vi har af dokumentarfilm, da der forekommer mange udlægninger af, hvordan denne genre af film skal fortolkes og forstås. I ordbogen Den Store Danske forekommer denne definition:

... film- og tv-genre, der fremviser autentiske personer, miljøer og hændelser. I dokumentarfilmen fremstår virkeligheden ikke uformidlet, men gør indtryk i kraft af dokumentaristens kreative bearbejdning. Det er frem for alt publikums forventning om dokumentarismen som verificerbar, der afgrænser genren i forhold til spillefilmen og giver den sin prestige som folkeoplysende, agiterende og kunstnerisk udtryksform. (denstoredanske.dk 1).

Vi udleder, at genren dokumentarfilm er en tilgang, hvori dokumentaristen formidler virkeligheden på sin egen måde. En dokumentarfilm er derfor ikke objektiv.

SHAMU

Shamu er en karakter, som SeaWorld benytter om deres spækhuggere. Eksempelvis hedder de arenaer, hvor spækhuggerne optræder Shamu Stadium. Derudover har SeaWorld shows ved navn Shamu Rocks! og Dine with Shamu. Endvidere er Shamu navnet på SeaWorlds maskot. Når vi refererer til Shamu i forbindelse med SeaWorld, er det altså en fællesbetegnelse for SeaWorlds spækhuggere, og ikke navnet på én bestemt spækhugger.

ORDFORKLARING

Gennem denne specialeproces har vi identificeret nogle ord, som ofte fremgår inden for undersøgelsesfeltet. Specialet befinder sig primært på et internationalt niveau og størstedelen af empirien fremgår dermed på engelsk. Nogle af de ord, som er yderst gennemgående, er svære at oversætte, uden de mister deres egentlige betydning. Vi har derfor valgt at bevare dem i deres originale form, og altså ikke oversætte dem til dansk. Ordene er følgende: conservation, educational og awareness.

PROBLEMFELT

Ud fra ovenstående er det interessant at undersøge, hvordan dokumentarfilm kan få indflydelse på en given branche. Det er blandt andet gennem streaming-sider og sociale medier, at det er muligt at få indblik i forskellige problemstillinger, aktuelle nyheder og debatter verden over, hvortil dokumentarfilm er lettere tilgængelige end nogensinde. Idet dokumentarfilm kan nå bredt ud, spredes filmens problemstilling ligeledes, hvilket kan skabe heftig debat om det givne emne. Det er med bevæggrund heri, at vi undrer os over, hvor stor magt disse dokumentarfilm i virkeligheden kan have? Efter udgivelsen af de to dokumentarfilm, *The Cove* og *Blackfish*, er der nemlig forekommet en række ændringer i marine park branchen. Eksempelvis har SeaWorld indført en række tiltag heriblandt specialbyggede redningsveste med iltbeholder til spækhuggertrænerne, og ydermere annonceret et kosteligt udbygningsprojekt af spækhuggertankene. Efter udgivelsen af *Blackfish* er der blevet italesat et begreb, *The Blackfish Effect*, som bruges flittigt i forbindelse med at forklare disse ændringer i SeaWorld. På denne måde laves der en kobling mellem filmen og virksomheden. SeaWorld afviser dog, at ændringerne er et resultat af *Blackfish* (Bilag 8, 2015). Udover SeaWorld, har også andre marine parker foretaget ændringer. National Aquarium i Baltimore har droppet deres delfinshows, og er nu igang med at overveje, hvad der skal ske med deres delfiner. Clearwater Marine Aquarium følger trop og har meddelt, at de overvejer at droppe deres delfinshows, hvilket ellers er deres varemærke. Der ses altså en ændring i marine park branchen, hvilket specialet ønsker at undersøge nærmere.

Det er disse tanker og refleksioner, der danner rammen for specialet. Med afsæt i debatten om marine parker tager vi udgangspunkt i følgende problemformulering:

PROBLEMMFORMULERING

Med udgangspunkt i dokumentarfilmene The Cove og Blackfish ønsker vi at undersøge, hvilke emner og diskurser der genereres i debatten om marine parker, og hvilken indvirkning dette har på branchen.

UDDYBNING AF PROBLEMMFORMULERING

Da det ikke er muligt at undersøge alle emner og diskurser, der genereres i debatten om marine parker, tager vi udgangspunkt i to forskellige parter, der er involveret. Disse identificeres og karakteriseres som kritikere og supportere, jævnfør specialets forståelsesramme. Vi vil gennem kritikernes og supporterernes kommunikation undersøge, hvilke emner og diskurser de italesætter inden for feltet. Her vil vi tage udgangspunkt i The Cove og Blackfish samt udvalgte kommunikationsprodukter fra SeaWorld, hvormed vi kan få en forståelse af debatten om marine parker.

EMPIRISK GRUNDLAG

Til at besvare problemformuleringen tager vi udgangspunkt i dokumentarfilmene The Cove og Blackfish samt udvalgte kommunikationsprodukter fra SeaWorld. Endvidere udføres interviews med relevante personer inden for genstandsfeltet. Vi har valgt at give de af informanterne, der arbejder inden for marine park- eller akvarie branchen pseudonymer af hensyn til deres position i de respektive virksomheder, de arbejder hos. Ved specialets påbegyndelse har vi udført en kvantitativ undersøgelse på den danske oplevelsesdestination Den Blå Planet, hvor over 100 respondenter besvarede et spørgeskema omhandlende marine parker og filmene The Cove og Blackfish. Resultatet af denne kvantitative undersøgelse viste dog, at størstedelen af respondenterne ikke kendte til filmene eller debatten om marine parker, og derfor ikke kunne svare på de mest centrale spørgsmål i undersøgelsen. Cirka en måned efter udførslen af denne kvantitative undersøgelse, oplevede vi, at Dansk Supermarked blev udsat for en masse kritik på de sociale medier vedrørende en konkurrence, hvor 1. præmien var en tur til Florida for at svømme med delfiner. Brugere på blandt andet Føtex' Facebook-side udviste stor foragt for konkurrencen, hvoraf de fleste refererede til dokumentarfilmen Blackfish. Et eksempel på dette ses i nedenstående opslag.



Marlene Panduro Sørensen ▶ **føtex**

March 23 at 12:28pm · Copenhagen · 🌐

Har det godt nok sløjt med at i reklamerer med en konkurrence, hvor vinderen vinder en tur i Seaworld Florida. Seaworld har længe været i en voldsom mediastorm, og har man set dokumentaren Blackfish, så ville man ikke nænne at støtte sådan et foretagende. Jeg synes det er ærgeligt at Føtex, vælger at støtte den form for dyrplageri.

Like · Comment · Share · 👍 4 💬 1

Kommentar på Føtex' Facebook-side i henhold til konkurrence (facebook.com 1).

På baggrund af dette kan vi se, at debatten om marine parker ligeledes flourerer i Danmark. Segmentet har, i vores kvantitative undersøgelse på Den Blå Planet, derfor ikke været repræsentativt for undersøgelsen i dette tilfælde. Af denne grund undlades denne kvantitative undersøgelse i specialet. Da The Cove og Blackfish er amerikanske film omhandlende en international problemstilling, har vi været i USA for at producere størstedelen af specialets empiri, for at gøre specialet repræsentativt. Ydermere har vi ikke marine parker i Danmark, hvorfor det har været nødvendigt at tage udenlands, for at besøge marine parker og undersøge genstandsfeltet kvalitativt. Dette for at få indblik i debatten fra marine park branchen og amerikanske dyrevelfærdsorganisationers perspektiv. I modsætning til Danmark, har USA tradition for marine parker, hvorfor fænomenet og hertil debatten ligeledes er mere aktuel her. Herved har vi i højere grad kunne få indblik i undersøgelsesfeltet. I USA har vi, udover at producere størstedelen af specialets empiri, fået en bred baggrundsviden inden for feltet. Vi blev blandt andet inviteret til filmscreening på nyeste film i rækken af dokumentarfilm omhandlende dyrevelfærd, Racing Extinction i Santa Barbara, og til Dolphin & Whale Film Festival i Dana Point. Dette har bevirket et dybdegående indblik og kendskab til kritiker branchen omkring marine parker. Foruden dette har vi også været i SeaWorld San Diego og Aquarium of the Pacific, hvor vi også blev inviteret backstage for at få et dybdegående indblik i virksomhederne. Vi har ligeledes fået mulighed for at observere oplevelsesdestinationernes varemærker, CSR-strategi, shows et cetera. Ydermere var vi i Boudewijn Seapark i Belgien, hvor vi ligeledes fik indblik i denne virksomhed.

Ovenstående er en kort opridsning af hovedtrækkene i specialets genstandsfelt. Det er med dette udgangspunkt, specialet har sit fundament. Følgende er en introduktion til det specifikke genstandsfelt og vil præsentere specialets empiri.

THE COVE

Genre: Dokumentarfilm

Udgivelse: 2009/Ocean Preservation Society (OPS)

Instruktør: Louie Psihoyos

Bemærkninger: Best Documentary Feature ved Oscar i 2010 og U.S. Audience Award ved Sundance Film Festival i 2009

I 2009 udkom dokumentarfilmen *The Cove*, som blandt andet retter skarp kritik mod marine parker og akvariers brug og efterspørgsel af delfiner. Dokumentarfilmens instruktør Louie Psihoyos spiller en central rolle i filmen, hvor han sammen med forhenværende delfintræner Ric O'Barry samler et hold af dyreværnsaktivister, hvor de foretager ulovlig indtrængen i et område i Taiji i Japan. I dette afspærret område bliver der hvert år fra september til april indfanget flere tusinder delfiner, hvoraf nogle af disse bliver solgt til marine parker. Af denne grund er marine park branchen i fokus i filmen, idet det påstås, at de er medvirkende til at opretholde begivenhederne i Taiji. Yderligere italesættes det gennem filmen, hvilken grusom handling det er at have delfiner i fangenskab og få dem til at udføre shows til de besøgendes fornøjelse. Delfiner er meget sensitive over for stress, som netop genereres ved at være i fangenskab, hvorfor disse dyr ikke er egnede til dette. De delfiner der bliver fanget i Taiji og ikke solgt til marine parker, bliver slået ihjel af visse årsager. Disse drab tæller hvert år omkring 23.000 delfiner. Dokumentaren søger blandt andet at undersøge, hvorfor drabene på delfinerne finder sted. Aktivistholdet, ledet af Ric O'Barry, befinder sig derfor i Taiji for at dokumentere begivenhederne. Udover at dokumentere disse, undersøger filmen med kritiske øjne de begrundelser, der foreligger for drabene på de mange delfiner. Den første påstand er, at delfinerne bliver slået ihjel, således kødet kan sælges videre. Her påpeger dokumentaren, at denne årsag ikke er mulig, da delfinkød indeholder store mængder kviksølv, hvilket er meget skadeligt for mennesket at indtage. Den anden påstand, der bliver opstillet, er, at drabene fungerer som pest kontrol, idet delfinerne spiser for mange fisk i farvandet omkring Taiji. *The Cove* modbeviser også denne påstand, da de påpeger, at der forekommer overfiskeri i området, hvilket ikke er muligt, hvis delfinerne spiser alle fiskene. Den sidste årsagsforklaring er, at begivenhederne finder sted, da det er en del af den japanske kultur. Igen modbeviser dokumentaren denne påstand ved at undersøge dette blandt japanske borgere i Tokyo, hvor de afviser at kende til disse begivenheder. Foruden at gennemgå disse påstande, dokumenterer aktivistholdet delfindrabene i Taiji, ved ulovlig indtrængen på det afspærrede område omkring bugten. Dette sker blandt andet via skjulte kameraer. Optagelserne viser, hvordan fiskerne driver delfinerne ind i bugten, hvorefter de fra bådene dræber delfinerne med spyd, hvilket visuelt forekommer meget blodigt og voldsomt.

På baggrund af ovenstående konkluderer filmen, at delfinjakten i Taiji er unødvendig og grusom. Instruktøren Louie Psihoyos er en kendt dokumentarist, dyreværnsaktivist og conservationist i USA, og står ligeledes bag den nyeste film i rækken fra OPS, *Racing Extinction*, som får verdenspremiere i efteråret 2015.

BLACKFISH

Genre: Dokumentarfilm

Udgivelse: 2013/Dogwoof

Instruktør: Gabriela Cowperthwaite

Bemærkninger: Vist flere gange på TV-kanalen CNN og set af over 21 millioner mennesker verden over.

Dokumentarfilmen *Blackfish* udkom i 2013, og retter skarp kritik mod virksomheden SeaWorld i USA og deres brug af spækhuggere til shows. Filmen omhandler primært de ulykker og dødsfald, der har været i forbindelse med medarbejderes nærkontakt med spækhuggere i marine parker. Omdrejningspunktet i filmen er den seneste dødsulykke i SeaWorld Orlando i 2010, hvor træneren Dawn Brancheau blev slået ihjel af spækhuggeren Tilikum. Denne ulykke er ikke et enkeltstående tilfælde, da andre trænere er blevet dræbt eller skadet i kontakten med spækhuggere i marine parker siden 1967¹. Dokumentaren påstår, at spækhuggere i marine parker er psykisk traumatiseret af de mange år i fangenskab, hvorfor de bliver aggressive og psykotiske, hvorpå de tragiske hændelser finder sted.

Blackfish har primært fokus på spækhuggeren Tilikum, der hører til i SeaWorld Orlando, der har været involveret i tre menneskelige dødsfald og utallige ulykker, mens den har været i fangenskab. Tilikum blev fanget af nogle fiskere i nærheden af Island i 1983, hvorefter han blev fragtet til marine parken Sealand of the Pacific i Canada. I dokumentaren fremgår interviews med tidligere medarbejdere fra Sealand of the Pacific, der fortæller, hvordan spækhuggere i fangenskab agerer anderledes over for hinanden i forhold til i naturen. Dette resulterede blandt andet i, at Tilikum blev chikaneret af to andre spækhuggere i Sealand of the Pacific. Ydermere fortælles det, hvor dårlige forhold spækhuggerne havde, idet de blev sultet og lukket inde i små bure om natten. Via vidnesbyrd fra biologer argumenterer dokumentaren for, at disse hændelser har bidraget til Tilikums senere aggression og psykoser. I Sealand of the Pacific var Tilikum involveret i den første dødsulykke med et menneske, der fandt sted i en marine park. Medarbejderen Keltie Byrne faldt i spækhuggertanken, hvortil *Blackfish* hævder, at det var Tilikum, der slog hende ihjel. Kort efter denne ulykke lukkede Sealand of the Pacific, hvorpå Tilikum blev købt af og fragtet til SeaWorld Orlando, hvor den siden har været skyld i to dødsulykker. Dokumentaren benytter sig af interviews med tidligere spækhuggertrænere fra SeaWorld, som fortæller om deres oplevelser med Tilikum og andre spækhuggere, samt SeaWorld som virksomhed. Her fortælles det, at SeaWorld fejler i deres behandling af spækhuggerne på alle niveauer.

¹ Liste over alle ulykker mellem mennesker og spækhuggere i marine parker: <http://www.orcahome.de/incidents.htm>

SeaWorld bliver også italesat som en usympatisk virksomhed, idet de forsøger at skjule og negligere disse ulykker og dødsfald, der har fundet sted gennem årene. SeaWorld bliver blandt andet stærkt kritiseret for den måde, de håndterede Dawn Brancheaus død på.

Ud fra ovenstående giver dokumentaren et billede af SeaWorld som værende en virksomhed, der udsætter deres medarbejdere for potentiel fare. Filmen viser blandt andet voldsomme videooptagelser af ulykker i SeaWorld, hvor spækhuggerne udøver skade på medarbejderne. Endvidere har filmen fokus på den grusomme handling, det er at have spækuggere i fangenskab.

The Cove og Blackfish vil blive inddraget i specialet, når vi undersøger, hvilke emner og diskurser der genereres i debatten om marine parker.

SEAWORLD

SeaWorld er den største og mest betydningsfulde virksomhed indenfor marine park branchen, hvorfor de i høj grad vil indgå som repræsentat for marine parker gennem dette speciale. Vi vil tage udgangspunkt i nogle specifikke situationer og kommunikationsprodukter fra SeaWorld i besvarelsen af problemformuleringen. Nedenstående præsenterer de væsentligste træk i virksomhedens historie og de udvalgte kommunikationsprodukter, vi tager udgangspunkt i.

SeaWorld Parks and Entertainment Inc. blev grundlagt i 1964, hvor virksomheden åbnede en marine park i San Diego, Californien. Sidenhen har SeaWorld udvidet med en marine park i Orlando i 1973 og en marine park i San Antonio i 1988. SeaWorld har til hensigt at:

... combines water park thrills, nature and animals for a unique family experience. The parks' up-close animal encounters, educational attractions and innovative entertainment are designed to inspire guests of all ages to celebrate, connect with and care for the natural world around them. (seaworldentertainment.com).

Udover at være en marine park, har virksomheden udvidet med andre attraktioner i parkerne i form af rutchebaner, vandland, biografer med mere, hvormed SeaWorld også fungerer som en forlystelsespark. SeaWorld er primært kendt for deres såkaldte Shamu shows, altså shows med spækhuggere, som de har udført siden 1960'erne. I disse shows udfører spækhuggere akrobatiske tricks med trænere i vandet. I 2012, efter dødsulykken med Dawn Brancheau, blev det dog forbudt ved lov for SeaWorlds trænere at være i vandet med spækhuggerne under shows (Bilag 10). Efterfølgende har SeaWorld kreeret et nyt show One Ocean, hvor trænere ikke længere optræder i vandet. SeaWorld har siden marts 2014 fejret deres 50 års jubilæum med kampagnen 50th Celebration - Sea of Surprises, der fortsat kører i de tre SeaWorld parker.

SeaWorld er blandt andet medlem af den internationale organisation for marine parker, Alliance of Marine Mammal Parks & Aquariums (AMMPA), hvorved de skal leve op til nogle krav, eksempelvis at de skal være en educational institution (ammpa.org).

SeaWorld har inden for de seneste år oplevet nedgang i besøgstal, hvilket blandt andet har medført afskedigelse af medarbejdere. TV-distributøren NBC beretter, at SeaWorlds besøgstal er faldet fra 23,4 millioner besøgende i 2013 til 22,4 millioner i 2014. Virksomhedens indtægter faldt ligeledes fra 272 millioner dollars i 2013 til 264,5 millioner dollars i 2014. Denne nedgang resulterede i en afskedigelse af 300 medarbejdere, idet SeaWorld indførte en sparingsplan med det formål at spare 50 millioner dollars årligt. NBC hævder yderligere, at denne nedgang, der er fortsat faldende, skyldes udgivelsen af dokumentarfilmen *Blackfish* (nbcсандiego.com).

ONE OCEAN SHOW

One Ocean er SeaWorlds nuværende spækhuggershow, der opføres på Shamu Stadium. Showet er programsat i alle tre SeaWorld parker og havde premiere i 2011. Showet varer cirka 30 minutter og er opdelt i fem akter: One Song, Frolic, Side by Side, Splash og We're One (seaworldparks.com).

Inden One Oceans påbegyndelse vises der kortere film om SeaWorld Rescue, som arbejder for at fremme conservation og redde dyr i nød i naturen. Overordnet handler One Ocean om havet, som er livskilden, der forbinder mennesket med naturen. Showet har fokus på SeaWorlds spækhuggere, som performer, hvorfor de spiller en central rolle. Spækhuggernes performance bliver ledsaget af musik, der er kreeret til showet blandt andet med titlerne We're One og Side by Side. I løbet af showet italesætter trænere SeaWorlds arbejde med conservation, deres dedikation til hvalernes velbefindende og menneskets relation til naturen. Showet indebærer det famøse splash-element, hvor spækhuggerne plasker publikum til med vand.

Showet One Ocean blev observeret den 23. marts 2015 i SeaWorld San Diego. Det karakteristiske ved netop dette show var, at der i december 2014 blev født en kalv i netop denne park. Derfor oplevede vi under showet, at der var meget fokus omkring fødslen, kalven og dens familie.

MODSVARFILM

Efter udgivelsen af *Blackfish* har SeaWorld i februar 2014 releaset et site med titlen *Blackfish: The Truth About the Movie* (seaworld.com). Her forekommer der 17 kortere film, der hver har en varighed på cirka 1 minut. Fælles for de 17 film er, at de fungerer som et modsvar til de påstande, dokumentarfilmen *Blackfish* fremsætter om SeaWorld. I modsvarsfilmene medvirker forskellige personer med tilknytning til SeaWorld, blandt andet medarbejdere heraf dyrlæger og trænere. I filmene forklares det, hvordan forholdene egentlig er

i SeaWorld. Alle modsvarsfilm pointerer vigtigheden i at sætte sig ind i begge sider af en given sag, før man tager et standpunkt omkring marine parker. Følgende er en kort introduktion til de enkelte modsvarsfilm, der vil indgå som en central del af analysen.

Modsvarfsfilm 1

Medvirkende: Dr. Grey Stafford, Director of Conservation.

Pointer: Det ville være absurd at afskaffe marine parker og zoos på nuværende tidspunkt. Der forekommer store problemer ude i naturen, for eksempel klimaforandringer, som gør, at der er behov for steder som SeaWorld til at varetage conservation og skabe awareness blandt befolkningen.

Modsvarfsfilm 2

Medvirkende: Lindy Donahue, Killer Whale Trainer.

Pointer: SeaWorld skaber awareness omkring miljøet hos børn og voksne på en helt speciel måde. Dette skyldes førstehåndsoplevelser med dyrene, som SeaWorld giver mulighed for til de besøgende.

Modsvarfsfilm 3

Medvirkende: Wendy Ramirez, Killer Whale Trainer.

Pointer: Fremhæver et klip i Blackfish, hvor en SeaWorld træner ses med blod i hovedet. Dette klip indgår i en montage, der fremviser flere ulykker mellem trænere og spækhuggere. Forklarer at træneren i dette specifikke klip ikke havde været involveret i en ulykke med en spækhugger, men selv havde forårsaget skaden.

Modsvarfsfilm 4

Medvirkende: Jenn Fuhs, Killer Whale Trainer.

Pointer: Førstehåndsoplevelser med dyr i SeaWorld gør en forskel hos de besøgende. Det skaber en awareness hos dem.

Modsvarfsfilm 5

Medvirkende: Brian Rokeach, Killer Whale Trainer.

Pointer: Det er ikke sandt, at spækhuggerne først får mad, når de har udført et show. Spækhuggerne får mad, hvad end de har udført show eller ej. Både spækhuggerne og delfinerne udfører shows af egen fri vilje, hvorfor de ikke bliver tvunget.

Modsvarsfilm 6

Medvirkende: Ken Peters, Killer Whale Trainer.

Pointer: Blackfish belyser kun ét perspektiv. Det er derfor vigtigt at orientere sig om flere perspektiver om en given sag, før man tager et standpunkt. Dokumentarfilm skal belyse flere perspektiver, hvilket Blackfish ikke gør.

Modsvarsfilm 7

Medvirkende: Lindy Donahue, Killer Whale Trainer.

Pointer: Blackfish fremsætter mange falske påstande. SeaWorld sætter en stor ære i deres arbejde, og sørger for at dyrene har det godt. Det er derfor vigtigt at undersøge en sag ordentligt, inden man tager et standpunkt.

Modsvarsfilm 8

Medvirkende: Jody Westberg, Supervisor of Animal Care and Rescue.

Pointer: Det er vigtigt at høre begge sider af en sag, inden man tager et standpunkt. Blackfish forhindrer børn i at komme i SeaWorld og blive oplyst om sandheden. Børn får ikke mulighed for at få førstehåndsoplevelser med dyr, og dermed opnå awareness om conservation.

Modsvarsfilm 9

Medvirkende: Wendy Ramirez, Killer Whale Trainer.

Pointer: Blackfishs påstand om, at SeaWorld adskiller kalve fra deres mødre i en tidlig alder er ikke sand. SeaWorld ville aldrig adskille en ung kalv fra sin mor. Blackfish er derfor misvisende i sin påstand om dette.

Modsvarsfilm 10

Medvirkende: Alyssa Simmons, Animal Conservationist.

Pointer: SeaWorld gør en massiv indsats for conservation. Dette gør aktivisterne ikke, de kritiserer kun. I SeaWorld arbejdes der 24/7 for at redde dyr i nød ude i naturen.

Modsvarsfilm 11

Medvirkende: Mark Simmons, former SeaWorld Trainer og medvirkende i filmen Blackfish.

Pointer: SeaWorld ville aldrig adskille kalve fra deres mødre. Først når spækhuggerne er voksne, kan SeaWorld finde på at overflytte dem til andre parker og dermed adskille dem fra deres mødre. Derpå er Blackfishs påstand om, at SeaWorld adskiller kalve fra deres mødre ikke korrekt.

Modsvarsfilm 12

Medvirkende: Mark Simmons, former SeaWorld Trainer og medvirkende i filmen Blackfish.

Pointer: Blackfish er ikke en dokumentar, da den ikke forholder sig objektivt til emnet. Mark Simmons pointerer, at da han sagde ja til at medvirke i Blackfish, fik han at vide, at den ville repræsentere forskellige perspektiver. Blackfish belyser kun ét perspektiv, og fremviser dermed ikke sandheden om SeaWorld.

Modsvarsfilm 13

Medvirkende: Holly Bird, Killer Whale Trainer

Pointer: Fremhæver et klip i Blackfish. I klippet vises en træner interagere med en spækhugger i vandet, mens en af de medvirkende i Blackfish fortæller om en interaktion, hun havde med en spækhugger i SeaWorld. Det påpeges, at træneren i klippet er Holly og altså ikke den medvirkende i Blackfish. Det pointeres samtidig, hvor meget uddannelse og hårdt arbejde det kræver, før man får lov til at interagere med spækhuggerne i vandet.

Modsvarsfilm 14

Medvirkende: Mark Simmons, former SeaWorld Trainer og medvirkende i filmen Blackfish.

Pointer: Blackfish fremstiller SeaWorld ugenkendeligt. Mark blev interviewet i tre timer til Blackfish, og alt hvad han italesatte positivt om SeaWorld blev ikke inkluderet i filmen. Ingen yder bedre dyrevelfærd end SeaWorld, idet virksomheden giver exceptionel ekspertise til trænerne, så de kan gøre et godt stykke arbejde. Mark påpeger, at SeaWorld ikke er et ondt imperium.

Modsvarsfilm 15

Medvirkende: Chuck Tompkins, Head Animal Trainer.

Pointer: Blackfish manipulerer med fakta, med det formål at lukke marine parker. Han påpeger, at dokumentarfilm bør vise flere perspektiver. SeaWorld yder exceptionel dyrevelfærd.

Modsvarsfilm 16:

Medvirkende: Kelly Clark, Head Animal Trainer.

Pointer: Trænerne har et unikt bånd til dyrene, hvilket har en effekt hos de besøgende, når de er vidne til dette unikke bånd. SeaWorld skaber awareness om havets dyr.

Modsvarsfilm 17:

Spækhuggeren Tilikum interagerer med en lille pige gennem ruden.

Modsvarsfilmene og One Ocean vil blive inddraget i specialet, når vi undersøger, hvilke emner og diskurser der genereres i debatten om marine parker. Den udvikling SeaWorld har været igennem siden Dawn Brancheaus dødsfald, har vi valgt at illustrere i en tidslinje sidst i dette kapitel. Tidslinjen skal give et overblik over SeaWorlds handlinger, men også de ydre faktorer, der er forekommet i forhold til virksomhedens situation.

INFORMANTER

Vi har valgt at udføre otte interviews i henhold til at besvare problemformuleringen. Interviewene skal, sammen med dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*, SeaWorlds kommunikationsprodukter i form af modsvarsfilm og show, danne det primære grundlag for specialets empiri. Vi har valgt at inddrage flere parter med forskellige syn på og viden om marine parker for at få belyst vores problemstilling så dybdegående og nuanceret som muligt. Følgende vil give et overblik over informanterne.

MARINE PARKER

Da specialet fokuserer på, hvilken indflydelse debatten om marine parker har på branchen, har vi valgt at foretage interviews med personer, som er i berøring med og supporter for marine parker. Informanterne i denne gruppe har vi valgt at give pseudonymer af hensyn til deres position. Deres rigtige navne er os bekendt.

Ryan - Assistant Animal Curator, SeaWorld San Diego

Da filmen *Blackfish* omhandler virksomheden SeaWorld og vi bruger SeaWorld som repræsentant for marine park branchen, ser vi det yderst relevant at tale med en talsperson herfra. Ryan har været ansat som dyretræner i virksomheden siden 1986, hvorved han har været ansat før og efter episoden med Dawn Brancheau². Herved kan han udtale sig om, hvilke ændringer virksomheden overordnet har gennemgået siden. Ydermere ser vi det relevant at inddrage SeaWorlds synspunkt, jævnfør specialets problemstilling. Kontakten til Ryan er arrangeret gennem Michael Hunt, som sidder i PR-komiteen hos International Marine Trainer Association (IMATA). Interviewet med Ryan blev foretaget på en café i SeaWorld San Diego, efter vi havde udforsket marine parken og observeret shows på egen hånd. Foruden dette interview har vi talt med Troy, der arbejder som dyretræner på Dolphin Stadium, der inviterede os backstage til en rundvisning og en uformel samtale.

Chad - Education Specialist, Aquarium of the Pacific, Los Angeles

Aquarium of the Pacific har ikke hvaler i fangenskab, men andre havpattedyr som sæler og søløver. Vi betegner ikke Aquarium of the Pacific for at være en marine park. Alligevel finder vi det relevant at foretage

² Dawn Brancheaus ulykke skete i SeaWorld Orlando.

et interview med en repræsentant herfra, da akvariet tilbyder Whale Watching³. Yderligere deltager akvariet aktivt i debatten om hvaler i fangenskab, senest med deres lecture onsdag den 25. marts 2015, omhandlende spækhuggeren Keikos⁴ frigivelse i naturen. Disse lectures afholdes jævnligt, hvor offentligheden inviteres til åben diskussion om aktuelle problemstillinger omkring oceanet. På baggrund af dette er det interessant at høre deres mening om marine parker og hvilke reaktioner, de oplever fra de besøgende efter udgivelsen af dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*. Efter en rundvisning, både i udstillingen og backstage på akvariet, blev interviewet med Chad afholdt i et undervisningslokale.

Zeke - Operation Manager, Boudewijn Seapark

Vi har valgt at interviewe Operation Manager Zeke fra Boudewijn Seapark i Belgien. Boudewijn Seapark har delfiner, der udfører shows for de besøgende, hvorfor det stemmer overens med vores definition af en marine park. Zeke har ansvaret for den daglige drift i parken, hvorfor vi betegner ham for at være en relevant person at foretage et interview med. Et interview med ham kan bibringe, at vi kan få en forståelse for, hvordan marine park branchen har ændret sig og hvilken betydning diverse kritikere har for Boudewijn Seapark. Interviewet med Zeke blev foretaget på hans arbejdsplads, med en efterfølgende rundvisning i marine parken.

Jack - Havbiolog og formidler, Fjord&Bælt

Naturcentret Fjord&Bælt er det eneste sted i Danmark, der har en hvalsart i fangenskab, nemlig marsvin. Selvom Fjord&Bælt ikke betegnes for at være en marine park i vores optik, da deres hvaler ikke udfører shows, mener vi, at det alligevel er relevant at komme i tale med dem, da de netop har hvaler i fangenskab. Fjord&Bælt har fokus på forskning angående deres marsvin, hvorfor det er interessant at høre deres mening om marine parker, samt hvilke reaktioner de oplever fra offentligheden. Interviewet med Jack blev foretaget på hans arbejdsplads, med en efterfølgende rundvisning i naturcentret.

KRITIKERE

Udover ovennævnte supportere, er det relevant at foretage interviews med kritikere for at kunne undersøge problemstillingen fyldestgørende ved at inddrage flere perspektiver i debatten. Nedenstående informanter har dedikeret deres professionelle arbejdsliv til at ændre offentlighedens syn på marine parker, og dermed lukke branchen ned.

Dr. Heather Rally - Wildlife Veterinarian, PETA

Doktor Heather Rally arbejder hos organisationen People for the Ethical Treatment of Animals (PETA). Vi har valgt at interviewe Heather Rally, da hun til dagligt arbejder med at fremme dyrevelfærd og lukke

³ Whale Watching er en aktivitet, hvor man kan se hvaler i naturen fra en båd.

⁴ Spækhuggeren fra filmen *Free Willy* (1993).

organisationer, der holder dyr i fangenskab, blandt andet under mottoet "Empty the tanks". Heather har skrevet en lang række kritiske artikler om marine parker, indgår aktivt i debatten herom og er medvirkende i den nyeste dokumentar i rækken *Racing Extinction*. Hun kan derfor give os et indblik i, hvilken effekt filmene ønsker at skabe. Kontakten til Heather Rally er arrangeret af Candace Crespi, som er kampagnedirektør for OPS. Det er denne organisation, der står bag dokumentarfilmen *The Cove*, og som er aktuell med ovennævnte film *Racing Extinction*. Interviewet blev foretaget på Dr. Heather Rallys arbejdsplads i Los Angeles.

Dr. Naomi Rose - Marine Mammal Scientist, Animal Welfare Institute

Doktor Naomi Rose har vi ligeledes fået anbefalet af Candace Crespi. Naomi Rose er forsker inden for spækhuggere, og arbejder hos organisationen Animal Welfare Institute. Ligesom Heather Rally, har Naomi Rose bidraget til debatten om marine parker, og optræder som en offentlig person, der ytrer sin mening om marine parker både i dokumentarfilm, artikler og ved paneldebatter. Hun er især aktiv i debatten omkring *Blackfish* og samarbejder tæt med produktionsselskabet bag filmen. Herudover har Naomi Rose fået tildelt prisen Scientist of the Year 2015, under Dolphin & Whale Film Festival i marts 2015. Interviewet foregik på en café nær Naomi Roses arbejdsplads i Washington DC.

FAGPERSONER

Da genstandsfeltet er meget omdiskuteret og holdningerne hertil kan være meget stærke og dermed ensidige, har vi valgt at inddrage nogle fagpersoner, der har et mere objektivt og fagligt syn på problemstillingen og debatten.

Jes Harfeld - Bioetiker og filosof, Aalborg Universitet

Jes Harfeld forsker inden for dyreetik ved Aalborg Universitet. I kraft af Jes Harfelds uddannelse og position ser vi ham som en relevant og interessant stemme i forhold til undersøgelsesfeltet. Jes Harfeld forsker blandt andet i menneskets normative og etiske relation til dyr. Fordelen ved at foretage et interview med ham er hans faglighed, hvorfor det er interessant at få et indblik i hans mening om marine parker. Endvidere kan et interview med ham også give os en forståelse af, hvordan han mener, offentligheden ser på marine parker og hvorfor. Derudover kan han give os et indblik i udviklinger og tendenser omkring menneskers forhold til dyr. Interviewet blev foretaget over Skype.

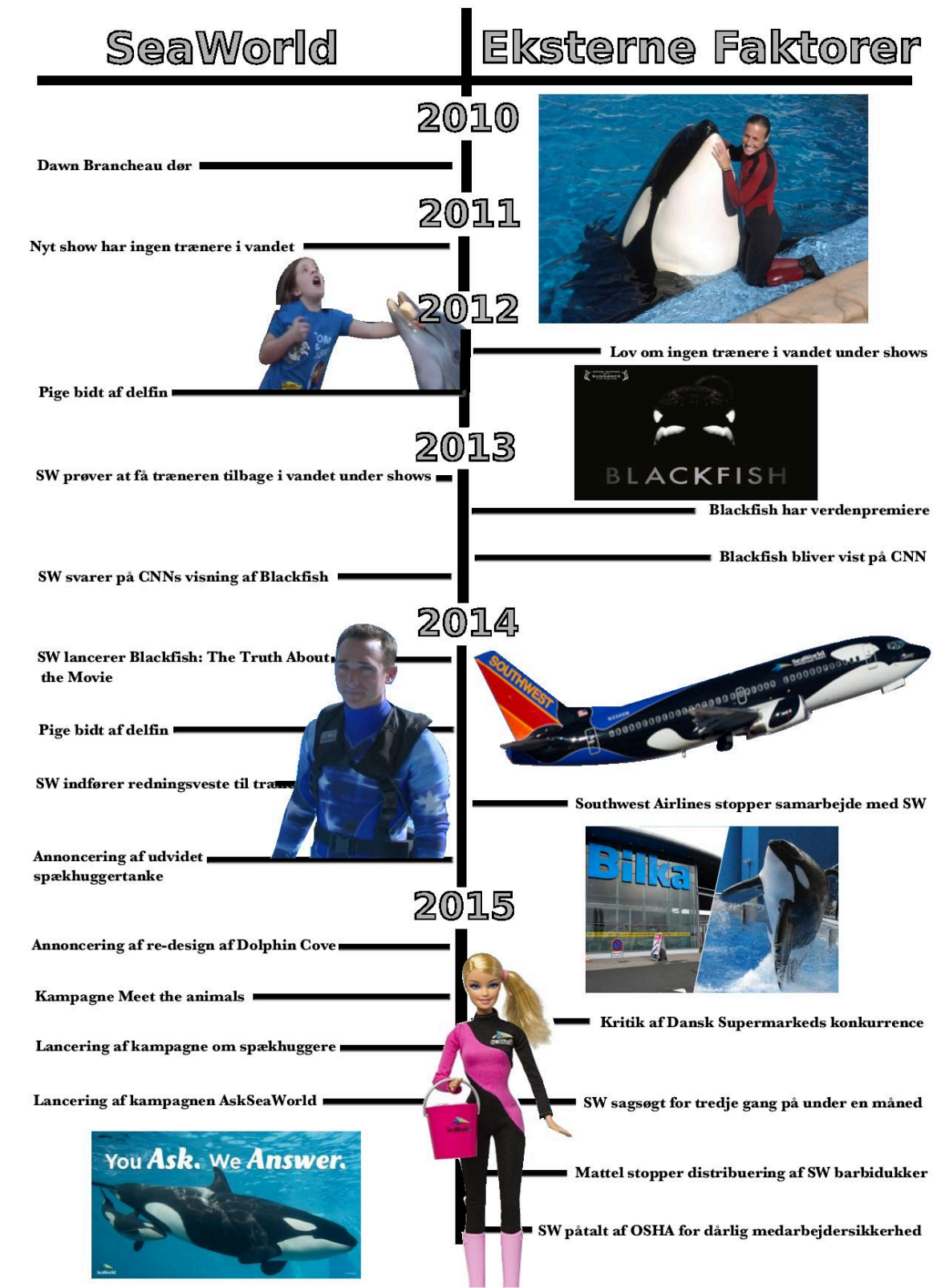
Ken Ramirez – Former Chief Whale Trainer at Shedd Aquarium

Ken Ramirez er tidligere ansat som Chief Whale Trainer hos Shedd Aquarium i Chicago, der blandt andet har beluga hvaler. Han har over 30 års erfaring med at træne hvaler og anses som ekspert indenfor sit område. Ken Ramirez har forladt marine park branchen til fordel for en stilling som vicepresident hos et

amerikansk, anerkendt dyretræningsfirma, hvis ekspertise blandt andet er træning af hunde. Ken Ramirez er relevant for specialet, da han ofte optræder offentligt i forskellige debatter om dyreetik og har skrevet artikler omhandlende Blackfish, da hans mening omkring dette har været meget efterspurgt i kraft af hans faglighed. Da Ken Ramirez ikke længere er i marine park branchen, har han i højere grad mulighed for at ytre sin mening om The Cove og Blackfish, hvor han har mulighed for at trække på faglig erfaring. I specialet betegner vi Ken Ramirez som supporter for marine parker, da hans holdninger omkring marine parker er overvejende positive. Interviewet blev foretaget på hans arbejdsplads i Boston.

TIDSLINJE

SW = SeaWorld



(Egen tilvirkning, for omfattende tidslinje se bilag 10)

SPECIALETS STRUKTUR

Følgende skal give et overblik over specialets struktur i forhold til de enkelte kapitlers indhold og formål.

Kapitel	Indhold	Formål
Kapitel 1 INDLEDNING	Præsentation af udgangspunktet for specialet og problemformulering. Yderligere en introduktion og gennemgang af specialets empiriske genstandsfelt.	Anskueliggørelse af og indblik i grundlaget for specialets genstandsfelt.
Kapitel 2 KONSTRUKTION OG TILGANG	Videnskabsteoretisk ramme og position – Socialkonstruktivisme. Klarlæggelse af metode – Kvalitative interviews. Introduktion til teori – Laclau & Mouffe, diskursteori. Benoit og Coombs, krisekommunikation. Juel, indholdsanalyse.	Klarlægning af specialets overordnede fremgangsmåde og fundament for tilgangen til besvarelsen af problemformuleringen.
Kapitel 3 THE POWER OF FILM	Diskursanalyse af forskellige parter i debatten om marine parker – Hovedsagligt med udgangspunkt i dokumentarfilmene The Cove og Blackfish og SeaWorlds One Ocean show og modsvarsfilm.	Afdække hvilke diskurser og emner der genereres i debatten om marine parker – for at skabe en forståelse for de forskellige parters kommunikation i debatten.
Kapitel 4 THEY HAD TO CHANGE	Analyse af udvalgte handlinger af og udtalelser fra SeaWorld efter krisens acceleration – Udgangspunkt i krisekommunikation med inddragelse af diskursanalysen.	Demonstrere hvordan SeaWorld har ageret og dermed positioneret sig i krisen, for herved at påvise hvilken indvirkning debatten har på marine park branchen.
Kapitel 5 AFRUNDING	Refleksion af hvorfor og hvordan marine park branchen har ændret sig. Opsamling af specialets vigtigste pointer.	Opsummere den viden vi har opnået om genstandsfeltet. Konkludere på resultater og besvare problemformulering.

Kapitel 2

KONSTRUKTION OG TILGANG

Dette kapitel danner rammen for specialets struktur og giver et overordnet metodisk overblik i forhold til, hvordan vi griber besvarelsen af problemformuleringen an. Kapitlet er en redegørelse, med dertilhørende refleksioner, for samspillet mellem vores videnskabsteoretiske udgangspunkt og den metodiske samt teoretiske tilgang, vi anvender. Da vi kan se, der forekommer en debat omkring marine parker, antager vi, at der er sket en ændring i offentlighedens perception af branchen. Socialkonstruktivismen er nærliggende at anvende i forhold til genstandsfeltet, da denne foreskriver, at viden er historisk og kulturelt specifik, og derfor kontingent og foranderlig. Kapitlet vil derfor specificere, hvordan socialkonstruktivismen har en indflydelse på vores tilgang i besvarelsen af problemformuleringen. Dette med udgangspunkt i den metode og teori vi vil anvende.

*“... den menneskelige erkendelse ... er kontingente størrelser,
dvs. noget, der kunne være anderledes”*

- Finn Collin, Professor i filosofi

VIDENSKABSTEORETISK RAMME OG METODE

Videnskabsteorien afspejler, hvilket syn vi har på verden, viden og kommunikation, og danner grundlag for de fortolknings- og forståelsesmæssige rammer, der er gennemgående i specialet. Derudover vil vores valg af videnskabsteoretisk tilgang få betydning og indflydelse på de beslutninger, vi træffer løbende, for eksempel med hensyn til valg af teori og metode. Følgende er en klarlæggelse af baggrunden og motivationen for valg af videnskabsteori. Herefter følger en redegørelse og beskrivelse af, hvad dette valg har af betydning for specialet.

SOCIALKONSTRUKTIVISME ELLER SOCIALKONSTRUKTIONISME?

Inden vi begynder at udlægge vores videnskabsteoretiske udgangspunkt, vil vi afgrænse os i forhold til termen socialkonstruktivisme fremfor socialkonstruktionisme. Professor i filosofi Finn Collin fremhæver, at der ikke som sådan eksisterer en forskel mellem de to termer (Collin, 2012a, s. 339). I relation heraf, har vi valgt at følge professoren Michael Crotty's klare skel i bogen *Foundations of Social Research* (1998), som foreskriver, hvornår det er fordelagtigt at anvende det ene term fremfor det andet. Crotty skriver: "It would appear useful, then, to reserve the term constructivism for epistemological considerations focusing exclusively on 'the meaning-making activity of the individual mind' and to use constructionism where the focus includes 'the collective generation of meaning'" (Crotty, 1998, s. 58). Socialkonstruktivisme tager altså udgangspunkt i, at erkendelse er individuelt. Vi vedkender os derpå socialkonstruktivismen, hvorfor Crotty's definition virker nærliggende, da vi har valgt at interviewe forskellige personer, der repræsenterer kritikere og supportere i henhold til marine parker. Endvidere fokuserer vi på, hvordan de erkender i forhold til deres positionering i debatten. Til at definere og redegøre for socialkonstruktivismen benytter vi os hovedsageligt af professor i psykologi Vivien Burrs fire karakteristika for socialkonstruktivismen. Det skal nævnes, at Burr bruger termen socialkonstruktionisme, når hun beskriver virkeligheden som en konstruktion. Burr påpeger dog, at de to termer bruges i flæng om det samme udgangspunkt, og har derfor valgt at bruge termen socialkonstruktionisme frem for socialkonstruktivisme for at undgå forvirring (Burr, 1995, s. 2). På baggrund af denne udlægning af vores brug af socialkonstruktivisme vil følgende præsentere specialets videnskabsteoretiske ståsted og udlægge, hvilken betydning det har for vores tilgang til undersøgelsesfeltet.

KOMMUNIKATION SKABER VIRKELIGHEDER

Vores valg af videnskabsteoretisk retning giver os nogle forudsætninger, som vi skal forholde os til og imødekomme på alle niveauer. Først og fremmest gør valget af socialkonstruktivisme at vi, ontologisk set, betragter virkeligheden som socialt konstrueret. Dette betyder, at virkeligheden ikke eksisterer i sig selv, og på den måde kan vi aldrig opnå en objektiv sandhed, hvilket er et grundlæggende punkt, hvor socialkonstruktivismen adskiller sig fra andre videnskabsteoretiske retninger, såsom positivismen. I sin bog *Social Constructionism* (1995) opstiller Vivien Burr fire grundlæggende præmisser for socialkonstruktivismen:

- 1) A critical stance towards taken-for-granted knowledge
 - 2) Historic and cultural specific
 - 3) Knowledge is sustained by social processes
 - 4) Knowledge and social actions go together
- (Burr, 1995, s. 2-5).

I forlængelse af socialkonstruktivismens ontologi, fremhæver Vivien Burr, at det netop er vigtigt som socialkonstruktivist at forholde sig kritisk til verden, og den måde vi erfarer på: "Social constructs insists that we take a critical stance towards our taken-for-granted ways of understanding the world (including ourselves)" (Burr, 1995, s. 3). Ligeså fremhæver Finn Collin vigtigheden i at tage kritisk stilling til både samfundsmæssige forhold, herunder relationer og forbindelser, men også vores egen erkendelse og viden om verden (Collin, 2012b, s. 249). Idet specialet fokuserer på debatten omkring marine parker, er socialkonstruktivismen oplagt at anvende. Marine parker har siden 1960'erne været en etableret samfundsinstitution verden over, som offentligheden har haft tiltro til (Davis, 1997, s. 55). Med debatten ser vi en kritisk stillingtagen til marine parker, hvorfor vi ser et opgør med "selvfølgelig" viden. Da socialkonstruktivismen er anti-realistisk og der heraf ikke findes nogen objektiv sandhed, står viden til konstant forhandling, og debatten om marine parker er ingen undtagelse. Set i lyset af dette, erkender vi, at viden ikke er en afspejling af virkeligheden, men blot en fortolkning. Deraf bliver vores tilgang at undersøge, hvordan forskellige fortolkninger fører til viden om marine parker. Socialkonstruktivismen er endvidere historisk og kulturel indlejret og specifik (Burr, 1995, s. 3-4). Burr beskriver:

The particular forms of knowledge that abound in any culture are therefore artefacts of it, and we should not assume that our ways of understanding are necessarily any better, in terms of being any nearer the truth, than other ways. (Burr, 1995, s. 4).

Sagt på en anden måde er vores verdensopfattelse afhængig af vores kultur og historie, som derfor kan betragtes kontingente. På denne måde mener socialkonstruktivismen også, at den sociale verden ikke er determineret af ydre omstændigheder, og mennesket ikke indeholder nogen fast essens eller kerne (Burr, 1995, s. 4). Samfundet og individerne skabes af historiske og sociale processer, hvilket fører til en anti-realisme. I specialet kommer dette til udtryk ved, at vi blandt andet undersøger og forholder os kritisk til de forskellige parters udtalelser, viden og erkendelse, der løbende indgår. Socialkonstruktivismen foreskriver også, at der forekommer en sammenhæng mellem viden og social interaktion. Ifølge Collin er hverken viden, ting eller fænomener naturgivent eller autonomt, men derimod skabt af kollektivet. Dette bliver således socialkonstruktivismens epistemologi, nemlig at virkeligheden konstrueres af den individuelle erkendelse i relation til den sociale kontekst (Collin, 2012b, s. 248-249). I relation hertil anser vi kommunikation som et fænomen, der ikke kun afspejler og beskriver, men ligeså skaber virkeligheder og holdninger. Det betyder for

vores speciale, at vi vil undersøge hvilke fælles forståelser, der er skabt hos de forskellige informanter omkring marine parker. Vi tror her på, at social interaktion, her set som grupperinger, er grundlag for skabelsen af viden, hvor informanterne: "... både opbygger fælles sandheder og kæmper om, hvad der er sandt og falsk" (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 14). I relation til dette vil nogle handlinger virke naturlige, mens andre handlinger vil virke utænkelige. Dette fører os frem til det præmis i socialkonstruktivismen, hvor der forekommer en sammenhæng mellem viden og sociale handlinger. Afhængig af den pågældende kulturs opfattelse af viden og sandhed, vil der forekomme afvigelse i forhold til hvilke sociale handlinger, der betragtes som normative (Burr, 1995, s. 5). Derved kan konstruktion af viden og sandhed få konkrete og sociale konsekvenser. Dette vil vi se nærmere på, når vi undersøger, hvordan kritikere og supportereres viden og sandhed om marine parker har indflydelse på deres handlinger.

SPROGET SOM SKABENDE KRAFT

Vi tager afsæt i sproget som skabende kraft. Vivien Burr mener, at en grundantagelse i socialkonstruktivismen er: "When people talk to each other, the world gets constructed" (Burr, 1995, s. 7). Det betyder, at sproget spiller en afgørende rolle ved blandt andet at være en social omgangsform, hvorved vi i fællesskab kan konstruere vores verdensbillede. Sproget bliver en adgang til virkeligheden og hermed også den viden, vi har herom (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 13). Ord og sætninger er arbitrære, og får derfor mening ud fra den måde, vi bruger dem. Sproget kan forandre konstruktioner om et givent emne, og er altså en handling, hvorpå vi kan forandre måden at erkende og erfare på (Collin, 2012b, s. 252). I analysen vil vi undersøge, hvordan *The Cove* og *Blackfish* samt *SeaWorlds One Ocean show* og modsvarsfilm fremstiller deres viden om virkeligheden gennem sproget. Endvidere vil vi undersøge, hvordan informanterne italesætter deres viden omkring marine parker og debatten heraf. Sproget er derved med til at pointere Burrs definition af socialkonstruktivismen som anti-essentialistisk:

Since the social world, including ourselves as people, is the product of social processes, it follows that there cannot be any given, determined nature to the world or people. There is no 'essences' inside things or people that make them what they are. (Burr, 1995, s. 5).

SOCIALKONSTRUKTIVISME, DISKURSER OG KRISER

Idet vi med udgangspunkt i dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish* vil undersøge, hvilke emner og diskurser der generes i debatten om marine park branchen, samt hvilken indvirkning debatten har, ser vi det fordelagtigt at anvende diskursteori og krisekommunikation som hovedteorier. Diskursteori vil vi benytte til at undersøge de forskellige parters diskurser i debatten. Idet vi anser marine park branchen for værende i krise, ser vi det relevant at anvende krisekommunikation. Vi kan ved hjælp af denne teori klarlægge, hvordan marine parker agerer og dermed positionerer sig i forhold til den krise, de står i. Det er herfor væsentligt at

sammenkoble de to hovedteorier med socialkonstruktivismen for at klarlægge, hvordan de stemmer overens og hvilke forudsætninger, de giver os for at kunne besvare problemformuleringen.

Diskursanalyse bygger på en strukturalistisk og poststrukturalistisk måde at anskue sprog på, hvor admission til virkeligheden går gennem sproget (Jochumsen & Rasmussen, 2006, s. 52). Sproget er et værktøj, som kan hjælpe os med at beskrive virkeligheden, med det in mente at det aldrig kan blive en objektiv beskrivelse, idet virkeligheden skabes af den måde, vi vælger at italesætte den på. Gennem sproget skabes diskurser og det er herigennem, diskurserne kan aflæses og identificeres. Diskursteoretikerne Marianne Jørgensen og Louise Phillips kommer med et eksempel på, hvordan sprog kan påvirke vores opfattelse af virkeligheden via fænomenet oversvømmelse (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 18). Oversvømmelse er et materielt fænomen, som sker ligegyldigt, hvordan vi taler om det. Dog opstår der forskellige forståelser, det vil sige diskurser, når vi prøver at sætte fænomenet oversvømmelse ind i en meningsgivende sammenhæng. Eksempelvis vil nogen forstå oversvømmelse ud fra en religiøs diskurs, hvor fænomenet er Guds straf over mennesket, mens andre vil se oversvømmelse ud fra en naturvidenskabelig diskurs, der opstår på grund af global opvarmning. De forskellige diskurser vil påvirke og influere, hvilke reaktioner der forekommer og på denne måde have en betydning for social handlen. Diskurser konstituerer derfor identiteter, sociale relationer og begivenheder (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 18).

Der findes mange forskellige diskursteorier med hver deres ide om, hvad der er med til at konstituere en diskurs (Howarth, 2007, s. 11). I nedenstående vil vi derfor inddrage de filosofiske antagelser, som de fleste diskursteoretiske tilgange har tilfælles. Vores valg af videnskabsteori gør, at vores tilgang til debatten om marine parker vil tage udgangspunkt i sociale og sproglige konstruktioner. Som nævnt tidligere er det gennem sproget, vi får adgang til virkeligheden. Da specialet har til formål at undersøge, hvordan forskellige emner og diskurser italesættes, og hvordan dette har en indvirkning på marine park branchen, virker det nærliggende at benytte os af diskursanalyse til at besvare problemformuleringen. De diskursanalytiske tilgange er placeret inden for socialkonstruktivismen, og er en fællesbetegnelse for en række nyere teorier om kultur og samfund. Jørgensen og Phillips påpeger, at diskursteori er den mest benyttede tilgang indenfor socialkonstruktivismen (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 13). Diskursteori skal ses som værende både en metodisk og teoretisk helhed, altså en pakkedløsning, der i høj grad omhandler, hvordan virkeligheden konstrueres og formuleres gennem sproget, så dette får betydning for meningsdannelse (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 12).

En fællesnævner for både socialkonstruktivisme og diskursteori er, at der forefindes en anti-essentialistisk opfattelse af verden, som betegner, at hverken sandhed eller verden er naturgivent (Howarth, 2007, s. 117). At vi bruger sproget, som en adgang til virkeligheden, har dog konsekvenser. Lektor i samfundsvidenskab

Allan Dreyer beskriver: "Diskurs er netop ikke universel, fordi vi aldrig når frem til tingenes egentlige væsen: der er ... altid en diskursiv mediering eller farvning, som gør at det universelle forbliver uopnåeligt." (Dreyer, 2004, s. 390). Derfor er diskursteori, ligesom socialkonstruktivisme, kritisk overfor "selvfølgelig" viden. I citatet lægges der derfor op til at være opmærksom på de strukturer, der kan forekomme i en artikulation. Vi har for eksempel den antagelse, at marine parker blev italesat anderledes før i tiden. Med en socialkonstruktivistisk tilgang mener vi, at ord kan forandre virkeligheden. Idet der forekommer en ny italesættelse af marine parker, er debatten et resultat heraf. Vi vil med vores interviews undersøge de diskurser, informanterne italesætter gennem artikulation. Sociale konstruktioner og diskurser har det tilfælles, at de har midlerne til at udøve magt ved at kunne konstruere rammerne for, hvordan vi skal forstå verden og hvilken viden, der skal klassificeres som sand (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 11-12). Denne anskuelse af magt ser vi passende i forhold til specialets problemstilling, hvor vi vil undersøge, hvordan debatten om marine parker genererer forskellige forståelser, og hvordan magtkampe mellem sandheder forekommer. Dette knytter sig til det interessefelt, både socialkonstruktivisme og diskursteori deler. Socialkonstruktivismen fastholder altså en anskuelse om, at verden er socialt konstrueret, hvilket hænger sammen med de fleste diskursteoriens idé om, at syn på og viden om verden altid er kulturel og historisk indlejret. Slutteligt skal det påpeges, at individet ses som diffust og fragmenteret både inden for socialkonstruktivismen og diskursteori. I stedet for at tale om et subjekt, foretrækkes begrebet om subjektposition, som noget et menneske kan påtage sig. En subjektposition forekommer som en sproglig konstruktion af en rolle med dertilhørende særlige karaktertræk. Subjektposition er et begreb, vi benytter i vores diskursanalyse, når vi karakteriserer, hvilke subjektpositioner kritikere og supportere påtager sig i de forskellige diskurser. En nærmere uddybning af begrebet vil forekomme i diskursanalysen.

Ovenstående er en skitsering af de sammenhænge, der forekommer mellem socialkonstruktivismen og diskursteori. Socialkonstruktivisme og diskursteori søger begge at belyse, hvordan viden på forskellige måder konstrueres, og hvilke magtrelationer der skabes heraf. Denne harmoniske sammenhæng har gjort, at vi finder diskursteori anvendelig som teori og metode, idet vi anlægger et socialkonstruktivistisk syn på specialets genstandsfelt.

Vores videnskabsteoretiske udgangspunkt har også en betydning for den måde, vi anser fænomenet krise på. Kriser kan forstås på mange måder og niveauer samt have forskellige betydninger. Kriser bliver overordnet anskuet på to forskellige måder - den systemskabte og den menneskeskabte. Da vi tager udgangspunkt i dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*, ser vi marine parkers krise som værende menneskeskabt, idet filmene udtrykker en stærk holdning til, at marine parkers handlinger og behandling af dyr er forkastelig. Menneskeskabte kriser skyldes menneskelige fejl, både i form af adfærd og forkerte beslutninger (Johansen & Frandsen, 2007, s. 72). Et socialkonstruktivistisk standpunkt gør, at en krise først anses som værende en krise,

når den bliver italesat, undersøgt og tillagt mening af mennesker. The Blackfish Effect er et eksempel på, hvordan nogle mennesker italesætter og opretholder en krise. Det er altså den subjektive tolkning, der er katalysator for krisens opståen. Denne anskuelse af kriser og italesættelsen af The Blackfish Effect gør, at vi antager, at SeaWorld befinder sig i en krise. Når vi anskuer kriser gennem socialkonstruktivismen, vil håndteringen og opfattelsen heraf være påvirket af krisens kontekst: "... de samme mennesker ser ikke altid den samme krise – eller indser, at der er i det hele taget er tale om en krise." (Johansen & Frandsen, 2007, s. 105). Netop fordi kriser, i den socialkonstruktivistiske tilgang, ikke reciperes på samme måde af de forskellige aktører, vil anskuelserne og håndteringen af kriser variere. I relation heraf har vi valgt at benytte os af teorien om krisekommunikation for at undersøge, hvordan marine parker håndterer debatten og heraf den krise, de befinder sig i.

Dette leder os videre til en begrundelse for valg af metode, og hvilken betydning den har for specialets resultater.

SAMMENHÆNG MELLEM VIDENSKABSTEORI OG VALGTE METODE

Vores socialkonstruktivistiske position gør, at det er fordelagtigt og nærliggende at anvende den kvalitative metode til at producere empiri, da vi netop mener, at viden bliver skabt gennem sproget og social praksis. Professor i sociologi Alan Bryman skriver om den kvalitative forskningsmetode: "... a research strategy that usually emphasis words rather than quantification in the collection and analysis of data" (Bryman, 2012, s. 380). Det skal forstås som, at sproget har en central placering i den kvalitative metode, hvilket ligeledes er et præmis i socialkonstruktivismen. Idet specialet har til hensigt at undersøge den italesættelse, der forekommer i debatten om marine parker, benytter vi os af en række interviews med forskellige parter, der er i berøring med denne problemstilling. Netop ved at gøre brug af den kvalitative metode i form af interviews som undersøgelsesmetode har vi mulighed for, at vi kan få uddybet den mening, informanterne italesætter. Professorerne i psykologi Steinar Kvale og Svend Brinkmann beskriver i bogen *INTERVIEW – Introduktion til et håndværk* (2009), at det kvalitative forskningsinterview: "... forsøger at forstå verden ud fra interviewpersonernes synspunkter, udfolde den mening, der knytter sig til deres oplevelser, afdække deres livsverden forud for videnskabelige forklaringer" (s. 17). Det giver os mulighed for åbne strukturer, hvilket skal forstås som, at i de enkelte interviews har vi mulighed for at komme ind på de aspekter, vi finder interessante, men samtidig kan informanterne komme ind på perspektiver, som kan være ukendte for os.

Vi gør brug af det, som Kvale og Brinkmann betegner som det semistruktureret interview, der forsøger: "...at forstå temaer fra den daglige livsverden ud fra interviewpersonernes egne perspektiver." (Kvale & Brinkmann, 2009, s. 45). Via det semistruktureret interview opnår vi blandt andet en forståelse for, hvordan de enkelte informanter anskuer debattens indvirkning på marine park branchen. Det semistruktureret

interview rummer endvidere den fordel, at under interviewsituationen er det op til intervieweren, hvordan og i hvilken rækkefølge spørgsmålene i interviewguiden skal stilles. Denne fleksibilitet medvirker, at det er nemmere for intervieweren at forfølge informantens svar under interviewet (Kvale & Brinkmann, 2009, s. 143-144). Idet vi gør brug af denne form for interviewmetode, der giver os en vis fleksibilitet i interviewsituationen, består vores interviewguides af prototyper (Bilag 9). Dette er en fordel for os, da vi som socialkonstruktivister skaber den viden, som interviewet frembringer i fællesskab med informanten. Størstedelen af alle interviews er blevet optaget med en diktafon, som alle informanter har været bekendt med. Vi har valgt at gøre brug af en diktafon, for efterfølgende at transskribere de enkelte interviews. Ryan fra SeaWorld San Diego er den eneste af de otte informanter, hvis interview ikke er blevet optaget med en diktafon. Dette skyldes, at vi ikke fik tilladelse af Ryan til at optage interviewet, hvorfor dette forefindes i noteform (Bilag 8, 2015).

REFLEKSION OVER DEN ANVENDTE METODE

Da det kvalitative interview er en aktiv proces, hvor intervieweren og informanten producerer viden gennem sociale praksisser, er det nødvendigt at træffe nogle beslutninger før interviewets udførsel. Kvale og Brinkmann nævner derfor begreberne validitet og reliabilitet i forbindelse med interviews. Validitet omhandler en undersøgelses troværdighed, altså hvorvidt den undersøger det, den har til formål (Kvale & Brinkmann, 2009, s. 267). Vi har valgt at foretage interviews med relevante personer i henhold til problemstillingen, som vi betegner som supportere, kritikere og fagpersoner. Dette er med til at styrke validiteten i specialet, da flere synspunkter i debatten er repræsenteret. Derudover er vores produktion af empiri i højere grad repræsentativ, idet den hovedsageligt er produceret i et land, der har tradition for marine parker, i forhold til hvis vi udelukkende havde produceret empiri i Danmark, der ikke har samme tradition. Tilrettelæggelsen af de enkelte interviews har også været med til at styrke validiteten i dette speciale, idet vi har taget udgangspunkt i det semistruktureret interview, hvorfor vores interviewguide blot har været en prototype (Bilag 9). Idet vores interviewguide har været en prototype, der hovedsageligt har taget udgangspunkt i de overordnede punkter i problemstillingen, har de forskellige interviews primært haft fokus på informantens syn på genstandsfeltet. På denne måde har vi sikret at få et dybdegående og nuanceret indblik i dette. Socialkonstruktivismen er relevant at inddrage, når vi beskæftiger os med begrebet validitet, da specialet ikke beskæftiger sig med én sand virkelighed. Idet virkeligheden bliver opfattet som en social konstruktion og dermed er foranderlig, betyder det, at de udførte interviews' data ikke nødvendigvis kan reproducere på et senere tidspunkt. For at opveje dette præmis, benyttes begrebet kommunikativ gyldighed (Schroder & Phillips, 2005, s. 281-282), som betyder, at vi påviser resultaternes gyldighed ved at være gennemsigtige og argumenterende i forhold til vores metode- og teorivalg. Grundet vores socialkonstruktivistiske tilgang, vil specialet ikke udlægge en objektiv sandhed omkring genstandsfeltet. Ergo er dette speciale ikke en endegyldig sandhed omkring undersøgelsesfeltet. Dette skyldes, at vi er med til at

konstruere empirien, hvorfor der ikke kan forekomme en objektiv fortolkning. I forlængelse heraf er den anvendte teori også med til at give et bestemt perspektiv på vores empiri. Slutteligt skal det nævnes, hvordan den viden vi skaber er betinget af den kulturelle, sociale og historiske kontekst. Eksempelvis så genstandsfeltet markant anderledes ud i 1990'erne, hvorfor vores undersøgelse ville have genereret helt andre resultater, hvis vi havde foretaget den dengang.

Som tidligere nævnt, er vi opmærksomme på, at der gennem interaktionen mellem os og informanterne er konstrueret betydning og mening i en social kontekst. Derfor har vi været bevidst om, hvad der bringes ind i undersøgelsesprocessen, da dette har betydning for fortolkningen og resultatet deraf. Dette leder os til begrebet reliabilitet, som omhandler interviewets pålidelighed (Kvale & Brinkmann, 2009, s. 352). I størstedelen af vores interviews har informanterne været åbne og samarbejdsvillige. Vi oplevede, at de forskellige informanter havde sat meget af deres arbejdstid af til at imødekomme vores ønsker, hvorfor vi opnåede en solid kontakt, for eksempel via rundvisninger i de forskellige virksomheder. Vi oplevede dog enkelte gange, at vi ikke formåede at forventningsafstemme forløbet omkring interviewsituationen grundigt nok. Dette har blandt andet bevirket, at interviewet med Chad fra Aquarium of the Pacific blot varede 26 minutter, da vi forud for interviewet havde fået en længere og grundig rundvisning på akvariet af ham. Det resulterede i, at vi fik kortfattede svar fra Chad i interviewsituationen, idet han allerede havde berørt undersøgelsens emner under rundvisningen op til flere gange. Dette har en konsekvens for reliabiliteten, da vi muligvis havde opnået dybdegående svar, hvis rækkefølgen havde været omvendt. I forhold til vores interviews med Chad fra Aquarium of the Pacific og Ryan fra SeaWorld San Diego forekom det tydeligt, at de umiddelbart ikke ville udtrykke deres egen subjektive holdning omkring genstandsfeltet af hensyn til deres ansættelse. Chad og Ryan udtrykte flere gange under interviewet, at de kun kunne udtale sig på virksomhedens vegne, hvilket bevirkede, at vi ikke fik konkrete svar på alle spørgsmål. Dette har en konsekvens i forhold til reliabiliteten med hensyn til pålideligheden af deres svar. Yderligere blev Ryans interview ikke optaget på en diktafon, hvorfor nogle af hans besvarelser kan være gået tabt. Da vi oplever, at specialets emne er betændt, har vi været varsomme med vores spørgsmål omkring The Cove og Blackfish angående de af vores informanter, vi betegner som supportere. Dette er dog med undtagelse af Ken Ramirez, tidligere Chief Whale Trainer, der fungerer som fagperson, men som vi har valgt at betegne som supporter, da hans holdninger til marine parker er ovevejende positive. Af denne grund har vi været mere forsigtige omkring spørgsmålene omhandlerende debatten om marine parker i interviewsituationen med disse informanter. I disse situationer har det været yderst fordelagtigt at anvende det semistruktureret interview, da denne form foreskriver, at man har mulighed for at forfølge informanternes svar. Et eksempel herpå er, at Ryan på et tidspunkt i interviewet selv italesatte hans syn på Blackfish, hvorefter vi valgte at forfølge og spørge yderligere ind til dette.

Overordnet har vi forsøgt at skabe så ideelle situationer for vores informanter som muligt. Det er klart, at det har været svært for nogle informanter at komme med deres syn på emnet, jævnfør deres tilknytning til marine park branchen. Dette har været et præmis, vi har været bevidste om, grundet det kontroversielle emne, specialet omhandler. Dog har vi opnået nyttig viden, som vi ikke kunne have været foruden.

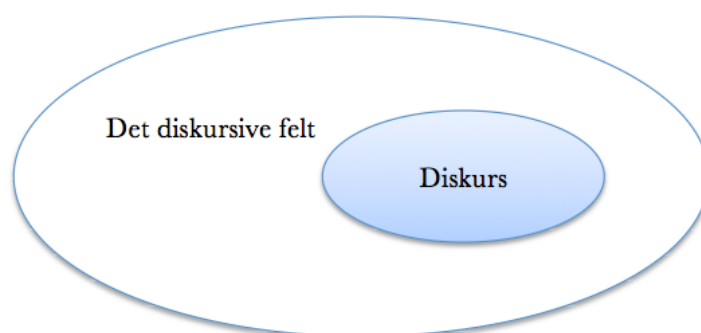
TEORETISK POSITION

Dette kapitel har til formål at skitsere den teoretiske ramme for specialet. Vi vil starte med at præsentere diskursteoretikerne Ernesto Laclau og Chantal Mouffes diskursteori, som vil blive benyttet gennem analysen til at identificere de emner og diskurser, der genereres i debatten om marine parker. Dernæst en gennemgang af William Benoit og Timothy Coombs teorier om krisekommunikation, der vil danne grundlag for den del af analysen, der fokuserer på, hvilken indvirkning debatten har på branchen. Til slut vil vi præsentere Henrik Juels indholdsanalyse, som vil fungere som et værktøj i henhold til at identificere de forskellige diskurser.

INTRODUKTION TIL DISKURSTEORI

Diskursteori kommer i forskellige afskygninger, og valget af den specifikke tilgang har stor betydning for undersøgelsen. Fælles for de diskursive tilgange er dog diskursbegrebet, som dækker over: "... en bestemt måde at tale om og forstå verden (eller et udsnit af verden) på." (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 9). Der findes mange udlægninger af diskursanalyse, der hver har deres tolkning og forståelse af diskursens rolle i konstitution af verden. Dette har betydning for, hvordan vi går til undersøgelsesfeltet og den diskursive praksis. Diskursteoretikeren Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse indskrænker det diskursive felt til kun at behandle det skriftlige og verbale samspil. I denne tilgang undersøges det, hvordan den diskursive praksis indgår i et dialektisk forhold med den sociale praksis og hvordan disse gensidigt påvirker hinanden (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 72). I kontrast hertil står den diskursive psykologi, som mener, at diskurser er konstituerende for vores verden. Her skelnes altså ikke mellem diskursive og ikke-diskursive sociale praksisser. Til gengæld er den diskursive psykologis undersøgelsesfelt hverdagens diskurser, hvor omdrejningspunktet er at undersøge, hvordan individers diskurser fokuserer på at opnå et mål (Howarth, 2000, s. 22-23). Disse to forskellige retninger på diskurs kan ikke imødekomme vores problemstilling, som går ud over det skriftlige, verbale og daglige samspil mellem individer. Vi finder derfor ikke nogle af retningerne passende for vores problemstilling. En tredje retning inden for diskursteori er konstrueret af Laclau og Mouffe, der mener, at alt er diskursivt, og begrænser sig således ikke kun til undersøgelse af hverdagsinteraktioner eller den lingvistiske dimension (Howarth, 2012, s. 14). Ydermere er deres teori funderet i et politisk perspektiv, som virker stærkt, når det drejer sig om gruppedannelser og heraf magtkampe (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 152). Politik skal her forstås i et bredere perspektiv og skal betragtes som: "... det grundlæggende ved samfundet." (Laclau og Mouffe, 2010, s. 13). På baggrund af Laclau og Mouffes brede diskursbegreb og politiske tilgang til diskursanalyse, er teorien passende for vores problemstilling. Vi kan ved hjælp af deres teori netop foretage

en grundig diskursanalyse af supporterne og kritikernes diskursive konstruktion af sig selv, modparten, samfundet og hvordan marine parker som fænomen skal betragtes. Politik skal i Laclau og Mouffes optik forstås i form af forskellige diskursers forsøg på at skabe entydighed gennem deres meningstilskrivninger i et ellers ikke defineret og afgjort terræn. Politik refererer med andre ord til kampen mellem forskellige måder at forstå virkeligheden på, hvor én meningstilskrivning udkonkurrerer andre (Speiermann, 2010, s. 46). Det er netop derfor, vi mener, at det er fordelagtigt at benytte os af denne diskursteori, da vi undersøger, hvordan kritikere og supportere tilskriver mening til betydningsfulde begreber, og heraf hvordan diskursen konstrueres i differentieringen til dens konstitutive ydre, kaldet det diskursive felt.



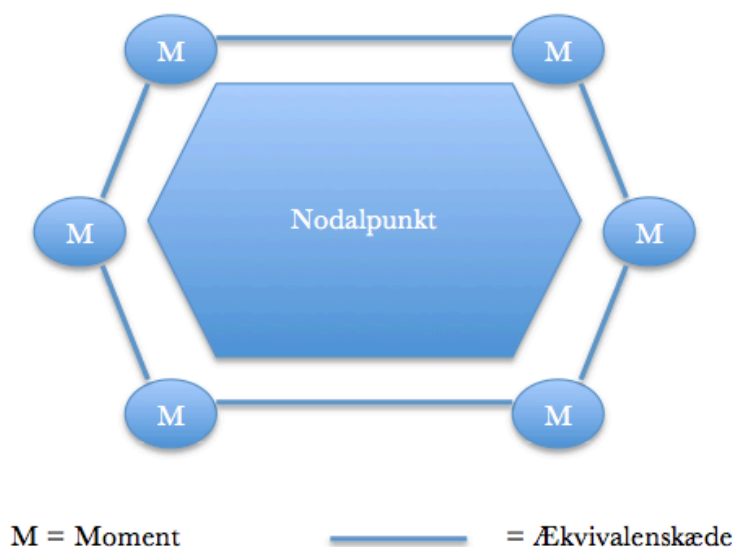
Model over det diskursive felt (Egen tilvirkning).

Kampen om hvilken mening og relation forskellige diskursive tegn har til hinanden, er udtryk for, at kritikerne og supporterne bedriver politik om marine parker. De diskurser, som er i spil, udgør hver én specifik måde at begribe og anskue virkeligheden på.

Som tidligere nævnt adskiller Laclau og Mouffes diskursteori sig radikalt fra andre tilgange i forhold til, hvordan de anskuer diskursbegrebet: ”Our analysis rejects the distinction between discursive and non-discursive practices.” (Laclau & Mouffe, 2010, s. 107). På denne måde ses alle praksisser som værende diskursive. At alt udtrykker en diskurs, har den konsekvens, at diskurserne er fuldt ud konstituerende for verden (Laclau & Mouffe, 2010, s. 107). Derfor er vi som mennesker indlejret i betydningsstrukturer, der indrammer og leder vores forståelse af, hvordan verden hænger sammen og hvordan vi bør opføre os. Artikulation som begreb står meget centralt i Laclau og Mouffes diskursteori og er grundlæggende for deres forståelse af skabelsen af en diskurs. De skriver som følgende:

... we will call articulation any practice establishing a relation among elements such that their identity is modified as a result of the articulatory practice. The structured totality resulting from the articulatory practice, we will call discourse. The differential positions, insofar as they appear articulated within a discourse, we will call moments. By contrast, we will call element any difference that is not discursively articulated. (Laclau & Mouffe, 1985, s. 105).

Elementerne som artikuleres ind i en vilkårlig diskurs, vil indtage en position heri og ændre sig fra at blive kaldt element til moment. Den proces som forekommer gør, at elementernes flertydighed reduceres til én entydighed (Laclau & Mouffe, 2010, s. 53). Denne udelukkelse af andre muligheder, altså lukning af diskursen, karakteriserer Laclau og Mouffe som det diskursive felt. Lukningen gør, at andre muligheder bortfalder eller ignoreres i den pågældende diskurs, netop for at konstruere orden og entydighed. Diskursen er altså en totalitet. Dog er en lukning aldrig total og kontinuerlig, idet diskursen aldrig kan fikses fuldstændigt, og således altid er i fare for at blive undergravet og forandret af det diskursive felt (Laclau & Mouffe, 1985, s. 110). Diskursen kan modificeres eller forhandles om i kontakt med andre diskurser. Selvom en diskurs aldrig kan fikses fuldstændigt, er det muligt at undersøge dens indhold via det, der betegnes som nodalpunkt. Nodalpunkter er privilegerede tegn, hvorved andre tegn indenfor diskursen struktureres omkring og herved får tilknyttet mening (Laclau & Mouffe, 1985, s. 111). Denne strukturering af tegn kan sammenlignes med kæder af tegn. Dette kaldes for en ækvivalenskæde, hvilket handler om at betone de forskelle, elementerne har, så de begynder at signalere en fælles betydning i forhold til et vis fænomen (Laclau & Mouffe, 2010, s. 84). I specialet vil vi identificere og fremanalysere hvilke nodalpunkter, herunder momenter og ækvivalenskæder, som forekommer i forskellige diskurser, der flourerer i debatten. Således kan vi for hver diskurs konstruere en model.



Model over en diskurs' indhold (Egen tilvirkning).

Når vi analyserer os frem til konkrete diskurser, kan vi med et diskursivt perspektiv undersøge, hvordan kritikerne og supporterne italesætter sig selv og hinanden med Laclau og Mouffes begreb om subjektpositioner. Her undersøger og karakteriserer vi, hvilke subjektpositioner der gives til de forskellige parter i diskursen. Magtkampe og konflikter mellem diskurser kan analyseres ved begreberne dislokation,

flydende betegnere, antagonisme og hegemoni, som er der, hvor det politiske fundament i Laclau og Mouffes diskursteori træder tydeligt frem. En uddybning af disse begreber vil følge, når de anvendes i analysen.

INTRODUKTION TIL KRISEKOMMUNIKATION

Krisekommunikation er en disciplin, som bliver anvendt i forbindelse med et kriseforløb, hvor den involverede virksomhed gennem brug af responstyper forsøger at genoprette eller opretholde sit omdømme. Eftersom SeaWorld har mødt meget modstand siden udgivelsen af Blackfish, finder vi det relevant at inddrage netop denne kommunikationsdisciplin. Vi ønsker at synliggøre, hvordan virksomheden har ageret og dermed positioneret sig i forhold til den krise, de befinder sig i. På den måde kan vi undersøge, hvordan og hvilken indvirkning debatten har på SeaWorld, og heraf hvordan marine park branchen har ændret sig. Følgende er en kort introduktion til specialets teoretiske grundlag i crisekommunikation, hvilket er med udgangspunkt i kommunikationsforskerne William Benoit og Timothy Coombs.

Den amerikanske kommunikationsforsker Benoit udgav i 1995 værket: *Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*, hvori han opstiller generelle responstyper for imagegenoprettelse. Ifølge Benoit er der to faser under et kriseforløb. Første fase indledes ved, at en uønsket begivenhed finder sted, og den offentlige mening er af den tro, at virksomheden er ansvarlig for denne begivenhed, hvilket resulterer i, at virksomhedens image er truet. Ifølge Benoit er det irrelevant, hvorvidt virksomheden er skyld i begivenheden eller ej. Det afgørende i situationen er, om de relevante modtagere tror, at virksomheden er ansvarlig og at virksomheden er velvidende om, at modtagerne har denne opfattelse (Benoit, 1995, s. 80). Anden fase er at afvikle krisen ved at genoprette sit image. Her opstiller Benoit en række responstyper, som han opdeler i fem hovedkategorier, med dertilhørende undertyper (Benoit, 1995, s. 28).

1) *Denial*

- a. *Simple Denial*: Virksomheden nægter at have udført handlingen eller at tage ansvar for den.
- b. *Shift the Blame*: Virksomheden flytter ansvaret over på andre og undsiger sig delagtighed i begivenheden.

2) *Evasion of Responsibility*

- a. *Provocation*: Virksomheden påstår, at den blev provokeret til at handle, som den gjorde, og at der er andre medansvarlige.
- b. *Defeasibility*: Virksomheden påstår, at den ikke var tilstrækkelig velinformeret eller havde kontrol over tingene, hvorfor begivenheden fandt sted.
- c. *Accident*: Virksomheden påstår, at der er tale om en uheldig omstændighed, som virksomheden kun er delvist skyld i eller slet ikke.
- d. *Good Intentions*: Virksomheden påstår, at handlingen blev udført i den bedste mening.

3) *Reducing Offensiveness*

- a. *Bolstering*: Virksomheden afleder krisen ved at fremhæve dens positive egenskaber eller handlinger.
 - b. *Minimisation*: Virksomheden forsvarer sig med, at handlingen ikke er så slem, som den ser ud til.
 - c. *Differentiation*: Virksomheden anfører, at handlingen ikke er så slem som andre lignende handlinger udført af andre virksomheder, der havde langt større konsekvenser.
 - d. *Transcendens*: Virksomheden forsøger at overflytte handlingen til en anden kontekst. For eksempel ved at sige, at den gjorde det for samfundets skyld.
 - e. *Attack the Accuser*: Virksomheden går til modangreb for at svække modpartens beskyldninger og bortlede opmærksomheden.
 - f. *Compensation*: Virksomheden mindsker krisen ved at tilbyde kompensation.
- 4) *Corrective Action*: Der er ingen undertyper til denne kategori, som består i, at virksomheden udtaler, at de vil forsøge at rette op på problemet. Virksomheden kan ved denne strategi korrigere uden at påtage sig ansvaret for begivenheden.
- 5) *Mortification*: Der er heller ingen undertyper ved denne kategori, som består i, at virksomheden vedkender sig det fulde ansvar for begivenheden og undskylder.

Kommunikationsforskeren Coombs opstiller, ligesom Benoit, en række responstyper. Coombs adskiller sig dog fra Benoit, idet hans teori om krisekommunikation inddeles i strategier. Coombs har udviklet en model kaldet Situational Crisis Communication Theory (SCCT), som skal fungere som en normativ retningslinje for, hvilken responsstrategi en virksomhed skal benytte i en given situation. Fokus i denne model er konteksten, ergo er det situationen, der afgør, hvilken strategi der er den mest hensigtsmæssige at anvende i krisesituationen. I arbejdet med responsstrategier skal krisetypen først identificeres og kan altså vurderes ud fra tre indikatorer: *Mild Reputational Threat (Victim Cluster)*, *Moderate Reputational Threat (Accidental Cluster)* eller *Severe Reputational Threat (Preventable Cluster)* (Heath & Coombs, 2006, s. 204). Ved en mild trussel mod omdømmet er virksomheden også offer i den krise, de befinder sig i. Det kan eksempelvis være ved falske rygter eller ved, at en ekstern leverandør leverer fejlfyldte produkter. En moderat trussel mod omdømme er aktuel, når handlingen, der har ført til krisen, ikke har været intentionel. Det kan eksempelvis forekomme ved, at virksomhedens interessenter beskylder virksomheden for at operere uhensigtsmæssigt eller ved tekniske nedbrud, der har haft større konsekvenser på den ene eller anden måde. Ved en høj trussel mod omdømme har virksomheden bevidst handlet uhensigtsmæssigt og begivenheden kunne i princippet være forhindret. Eksempelvis har virksomheden udsat mennesker for fare eller direkte overtrådt en lov eller et påbud (Heath & Coombs, 2006, s. 204). Ifølge Coombs skal krisetypen altså vurderes ud fra, hvor høj truslen mod omdømmet er og afgøres ud fra graden af ansvar, de relevante modtagere tillægger virksomheden. Dernæst

skal virksomhedens krisehistorik tages i betragtning, hvilket vil sige inddragelse af de eventuelle tidligere kriser, virksomheden har været igennem. Er der en længere krisehistorik, vil den forøge den kritiske situation, den såkaldte velcro-effekt. En mindre eller ligefrem ingen krisehistorik kan skabe en halo-effekt, som gør, at de relevante modtagere vil se mildere på forseelsen (Heath & Coombs, 2006, s. 203-205). På baggrund af disse vurderinger, vælger man den mest hensigtsmæssige kriseresponsstrategi. Coombs arbejder ud fra et grundprincip, der hedder sig, at jo større ansvar de relevante modtagere tillægger virksomheden, desto mere imødekomme må virksomheden være i sin krisekommunikation. Hertil har han opstillet fire responsstrategier og guidelines til udvælgelsen af disse. Altså hvilken strategi der er mest hensigtsmæssig at benytte i den givne situation (Heath & Coombs, 2006, s. 205-206).

- 1) Deny Strategies – Bruges ved *Mild Reputational Threat*
 - a. *Attack the Accuser*: Virksomheden benytter sig af modangreb overfor dem, der hævder, at virksomheden er skyld i begivenheden.
 - b. *Denial*: Virksomheden hævder, at der ikke er tale om nogen krise.
 - c. *Scapagoat*: Virksomheden bebrejder andre for at være skyld i begivenheden.
- 2) Diminish Strategies – Bruges ved *Mild Reputational Threat* og *Moderate Reputational Threat*
 - a. *Excuse*: Virksomheden påpeger, at begivenheden ikke var intentionel.
 - b. *Justification*: Virksomheden påpeger, at begivenhedens følger er meget små.
- 3) Rebuild Strategies – Bruges ved *Moderate Reputational Threat* og *Severe Reputational Threat*
 - a. *Compensation*: Virksomheden tilbyder penge eller produkter i erstatning.
 - b. *Apology*: Virksomheden tager det fulde ansvar for begivenheden og beder om tilgivelse.
- 4) Reinforcing Strategies – Bruges som supplement til andre responsstrategier
 - a. *Bolstering*: Virksomheden gør opmærksom på dens gode arbejde og vil forbedre forholdene.
 - b. *Ingratiation*: Virksomheden takker interessenterne for deres hjælp.

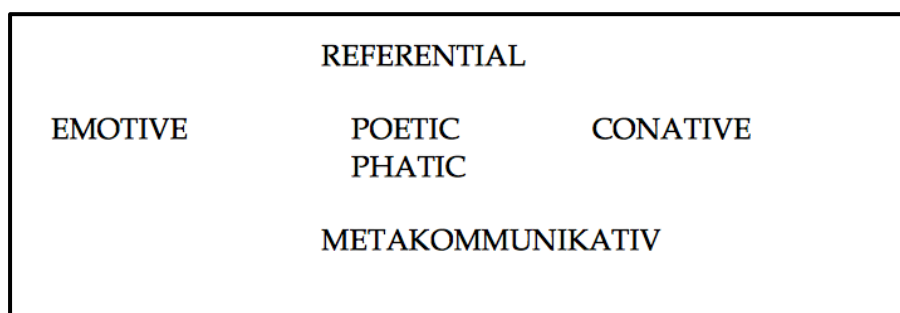
I forhold til ovenstående guidelines pointerer Coombs vigtigheden i at bevare konsistensen i responsstrategierne, hvorfor Deny Strategies ikke må sammenblandes med hverken Diminish Strategies eller Rebuild Strategies. Coombs pointerer yderligere, at en virksomhed skal være forberedt på at ændre responsstrategi, hvis krisesituationen forandres og derfor kræver en anden responsstrategi (Heath & Coombs, 2006, s. 206).

En analyse af udvalgte kommunikationsprodukter, udtalelser og tiltag fra SeaWorld vil hjælpe os til at forstå, hvordan virksomheden har positioneret sig i forhold til den krise de befinder sig i. Vi kategoriserer og sammenholder nogle af SeaWorlds udsagn gennem ovenstående responsstrategier for at undersøge, hvordan debatten har haft en indvirkning på marine park branchen.

INTRODUKTION TIL INDHOLDSANALYSE

Vi gør brug af kommunikationsforsker Henrik Juels indholdsanalyse til at supplere diskursanalysen, hvorfor denne fungerer som en sekundær teori. Juels indholdsanalyse kan hjælpe os med at undersøge, hvilke kommunikative funktioner *The Cove* og *Blackfish* samt *SeaWorlds One Ocean show* og modsvarefilm benytter sig af. Det er ud fra de kommunikative funktioner, vi kan identificere diskurser i debatten. Vi finder det relevant at benytte Juel, da: "En væsentlig del af betydningsdannelsen i moderne medier med levende billeder og lys – tv, film, video, websites – foregår via træk ved medieproduktet eller "medieteksten" som ikke umiddelbart lader sig oversætte til verbalsproglige størrelser eller tegn." (Juel, 2003, s. 1). Elementer som kamerabevægelse og billedbeskæring tilskrives her en lige så stor værdi som det verbalsproglige. De nonverbale elementer i et kommunikationsprodukt har også kommunikative funktioner, der har en betydning for modtagerens betydningsdannelse. Derfor bruger vi Juels analyseredskaber som et supplerende værktøj til at analysere de visuelle billeder, som kendetegner de kommunikationsprodukter, vi vil analysere.

I *Kommunikative funktioner og levende billedmedier* (2003) nyfortolker Juel sprog- og litteraturforsker Roman Jakobsons analysemodel, som ser på en kommunikationsproces indefra. Jakobsons model er kendetegnet ved, at den undersøger, hvordan de faste elementer i en kommunikationsproces i form af modtager, afsender, kontekst, kanal, meddelelse og kode, kan aflæses i selve kommunikationsproduktet. I kommunikationsproduktet vil disse elementer komme til udtryk via sprogfunktionerne – Conativ, Emotiv, Referentiel, Fatisk, Poetisk og Meta-linguistisk. Jakobsons analysemodel fokuserer på specifikke udsagn hvorimod Juels nyfortolkning adskiller sig fra denne, ved at erstatte ordet Meta-linguistisk med Metakommunikativ for at eksplicite, at hans nyfortolkning kan bruges på alle medier (Juel, 2003, s. 2).



Sprogfunktioner i indholdsanalyse (Juel, 2003, s. 3).

Følgende vil redegøre for de seks sprogfunktioner, der fremgår i Juels nyfortolkning.

DEN REFERENTIELLE FUNKTION

Den referentielle funktion kommer til udtryk i et medieprodukt, når den: "... handler om eller peger på eller viser noget om en sag eller et emne" (Juel, 2003, s. 6). Det skal forstås som, at kommunikationsproduktet

refererer til en kontekst uden for sig selv. I TV-nyheder vil den referentielle funktion for eksempel være meget dominerende, idet nyhedsværten refererer til ydre kontekster, som formidles til seeren af nyhedsudsendelsen.

DEN EMOTIVE FUNKTION

Når et kommunikationsprodukt fortæller noget om afsenderen, træder den emotive funktion i spil. Her er der fokus på, hvordan afsenderen af kommunikationsproduktet kommer til syne, og hvilken indstilling vedkommende har til det emne, der refereres til. Henrik Juel nævner, at det er interessant at undersøge, hvordan den emotive funktion kommer til udtryk i dokumentarfilm: "... hvor man ellers forventer fokus på det referentielle." (Juel, 2003, s. 9). I dokumentarfilm kan filmiske virkemidler såsom filmklipping, kameraføring og underlægningsmusik netop være med til at give en indikation af afsenderen og vedkommendes holdning til emnet (Juel, 2003, s. 9).

DEN CONATIVE FUNKTION

I et kommunikationsprodukt vil den conative funktion træde i kraft, når der henvendes til en bestemt modtager på en specifik måde. Der kigges altså på, hvordan modtageren er positioneret, og hvordan medieproduktet forsøger at påvirke modtageren: "Det conative kan altså både være et signal til modtageren og en (samtidig) karakteristik af den forventede modtager." (Juel, 2003, s. 11).

DEN FATISKE FUNKTION

Den fatiske funktion kommer til udtryk, når der: "... er træk i medieproduktet, som henviser til kommunikations-kanalen eller kontakten mellem afsender og modtager." (Juel, 2003, s. 12). Den kommer altså til udtryk ved, at afsenderen anerkender, at der er en modtager på den anden side af kommunikationsproduktet.

DEN POETISKE FUNKTION

Når kommunikationsproduktet sætter stor fokus på sig selv og dens brug af virkemidler, kommer den poetiske funktion til udtryk: "... gerne på en legende eller "poetisk" måde." (Juel, 2003, s. 14). Det skal forstås som, at modtageren gøres opmærksom på, at kommunikationsproduktet er forarbejdet på en bestemt måde. For eksempel kan det komme til udtryk via klipping og visuelle effekter. Den poetiske funktion kommer derfor til udtryk ved, at kommunikationsproduktet sætter fokus på sig selv som et bearbejdet produkt ved at fremhæve de forarbejdede træk.

DEN META-KOMMUNIKATIVE FUNKTION

Den meta-kommunikative funktion kommer til udtryk, når kommunikationsproduktet: "... forklarer noget om sig selv, hvor den så at sige træder et skridt tilbage eller ser på sig selv udefra." (Juel, 2003, s. 13). Et

eksempel på dette er, når film indledes med en advarsel til seeren om, at der vil forekomme voldsomme billeder i den enkelte film.

I en indholdsanalyse af de seks sprogfunktioner undersøges det, hvad der alene kan ses eller høres i det enkelte kommunikationsprodukt. Fælles for de seks sprogfunktioner er, at de alle er tilstede i et kommunikationsprodukt, dog er nogle mere dominerende end andre (Juel, 2003, s. 7). Af denne grund vil vi ikke analysere, hvordan alle seks sprogfunktioner kommer til udtryk, men derimod fokusere på de dominerende sprogfunktioner i de udvalgte kommunikationsprodukter. Vi vil anvende disse i analysen, når de kan understøtte de diskurser og emner, vi fremanalyserer, i henhold til debatten om marine parker.

LITTERATURREVIEW

Følgende er en refleksion over den udvalgte teoris videnskabsteoretiske standpunkt, fordele og kritikpunkter. I denne refleksion vil vi diskutere valget af teori i forhold til at vurdere, hvilken viden teorien kan bibringe, og herved hvilke begrænsninger dette medfører. Vi vil først diskutere vores to hovedteorier, i form af Laclau og Mouffes diskursteori og krisekommunikation ved William Benoit og Timothy Coombs. Slutteligt vil vi diskutere den sekundære teori, Henrik Juels indholdsanalyse.

DISKURSTEORI - LACLAU & MOUFFE

Vi vedkender os en forståelse af Laclau og Mouffes diskursteori som socialkonstruktivistisk, idet de mener, diskurser er fuldt ud konstituerende for verden. Hvis en eventuel forandring skal forekomme i praksis, kan det kun ske gennem en forandring i diskursen. Dette kan sammenlignes med socialkonstruktivismen, hvor det er et præmis at være kritisk over for ”selvfølgelig” viden. Laclau og Mouffes syn på, at alt udtrykker en diskurs betyder også, at alle sociale praksisser skal undersøges som diskurser. Sociale praksisser i socialkonstruktivismen kan anses som sociale konstruktioner, mennesker skaber, eksempelvis som i dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*. Vi ser, Laclau og Mouffe anlægge en socialkonstruktivistisk tilgang til diskurs ved både at inkludere sprog og sociale konstruktioner i deres teori. På denne måde konvergerer denne iagttagelse af Laclau og Mouffes videnskabsteoretiske positionering med speciallets socialkonstruktivistiske udgangspunkt. Det er dog væsentligt at nævne, at Laclau og Mouffe betegner sig selv som værende marxister, strukturalister og poststrukturalister. Alligevel ses det, at andre teoretikere vælger at indskrive Laclau og Mouffe i videnskabelige traditioner lige fra socialkonstruktivisme til poststrukturalisme (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 13. Hansen, 2005, s. 177). Dette forstår vi som udtryk for teoriens løbende udvikling og abstrakte karakter.

Et kritikpunkt ved Laclau og Mouffes diskursteori er, at de ikke på forhånd fremlægger nogen fast defineret metodologi (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 62-63). Deres teoriapparat er meget omfattende og abstrakt, og det kan derfor være kompliceret, hvordan dette skal sættes i spil, og benyttes i en eventuel analyse. I forlængelse heraf kan deres diskursteori karakteriseres som at befinde sig på et højt abstraktionsniveau ved, at alt anses som værende et udtryk for diskurs, da der ikke skelnes mellem diskursiv og ikke-diskursiv praksis. Endvidere ses den kendsgerning, at Laclau og Mouffe ikke selv har benyttet deres diskursteori til at analysere en længere empirisk case. Det er derfor nødvendigt at foretage en mindre fortolkning af begreberne for at gøre dem praktisk brugbare i en konkret analyse (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 62).

Ovenstående kritik af Laclau og Mouffe giver os visse udfordringer i forhold til anvendelse og operationalisering. Det høje abstraktionsniveau og manglende metodologi hos Laclau og Mouffe har dog den fordel, at det giver os stor frihed til at omsætte begreberne til konkrete analyseværktøjer, og bruge disse på en måde, vi finder hensigtsmæssig. Laclau og Mouffes diskursteori er væsentlig at inddrage i besvarelsen af problemformuleringen, da en operationalisering af teoriens begreber kan hjælpe os med at identificere de diskurser og emner, der generes i debatten om marine parker. Ydermere ser vi et stort lighedspunkt mellem Laclau og Mouffes syn, på ikke at skelne mellem diskursiv og ikke-diskursiv praksis, og socialkonstruktivismens paradigme om sociale konstruktioner. Dette styrker analysen, da vi ikke kun ser på den lingvistiske og tekstlige dimension, men hele den sociale praksis, i dette tilfælde i form af dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*, *SeaWorlds show One Ocean* og modsvarsfilm.

KRISEKOMMUNIKATION - BENOIT OG COOMBS

Vi har tidligere argumenteret for, at en krise kan anskues fra et socialkonstruktivistisk standpunkt, idet den først anses som værende en krise, når den bliver italesat og derved tillagt mening. Idet William Benoit ser det irrelevant, om en virksomhed er skyld i den begivenhed, der forårsager krisen eller ej, anser vi dette som en socialkonstruktivistisk tilgang. Handlingen er ikke en fast defineret størrelse, og det afgørende er, om nogen opfatter aktøren som ansvarlig. Det er altså perceptionen af en begivenhed, der afgør, om et forsvar af virksomhedens image bliver nødvendigt: "... perceptions are more important than reality." (Benoit, 1997, s. 178). Hermed indikerer Benoit, at den afgørende omstændighed er modtagerens fortolkning af image, altså den sociale konstruktion. Vi ser ligeledes en socialkonstruktivistisk tilgang hos Coombs i hans teori om responsstrategier, idet han ligesom Benoit mener, at det afgørende er perceptionen af en begivenhed (Heath & Coombs, 2006). I og med han ligestiller en virksomheds krise med relevante modtageres definition af denne krise, indskriver han sig i et centralt præmis for socialkonstruktivismen - at fænomener er socialt konstrueret og derfor foranderlige og til konstant forhandling.

Benoits centrale imagebegreb kan være problematisk og en svær størrelse at arbejde med. Anvendelsen kan lægge op til to mulige misforståelser: At en virksomheds image er homogent og enhedsligt, og at imagegenoprettelse må betragtes fra virksomhedens synsvinkel (Johansen & Frandsen, 2007, s. 214). Derudover er Benoits teori blevet kritiseret for at være for simpel. Forløbet angreb-genoprettelse af image kan beskrives som en kronologisk proces og henviser derudover til, at en virksomheds image kan blive genoprettet i dets oprindelige tilstand. En forestilling som betegnelsen genoprettelse synes at indebære (Johansen & Frandsen, 2007, s. 215). Med en socialkonstruktivistisk tilgang mener vi, at et fænomen er menneskeskabt, formet og præget af menneskelige interesser. Det er ikke autonomt eller naturskabt, men skabt af samfundsmæssige processer. Derpå mener vi ikke, at en virksomheds image kan blive genoprettet i dets oprindelige form. Dette begrundes i Coombs idé om, at en virksomheds krisehistorik altid vil blive taget i betragtning i vurderingen af krisens trussel mod omdømmet. Derpå vil det aldrig være muligt for en virksomhed at nå tilbage til status quo, da interessenterne vil erindre tidligere kriser. Dette leder til endnu en kritik af Benoits teori, der kan give indtrykket af, at den angrebne virksomhed kan opfattes som et adskilt, fuldstændig formet subjekt, med et fast image (Johansen & Frandsen, 2007, s. 215). Coombs teori, om strategisk krisekommunikation, er blandt andet blevet kritiseret for ikke at tage tilstrækkelig hensyn til krisers dynamik og kompleksitet (Johansen & Frandsen, 2007, s. 245). Derved kan det forekomme vanskeligt at identificere den hensigtsmæssige guideline i Coombs teori ved enhver specifik situation. Vi skelner tydeligt mellem kritikere og supportere af marine parker, hvorfor vores empiri udgøres af repræsentanter fra begge sider. Det er tvivlsomt, at disse repræsentanter opfatter krisen omkring marine parker på samme måde, og vi vil sandsynligvis få forskellige bud på, hvordan og i hvilken grad debatten har påvirket branchen. Det er derfor utænkeligt, at alle involverede er lige enige om, hvorvidt der overhovedet forekommer en krise.

Trods ovenstående kritik er Benoit og Coombs teorier, omkring strategisk krisekommunikation, relevante at inddrage i besvarelsen af problemformuleringen. Benoits opstillede responstyper strækker sig fra en simpel benægtelse af skyld til en fuld undskyldning, hvorfor den overordnet er fyldestgørende i forhold til den del af analysen, der tager udgangspunkt i den krise, vi mener, marine parker befinder sig i. Det leder os hen til Benoits væsentligste bidrag til krisekommunikationsforskningen, hvor hans arbejde anses for at være det mest betydningsfulde inden for feltet. Flere forskere, blandt andre Coombs, har senere hen udbygget hans teori, hvorfor det synes mest relevant at inddrage Benoits teori om imageoprettelse som grundteori. Da Coombs teori er en videreudvikling af Benoits, er den relevant at inddrage, da vi på denne måde kan gå mere dybdegående til værks i analysen af den krise, vi mener, marine parker befinder sig i. Coombs teori bevæger sig fra den basale liste over responstrategier til, hvordan krisesituationen kan have indflydelse på udvælgelsen og effektiviteten af strategierne.

INDHOLDSANALYSE - HENRIK JUEL

Henrik Juel har en fænomenologisk tilgang i hans nyfortolkning af Roman Jakobsons kommunikationsmodel. Det fænomenologiske ståsted kommer i særdeleshed til udtryk i hans beskrivelse af de seks sprogfunktioner. Her præciserer han, at i analysen af sprogfunktionerne er der kun fokus på, hvordan disse fremtræder for den pågældende analytiker. Derpå har Henrik Juel fokus på førstepersonsperspektivet, hvilket ligeledes er et præmis i fænomenologien. Selvom vi tillægger os den socialkonstruktivistiske tilgang, mener vi ikke, at valget af denne teori modsiger dette ståsted. Både fænomenologien og socialkonstruktivismen er ikke interesseret i den objektive sandhed, men i aktørernes opfattelse af virkeligheden. På dette punkt kan de to videnskabsteorier sammenlignes med hinanden.

Et kritikpunkt ved Henrik Juels indholdsanalyse er samtidig styrken. Teorien har den begrænsning, at den er meget simpel, da den blot har til formål at analysere de dominerende sprogfunktioner i et kommunikationsprodukt. Derfor inddrager indholdsanalysen ikke andre faktorer såsom afsenderens intention eller modtagerens faktiske reception. Trods enkeltheden er den i stand til at analysere den kompleksitet, der er til stede i moderne medieprodukter, hvor der gøres brug af mange virkemidler, hvilket vi ser som en styrke.

Da problemfeltets omdrejningspunkt er dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*, ser vi det nødvendigt at inddrage et værktøj, der fokuserer på det nonverbale i samspil med det verbale, hvorfor Juel er brugbar. Yderligere er et kritikpunkt hos Laclau og Mouffe, at de ikke har nogen konkret metodologi, men i stedet et stærkt teoriapparat, hvorfor det kan være kompliceret at gribe analysen an. Derudover er det fordelagtigt at kombinere Juels indholdsanalyse med Laclau og Mouffes diskurstheori. Dette begrundes i, at Laclau og Mouffe ser alting som udtryk for en diskurs, hvorfor Juels indholdsanalyse er fordelagtig at anvende, da denne inkluderer alle elementer i et medieprodukt i form af det visuelle og verbale. Vi ser det derfor som en fordel at benytte indholdsanalysen som et udgangspunkt for diskursanalysen. På denne måde kan vi både via det verbale og nonverbale i blandt andet dokumentarfilmene iagttage diskurser og emner i debatten om marine parker.

Kapitel 3

THE POWER OF FILM

Kapitlet har til formål at besvare første del af problemformuleringen, som omhandler hvilke diskurser og emner, der bliver genereret i debatten om marine parker. Vi ser en tydelig magtkamp mellem de forskellige parter, der hver især kæmper om at opnå en accept af, at deres holdning og mening er den rigtige, altså hvordan de italesætter og konstruerer netop deres viden og sandhed om marine parker. Der vil derfor blive foretaget en diskursiv analyse af de to involverede parter, vi finder mest relevante i debatten, kritikere og supportere, for at eksplicitere denne magtkamp. De forskellige diskurser i debatten vil blive identificeret ud fra *The Cove* og *Blackfish* samt SeaWorlds show *One Ocean* og modsvarsfilm. Vi vil bruge udvalgte begreber fra Laclau og Mouffes diskursteori til at foretage denne diskursive analyse. Til at identificere diskursernes nodalpunkter og dertilhørende momenter, benytter vi Henrik Juels indholdsanalyse, da vi tager udgangspunkt i film og show.

***“It’s all because of the power of film ...
it’s really *Blackfish* that did it” - Heather Rally, PETA***

DISKURSERNES KAMP

Følgende diskursanalyse er opdelt i to dele. Den første del er med udgangspunkt i kritikernes syn på marine parker, kaldet Kritiker-diskurs, som vi analyserer via *The Cove* og *Blackfish*. Den anden del er med udgangspunkt i supporterernes syn på marine parker, der karakteriseres som Supporter-diskurs via SeaWorlds show *One Ocean* og modsvarsfilmene *Blackfish: The Truth About the Movie*. Endvidere vil vi inddrage informanterne til at få et dybere indblik i de nævnte diskurser. Nedenstående skal skabe et overblik over informanternes position inden for henholdsvis Kritiker- og Supporter-diskursen. Informant Jes Harfeld benyttes som fagligt supplement i analysen og karakteriseres derfor hverken som kritiker eller supporter.

KRITIKER-DISKURS The Cove Blackfish	SUPPORTER-DISKURS SeaWorlds One Ocean show SeaWorlds modsvarsfilm
Informanter: <ul style="list-style-type: none">• Heather Rally – PETA• Naomi Rose – Animal Welfare Institute	Informanter: <ul style="list-style-type: none">• Ryan og Troy – SeaWorld San Diego• Chad – Aquarium of the Pacific• Zeke – Boudewijn Seapark• Jack – Fjord&Bælt• Ken Ramirez – Former Chief Whale Trainer

Overblik over informanternes position i Kritiker- og Supporter-diskursen.

Efter udgivelsen af *The Cove* og *Blackfish* intensiverede debatten omkring marine parker. Naomi Rose fra Animal Welfare Institute, der arbejder hen imod at lukke marine parker og har gjort det de sidste 22 år, fortæller om udviklingen: "... we had been making progress but it was like really slow, it was like glaciers move ... But everything has been accelerating at a rate that I am still freaking out about ... these last five years have been absolutely mindblowing." (Bilag 4, 2015, linje 183-189). I forlængelse af dette forklarer hun, at *The Cove* og *Blackfish* har genereret en masse kritik omkring marine parker, idet medierne og den offentlige mening også har involveret sig, hvorpå debatten er accelereret. Debattens hurtige udvikling har ledt til, at SeaWorld har produceret kortere modsvarsfilm, hvor de modargumenterer de beskyldninger, der florerer i debatten. Af denne grund forekommer der en magtkamp mellem de to parter. Dette kapitel vil undersøge to relevante og væsentlige diskurser i debatten, Kritiker-diskursen og Supporter-diskursen, som vil

udgøre rammen for analysen. Kritikerne betegner vi, som de personer og organisationer der arbejder sig hen imod lukning af marine parker, hvor supporterne betegnes som dem, der arbejder inden for eller er fortalere for marine park branchen. Kritiker-diskursen er identificeret og iagttaget ud fra *The Cove* og *Blackfish*, mens Supporter-diskursen iagttages i *SeaWorlds* show *One Ocean* og modsvarfilm. De to diskurser vil blive defineret i forhold til nodalpunkter og dertilhørende ækvivalenskæder. På denne måde vil analysen skabe en forståelse for hvilke præcise meninger, nodalpunkterne bliver samlingspunkt for. Gennem tiden har der været et overvejende positivt billede af marine parker (Davis, 1997, s. 55), hvilket vi sammenstiller med en dominerende diskurs. Vi antager, at denne dominerende diskurs er brudt sammen ved udgivelsen af *The Cove* og især *Blackfish*. Specialet vil ikke koncentrere sig om denne, men blot bruge som et billede på før og nu for lettere at kunne forklare debattens grundlag og de magtkampe, der forekommer herved.

HVALEN I POPULÆRKULTUREN

Professor i kommunikation Susan G. Davis forklarer i bogen *Spectacular Nature – Corporate Culture and Sea World Experience* (1997), at før i tiden fandtes der ikke meget information om spækhuggere, hvorfor der herskede en forståelse af dem som farlige rovdyr (Davis, 1997, s. 181). Dette billede af spækhuggere har sidenhen taget en resolut drejning med populærkulturens dyrkelse af hvaler. I ordbogen *Den Store Danske* defineres populærkultur som følgende: “Kultur eller livsstil som deles og dyrkes af brede dele af en befolkning, udbredes gennem massemedierne og er præget af anonyme, masseproducerede varer eller kulturelle værker, fx popmusik, tegneserier og populære tv-udsendelser.” (denstoredanske.dk 2). Davis beskriver, hvordan TV-serier som *Flipper*, film som *Free Willy* og marine parker som *SeaWorld* har medvirket til at skabe en forståelse af spækhuggere som søde og harmløse dyr, der er menneskets ven, især i den vestlige kultur (Davis, 1997, s. 28):

... popular culture often helps the individual as well as society through what might be regarded as its consciousness-raising capacity. Certainly, much of popular culture *edifies with information or through imaginative constructs* that mirror a real world of one kind or another (Harold, Motz & Nelson, 2006, s. 70).

Populærkulturen har altså været med til at skabe en specifik positiv opfattelse af spækhuggere og marine parker. Davis påpeger, at *SeaWorld* ved skabelsen af maskotten *Shamu* medvirkede til, at spækhuggeren blev: “... a humanized, huggable, consumable part of the great power we call nature, a bit of the nonhuman world we can both love and compare ourselves to.” (Davis, 1997, s. 231). Denne konstruktion af spækhuggere gennem karakteren *Shamu* har genereret en form for berømmelse, både for dyret i sig selv men også for *SeaWorld* som virksomhed.

Gennem tiden har *SeaWorld* opført mange shows, hvor spækhuggere optræder som karakteren *Shamu*. Dette tæller shows som *Shamu Rocks!* (2007-2014) og *Believe* (2006-2011), hvor trænere interagerer og

udøver tricks med spækhuggere i vandet. Det bliver blandt andet italesat under showet Shamu Rocks!, at spækhuggeren er et unikt og sejt dyr: "One animal reigns supreme. Shamu Rocks!" (youtube.com 1, 00:00:52). Derudover fortæller en træner i showet Believe: "I was given the opportunity to build a friendship with a killer whale ... I build a forever connection with a killer whale named Shamu" (youtube.com 2, 00:13:52-00:14:23). Vi ser her, hvordan spækhuggere bliver italesat som et ikonisk dyr med menneskelige evner.

I forhold til SeaWorlds førnævnte dominerende diskurs, som vi antager er brudt sammen ved udgivelsen af The Cove og Blackfish, er det interessant at se, hvordan virksomheden har ændret fokus. Som tidligere nævnt har SeaWorlds nuværende show One Ocean fokus på havet, som forbinder naturen og mennesket. Idet trænerne ikke længere må være i vandet under shows, spiller spækhuggerne en central rolle, hvor trænerne fungerer som biroller. Før SeaWorlds nyeste show One Ocean, var showet Believe programsat som hovedshow på Shamu Stadion i alle tre SeaWorld parker. Believes handling tager udgangspunkt i at tro på sig selv og sine drømme. Af denne grund spiller trænerne en central rolle, hvor spækhuggerne nærmere fungerer som biroller. Showet indledes med en lille film, der omhandler en drengs passion for spækhuggere og drøm om at opleve dem på tæt hold. I slutningen af filmen, løber drengen ud af billedet og en træner løber frem på scenen. Effekterne skal give en illusion af, at drengen er blevet voksen og en træner i SeaWorld. Det illustreres, at drengen troede på sin drøm og fulgte sin passion for spækhuggere. Trænerne er exceptionelt meget i fokus under Believe showet, eksempelvis ved at trænerens profilbilleder bliver vist på storskærme. Det iscenesættes, hvor sjovt det er at være SeaWorld træner gennem kram, high-fives, leg et cetera, hvilket giver indtryk af, at trænerne har et virkelig godt forhold til hinanden og er på arbejde med deres bedste venner.



SeaWorlds show Believe (youtube.com 2, 00:07:15).

Naomi Rose udtaler sig om forskellene ved det forhenværende show Believe og SeaWorlds nuværende show One Ocean: "... the Believe show was all about inspiring young kids ... to become trainers ... they were trying to recruit trainers ... It was really about believe in you being a trainer one day. And now it's all about

conservation, rescue and rehab.” (Bilag 4, 2015, linje 491-496). SeaWorld har altså ændret fokus, hvor det før centrerede sig om mennesket til i højere grad at omhandle spækhuggere og deres naturlige habitat. I en SeaWorld TV-reklame fra 1988 ser vi ligeledes, hvordan SeaWorld har mennesket i fokus. Reklamen viser primært familier, der har det sjovt i en SeaWorld park, hvor spækhuggerne spiller en mindre rolle. I jinglen lyder: ”... see things you never saw before ... You’ll get the thrill to see Shamu, you’ll get the ahh, you’ll get the uhh. Spend the day in the summer sun, all together and having fun. Come to SeaWorld and get close.” (youtube.com 3).



SeaWorld reklame fra 1988 (youtube.com 3).

Denne klarlægning af SeaWorlds forhenværende fokus er med til danne et billede af, hvordan den førnævnte tidligere dominerende diskurs var konstrueret. En diskurs der havde et syn på SeaWorld som værende en førende, inspirerende oplevelsesdestination, der dannede optimale rammer for morskab og for at samle familien til en underholdende dag. Det er denne dominerende diskurs, vi antager er brudt sammen.

RAMMESÆTNING OM DISKURSANALYSEN

I diskursanalysen af kritikernes og supporterernes syn på debatten om marine parker vil vi benytte en operationalisering af Laclau og Mouffes begreber fra deres diskursteori. Følgende vil gennemgå de pågældende begreber og vil forekomme i henhold til den rækkefølge, vi vil anvende dem på i analysen. På baggrund af anskuelsen af SeaWorlds tidligere popularitet, vil vi undersøge, om der forekommer det, som Laclau og Mouffe betegner som en dislokation. I kontrast til begrebet hegemoni, hvor en strukturel orden intensiveres, vil der i perioder fremkomme begivenheder, der kan modificere den aktuelle diskursive orden. Dette sker, fordi disse fremkomne begivenheder ikke kan rummes eller begrundes ud fra diskursen, hvorpå den bryder helt eller delvist sammen (Laclau & Mouffe, 2002, s. 156). Dette betegnes som en dislokation og har den konsekvens, at diskursens strukturer flyder. På baggrund af dislokationen opstår der magtkampe om at skabe en ny diskursiv orden (Laclau & Mouffe, 2002, s. 156). I denne del af analysen vil vi se nærmere på, hvorvidt der kan iagttages en dislokation hos SeaWorld efter udgivelsen af Blackfish. Efter en identifikation af

en eventuel dislokation vil vi analysere og identificere de diskurser, som er mest fremtrædende i debatten om marine parker ved hjælp af Laclau og Mouffes begreber om nodalpunkt, ækvivalenskæde og momenter. Følgende analyse af diskurser vil tage sit udgangspunkt i dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish* samt *SeaWorlds show One Ocean* og modsvarfilm. Dette for at se, hvordan de forskellige diskurser bliver konstrueret og hvilket syn, de har på debatten om marine parker. Efter identificeringen af disse konkrete diskurser, vil vi undersøge med et diskursivt perspektiv, med Laclau og Mouffes begreb om subjektpositioner, hvordan kritikerne og supporterne italesætter sig selv og hinanden. I Laclau og Mouffes optik er subjektet ikke autonomt, men i stedet fragmenteret (Laclau & Mouffe, 2002, s. 66). Subjektet befinder sig altså ikke i én diskurs, men er i stedet positioneret i en række forskellige diskurser. Det er med bevæggrund heri, at Laclau og Mouffe ikke ynder at bruge begrebet subjekt, men foretrækker i stedet subjektpositioner. Dette er et mere rammende begreb for mennesket og dennes færden i verden (Jørgensen & Phillips, 2011, s. 53). Subjektposition skal forstås som en rollekonstruktion med dertilhørende karaktertræk, som skabes gennem artikulation. Den specifikke subjektposition kan mennesket påtage sig, afhængigt af den pågældende situation. Vi ønsker i specialet at se nærmere på, hvilke subjektpositioner diskurserne skaber og tillægger de forskellige parter, som indgår i debatten om marine parker. Eksempelvis hvordan kritikerne tillægger supporterne særlige karaktertræk og egenskaber og omvendt. Efter denne klarlægning af kritikerne og supporterens subjektpositioner i de forskellige diskurser, vil vi herefter benytte Laclau og Mouffes begreber om flydende betegne og antagonistier. På denne måde kan vi undersøge nærmere den konflikt, vi ser mellem kritikerne og supporterne i debatten. Flydende betegne skal forstås som:

... de tegn, som forskellige diskurser kæmper om at indholdsudfylde på netop deres måde. Nodalpunkter er flydende betegne, men hvor begrebet nodalpunkt henviser til et krystalliseringspunkt i den enkelte diskurs, henviser begrebet flydende betegne til den kamp der foregår om vigtige tegn mellem diskurser. (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 39).

Flydende betegne kan altså indikere, om der forekommer konflikt mellem diskurser. Under diskursanalysen vil vi se nærmere på, om der forekommer flydende betegne i de fremanalyserede diskurser i debatten om marine parker. De flydende betegne kan være med til at forklare og uddybe den konflikt, der forekommer mellem kritikerne og supporterne. Det er netop de flydende betegne, som de diskursive magtkampe omhandler (Laclau & Mouffe, 1985, s. 113).

Ved at have klarlagt subjektpositioner og flydende betegne, vil vi slutteligt undersøge, om der forekommer et antagonistisk forhold mellem kritikerne og supporterne. Laclau og Mouffe mener, at antagonisme omhandler den diskursive konflikt, idet et element eller moment artikuleres af forskellige diskurser som hinandens kontrast (Laclau & Mouffe, 1985, s. 125). I forlængelse heraf kan det undersøges, hvordan et antagonistisk forhold opstår, når den ene identitet advokerer for ikke at kunne imødekomme sin pligt og

handlen, da den bliver blokeret og hæmmet af modparten. Det antagonistiske forhold mellem kritikerne og supporterne i debatten, undersøger vi med udgangspunkt i dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish* samt SeaWorlds modsvarsfilm. SeaWorlds show *One Ocean* italesætter ikke en eventuel modpart, der blokerer deres identitet og handlen, hvorfor showet ikke bliver inddraget i identificeringen af det antagonistiske forhold.

REKONSTITUERING AF MARINE PARK BRANCHEN

Vi mener begrebet om dislokation er væsentligt at inddrage i analysen, da det kan relateres til vores problemformulering, hvor både kritikere og supportere kæmper om at få deres syn på marine parker til at være den dominerende forståelse i samfundet. Laclau og Mouffe definerer en dislokation som: "... indskrevet i enhver strukturs logik ... ethvert system har uafgørbare grænser ... dislokation er sporet af kontingens inden for strukturen" (Laclau & Mouffe, 2010, s. 156). I forlængelse af citatet har dislokation derfor en relation til Laclau og Mouffes begreb hegemoni. Dislokation beskæftiger sig med de magtkampe, der forekommer i forsøget på at konstruere en ny diskursiv orden. Et hegemoni handler om, når der bliver opbygget en dominans på et givent område. Det skal forstås som, at en diskurs vinder over andre diskurser, hvorved den bliver den dominerende i det diskursive felt (Laclau & Mouffe, 1985, s. xii). Når en diskurs bliver den dominerende, opstår der en midlertidig form for stabilitet. Der kan dog være situationer, hvor der opstår begivenheder, som bryder den eksisterende diskursive orden, der er blevet skabt. I vores tilfælde ser vi disse begivenheder som udgivelsen af dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*. Dislokation forekommer, når den konkrete begivenhed ikke kan forstås ud fra den måde, man normalt plejer at handle og tænke på, altså ud fra de faste strukturer og identiteter, hvorpå hele diskursen trues af begivenheden. Det kan få den konsekvens på sigt, at den dominerende diskurs bryder sammen. Når en dislokation finder sted, kan et nyt hegemoni og nye identiteter opstå gennem artikulationer (Laclau & Mouffe, 2010, s. 63-64+156). Især udgivelsen af *Blackfish* var en begivenhed, der var med til at skabe en dislokerede situation indenfor marine park branchen. I forlængelse af den dislokerede situation antager vi, at der forekommer en hegemonisk strategi hos de af informanterne, vi betegner som supportere. Den hegemoniske strategi søger at sammenkoble bestemte betydningsgivende momenter for at skabe en overbevisende beskrivelse af virkeligheden, der hævder at kunne løse konflikten, i vores tilfælde den konflikt dokumentarfilmene har genereret. Sagt på en anden måde, forsøger supporterne at fiksere mening, således den måde de forstår marine parker på fremstår som naturlig og selvfølgelig. Vi vil i nedenstående benytte SeaWorld som repræsentant for marine parker i forhold til at identificere en dislokation. Vi antager først og fremmest, at der forekommer en dislokation, da samtlige informanter italesætter en resolut forandring for marine parker, især SeaWorld, efter udgivelsen af *Blackfish*. Tidligere Chief Whale Trainer fra Shedd Aquarium, Ken Ramirez, placerer *Blackfish* i en historisk kontekst, og iattager en tydelig forskel på SeaWorlds kommunikation før og efter udgivelsen: "... in the way they speak and the things they talk about, the fact, the way they answer

questions is far more open than it used to be. I believe they had to change” (Bilag 3, 2015, linje 570-571). I relation til denne ændring, nævner Zeke fra Boudewijn Seapark i spørgsmålet om deres trænere befinder sig i vandet med delfinerne: “Yes, but the trainers are really aware when to get out of the water, if an animal is cranky then they will get out of the water. But we don’t have killer whales in the water!” (Bilag 2, 2015, linje 484-486). Indirekte siges det af Zeke, at spækhuggere er farlige, hvorfor han muligvis refererer til Dawn Brancheaus dødsulykke. Det billede Zeke her tegner af spækhuggere, stemmer ikke overens med det billede, SeaWorld og populærkulturen har konstrueret i form af Shamu. Ud fra ovenstående antager vi, at SeaWorlds identitet er udfordret efter udgivelsen af *Blackfish* og det på baggrund heraf er nødvendigt for SeaWorld at rekonstruere deres identitet. Vi ser blandt andet denne rekonstruktion hos SeaWorld i form af et ændret fokus i deres nyeste show *One Ocean*, kontra tidligere shows. Denne ændring vil vi komme yderligere ind på senere i analysen. Overordnet antager vi, at ved udgivelsen af *Blackfish* forekom en dislokation, hvoraf *One Ocean* og modsvarsfilmene skal ses som et forsøg fra SeaWorlds side på at stabilisere et projekt, der fører mod et hegemoni. Et projekt hvor de forsøger at tilskrive mening på en ny måde blandt andet ved at ændre fokus i shows. Vi mener derfor, at vi har identificeret en dislokation, hvilket kan give os en bedre forståelse af SeaWorlds situation og hvordan de nu forsøger at opbygge et nyt hegemonisk projekt.

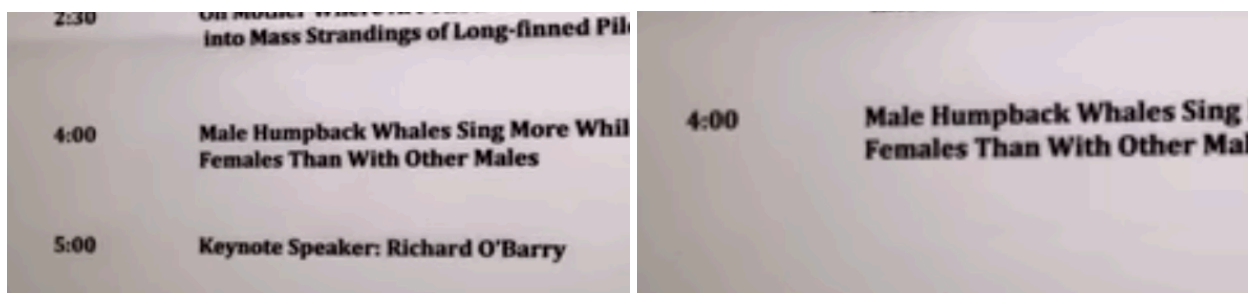
Følgende vil identificere de to diskurser, vi betegner som Kritiker-diskursen og Supporter-diskursen med det formål at præsentere de forskellige karakteristika for de to diskurser. Da vores problemformulering tager udgangspunkt i dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*, er det nærliggende at begynde med Kritiker-diskursen. Dette for at skabe en kronologisk struktur, da vi mener, filmene har medvirket til en intensivering af den krise, marine park branchen gennemgår. Kritiker-diskursen vil blive efterfulgt af en identificering af Supporter-diskursen for at klarlægge, hvordan marine parker forsøger at genopbygge en ny identitet og dermed forretningsgrundlag.

KRITIKER-DISKURS

Følgende vil tage udgangspunkt i kritikernes konstruktion af mening i form af dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*. Gennem filmene har vi iagttaget, at der hovedsagligt rettes fokus på marine park branchen og hvaler, hvorpå en mening om disse bliver konstrueret. På baggrund af denne meningskonstruktion har vi identificeret diskursens nodalpunkter – Marine parker og Hvaler. Vi vil undersøge disse nodalpunkter ved at karakterisere deres ækvivalenskæder og dertilhørende momenter. Vi skaber på den måde en forståelse for, hvordan Kritiker-diskursen konstrueres i forhold til det syn, de anlægger på marine park branchen igennem *The Cove* og *Blackfish*.

SYNET PÅ MARINE PARKER

Omdrejningspunktet i *The Cove* er begivenhederne, der forekommer i byen Taiji i Japan. Dokumentarfilmen hævder, at marine parker er med til opretholde begivenhederne, da der i kraft af disse institutioner er efterspørgsel på delfiner. Filminstruktøren af *The Cove*, Louie Psihoyos, hævder om forbindelsen mellem begivenhederne i Taiji og marine parker: "It's the captivity industry that keeps this slaughtering going by rewarding the fishermen for the bad behaviour" (*The Cove*, 2009, 00:19:50-00:20:02). Her refereres der til en kontekst uden for filmen selv, hvorfor Henrik Juels begreb om den referentielle funktion kommer til udtryk, idet denne funktion: "... handler om eller peger på eller viser noget om en sag eller et emne" (Juul, 2003, s. 6). Funktionen kommer yderligere til udtryk ved, at der eksempelvis vises klip fra Taiji, hvor mennesker står på en række i bugten og udvælger delfiner (*The Cove*, 2009, 00:16:02-00:16:54). Tidligere delfintræner Ric O'Barry, som spiller en central rolle i filmen, ledsager disse klip med en voiceover, hvor han italesætter, at det er marine parker, der er årsagen til, at begivenhederne forekommer. Herpå bliver menneskerne i bugten associeret med repræsentanter fra marine parker. Ligeså kommer den conative funktion til udtryk, som er karakteriseret ved, at et kommunikationsprodukt forsøger at henvende sig til en bestemt modtager og overbevise vedkommende om noget specifikt. Ud fra ovenstående iagttager vi momentet 'Taiji' som værende stærkt betydningsgivende til nodalpunktet. Marine parker bliver også fremstillet som utroværdige, idet det påstås, at de skjuler sandheden om deres forbindelse til Taiji. Dette sker ved, at instruktøren Louie Psihoyos forklarer, at Ric O'Barry skulle være keynote speaker ved en konference i San Diego, men blev taget af programmet i sidste øjeblik. Filmen visualiserer via animationer, hvordan Ric O'Barrys navn blev fjernet fra konferenceprogrammet.



Ric O'Barrys navn fjernes fra konferenceprogram i *The Cove* (*The Cove*, 2009, 00:04:59).

Louie forklarer hertil: "... that's interesting. Well who is the sponsor? They said SeaWorld!" (*The Cove*, 2009, 00:04:48-00:05:23). SeaWorld havde åbenbart fundet ud af, forud for konferencen, at Ric O'Barry havde tænkt sig at tale om begivenhederne i Taiji. Dette fremstiller marine parker som værende magthavende institutioner, der er i stand til at eliminere faktorer, der kan skade deres forretning. Udover at den referentielle funktion er dominerende her, ser vi ligeledes den poetiske funktion. Den poetiske funktion ses i kommunikationsproduktet, når der sættes fokus på brugen af virkemidler. Gennem den poetiske- og

referentielle funktion bliver SeaWorld illustreret som en marine park, der har magten til at skjule sandheden. Af denne grund knyttes momentet 'Usandhed' til nodalpunktet Marine parker.

Sammenlignet med *The Cove*, har *Blackfish* i højere grad fokus på marine parker. Den referentielle funktion er meget dominerende i filmen, da den hovedsageligt fokuserer på SeaWorld og de ulykker, der er sket mellem trænere og spækhuggere gennem årene. Foruden dette, gennemgår filmen marine parkers behandling af spækhuggere, idet den påstår, at spækhuggerne i SeaWorld er psykisk traumatiseret af de mange år i fangenskab. Der refereres derfor til mange ydre omstændigheder og kontekster. Her forekommer momenter som 'Mistrivsel' og 'Manglende dyrevelfærd', hvilket er med til at understrege dokumentarfilmens påstand om, at marine parker skal lukkes. I *Blackfish* bliver SeaWorld visualiseret og omtalt som en virksomhed, der kun er interesseret i at tjene penge, blandt andet med ordene: "... a multi-billion dollar corporation" (*Blackfish*, 2013, 01:14:46-01:14:47). SeaWorld bliver fremstillet som en magtfuld virksomhed, der prioriterer profit, hvilket blandt andet kommer til udtryk via de animerede retssager, som viser, hvordan SeaWorld advokerer for egen sag efter Dawn Brancheaus død. Filmgenfortolker retssagen med animation, hvor hovedtræner Kelly Clark fra SeaWorld Orlando bliver forhørt. Da anklageren stiller Kelly Clark et spørgsmål om, hvorvidt spækhuggeren Tilikum er i stand til at trække trænere under vand, virker hendes svar yderst radikalt: "I know you are capable of rape. I could say to you that all men have the potential to be rapists." (*Blackfish*, 2013, 00:32:41-00:33:00).

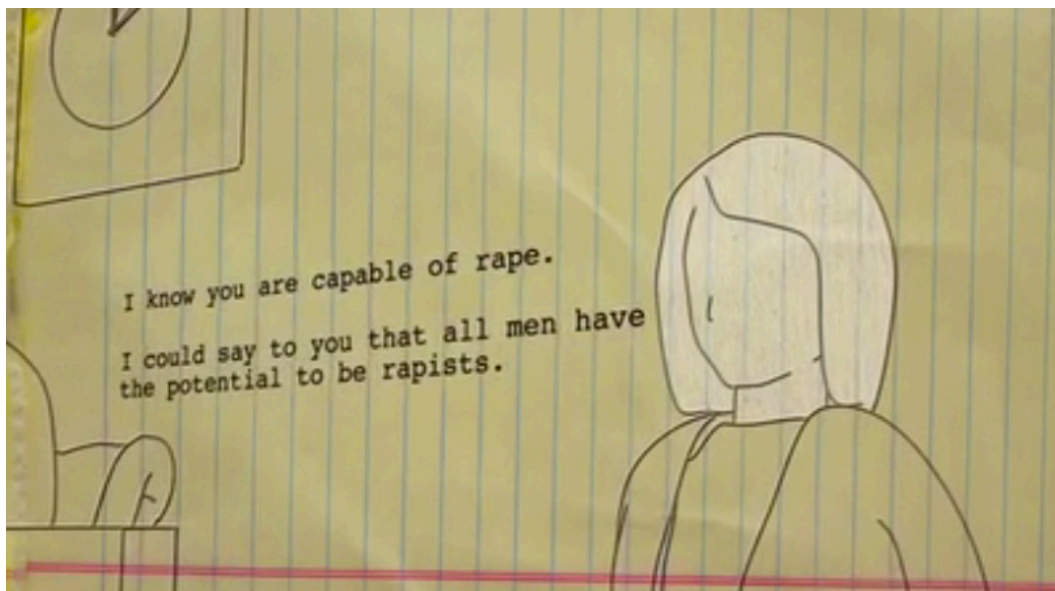


Illustration af Kelly Clark i retssag i *Blackfish* (*Blackfish*, 2013, 00:33:00).

Dette er en af de få udtalelser fra SeaWorlds side, *Blackfish* illustrerer. Den conative funktion er dominerende her, da den eneste talsmand fra SeaWorld bliver fremstillet på en radikal måde, der kan virke

yderst distancerende. Ud fra ovenstående identificerer vi momenterne 'Magt' og 'Underholdningsindustri', som bliver stærkt betydningsgivende til nodalpunktet Marine parker. Generelt bliver der løbende gennem filmen sat et negativt lys på SeaWorld i form af, at de skjuler og lyver om ulykker mellem trænere og spækhuggere (Blackfish, 2013, 00:30:52-00:31:13). Ydermere italesætter Blackfish SeaWorld som en virksomhed, der skjuler sandheden om deres spækhuggeres aggressivitet, hvorved de velvidende placerer deres medarbejdere i risikable arbejdsforhold. Den referentielle funktion kommer her i spil, i kombination med den conative, idet der refereres til tidligere ulykker, der er forekommet i marine parker, hvorpå Blackfish fremsætter et stærkt belæg for, at spækhuggere bliver aggressive i fangenskab. Derudover illustrerer filmen, hvordan SeaWorld medarbejdere lyver og fejlinformerer de besøgende om spækhuggere, eksempelvis hvor gamle spækhuggere bliver i fangenskab kontra i naturen (Blackfish, 2013, 00:39:15-00:40:41). Momentet 'Usandhed' udgør her en del af ækvivalenskæden for marine parker.

Vi ser en dominans af den emotive funktion, som er karakteriseret ved, at der fortælles noget om afsenderen af kommunikationsproduktet. Vi så tidligere, hvordan dokumentarfilmene advokerer for, at marine parker bør lukkes, idet manglende dyrevelfærd og mistriksel forekommer hos disse institutioner. Den emotive funktion er her tydelig i samspil med den poetiske funktion, da *The Cove* især bruger en række filmiske virkemidler for at understrege deres synspunkt. Et eksempel på dette er, når delfiner vises i fangenskab, illustreres det via nærbilleder. Her iscenesættes det, at delfiner i marine parker ikke har plads nok i forhold til deres naturlige behov. Disse nærbilleder sættes i relation til et totalbillede af et delfinshow, med et begejstret publikum. Lydsiden består af showmusik og jublende og klappende tilskuere (*The Cove*, 2009, 00:14:13-00:14:43). Dette er med til at understrege underholdningsdimensionen i marine parker, hvor Ric O'Barry samtidig argumenterer for, at delfiner er meget følsomme overfor larm, og bliver stresset af omgivelserne i marine parker. Denne iscenesættelse af marine parker står i skarp kontrast til den måde, delfiner i naturen bliver belyst på i *The Cove*. Her bruges totalbilleder fra havet, mens lydsiden består af harmonisk, klassisk musik, der er med til at etablere en dimension af naturlighed og rolighed (*The Cove*, 2009, 00:13:18-00:14:10). Det er især igennem den conative- og poetiske funktion, momentet 'Underholdningsindustri' bliver stærkt betydningsgivende til nodalpunktet. Blackfish deler ligeledes dette syn på marine parker. I forlængelse heraf udtaler den tidligere SeaWorld træner Samantha Berg om virksomheden: "... it's basically a circus environment" (Blackfish, 2013, 01:14:28-01:14:40). Netop denne konkrete italesættelse gør, at elementet 'Cirkus' gøres ækvivalent med nodalpunktet, og således bliver et moment i kæden hertil. I begge dokumentarfilm bliver marine parker fremstillet som bestående af ren underholdning via den referentielle, conative, emotive og poetiske funktion. Dette sker gennem filmklip fra marine parker, som hovedsageligt består af shows, hvor delfiner og spækhuggere interagerer med trænere på akrobatiske måder. Den poetiske funktion kommer til udtryk ved, at de enkelte filmklip er ledsaget af showmusik. Marine parker bliver altså udstillet som steder, der prioriterer underholdning. I Blackfish påpeges det, at spækhuggerne ikke udfører

shows af egen fri vilje, som SeaWorld ellers påstår. Dette fremhæves især ved en scene, hvor den tidligere SeaWorld træner Carol Ray fortæller, at hun i dag er flov over sine tidligere udtalelser under shows i SeaWorld: "... everything trained is an extension of the killer whale's natural behavoiur." I spewed out the party line during shows ... "Namu is not doing that because she has to. Namu is doing this because she really wants to." (Blackfish, 2013, 00:33:30-00:33:46). SeaWorld får altså deres medarbejdere til at italesætte, at hvalerne ikke forceres til at udføre tricks, men at det blot er en udvidelse af deres naturlige adfærd. Både The Cove og Blackfish fremhæver, at denne påstand er løgn. I The Cove påpeger Ric O'Barry, hvordan marine parker som underholdningsindustri vildleder folk til at tro, at hvaler trives i fangenskab:

You just walk into this space, and the music is playing and the dolphin is playing and smiling. It's hard to see the problem. But a dolphin's smile is nature's greatest deception. It creates the illusion that they are always happy (The Cove, 2009, 00:12:30-00:12:50).

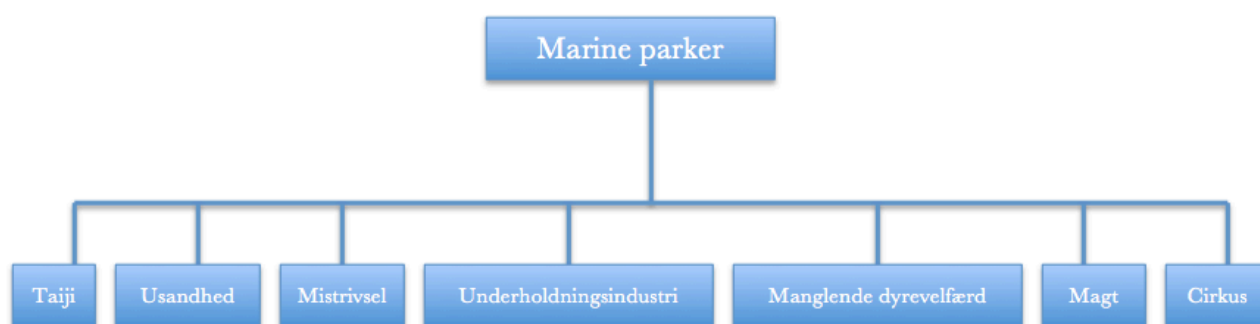
Samtidig forekommer der en montage, hvor delfiner udfører tricks i marine parker, mens underlægningsmusikken lyder: "Smile though your heart is aching, smile even though it's breaking". De filmiske virkemidler er med til at tydeliggøre en illusion om, at marine parker konstruerer et falsk billede af glade delfiner trods mistrivsel, hvorfor den poetiske funktion fremtræder tydeligt her. Den tidligere SeaWorld træner John Jett påpeger i Blackfish også den falskhed, der ligger i institutioner som marine parker og udtaler: "I'm not at all interested in having my daughter who is three and a half, grow up and thinking that it's normalized to have these intelligent highly evolved animals in concrete pools" (Blackfish, 2013, 01:12:16-01:12:25). Den conative- og emotive funktion kommer til udtryk, idet filmene forsøger at afnormalisere marine park branchen, ved at italesætte dyrenes mistrivsel.

I begge film er der en stærk opfordring til modtageren om at handle for at ændre marine park branchen, hvormed den conative funktion er dominerende. I The Cove fremgår det, at aktivistholdet er nødsaget til at bryde ind på afspærrede områder for at afdække sandheden. Via den poetiske funktion tydeliggøres denne afsløring af sandheden, da The Cove gør brug af filmiske virkemidler fra genrer indenfor krimi og spændingsfilm. Eksempel herpå er scenen, hvor Ric O'Barry og aktivistholdet skal opstille skjulte kameraer i det afspærret område i Taiji i Japan, for at kunne dokumentere begivenhederne. Hele denne scene er spændingsmæssigt opbygget ved brug af nightvision effekter, rystende kamerabevægelser, lydspor af radiokorrespondance og spændingsmusik (The Cove, 2009, 01:10:00-01:16:06). I forlængelse heraf er den conative- og emotive funktion tydelig, da Ric O'Barry legaliserer ulovlig indtrængen, når det er for en god sag. Louie Psihoyos supplerer: "I do wanna say that we tried to do this story legally... The story Ric showed me in the beginning was just the tip of the iceberg." (The Cove, 2009, 00:01:18-00:01:43). The Cove slutter med teksten: "The Taiji dolphin slaughter is scheduled to resume every september. Unless we stop it" (The

Cove, 2009, 01:27:20). I begge citater fremgår en aktivisme dimension, som opfordrer modtageren til at handle for at lukke marine park branchen. Louie ekspliciterer yderligere: “To me you’re either an activist or an inactivist. I want to be active, I want to stop this” (The Cove, 2009, 01:12:30-01:12:38). Momentet ‘Usandhed’ ses her blive knyttet til nodalpunktet, idet der skal handles aktivt, lovligt eller ej, hvis sandheden om marine park branchen skal afsløres.

Blackfish advokerer ligeledes for, at marine parker bør lukkes, da filmen opfordrer til at boykotte marine parker. I filmens slutscene ses de tidligere SeaWorld trænere iagttage spækhuggere i naturen fra en båd: “We saw whales swimming in straight lines with straight dorsal fins ... and I was so thankful that I had sunglasses on cause the tears were coming out. It was moving.” (Blackfish, 2013, 01:16:15-01:17:13). I kombination med filmklip af spækhuggere, der svømmer i naturen, bliver dette ikke kun et meget stærkt symbol på det emotionelle vedrørende naturen og dyr, men også et budskab om den ideelle situation for hvaler, der advokeres for i Blackfish. Dette budskab italesættes endvidere via et klip fra en nyhedsudsendelse, hvor den tidligere træner Samantha Berg siger: “It’s time to stop the shows, it’s time to stop forcing these animals to perform” (Blackfish, 2013, 01:14:28-01:14:40). Hun udtrykker her, at det er uetisk at have hvaler i fangenskab og få dem til at performe, da dette er tvang og ikke en del af deres naturlige adfærd. Den conative funktion fremtræder tydeligt her, da Blackfish lægger op til at boykotte marine parker, idet hvaler ikke er egnet til fangenskab. Her ses igen, hvordan momentet ‘Mistrivsel’ bruges som en stærk betydningsgiver til nodalpunktet, både ved visualisering og udtalelser fra de medvirkende i dokumentarfilmene.

Følgende er en model, der har til formål at skabe et overblik over det identificerede nodalpunkt Marine parker med dertilhørende momenter og ækvivalensskæde.



Model over nodalpunktet Marine parker i Kritiker-diskursen (Egen tilvirkning).

SYNET PÅ HVALER

Nodalpunktet Hvaler kommer blandt andet til udtryk via den emotive funktion i *The Cove* og *Blackfish*, når de medvirkende italesætter deres syn på hvaler. Dette ses blandt andet i udtalelsen omkring spækhuggere: "When you look into their eyes, you know someone is home. Somebody is looking back" (*Blackfish*, 2013, 00:05:34-00:05:36). I citatet ligestilles spækhuggerens egenskaber med menneskets, idet det udtrykkes, at spækhuggere besidder en selvbevidsthed. Ved at sammenligne spækhuggeres egenskaber med menneskets, genereres en forståelse af, at det er forkasteligt at holde dem i fangenskab og tvinge dem til at udføre shows. Denne sociale egenskab hos spækhuggere ses også i en montage i *Blackfish*, der skildrer, hvordan SeaWorld adskiller kalve fra deres mødre, hvorefter vi ser en spækhugger udtrykke afsavn via høje lyde. Dokumentaren viser, at spækhuggere udviser menneskelige træk ved at knytte familieband og udvise afsavn (*Blackfish*, 2013, 00:35:19-00:38:00). Gennem den conative og emotive funktion ser vi, hvordan momenterne 'Intelligent' og 'Sociale egenskaber' bliver knyttet til nodalpunktet. De menneskelige træk hos hvalen bliver også karakteriseret i *The Cove*, hvor Ric O'Barry fortæller:

The thing that turned me around was the death of Flipper, of Cathy (red. en af delfinerne der spillede Flipper). She was really depressed, I could feel it, I could see it. And she committed suicide in my arms. I know it's a really strong word, suicide, but you have to understand dolphins and other whales are not automatic air breathers like we are. Every breath they take is a conscious effort and so they can end their life whenever life become too unbearable by not taking the next breath (*The Cove*, 2009, 00:17:16-00:17:50).

Gennem de to dokumentarfilm konstrueres altså en opfattelse af hvaler som selvbevidste og intelligente dyr, hvilket forværrer handlingen om at have dem i fangenskab. En identifikation som gør dem til et særligt dyr. Et andet eksempel ses i *The Cove*, hvor en surfer beretter om hans kammerat, der blev reddet fra et hajangreb af delfiner (*The Cove*, 2009, 00:24:54-00:25:14). Her oplevede surferen delfinens intelligens og sociale bevidsthed. Det bliver igen italesat, hvor særlige disse dyr er, hvormed den conative funktion træder i kraft. I relation til ovenstående, udleder vi momentet 'Ikonske og fantastiske dyr', hvilket bliver stærkt betydningsgivende til nodalpunktet. Nodalpunktet tegner derfor et billede af hvaler, som et højtudviklet dyr med en social bevidsthed og egenskaber, som kan sættes i relation til menneskets. Det er gennem den conative og poetiske funktion, der skabes et billede af delfinen som et unikt dyr. Et eksempel på dette er slutscenen i *The Cove*, hvor drabene af delfiner i bugten fremvises (*The Cove*, 2009, 01:17:20-01:20:58). Idet konstruktionen af delfinen er blevet opbygget som socialt intelligent gennem hele dokumentaren, virker scenen voldsom grundet identificeringen. Under ovennævnte scene er der ingen voiceover eller musik, kun reallyd, derfor fremstår scenen meget nøgtern og voldsom.

I filmen *Blackfish* bliver det iscenesat, at hvaler i fangenskab kan være farlige over for mennesker. Eksempelvis idet filmen indledes med en lydoptagelse fra alarmcentralen: "... SeaWorld Stadium ... We

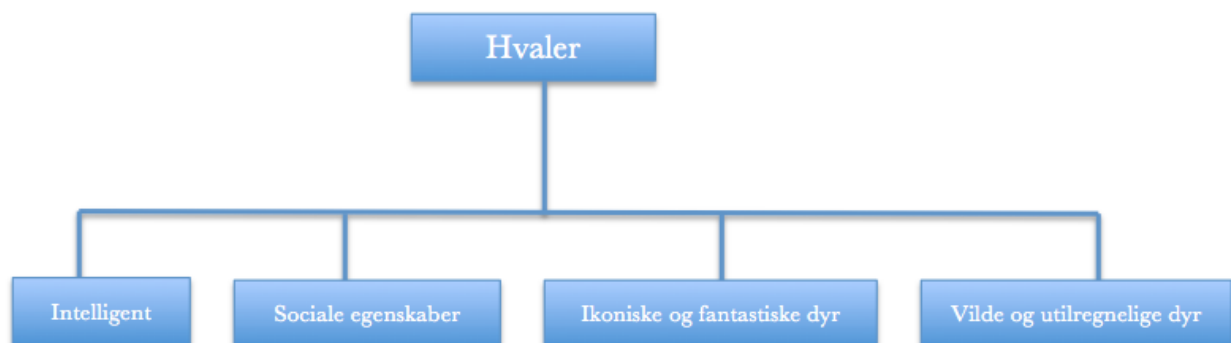
actually have a trainer in the water with one of our whales, the whale that they're not supposed to be in the water with.” (Blackfish, 2013, 00:00:29-00:01:16). Lydoptagelsen suppleres af klip af en person, der er under vand med en spækhugger. Den poetiske funktion fremtræder tydeligt i startscenen, da der gøres brug af visuelle billeder, dyster underlægningsmusik og lydoptagelse fra alarmcentralen. Denne kombination giver en skræmmende og uforudsigelig stemning, da disse elementer fremkommer samtidig. Derpå bliver spækhuggeren fremstillet som et vildt dyr, man ikke har kontrol over.



Startscene i Blackfish (Blackfish, 2013, 00:00:27-00:01:21).

Ved ovenstående kommer den poetiske funktion i særdeleshed til udtryk, da samspillet mellem lyd og billede er med til at eksplicite momentet ‘Vilde og utilregnelige dyr’, som stærkt betydningsgivende til nodalpunktet. Dog pointeres det i Blackfish af en fagperson, hvordan der aldrig er rapporteret ulykker mellem mennesker og spækhuggere i naturen. Spækhuggere i naturen er venlige og intelligente dyr. Det er kun i fangenskab, der er rapporteret aggressiv adfærd mod mennesker (Blackfish, 2013, 00:23:26-00:23:46). The Cove fremhæver, hvordan fangenskab ikke kan imødekomme hvalers naturlige behov, blandt andet da hvaler svømmer længere distancer på over 60 kilometer om dagen i naturen (The Cove, 2009, 00:13:28-00:13:30). Selvom hvaler bliver karakteriseret som et vildt dyr, forekommer der alligevel en anerkendelse og respekt af hvalers unikke egenskaber.

Følgende er en model over nodalpunktet med dertilhørende momenter og ækvivalenskæde.



Model over nodalpunktet Hvaler i Kritiker-diskursen (Egen tilvirkning).

Analysen af nodalpunkterne og dertilhørende ækvivalenskæder af momenter, som vi har identificeret igennem filmene, giver os et billede og en forståelse for fundamentet i Kritiker-diskursen. For at opnå en større indsigt i Kritiker-diskursen vil følgende inddrage de informanter, som er relevante for en fyldestgørende identificering. Dette for at undersøge, hvorledes deres udtalelser kan sammenholdes med de analyserede nodalpunkter. På denne måde dannes et overblik over den samlede Kritiker-diskurs.

KRITIKERNE OG NODALPUNKTERNE

Som tidligere nævnt identificerede vi momentet 'Taiji' under nodalpunktet Marine parker. Heather Rally fra PETA forbinder ligeledes marine parker med begivenhederne i Taiji:

... then I found out that they were been slaughtered. Your work been undone reversed in such a brutal manner. That frustration of that and also the disappointment in myself for not knowing about the issues, been a member of this community and also having in some ways a feeling that I have a hand in it. Because when I went to SeaWorld when I was a kid ... who did not go to SeaWorld? And nobody knew (Bilag 7, 2015, linje 61-65).

Heather Rally italesætter marine parker som årsagen til begivenhederne i Taiji, og fremsætter dermed marine parker i en negativ sammenhæng. The Cove har altså givet hende en opfattelse af, at marine park branchen er utroværdig. I forlængelse heraf ses det, hvordan momentet 'Usandhed' kommer i spil i forhold til opfattelsen af marine parker. Heather Rally fortæller, at via sin uddannelsesmæssige baggrund kan hun påvise den manglende dyrevelfærd og mistriksel i marine parker, da hun ser: "... everything ... in a different way because I really know what is happening to the animals and because I can identify skin patterns, biology and various of these things and point them out. Bite marks from aggression, things like that." (Bilag 7, 2015, linje 206-208). Marine parker konstruerer altså et falsk billede af dyrenes velbefindende. Det er her tydeligt, hvordan momenterne 'Manglende dyrevelfærd' og 'Mistriksel' knyttes til samlingspunktet. Naomi Rose fra Animal Welfare Institute er ligeledes af den overbevisning, at marine parker ikke fortæller sandheden. Hun udtrykker decideret at: "This is between people who've known the truth for years and people who've been hiding the truth for years." (Bilag 4, 2015, linje 254-255). I citatet ekspliciteres det, hvordan Naomi mener, at marine parker forsøger at skjule sandheden for offentligheden om, hvordan dyrenes forhold egentlig er i marine parker. Både Naomi og Heather påpeger, hvordan SeaWorld fordrejer sandheden om klodens tilstand for at legitimere at holde dyr i fangenskab: "SeaWorld itself will tell you the wild is in really bad shape. Global warming, pollution ... it is safer to stay here in SeaWorld" (Bilag 4, 2015, linje 336-338). Derudover brander marine parker sig på, at de bidrager til forskning og conservation indenfor havpattedyr i naturen, hvilket ifølge Naomi engang var tilfældet, men ikke er det længere:

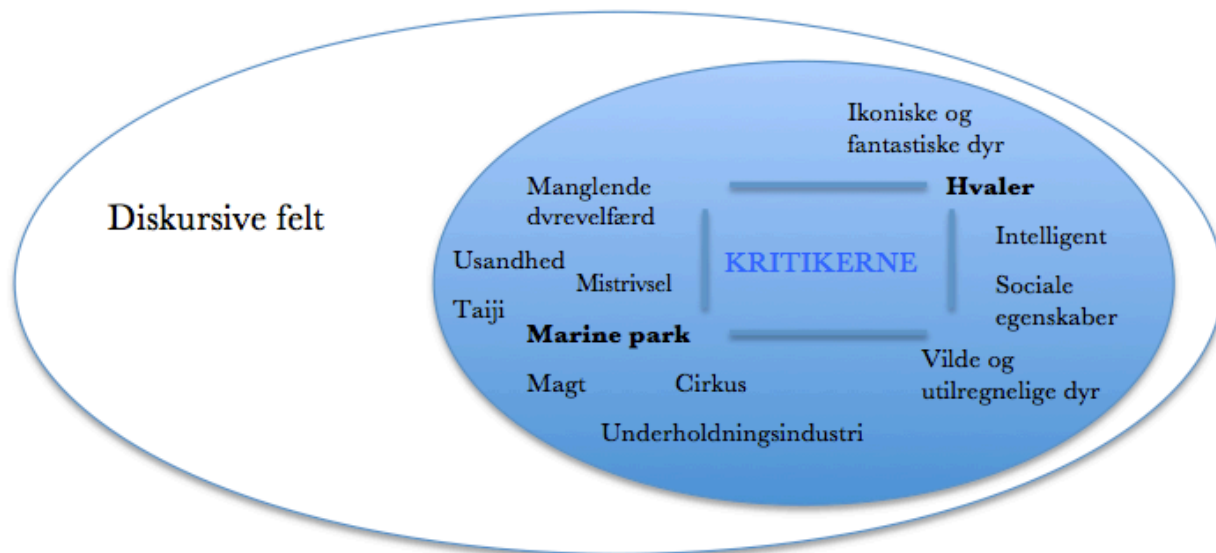
Modern marine mammals science is founded in a dolphinarium. The entire community science is founded on the back on captive animals. We will never have enter the modern era of marine mammal science if it wasn't for them being in captivity. But we don't need them anymore. That's my point. (Bilag 4, 2015, linje 456-459).

Naomi Rose anerkender ydermere, at marine parker har en betydningsfuld plads i den naturvidenskabelige historie, og har bidraget til forskning og dermed meget viden, som verden ikke kunne have været foruden den dag i dag. Hun mener til gengæld også, at marine parker er velvidende om, at det ikke længere er nødvendigt at have havpattedyr i fangenskab for forskningens skyld, og at de derfor kun eksisterer på grund af profit (Bilag 4, 2015, linje 296-297). Jes Harfeld er også af den mening, at de fleste marine parker ikke længere kan benytte sig af forskning og conservation som eksistensgrundlag, da de i såfald kunne nøjes med én institution: "Det kunne jo bare ligge ét sted. Man har ikke brug for Loro Parque og Orlando og et eller andet, vel?" (Bilag 1, 2015, linje 198-199).

Mange marine parker i USA, inklusiv SeaWorld, er medlem af organisationen The Alliance of Marine Mammal Parks and Aquariums (AMMPA). Et krav for at opnå medlemskab hos AMMPA er blandt andet, at virksomheden skal være educational i deres formidling (ammpa.org). Dette er, ifølge Heather og Naomi, ikke tilfældet hos SeaWorld. Heather italesætter: "... I have seen all of the shows in SeaWorld ... there is nothing educational about them ... it's like some fairytale story (Bilag 7, 2015, linje 519-522). I forlængelse heraf knyttes elementet 'Cirkus' til samlingspunktet Marine parker, hvorpå det bliver til et moment i den samlede diskurs. Naomi beskriver et af SeaWorlds shows: "... where it was all circus, it was all loud music and dancing ... There was no education, there was none ... It was all entertainment all the time." (Bilag 4, 2015, linje 510-513). Ovenstående momenter er med til at give betydning til nodalpunktet Marine parker. Ækvivalenskæden omkring nodalpunktet vidner om, hvordan kritikerne anskuer marine parker, og hvilken sandhed der konstrueres herom.

Vi iagttager, hvordan momenterne 'Intelligent' og 'Sociale egenskaber' knyttes til nodalpunktet Hvaler. Ligesom det blev påpeget under analysen af The Cove og Blackfish i forhold til nodalpunktet, fremstilles der identiske lighedstegn mellem mennesker og hvaler: "So, when you're interacting with this animal, there's a mutual curiosity ... There's like a kinship" (Bilag 7, 2015, 395-398). Der forekommer en fælles forståelse mellem mennesket og hvalen grundet deres intelligens og sociale egenskab. Hvaler tilskrives en social bevidsthed, som ophøjer dem til at være 'Ikoniske og fantastiske dyr', hvilket ligeledes er et førnævnt moment. I forlængelse af dette forekommer der også en vis mystik omkring hvaler: "... they are aliens on this planet. You don't have to go to Mars, you don't have to go to Venus, you can just look in the ocean" (Bilag 4, 2015, linje 392-393). Denne mening og forståelse, der konstrueres om hvaler som ikonisk dyr, er yderligere med til at ophøje dem som værende unikke.

Efter ovenstående analyse af den samlede Kritiker-diskurs, er vi stand til at konstruere en model over denne og dens diskursive ydre.



Model over den samlede Kritiker-diskurs (Egen tilvirkning).

SUBJEKTPOSITIONERINGER

Ud fra identificeringen af ovenstående nodalpunkter og momenter, vil vi identificere, hvilke subjektpositioner der forekommer i diskurserne og det relationelle forhold. Begrebet subjektpositioner inddrages for at undersøge, hvordan de involverede parter italesætter og positionerer sig selv og hinanden. Dette for at skabe en klarere forståelse af debatten angående marine parker. Laclau og Mouffe benytter begrebet subjekt:

... i betydningen *subjektpositioner* inden for en diskursiv struktur. Subjektet kan derfor ikke være de sociale relationers oprindelse – ikke engang i den begrænset betydning, at de er udstyret med kræfter, der muliggør erfaring – eftersom al 'erfaring' afhænger af præcise diskursive mulighedsbetingelser. (Laclau & Mouffe, 2002, s. 66).

Subjektet er derfor fragmenteret og foranderligt, da det ikke er positioneret i én diskurs alene. Vi vil derfor undersøge hvilken subjektposition, Kritiker-diskursen tildeler sig selv, og dem de står i modsætning til i debatten om marine parker. På den måde skaber vi en forståelse for, hvordan kritikerne grupperer sig. Subjektpositioner kan altså identificeres gennem deres differentielle tilknytning til andre subjektpositioner.

Kritiker-diskursen tillægger SeaWorld den subjektposition at benægte sandheden om deres egentlige intentioner og mangel på dyrevelfærd. Subjektpositionen gør, at SeaWorld bliver fremstillet som værende velvidende om, at deres handlinger og behandling af dyrene ikke er optimale. Det handler altså ikke om, at

SeaWorld har en anden forståelse og opfattelse af dyrevelfærd. Naomi italesætter, at: "SeaWorld is very good at fooling people ... not just SeaWorld, all of them." (Bilag 4, 2015, linje 302-303). Ligeledes påpeger Heather, at naturvidenskaben viser at: "... we can't provide for their needs in captivity" (Bilag 7, 2015, linje 296). Marine parker tildeles altså en subjektposition som værende kyniske, usympatiske og utroværdige, da de ofrer dyrevelfærd til fordel for underholdning og kommercielle interesser. Endvidere tillægges marine parker den subjektposition, at de er velvidende om, at deres spækhuggere kan være farlige i interaktion med mennesker. Alligevel placerer de medarbejdere i risikable situationer med spækhuggere under shows. Supporterne anses dermed for at fordreje fakta om hvaler og lyve om medarbejderes egentlige arbejdsforhold. Ydermere tildeler diskursen SeaWorld og supportere en subjektposition som værende fastlåste i deres holdninger, hvorfor det ikke er muligt for kritikerne at indgå dialog med dem. Som konsekvens heraf, må kritikerne handle anderledes og alternativt for at opnå deres mål, eksempelvis ved at producere dokumentarfilm, og gennem aktivisme, som det ses i *The Cove*.

Kritikerne tildeles en subjektposition i diskursen, som dem der søger at afsløre sandheden til offentligheden om marine parkers virkelige intentioner. Kritikerens subjektposition gør, at deres handlerum tillader dem at benytte alternative metoder som nævnt i ovenstående. Alternative metoder som at bryde ind på afspærrede områder og dokumentere sandheden via skjulte kameraer. Samtidig er kritikerens subjektposition præget af at have en etisk og videnskabelig forpligtelse til at udbrede sandheden om marine parker. Dette ses, idet Naomi siger: "I actually feel like I have an obligation as a scientist to speak up about something I believe is true. The way I talk about it is with facts. Calm and rational" (Bilag 4, 2015, linje 98-100) og: "I'm doing it because it's the truth and I need to say the truth." (Bilag 4, 2015, linje 114-115).

Især i *Blackfish* ses det, hvordan SeaWorld trænere bliver givet en subjektposition som meget godhjertede og naive personer, der ikke kender til sandheden omkring den virksomhed, de arbejder for eller sætter spørgsmålstegn ved virksomhedens metoder. Derpå fremstilles SeaWorld som en kynisk, magtfuld virksomhed, da de udnytter deres trænere naivitet. Et eksempel herpå er, når den tidligere SeaWorld træner Carol Ray fortæller om virksomhedens metoder:

... I thought that it was our responsibility to do as much as we could to keep their family units together ... It was decided by the higher-ups that she (red. spækhuggerkalven Kalina) would be moved to another park ... To me, it had never crossed my mind that they might be moving the baby from her mom. The supervisors basically were kind of mocking me, like "Oh, you're saying poor Kalina. What's she gonna do without her mommy?" And that, of course, just shut me up. (*Blackfish*, 2013, 00:34:44-00:35:50).

Trænerne i SeaWorld bliver givet en subjektposition, i Kritiker-diskursen, som værende naive, idet de tror blindt på de løgnhistorier, SeaWorld fortæller dem. Yderligere bliver de givet det karaktertræk, at de er et redskab for SeaWorld til at videreformidle disse løgne over for besøgende.

International Whale Commission (IWC), en kommission, der varetager beslutninger omkring bevarelse af verdens hvaler, bliver også givet en subjektposition i Kritiker-diskursen. I *The Cove* ses det, hvordan der bliver givet en subjektposition til IWC, som nogle hvis medlemmer er uvidende og dovne og derfor ikke har den store interesse i conservation. Denne subjektposition bliver især tydeliggjort gennem filmiske virkemidler, hvor medlemmer ses sovende til konferencen til komisk underlægningsmusik. Kommissionen bliver især repræsenteret gennem den japanske repræsentant, Joji Morishita, som ønsker at genindføre kommerciel hvalfangst, der har været ulovligt siden 1986 (*The Cove*, 2009, 01:06:35-01:07:34). I og med at *The Cove* fremviser, hvordan der hvert år bliver slået flere tusinder delfiner ihjel i Taiji, sætter filmen tvivlsspørgsmål omkring IWCs egentlige intention med arbejdet. Ric O'Barry nævner, at: "IWC will go down in history to be ship of fools" (*The Cove*, 2009, 00:20:57-00:21:01). IWC ses altså som en useriøs kommission, der ikke bibringer ordentlige resultater i form af forbedringer for hvalers vilkår i naturen, men blot udnytter kommissionen til at få indført egne interesser. Ric O'Barry er blevet påbudt et forbud mod at deltage i IWCs konferencer. I og med det bliver italesat i *The Cove*, at kommissionen ikke beskytter naturens hvaler, legitimerer det kritikernes alternative aktivistmetoder.

Ovenstående klarlægger Kritiker-diskursen, hvor vi har undersøgt hvilke emner og syn, kritikerne anlægger på marine park branchen, hvorpå vi har fået en forståelse for deres position i debatten. I det følgende undersøger vi en anden part i debatten, supporterne, hvorved vi klarlægger deres position i forhold til marine parker. Dette for efterfølgende at kunne undersøge det relationelle forhold, der forekommer mellem de to diskurser, for bedre at kunne forstå, hvorfor og hvordan der forekommer konflikt mellem dem.

SUPPORTER-DISKURS

Følgende vil identificere og iagttage Supporter-diskursen med udgangspunkt i SeaWorlds show *One Ocean* og SeaWorlds modsvarsfilm, *Blackfish: The Truth About the Movie*, for at undersøge hvilken mening, der konstrueres. Gennem showet og modsvarsfilmene har vi iagttaget, at der hovedsagligt rettes fokus på marine park branchen og hvaler, hvorpå en mening om disse bliver konstrueret. Derudover har vi iagttaget, at modsvarsfilmene i høj grad har fokus på, hvordan dokumentarfilm bør være konstrueret. På baggrund af denne meningskonstruktion har vi identificeret diskursens nodalpunkter – Marine parker, Dokumentarfilm og Hvaler. Ved at identificere Supporter-diskursen kan vi se, hvordan den differentierer sig i forhold til Kritiker-diskursen. I både modsvarsfilmene og showet vil vi identificere diskursens nodalpunkter via

momenter og ækvivalenskæder. Vi skaber på den måde en forståelse for, hvordan Supporter-diskursen konstrueres.

SYNET PÅ MARINE PARKER

I showet One Ocean kommer den poetiske funktion til udtryk, da der gøres brug af forskellige effekter såsom scenens opbygning, storskærme, springvand og showmusik. Musikken spiller en væsentlig rolle, specielt under akten Side By Side, hvor sangens lyrik er sidestillet med handlingen, idet spækhuggerne svømmer side om side. Ud fra disse effekter ses momentet 'Underholdning' blive knyttet til nodalpunktet. Inden akten Side by Side, antyder en af trænerne, at SeaWorld aldrig vil adskille kalve fra deres mødre, hvorefter vedkommende udpeger kalv, mor og mormor svømme sammen, hvortil musikken går igang. Her kommer den conative funktion til udtryk, da det ekspliciteres, at SeaWorld holder spækhuggerfamilier samlet, hvormed momentet 'Dyrevelfærd' iagttages. Ligeledes ses momentet i modsvarsfilmen med SeaWorld træner Wendy Ramirez, hvor hun modsiger Blackfishs påstand om, at SeaWorld adskiller kalve fra deres mødre (modsvarfsfilm 9). Her er den referentielle- og conative funktion tydelig, idet Wendy Ramirez refererer til SeaWorlds dyreetik og samtidig til sin egen position som mor, hvor hun appellerer til selvfølgen i ikke at adskille mor og barn. Den poetiske funktion er derfor med til at fremhæve den conative funktion, hvor 'Dyrevelfærd' knyttes til marine parker. Fælles for modsvarsfilmene er, at der forekommer det samme emotionelle musikstykke, som i kombination med de omtalte pointer i modsvarsfilmene, indikerer alvorligheden i det budskab, som de søger at fremme.

Momentet 'Dyrevelfærd' kan også udledes af den referentielle funktion i en anden modsvarsfilm. SeaWorld træner Brian Rokeach refererer her til sine oplevelser med dyrene i SeaWorld. Han udtaler om hvalerne: "They do not have to come into the show to be fed, in fact one of our bigger challenges that we have is holding them back, keeping them out of the shows." (seaworld.com, modsvarsfilm 5). Den conative funktion kommer ligeledes til udtryk, idet filmen italesætter, at dyrene optræder i shows af egen fri vilje og adfærd heraf kan betragtes som naturlig. SeaWorld gør også opmærksom på deres indsats omkring conservation, hvilket bliver ekspliciteret under showet One Ocean. Den conative funktion er tilstede, da SeaWorld belyser deres arbejde med at redde dyr i naturen. Dette illustreres blandt andet i en kortfilm om SeaWorld Rescue, hvor ord som "Passionate" og "Dedicated" fremgår på storskærmen, hvilket giver en indikation af de værdier, SeaWorld tillægger deres arbejde. På denne måde forekommer momentet 'Conservation' i ækvivalenskæden til nodalpunktet Marine parker. Momentet kommer også til udtryk i modsvarsfilmene. Eksempelvis italesættes det i en modsvarsfilm, at det ville være absurd at lukke marine parker på nuværende tidspunkt, da de har en afgørende rolle inden for naturvidenskaben og forskningen: "And that is why we need to have places like SeaWorld ... that are trying to conserve and preserve ... our natural world, before it is all gone." (seaworld.com, modsvarsfilm 1). Den conative funktion kommer tydeligt til udtryk her, da der forsøges

at skabe en specifik opfattelse af marine parkers eksistensgrundlag. Ud fra dette ser vi momentet 'Forskning' være en betydningsgiver til nodalpunktet. Hovedtræner Kelly Clark i SeaWorld Orlando medvirker også i en modsvarsfilm, hvor hun påpeger, hvilken indflydelse SeaWorld har på de besøgende: "So what they see here and how, it impacts them, changes the way they behave outside of SeaWorld ... they want to learn more about whales." (seaworld.com, modsvarsfilm 16). Den referentielle og conative funktion er dominerende ved, at Kelly Clark henviser til den opfattelse, hun har af, at de besøgende opnår en awareness omkring conservation. Her refererer hun til en større samfundskontekst. Ud fra dette kan momentet 'Conservation' iagttages, da SeaWorld via fremvisningen af hvaler skaber opmærksomhed omkring naturen.

Fælles for alle modsvarsfilm er, at de afslutter med teksten: "The truth is in our parks and our people." (seaworld.com). Sandhed bliver derfor et afgørende omdrejningspunkt for alle modsvarsfilm. Endvidere italesætter flere af de medvirkende, at dokumentarfilmen *Blackfish* ikke er sand. Den emotive funktion er derfor yderst fremtræden i modsvarsfilmene, da de påstår, at *Blackfish* konstruerer et falsk billede af SeaWorld. Den conative funktion kommer samtidig til udtryk, da denne gentagelse af, at sandheden kun findes i SeaWorlds parker, medvirker til at eksplicitere modsvarsfilmenes budskab. I en af modsvarsfilmene medvirker den tidligere SeaWorld træner Mark Simmons, der ligeledes optræder i filmen *Blackfish*. Mark tager afstand fra *Blackfish*s potrættering af SeaWorld og udtaler om filmen:

I do not recognize the world that they portray in the movie ... the interview for my part, there were three hours live interviews footage, in almost everything with any particular weight to it that I said, was not included in the film ... it couldn't be further from the truth. (seaworld.com, modsvarsfilm 14).

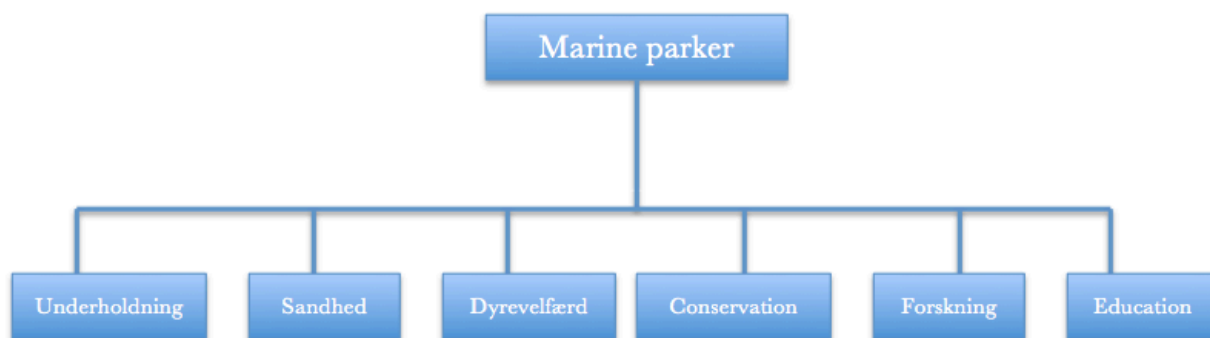
Flere medarbejdere, herunder Lindy Donahue og Wendy Ramirez, appellerer til selvfølgen om, at ingen ville arbejde for SeaWorld, hvis den konstruktion der fremstilles i *Blackfish* er sand. Herpå kommer den emotive og conative funktion særligt til udtryk, idet det påpeges, at *Blackfish* ikke er sand. Omtalen af sandhed forekommer altså flere gange under modsvarsfilmene og bruges både som forsvar og modargument til at markere, hvordan den egentlige sandhed om dyrenes velbefindende kun kendes af dem, der arbejder med hvalerne til dagligt. Dette italesættes også under *One Ocean* showet:

As SeaWorld trainers we take special care for our killer whales ... Our commitment to animal welfare and our bond with our whales allows us to collect data for scientific research ... This information can only be known by working with these animals side by side (youtube.com 4, 00:07:49-00:08:18).

Ud fra ovenstående bliver momentet 'Sandhed' betydningsgivende i forhold til nodalpunktet Marine parker. På baggrund af dette sammenfattes de tydeligste momenter i ækvivalenskæden for Marine parker, i Supporter-diskursen. Det er gennem ækvivalenskæden, at vi ser, hvordan marine parker prioriterer

dyrevelfærd højt. 'Underholdning' tilskrives også som betydningsgivende til Marine parker, da hvalerne af egen fri vilje udfører tricks, idet det er en del af deres naturlige adfærd. Ydermere tillægges marine parker at være en institution, der educater omkring havet og skaber awareness. Det er her væsentligt at fremhæve ækvivalenskæden, hvor vi ser momenter som 'Underholdning' og 'Education'. Overordnet afviger disse to momenter umiddelbart fra hinanden. Laclau og Mouffes begreb om ækvivalenskæde handler netop om, hvordan det differentielle forhold mellem momenter bliver betonet, så de får en entydig betydning (Laclau & Mouffe, 2010, s. 184). I udgangspunktet er 'Underholdning' og 'Education' forskellige, men de tildeles her en fælles betydning i forhold til Marine parker.

Følgende er en model over nodalpunktet Marine parker i henhold til de identificerede momenter og ækvivalenskæde.



Model over nodalpunktet Marine parker i Supporter-diskursen (Egen tilvirkning).

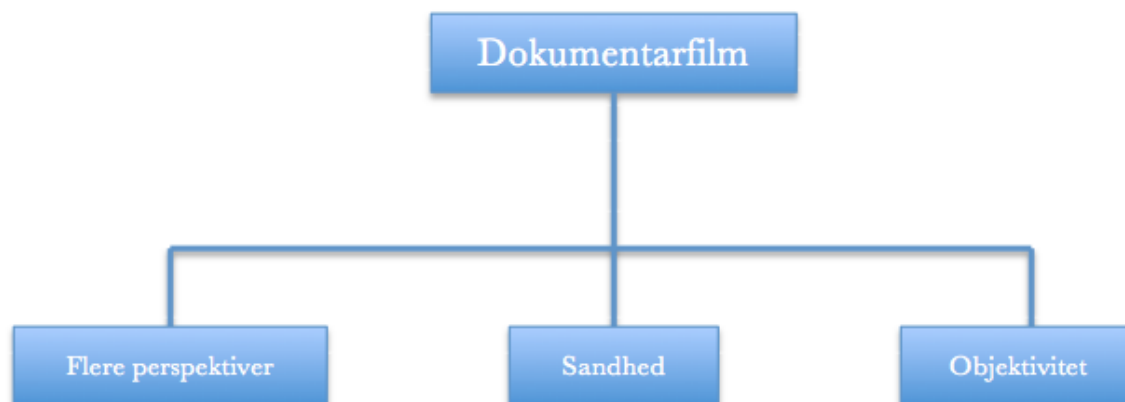
SYNET PÅ DOKUMENTARFILM

I flere af SeaWorlds modsvarsfilm har vi iagttaget et centralt fokus. Dette er den konkrete italesættelse af, at Blackfish ikke kan karakteriseres som en dokumentarfilm, hvorfor nodalpunktet Dokumentarfilm identificeres. Showet One Ocean vil derfor ikke blive inddraget i analysen af dette nodalpunkt.

Flere af modsvarsfilmene påpeger vigtigheden i, at dokumentarfilm skal belyse flere perspektiver på det konkrete emne, den fremstiller. Et eksempel herpå er modsvarsfilmen med medarbejderen Ken Peters, hvor den conative funktion er meget dominerende, idet han siger: "... form your own opinions, you can't base your opinion on a one-sided issue. Documentaries are suppose to show multiple sides to any issue. And they are only showing one side" (seaworld.com, modsvarsfilm 6). Ken Peters opfordrer altså modtageren til at få indblik i begge sider af en sag, før der tages et standpunkt, hvorfor momentet 'Flere perspektiver' knyttes til nodalpunktet Dokumentarfilm. I en anden modsvarsfilm understreger Chuck Tompkins, Head Animal Trainer i SeaWorld at: "... you want to believe what you are being told and seeing on a "documentary" like

that, but it is not truthful. They are spinning the facts to meet an agenda.” (seaworld.com, modsvarsfilm 15). I modsvarsfilmene tillægges Blackfish en magtposition, idet de hentyder til, at modtageren ikke stiller sig kritisk over for Blackfishs konstruktion af virkeligheden. Blackfish påvirker altså modtageren på et falsk grundlag, hvorfor produktionen af disse modsvarsfilm er nødvendig. Vi mener, at disse modsvarsfilm er et udtryk for, at Blackfish er i stand til at påvirke offentlighedens mening om marine parker. Grunden til at modsvarsfilmene tillægger Blackfish en magt er, at de italesætter en opfattelse af dokumentarfilm som værende sande og objektive. Et andet eksempel på synet af, hvordan dokumentarfilm bør være, er i en modsvarsfilm med Mark Simmons, der er tidligere SeaWorld træner og medvirker i filmen Blackfish. Han udtrykker en foragt over den måde, Blackfish fremstiller SeaWorld på: ”I do not recognize the world that they portray in the movie ... it couldn’t be further from the truth.” (seaworld.com, modsvarsfilm 14). Den conative og emotive funktion kommer tydeligt til udtryk, da Mark ekspliciterer, at den måde Blackfish fremstiller SeaWorld på ikke er sand, hvilket er et direkte budskab til modtageren. Der bliver her udtrykt en holdning om, at dokumentarfilm skal være objektive og derfor vise flere perspektiver på en given sag. Idet Blackfish ikke gør dette, kan filmen i supporterernes perspektiv ikke karakteriseres som en dokumentarfilm. Ud fra ovenstående ses momenterne ‘Sandhed’ og ‘Objektivitet’ gøres ækvivalente og blive betydningsgivende til nodalpunktet Dokumentarfilm.

Ved at opstille nodalpunktet Dokumentarfilm i en model over momenter og ækvivalensskæde, ser det ud som følgende:



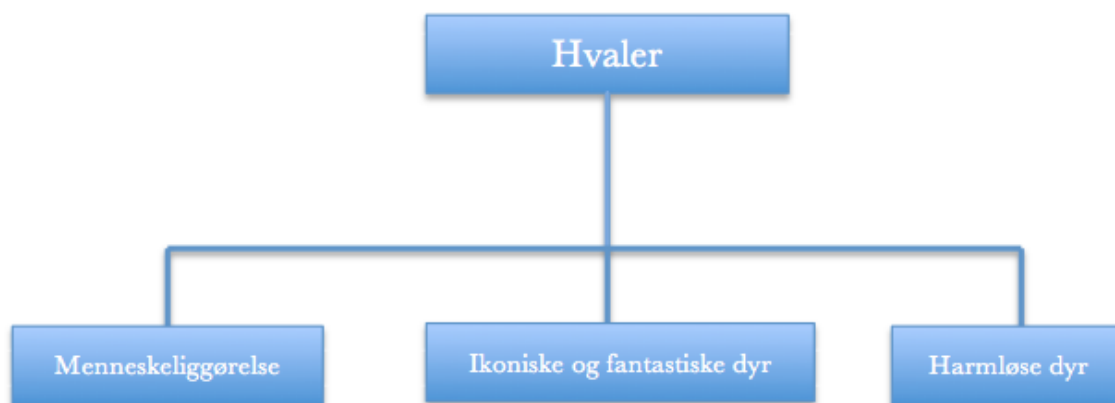
Model over nodalpunktet Dokumentarfilm i Supporter-diskursen (Egen tilvirkning).

SYNET PÅ HVALER

SeaWorlds show One Ocean indledes med en kortfilm med titlen The Baby Shamu Story, som omhandler fødslen af SeaWorld San Diegos nyeste kalv. Den poetiske funktion er meget dominerende her, da der gøres brug af filmiske virkemidler, eksempelvis med spændingsmusik. Den conative funktion kommer samtidig til udtryk, da SeaWorld italesætter og tillægger spækhuggere menneskelige træk, for eksempel når en træner

siger til den gravide spækhugger i kortfilmen: “You’re gonna be a mom, yes you are.”. Ydermere italesættes spækhuggerne ved navn i kortfilmen. Via denne navngivning forekommer der en personificering, der gør hver enkel spækhugger til et unikt individ. Idet SeaWorld producerer en kortfilm omkring en spækhuggers fødsel, fremmes ideen om, at hver spækhugger også har sin unikke livshistorie. Filmen afsluttes med skriften: “We Welcome Baby Shamu.”. Denne personificering af hvalen kommer også til udtryk i modsvarsfilmene, når medarbejderne omtaler spækhuggerne ved navn, som Wendy Ramirez gør, når hun beskriver et mor/datter-forhold mellem to af spækhuggerne i SeaWorld (modsvarfsfilm 9). Overordnet ses der et klart samspil mellem momenter som ‘Menneskeliggørelse’ og ‘Harmløse dyr’, som knyttes og giver betydning til nodalpunktet Hvaler. Ydermere ses det i One Ocean, hvordan opfattelsen af spækhuggere som harmløse dyr kommer til udtryk i showet, hvor en træner siger: “These whales have a unique personality, so we connect with them in many different ways. But all of our whales share one thing in common, they all love to splash. Are you ready to get splashed?” (youtube.com 4, 12:30-12:39). Denne italesættelse medvirker til konstruktionen af spækhuggere som et venligt og harmløst dyr, som interagerer med mennesker på en legende måde. Denne fremstilling visualiseres også i en modsvarsfilm med Tilikum, der interagerer med en lille pige gennem ruden til lyden af munter musik (seaworld.com, modsvarsfilm 17). Den poetiske funktion kommer her til udtryk via samspillet mellem de visuelle billeder og musikken, hvilket er med til at fremme den conative funktion, da der skabes en særlig forståelse af spækhuggeren som harmløst dyr. I One Ocean ses ligeledes en stærk tilstedeværelse af den poetiske funktion, da spækhuggerne fremviser akrobatiske tricks ledsaget af musik. Via dette, iagttager vi momentet ‘Ikoniske og fantastiske dyr’, som tillægger betydning til nodalpunktet. Momentet forekommer yderligere i flere af modsvarsfilmene, idet det pointeres, at spækhuggerne har en særlig evne til at fascinere børn og voksne, hvilket skaber awareness omkring havets dyr (modsvarfsfilm 2, 4, 8, 16).

Ved at opstille nodalpunktet Hvaler i en model over momenter og ækvivalenskæde ser det ud som følgende:



Model over nodalpunktet Hvaler i Supporter-diskursen (Egen tilvirkning).

Analysen af nodalpunkterne gennem SeaWorlds modsvarsfilm og One Ocean har givet os et billede og en forståelse for fundamentet i Supporter-diskursen. For at skabe en samlet forståelse af diskursen, vil vi i det følgende inddrage de af vores informanter, vi karakteriserer som supportere.

SUPPORTERNE OG NODALPUNKTERNE

Gennem Supporter-diskursen bliver momentet 'Dyrevelfærd' sat i sammenhæng med nodalpunktet Marine parker. Både Jack fra Fjord&Bælt og Ryan fra SeaWorld San Diego fortæller, at det er vigtigt at huske, at dyrene i marine parker ofte har det bedre end dem, der befinder sig i naturen, hvorfor de legitimerer at have dyr i fangenskab (Bilag 5, 2015, linje 356-357. Bilag 8, 2015). Ryan begrundet dette i, at dyrene har alt indenfor rækkevidde og derfor ikke behøver at svømme langt efter mad (Bilag 8, 2015). Lignende bliver italesat af Jack, der ekspliciterer dyrevelfærd i forhold til marine parker: "Det er jo det folk glemmer ... at herinde er der ingen konkurrence, de får al den mad de skal bruge, de får behandling hvis de bliver syge." (Bilag 5, 2015, linje 356-357). Der udtrykkes og konstrueres en mening om, at marine parker yder dyrevelfærd ved at imødekomme dyrenes behov på stedet, hvormed vi ser momentet 'Dyrevelfærd' komme til udtryk. Ligeledes udtrykker tidligere Chief Whale Trainer Ken Ramirez, hvor stort et arbejde hvaltrænere lægger i at passe på dyrene: "... every aspects that provides in caring for the animal, from preparing their food, cleaning their habitat, providing them medical care, teaching them, doing educational programming, doing shows, doing everything." (Bilag 3, 2015, linje 58-60). 'Underholdning' iagttages også som et moment, marine parker bruger som et middel til at skabe awareness. Ken Ramirez begrundet dette med: "... even some of the good facilities will do entertainment style shows because sometimes there is still a large segment of the population that will only listen if they are entertained." (Bilag 3, 2015, linje 115-117). Chad fra Aquarium of the Pacific er af samme holdning: "... the number one reason people report is for fun. So we have to work towards acknowledging that goal ... while still accomplishing our mission of education, conservation." (Bilag 6, 2015, linje 148-149). Begge informanter mener, at underholdning er et præmis for at opnå awareness om conservation hos de besøgende. Via underholdning mener delfintræner Troy fra SeaWorld San Diego, at man kan fremvise dyrenes exceptionelle egenskaber, eksempelvis de tricks de er i stand til at udføre, hvilket skaber netop denne awareness hos de besøgende (Bilag 8, 2015). 'Underholdning' og 'Conservation' gøres ækvivalente og får betydning i forhold til nodalpunktet. Gennem diskursen skabes holdningen om, at marine parker formår at kombinere disse to faktorer, så de besøgende opnår awareness, mens de er underholdt. Heraf tilknyttes 'Awareness' til samlingspunktet og gøres til et moment. Jack fra Fjord&Bælt nævner, at der netop opnås en awareness, når besøgende oplever dyrene på første hånd (Bilag 5, 2015, linje 41-43). Ligeledes nævner Chad fra Aquarium of the Pacific: "You can't educate somebody completely about something without having real experience with it." (Bilag 6, 2015, linje 136-137). Denne anerkendelse af førstehåndsoplevelser med dyr, kommer Ryan også ind på: "Nothing beats seeing a dolphin in the eyes for the first time" (Bilag 8, 2015). På denne måde vedkender både Jack, Chad, og Ryan, at det

derfor er afgørende og nødvendigt at have dyr i fangenskab, hvilket bliver marine parkers force, da dette ligeledes bidrager til forskning. Momenterne 'Education' og 'Forskning' bliver til en integreret del af nodalpunktet Marine parker. Udover marine parkers bidrag jævnfør ovenstående, mener Jack, at marine parkes eksistensberettigelse også ligger i, at de giver mennesker der ikke har mulighed for at opleve dyrene i naturen, en chance for at opleve dem i parkerne i stedet (Bilag 5, 2015, linje 398-408).

Som tidligere vist bliver momentet 'Flere perspektiver' betydningsgivende til nodalpunktet Dokumentarfilm. Ryan påpeger vigtigheden i, at en dokumentarfilm frembringer flere perspektiver og fortæller begge sider af en historie (Bilag 8, 2015). Her ser vi, hvordan momentet 'Flere perspektiver' knyttes til nodalpunktet. Ken Ramirez mener, at instruktøren af Blackfish udnytter genrebetegnelsen for dokumentarfilm, idet hun har en agenda og ikke belyser begge sider:

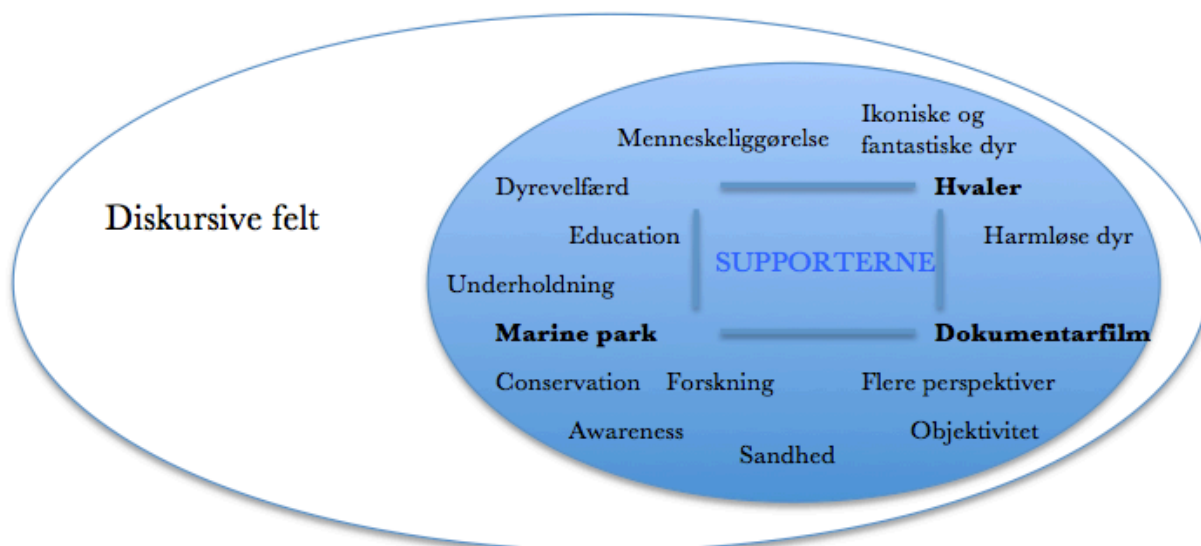
I think, what bother me most, is the director of this film continues to claim that she has no agenda and she wasn't trying to make a film with a specific point of view. She was trying to be fair, trying to be balanced and the only thing I see is a lie. (Bilag 3, 2015, 218-221).

Af denne grund bliver momentet 'Objektivitet' og 'Sandhed' knyttet til nodalpunktet. Ken påpeger yderligere, at The Cove fejlagtigt sætter lighedstegn mellem marine parker og begivenhederne i Taiji: "But yet, the film makes it sounds like when you are going visiting a SeaWorld those animals came from the cove, well they didn't" (Bilag 3, 2015, linje 183-184). Vi ser igen, hvordan The Cove og Blackfish tillægges en magtposition. Momentet 'Sandhed' forekommer ligeledes, idet Ryan mener, at Blackfish ikke er en dokumentarfilm, da den har fordrejet sandheden (Bilag 8, 2015). Dette syn på The Cove og Blackfish støttes også op af Jack, hvor han tilkendegiver sin mening om de to dokumentarfilm: "Jeg hader, når folk overdriver for at fremme et budskab. Altså budskabet kan være godt nok, og være begrundet nok, du behøver ikke at gøre det værre end det er." (Bilag 5, 2015, linje 442-444). Derpå er der ikke tale om en objektiv fremstilling af virkeligheden i de to dokumentarfilm, hvorfor de, ifølge supporterens definition, ikke er dokumentarfilm.

I forhold til nodalpunktet Hvaler italesætter Chad, hvordan populærkulturen har influeret menneskets syn på disse dyr, idet han mener, at film såsom Free Willy har gjort hvalen til det foretrukne favoritdyr (Bilag 6, 2015, linje 157-168). Hvalen skiller sig ikke kun ud fra andre dyr ved at være sød og venlig at se på, men også fordi den har fået en plads i populærkulturen. 'Harmløse dyr' og 'Ikoniske og fantastiske dyr' som momenter italesættes også, når Zeke fra Boudewijn Seapark fortæller, hvorfor han mener, folk fascineres af hvaler: "I think it's a bit like a mythical creature ... always people are telling about their smile and they look really friendly ... I think that's the reason why people like them so much." (Bilag 2, 2015, linje 240-242). Ydermere ligger der i Zekes citat, at hvalen er et mystisk dyr, som forundrer og fascinerer. Ken Ramirez deler denne holdning: "I think the biggest attraction is the uniqueness of them and the fact that we don't know a lot about

them.” (Bilag 3, 2015, linje 147-148). Ovenstående viser en perception af hvaler som værende ikoniske, hvorfor de har unik status i forhold til andre dyr.

Efter ovenstående analyse af den samlede Supporter-diskurs, er vi stand til at konstruere en model over denne og dens diskursive ydre.



Model over den samlede Supporter-diskurs (Egen tilvirkning).

SUBJEKTPOSITIONERINGER

Vi vil nu analysere de subjektpositioner, der gives i Supporter-diskursen til de forskellige parter i debatten. I Supporter-diskursen tilskrives SeaWorld en subjektposition, som prioriterer conservation og education. Chad italesætter dette: “SeaWorld does a great job of education ... Whatever people’s opinion is on those animals in captivity that’s fine but the real affect of it is that you are creating environmentally conscious citizens.” (Bilag 6, 2015, linje 129-132). SeaWorld giver altså de besøgende en unik mulighed for at opnå awareness om conservation, som ikke umiddelbart kan opnås andetsteds. Supporterne tilskrives yderligere karakteristika ved at være de eneste, der er vidende om de faktiske forhold for dyrene, hvorfor det kun er dem, der kender til den egentlige sandhed om omstændighederne i marine parker. Ergo differentieres supporterne fra kritikerne via det relationelle forhold mellem dem.

I SeaWorlds modsvarsfilm ser vi, hvordan der konstrueres et billede af kritikerne. I opposition til marine parker gives en subjektposition til kritikerne som værende passive i forhold til eksempelvis conservation (modsvarsfilm 10). Det påpeges, at kritikerne nedgører marine parker på et falskt grundlag trods deres gode

arbejde og gode intentioner. Først og fremmest ser vi, hvordan kritikerne udnytter dokumentargenren til at fremme egen sag, så modtagerne fejlagtigt tror, at det der fremvises er lig sandheden. Kritikerne karakteriseres her som værende manipulerende, løgnagtige og misinformerende. Ryan fra SeaWorld San Diego nævner, at kritikerne fejlagtigt tager æren for SeaWorlds beslutning om at udvide spækhuggertankene med det belæg, at SeaWorld altid arbejder sig hen imod at gøre vilkårene bedre for dyrene. Derfor er beslutningen om at udvide spækhuggertankene på SeaWorlds eget initiativ og ikke forceret af debatten (Bilag 8, 2015). Ydermere tillægges kritikerne den position, at de er afvisende over for at indgå dialog med SeaWorld, hvilket også påpeges af Ryan. Han udtrykker et klart ønske om at få kritikerne til at besøge SeaWorld med det formål, at de kan blive oplyst om SeaWorlds gode arbejde for dyrene og conservation (Bilag 8, 2015). Kritikernes subjektposition ses derfor som nogen, der er fasttømret i deres holdninger, da de under ingen omstændigheder vil indgå dialog med supporterne.

KAMPEN OM MENINGSKONSTRUKTION

Efter at have identificeret Kritiker-diskursen og Supporter-diskursen vil vi nu undersøge de magtkampe, diskurserne udkæmper, via begreberne flydende betegnere. Laclau og Mouffe anvender begrebet flydende betegnere til at karakterisere de elementer, som flere diskurser kæmper om at integrere med indhold på deres måde (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 39). Flydende betegnere er i særlig grad åbne for, at forskellige diskurser kan tillægge dem betydning. Idet nodalpunktet Dokumentarfilm ikke optræder i Kritiker-diskursen, er dette ikke en flydende betegner og bliver derfor ikke inddraget her. Nodalpunkterne Marine parker og Hvaler kan karakteriseres som flydende betegnere, idet forskellige diskurser, i dette tilfælde Kritiker-diskursen og Supporter-diskursen, kæmper om at tillægge begreberne bestemt indhold. Hvor nodalpunktet refererer til et samlingspunkt i den enkelte diskurs, refererer den flydende betegner til de privilegerede tegn, der er objekt for en meningskamp mellem forskellige diskurser (Laclau & Mouffe, 1985, s. 113). Marine parker og Hvaler har udviklet sig til at blive nodalpunkter i både Kritiker- og Supporter-diskursen. Dette ses, idet kritikerne ønsker at betydningsudfylde marine parker i en negativ retning med momenter som 'Usandhed', 'Magt' og 'Manglende dyrevelfærd'. I kontrast hertil er Supporter-diskursen, hvor marine parker præges i en langt mere positiv retning med momenter som 'Dyrevelfærd', 'Conservation' og 'Forskning'. Ud fra denne komparative opstilling ses yderligere, hvordan underholdning tillægges vidt forskellige betydninger i de to diskurser. I Kritiker-diskursen skal underholdning ses som udtryk for magt og profit på bekostning af hvalernes velfærd. Modsat er elementet positivt ladet, i Supporter-diskursen, da de besøgende er interesseret i at blive underholdt, og hvalerne finder fornøjelse i at udføre shows. Denne modsatrettede forståelse ses også ved nodalpunktet Hvaler, hvor kritikerne blandt andet anser hvaler for at være 'Vilde og utilregnelige dyr', mens supporterne betydningsgør hvaler som 'Harmløse dyr'. Udover denne forskelligartede forståelse hos kritikerne og supporterne, ligger der også en interessant forskel i, hvordan de anskuer hvalernes behov og velfærd. Det ses under analysen, hvordan supporterne knytter 'Menneskeliggørelse' til nodalpunktet, da de

sidestiller menneskets behov med hvalernes. I Kritiker-diskursen ser vi en modsat holdning, idet der advokeres for, at hvalernes behov og naturlige adfærd såsom at svømme langdistancer ikke kan imødekommes i fangenskab. Her ses igen, hvordan Supporter- og Kritiker-diskursen er dannet på baggrund af vidt forskellige forståelser. For både kritikerne og supporterne er det hegemoniske projekt struktureret omkring de flydende betegne. Marine parker og Hvaler kobles til en række elementer, hvorefter elementernes mening forsøges lukket, hvilket gør dem til momenter. Artikulationen er den proces, der sammenkæder de flydende betegne og momenter, hvilket vi påviste ved diskursanalysen af *The Cove* og *Blackfish*, samt *SeaWorlds show One Ocean* og modsvarsfilm. Der åbnes således for en diskursiv kamp om at tilskrive marine parker og hvaler den mening, der er mest gavnlige for de forskellige parter. Ved at gøre dette er der mulighed for at påvirke og ændre den offentlige forståelse heraf. Dette er kort sagt kampen om at gøre én diskurs dominerende i det diskursive felt. Der ses derfor en tydelig og eksplicit kamp om meningskonstruktion mellem de to diskurser.

Overordnet konkluderer vi, at marine parker og hvaler begge er et nodalpunkt i Kritiker- og Supporter-diskursen, men også flydende betegne, hvad angår forholdet mellem de to diskurser. Tegnenes flydende og bevægelige form gør, at de ikke forekommer i en fastlåst position. Dette er interessant, når vi skal beskrive de diskursive kampe, der forekommer mellem Kritiker-diskursen og Supporter-diskursen, hvilket kan forklare, hvorfor holdninger og meninger blandt kritikere og supportere er så fasttømret i deres forståelse af marine park branchen. I denne sammenhæng er det oplagt at vende tilbage til Laclau og Mouffes begreb om hegemoni, som skabes, når en diskurs vinder over en anden. Når dette sker, forsvinder konflikten, og en midlertidig stabilitet skabes. De flydende betegne i form af Marine parker og Hvaler er en påvisning af, at der fortsat er konflikt og diskursive kampe mellem diskurserne. Dermed er hegemoni ikke opstået endnu.

KONSTRUKTION AF FJENDEBILLEDER

Efter analysen af Kritiker- og Supporter-diskursen står det klart, hvordan de to parter differentierer sig fra hinanden via subjektpositionerne. Det interessante, som kan udledes af Kritiker- og Supporter-diskursen, er, at de omtaler hinanden på præcis samme måde med negative karakteristika og egenskaber. Det er her væsentligt at komme ind på det antagonistiske forhold, som vi mener er tydeligt i den diskursive kamp mellem Kritiker-diskursen og Supporter-diskursen. Laclau og Mouffe skriver at: "... alle antagonismer forudsætter en modsigelsesrelation på det diskursive niveau, en relation i hvilken den ene pols realitet er en og skær negation af den anden" (Laclau & Mouffe, 1997, s. 128). Begrebet om antagonisme er kort sagt diskursteoriens begreb for konflikt ved, at to diskurser støder sammen. Diskursive kampe emergerer ved sammenstødet, og kampene omhandler de flydende betegne, som i vores tilfælde er Marine parker og Hvaler. Det antagonistiske forhold kan identificeres gennem ækvivalenskedden, som bliver et centralt redskab, når vi skal iagttage antagonismer (Laclau & Mouffe, 1985, s. 131). Forenklet sagt opstår antagonistiske

forhold på to måder – individuelt i en ækvivalenskæde eller mellem ækvivalenskæder. Individuelt ved, at der forekommer momenter, der direkte hæmmer og udelukker hinanden. De står kort sagt i opposition til hinanden, for eksempel er det ikke muligt i et diskursteoretisk perspektiv at være kritiker og supporter på samme tid, da de to positioner udelukker hinanden, qua subjektpositionernes relationelle forhold. Et yderligere eksempel herpå, påviste vi under analysen af Supporter-diskursen, hvor nodalpunktet Marine parker indeholder momenterne 'Underholdning' og 'Education', som umiddelbart står i kontrast til hinanden. Her lå der et potentielt antagonistisk forhold, men ved at blive ækvivaleret og deraf forenelige i kæden, er deres forskelle blevet udvisket. Antagonistiske forhold mellem ækvivalenskæder forekommer, hvis den ene betragter den andens tilstedeværelse som en trussel mod egen position (Laclau & Mouffe, 1985, s. 122-123). Hvis den ene position hæmmer og udelukker, at den anden position kan imødekomme sin pligt, er der tale om antagonisme. Følgende vil begrunde, hvorledes vi anser, at der er et antagonistisk forhold mellem ækvivalenskæder i Kritiker-diskursen og Supporter-diskursen.

Som påvist tidligere, er Marine parker en flydende betegnelse i begge diskurser. De to ækvivalenskæder for den flydende betegnelse står i direkte kontrast, og blokerer derfor hinandens eksistens, da de er konstrueret som modsætninger. Eksempelvis i Kritiker-diskursen fremtræder momenter som 'Usandhed' og 'Manglende dyrevelfærd' i ækvivalenskæden, mens 'Sandhed' og 'Dyrevelfærd' ses i ækvivalenskæden for nodalpunktet i Supporter-diskursen. I et diskursteoretisk perspektiv er 'Usandhed' og 'Sandhed' uforenelige og hæmmer derfor hinanden. Samme forhold ses med den flydende betegnelse Hvaler, hvor supporterernes ækvivalenskæde blandt andet udtrykker, at hvaler er 'Harmløse dyr' og 'Menneskeliggjorte'. Dette står i kontrast til kritikerne, hvor ækvivalenskæden afslører karaktertræk såsom 'Vilde og utilregnelige dyr'. I begge eksempler er ækvivalenskæderne modstridende, grundet de kontrastfyldte ord. Derfor vil vi i relation heraf analysere, hvordan kritikerne og supporterne kommunikativt skaber fjendebilleder af hinanden. Dette med udgangspunkt i *The Cove* og *Blackfish* samt *SeaWorlds* modsvarsfilm.

I *The Cove* og *Blackfish* forekommer en samlet og tydelig antagonist i form af marine parker, qua subjektpositionerne. En antagonist som forhindrer kritikerne i at fortælle sandheden til omverdenen om marine parker, hvad end denne omhandler begivenhederne i Taiji eller den manglende dyrevelfærd i marine parker generelt. I *The Cove* forekommer der et eksempel herpå, hvor Ric O'Barry bliver fjernet fra en konferenceliste som keynote speaker, idet SeaWorld, som er sponsor, er af den tro, at han vil tale om, at der er en forretningsforbindelse mellem begivenhederne, der foregår i Taiji og SeaWorld (*The Cove*, 2009, 00:04:55-00:05:07). *The Cove* har til hensigt at afsløre sandheden om marine parker. I filmen fremgår det dog, hvordan aktivisterne bliver hindret i dette på forskellige måder. Enten ved at blive udelukket fra konferencer eller nægtet adgang til områder, hvor sandheden holdes skjult. Vi ser blandt andet i *The Cove*, hvordan aktivistholdet bliver skubbet væk af fiskerne i området i Taiji, idet aktivistholdet forsøger at

dokumentere sandheden. Filmen fremstiller også andre lignende situationer, hvor det er blevet forsøgt at afdække sandheden i bugten, men hvor det er endt med anholdelser (The Cove, 2009, 00:27:38-00:28:22). I Blackfish er det selve filmens påstande om marine park branchen, der konstruerer et fjendebillede af supporterne. Eksempelvis fortæller den tidligere SeaWorld træner Jeffrey Ventre om et show, hvor en af spækhuggerne nappede efter en af hans kolleger. Dette blev filmet, og SeaWorld bad ham destruere båndet efterfølgende (Blackfish, 2013, 00:31:37-00:32:26). På denne måde fremstilles SeaWorld som en virksomhed, der gør alt, hvad de kan for at skjule sandheden om de aggressive spækhuggere og for at forhindre kritikerne i at afsløre sandheden om dette. På baggrund af ovenstående dannes en entydig og stærk antagonisme, der er med til at styrke kritikernes fællesskab og fælles projekt om at lukke marine parker. Set i et diskursteoretisk perspektiv foretager Kritiker-diskursen en hegemonisk proces med udgangspunkt i The Cove og Blackfish, som skal danne rammen for den dominerende opfattelse i samfundet af marine parker.

I modsvarsfilmene dannes der ligeledes et entydigt fjendebillede og en stærk antagonisme om kritikerne, da de forhindrer supporterne i at kunne handle og udføre deres pligt omkring at skabe awareness og conservation. Et eksempel herpå er modsvarsfilmen med medarbejderen Jody Westberg:

What personally affected me about Blackfish is all the kids, that watch this movie or their parents ... and that's all they know and that is all they see about SeaWorld. And now these kids don't even get the opportunity to understand why it is important that we have these animals ... how these animals can inspire kids (seaworld.com, modsvarsfilm 8).

Med bevæggrund i at børn og deres forældre har set Blackfish, besøger de ikke marine parker, hvorpå SeaWorld medarbejdere ikke kan gennemføre deres intentioner og målsætning. Jævnfør diskursanalysen, så vi i Supporter-diskursen, hvordan dokumentarfilmen Blackfish blev givet en stor magt som værende et produkt, der kan påvirke modtagerne til at boykotte marine parker på et falsk grundlag. Den direkte italesættelse af kritikerne går igen i modsvarsfilmen med medarbejderen Alyssa Simmons: "Conservation is not sitting back and criticizing. The activists sit back, they raise a lot of money, they spread misinformation and criticize. That is not really doing the work that is required to save these animals" (seaworld.com, modsvarsfilm 10). Ud fra de to citater, knyttes der her en vigtig identitetsfaktor til det at være supporter. Laclau og Mouffe pointerer, hvordan antagonismer forekommer, når en diskurs' hegemoniske projekt ikke formår at sikre sin identitet, og derfor bliver tvunget til at konstruere en fjende, som kan gøres ansvarlig for dette identitetssvigt (Howarth, 2005, s. 153). Netop dette kommer til udtryk i modsvarsfilmene, hvor kritikerne fremstilles antagonistisk og derfor truer supporterernes position. Supporterernes konstruktion af et entydigt fjendebillede af kritikerne, styrker deres fælles mål om at bevare marine parker. Set i et diskursteoretisk perspektiv foretager Supporter-diskursen en hegemonisk proces med modsvarsfilmene, som skal danne rammen for den dominerende opfattelse af marine parker.

Ovenstående viser, hvorfor relationen mellem kritikerne og supporterne forekommer antagonistisk i *The Cove*, *Blackfish* og modsvarsfilmene. De tydelige fjendekonstruktioner er med til at generere et stærkt fællesskab, hvilket skaber en større differentiering og modsætning i deres relationelle forhold. Via vores analyse kan vi herved iagttage, hvorfor Kritiker- og Supporter-diskursen ikke kan forenes ved, at de står i opposition til hinanden, hvilket forklarer årsagen til, at der forekommer diskursive magtkampe. Forenklet sagt vinder Kritiker-diskursen over Supporter-diskursen i *The Cove* og *Blackfish*, hvor det modsatte er gældende i modsvarsfilmene. I et større perspektiv argumenterer vi for, at den offentlige debat er et bevis på, at der stadig ikke er én diskurs, som har opnået hegemoni i det diskursive felt. Med denne klarlæggelse kan vi nu undersøge og analysere SeaWorlds respons i forhold til den krise, de befinder sig i. På denne måde kan vi undersøge, hvordan de har positioneret sig i debatten via deres ageren. Dette for at udlede hvilken indvirkning debatten har på marine park branchen.

Kapitel 4

THEY HAD TO CHANGE

Kapitlet vil undersøge, hvordan marine park branchen har ændret sig, siden debatten intensiverede for nogle år siden. Sideløbende har marine parker, heriblandt SeaWorld, indført forskellige tiltag såsom forbedring af medarbejderes sikkerhed og planer om at udbygge spækhuggertankene. Endvidere har SeaWorld responderet på debatten i forskellige former. Kapitlet vil derfor tage afsæt i hvilke responstyper og strategier, vi mener, SeaWorld har valgt at benytte i sin kommunikation i henhold til debatten. Her vil vi tage udgangspunkt i William Benoit og Timothy Coombs' teorier om krisekommunikation og inddrage de emner og diskurser, vi har identificeret i foregående kapitel. Endvidere vil vi inddrage informanternes udtalelser. På denne måde kan vi undersøge SeaWorlds ageren i henhold til debatten for at udlede, hvordan de har positioneret sig og dermed hvilken indvirkning, debatten har på marine park branchen.

“I believe they had to change, because there is so much scrutiny now that Blackfish is out”

- Ken Ramirez, Former Chief Whale Trainer

EFTER ULYKKEN RAMTE...

"Dawn had very long hair in a ponytail ... He grabbed her by the hair and pulled her underwater". Dette udtaler Chuck Tompkins, Curator of Zoological Operations SeaWorld Orlando, efter ulykken med Dawn Brancheau i 2010 (abcnews.com 1). Denne udmelding var en af SeaWorlds første officielle forklaringer på ulykken. Der været heftig aktivitet omkring marine parker de seneste år, særligt omkring SeaWorld og specielt efter udgivelsen af *The Cove* og *Blackfish* (Bilag 10). Debatten flourer dagligt i medierne, og de forskellige parter ses ofte tale for deres sag i forskellige sammenhænge. En af de større ændringer, SeaWorld har oplevet, er frafaldet af faste samarbejdspartnere. Southwest Airlines var eksempelvis en af de mere synlige samarbejdspartnere, idet deres fly, siden 1989, var dekoreret som spækhuggere og navngivet Shamu One indtil juli 2014. Derudover udmeldte Mattel i marts 2015, at de ville stoppe produktionen af Barbiedukker, der forestillede SeaWorld medarbejdere. Udover frafaldet af samarbejdspartnere er det blevet annonceret, at besøgstallet i SeaWorld er faldende (nbcсандiego.com). Der er også flere gange blevet gjort grin med SeaWorld, blandt andet i de populære TV-programmer – *The Daily Show* med John Stewart og *Late Night with Conan O'Brien*. Sidstnævnte manipulerede med en af SeaWorlds modsvarsfilm og tog udgangspunkt i en følelsesladet scene med en medarbejder, der forklarer, hvordan SeaWorld inspirerer og bidrager til conservation. Medarbejderen bliver dog afbrudt, idet en animeret spækhugger hopper op fra bassinet i baggrunden og spiser hende. Slutteligt står der i forlængelse med SeaWorlds logo: "Don't worry. Cool stuff still happens here" (youtube.com 5). TV-personligheden Steve-O har ligeledes gjort grin med SeaWorld.



Steve-O i San Diego, Californien. August 2014 (thedodo.com 1).

I forbindelse med at flere har gjort grin med SeaWorld, udtaler Naomi Rose fra Animal Welfare Institute: "Everybody are making fun of them. Once you become the butt of society, you're done. How do they recover from that? ... You're a joke. How do you become a respectable cooperation again?" (Bilag 4, 2015,

linje 257-260). Der henvises altså til, at SeaWorld befinder sig i en dyb krise, de muligvis ikke kan gendanne sig fra. Annonceringen af SeaWorld Orlandos nyeste rutschebane, Nothing Faster, gik heller ikke ubemærket hen: "The park has just announced that a new rollercoaster, 'Nothing Faster,' is coming to SeaWorld Orlando. But it's really hard to imagine anything faster than SeaWorld's demise." (thedodo.com 2).

Siden loven om, at SeaWorlds trænere ikke længere må være i vandet med spækhuggerne under shows, trådte i kraft, er der forekommet utallige påtaler og anklager fra eksterne faktorer. Eksempelvis blev SeaWorld i starten af 2015 anklaget tre gange på under 30 dage for manglende dyrevelfærd. Endvidere blev SeaWorld i maj 2015 påtalt af Occupational Safety and Health Administration (OSHA) for at have dårlige arbejdsforhold for deres medarbejdere (Bilag 10). Vi anser, at de ydre faktorer indikerer, at SeaWorld befinder sig i en krise, hvorfor vi i det følgende vil tage udgangspunkt i forskellige dele af SeaWorlds eksterne kommunikation, som vi identificerer som en respons på krisen. I analysen vil vi inddrage udvalgte begivenheder, vi finder væsentlige for krisens omfang, og inddrage de af vores informanter, som har udtalt sig omkring SeaWorlds håndtering af krisen. Dette vil vi sammenholde med forskellige responstyper og strategier fremført af Benoit og Coombs. Ved at undersøge SeaWorlds ageren i henhold til krisen, kan vi klarlægge deres position og dermed udlede, hvilken indvirkning debatten har på branchen.

BEGIVENHEDEN DER FØRTE TIL KRISEN - DAWNS DØD

Den 24. februar 2010 skete en uønsket begivenhed i SeaWorld Orlando. Senior træner Dawn Brancheau var igang med et show med spækhuggeren Tilikum, som de havde udført utallige gange før. Dawn slap dog ikke levende fra dette, og døde under omstændigheder der, i debatten, fortsat er uenigheder om. SeaWorld mødte efterfølgende skarp kritik, primært i deres håndtering af kommunikationen omkring denne tragiske begivenhed. Ifølge Benoit er det vigtigt for virksomheder at have og bevare et godt omdømme, da dette kan have betydning for virksomhedens position og indflydelse på markedet. Et godt omdømme er dog truet, hvis en uønsket begivenhed finder sted, og de relevante modtagere tillægger virksomheden ansvaret for begivenheden. I dette tilfælde er det vigtigt, at den ansvarlige virksomhed responderer for at positionere sig i forhold til den uønskede begivenhed for at bevare et godt omdømme (Benoit, 1995). SeaWorld responderede offentligt på Dawn Brancheaus død, umiddelbart efter begivenheden havde fundet sted, men valgte dog flere forskellige forklaringer over tiden. For det første valgte SeaWorld at pålægge Dawn ansvaret for ulykken i et interview den 26. februar 2010: "Dawn, if she was standing here with me, would tell you that it was her mistake that it happened" (abcnews.com 2). En måned efter udtalte Kelly Clark, Head Trainer i SeaWorld Orlando, om begivenheden, at det var: "Every safety protocol that we have failed" (outsideonline.com). SeaWorld forsøgte altså at overflytte skylden, dels til Dawn, dels til medarbejderne der ikke overholdte sikkerhedsprotokollen, hvorfor ulykken fandt sted. Benoit har i sin opstilling over responstyper ved kriser en overordnet kategori kaldet *Denial*, som identificeres ved, at virksomheder unddrager sig ansvaret for

handlingen, altså begivenheden. Hertil skelner han mellem forskellige undertyper *Simple Denial* og *Shift the Blame*. Ovenstående udtalelser fra SeaWorld karakteriserer vi i undertypen *Shift the Blame*. Vi ser at SeaWorld forsøger at unddrage sig ansvaret for Dawns død, da de karakteriserer begivenheden som et uheld, hvilket ligeledes er en af Benoits undertyper i den overordnede responskategori *Evasion of Responsibility*. Vi betegner yderligere begivenheden omkring Dawns død som værende en *Severe Reputational Threat* mod SeaWorlds omdømme. Ifølge Coombs er der tale om denne krisetype, når den pågældende virksomhed har udsat mennesker for fare, altså begivenheder der i princippet kunne være undgået. Ved en *Severe Reputational Threat* skal virksomheden, ifølge Coombs, benytte sig af Rebuild Strategies, som involverer, at der enten skal gøres brug af kompensation, eller en direkte undskyldning, hvorpå virksomheden påtager sig det fulde ansvar. SeaWorld har som tidligere omtalt benyttet sig af den overordnet responskategori *Denial*. Sammenligner vi dette med Coombs responsstrategier, kan det sammenholdes med hans Deny Strategies. Denne strategi skal benyttes, når der er tale om *Mild Reputational Threat*, hvilket blandt andet indebærer en situation, hvor der er tale om et rygte eller en udfordring, virksomheden ikke selv har kontrol over. Idet der i SeaWorlds tilfælde er tale om en dødsulykke, kan begivenheden hverken betegnes for at være et rygte eller udfordring, da det er en begivenhed, der i princippet kunne være undgået. Informant Naomi Rose giver sit bud på, hvorfor netop denne begivenhed endte i søgelyset hos medierne i forhold til andre dødsulykker, der er forekommet i marine parker gennem årene: "Maybe because it was SeaWorld, maybe because it happened at such a spectacular way. I mean, he ripped her apart. Bits of pieces everywhere, all over the tank." (Bilag 4, 2015, linje 228-230). Begivenheden var altså brutal og af sjælden karakter. Det er muligt, at grundet begivenhedens brutalitet har SeaWorlds valg af respons stødt interessenterne. I diskursanalysen så vi, hvordan Kritiker-diskursen advokerede for et syn på SeaWorld som en kynisk virksomhed, der er villig til at ofre medarbejderes sikkerhed og dyrs velfærd for at opnå profit. SeaWorlds respons omkring Dawns død er med til at styrke kritikernes syn på marine parker. I henhold til dette syn ser vi i Blackfish, hvordan SeaWorlds respons bliver kommenteret af tidligere SeaWorld træner John Hargrove: "How dare you? How disrespectful of you to blame her when she isn't even alive to defend herself" (Blackfish, 2015, 01:09:46-01:09:52). Hargrove udtaler tydeligt sin foragt over, at SeaWorld overflytter skylden til Dawn. Det tyder altså på, at det havde været hensigtsmæssigt, hvis SeaWorld havde benyttet sig af Rebuild Strategies i form af en undskyldning, og påtaget sig det fulde ansvar for Dawns død. Truslen mod SeaWorlds omdømme ville eventuelt blive formindsket, idet interessenterne muligvis ville anse SeaWorld som en virksomhed, der viste respekt for deres medarbejdere. En undskyldning dengang fra SeaWorlds side ville ligeledes svække Blackfishs stærke fjendebillede af SeaWorld som værende en kynisk og hensynsløs virksomhed, da filmen i høj grad tager udgangspunkt i SeaWorlds repons i henhold til Dawns død. En sådan responsstrategi kunne eventuelt formindske den senere modgang, som er eskaleret efter udgivelsen af dokumentarfilmen Blackfish.

ACCELERATION AF KRISEN - THE BLACKFISH EFFECT

Tre år efter Dawn Brancheaus død, havde dokumentarfilmen *Blackfish* verdenspremiere i juli 2013. Senere på året blev filmen distribueret til CNN, og dermed eksponeret til over 21 millioner seere verden over (cnn.com 1). Et halvt år efter dokumentarfilmens verdenspremiere skriver flere medier, at SeaWorld gennemgår en krise (Bilag 10). Denne krise og det den medfører får en overordnet og generel betegnelse - *The Blackfish Effect*. Medierne betegner blandt andet lovgivningen om, at trænere i SeaWorld ikke længere må befinde sig i vandet med spækhuggere som *The Blackfish Effect*. Filmen får altså tillagt at have en specifik betydning for de efterfølgende ændringer i SeaWorld, og viser sig at være en videreudvikling af den krise og efterfølgende debat, Dawns død igangsatte. Dette skyldes, at *Blackfish* omhandler Dawns død og andre ulykker, der er forekommet i SeaWorlds regi, hvorfor virksomhedens krisehistorie bliver eksponeret. Denne eksponering af en virksomheds krisehistorik betegner Coombs som velcro-effekten og påpeger, at konsekvensen heraf er en forøgning af den kritiske situation. Efter utallige visninger af *Blackfish* på CNN, vælger SeaWorld at udtale sig omkring filmen i oktober 2013 (Bilag 10). De ønsker dog ikke at stille op til et interview, men sender i stedet en skriftlig udtalelse til CNN:

Blackfish is billed as a documentary, but instead of a fair and balanced treatment of a complex subject, the film is inaccurate and misleading and regrettably, exploits a tragedy that remains a source of deep pain for Dawn Brancheau's family, friends and colleagues. (cnn.com 2).

Igen identificerer vi SeaWorlds respons som *Denial*, herunder begge undertyper *Simple Denial* og *Shift the Blame*. Først og fremmest afviser SeaWorld, at filmens fremstilling af virksomheden er i overensstemmelse med virkeligheden. I forlængelse heraf placerer de skylden på *Blackfish*, da den er ensidig og giver et forvrænget billede. Ydermere italesætter SeaWorld, at det er uhensigtsmæssigt og respektløst, at *Blackfish* tager udgangspunkt i Dawns død af hensyn til de pårørende. Her ser vi, hvordan SeaWorld overflytter skylden til kritikere, hvilket er med til at styrke det fjendebillede, vi så blive konstrueret under diskursanalysen. Visningen af *Blackfish* på CNN, mener Naomi Rose, har gjort hele forskellen for SeaWorlds situation:

... *Blackfish* aired on CNN, and that's new ... CNN is a cable news network, anybody watches the news right? So they aired it 25 times and by the end of the 25th showing which was still in 2013 ... millions of people saw it. (Bilag 4, 2015, linje 210-215).

Efter visningerne af *Blackfish* begyndte organisationer såsom One Green Planet og PETA at publicere kampagner mod SeaWorld. I en artikel fra december 2013 skriver Coombs om den generelle modstand: "SeaWorld probably will do a reassessment of its risk analysis, as its reputation is at risk." (bizjournals.com). Visningen på CNN var altså katalysator til at intensivere den krise, *Blackfish* genererede, da mange medier efterfølgende rettede fokus på SeaWorld, og stillede tvivlsspørgsmål ved hvaler i fangenskab. Idet SeaWorld i

dette tilfælde ikke selv havde kontrol over udgivelsen af filmen *Blackfish* og den efterfølgende visning på CNN, var de selv offer, da eksterne faktorer var skyld i netop denne krisesituation. Hermed betegnes denne krisesituation som en *Mild Reputational Threat*. Ser vi nærmere på Coombs' responsstrategier og dermed anbefalinger i krisetyper som denne, vil Deny Strategies være hensigtsmæssig at anvende i forhold til genopretning af image. Vi kan se, at SeaWorld overflytter skylden til *Blackfish* og dermed benytter sig af *Scapegoat*, der er omfattet af Deny Strategies. Trods SeaWorld benyttede en korrekt responsstrategi i forhold til krisesituationen, jævnfør Coombs, voksede den radikale modstand efterfølgende (Bilag 10). Dette kan skyldes, at filmen *Blackfish* blandt andet belyser tidligere ulykker i marine parker, specielt med udgangspunkt i SeaWorld og deres håndtering af den seneste dødsulykke, hvormed SeaWorlds krisehistorik bliver eksponeret. Netop krisehistorikken er essentiel at tage i betragtning, ifølge Coombs, da en længere krisehistorik kan forværre enhver krise for en virksomhed. En længere krisehistorik har formentlig været SeaWorlds brist i dette tilfælde, idet modstanden voksede trods korrekt anvendelse af responsstrategi i forhold til krisetype. Det tyder altså på, at SeaWorld ikke tog deres længere krisehistorik i betragtning i henhold til deres respons til CNN. En krisehistorik *Blackfish* gjorde offentligheden opmærksom på. Derudover eksponerede *Blackfish* etikken ved at indfange hvaler i naturen og holde dem i fangenskab. Vi så under diskursanalysen, hvordan kritikerne og supporterne tillagde forskellige betydninger til de flydende betegnelser marine parker og hvaler, som er uforenelige. Det er derfor svært at komme med et konkret bud på, hvad SeaWorld skulle have gjort anderledes i situationen for at mindske den efterfølgende modstand, der intensiverede efter visningen af *Blackfish* på CNN. Det begrundes i, at Coombs ikke har krisers kompleksitet for øje, hvilket han ligeledes bliver kritiseret for. I dette tilfælde er hans teori om krisekommunikation ikke tilstrækkelig. Set retrospektivt, blev SeaWorld anklaget for at være uærlige og for bevidst at placere deres medarbejdere i et risikofyldt arbejdsmiljø. Ydermere blev de kritiseret for at have hvaler i fangenskab og deres brug af dem til shows. SeaWorlds respons i situationen, efter visningen af *Blackfish* på CNN, fik debatten om marine parker til at intensiveres, hvorved den efterfølgende accelererede voldsomt. Formentlig idet SeaWorld endnu engang ikke tog ansvar. Medierne har her fremmet kritikernes syn på marine parker, hvorved vi ser en eskalering af de diskursive magtkampe.

SEAWORLDS MODANGREB PÅ KRISEN – BLACKFISH: THE TRUTH ABOUT THE MOVIE

I henhold til SeaWorld og udgivelsen af *Blackfish*, siger informant Ken Ramirez, tidligere Chief Whale Trainer om SeaWorld: "When *Blackfish* first came out, they still didn't answer questions, didn't do any interviews" (Bilag 3, 2015, linje 572-573). Først efter visningen på CNN, kommenterede SeaWorld på sagen, hvilket indikerer, at SeaWorld har følt sig nødsaget til at give svar på tiltale i denne situation. Den manglende kommunikation kan i nogle tilfælde være en fordel, idet man som virksomhed indikerer, at situationen ikke har den store betydning. Dette kan lægge en dæmper på debatten, idet nutidens nyhedsstrøm er hastigt

skiftende. Den manglende kommunikation fra SeaWorld kan derfor have været et bevidst træk. Omkring nutidens nyhedsstrøm og SeaWorlds krise udtaler Naomi Rose:

The news cycle these days are really short ... this plane just crashed ... 150 people goes slamming in the side of The Alps, I'll gurantee you, next week no one will be talking about it. The news cycle is like this short, and yet here we are five years later talking about Dawn's dead. It's bizarre. (Bilag 4, 2015, linje 234-237).

I citatet fremhæver Naomi Rose, at den manglende udtalelse fra SeaWorld ikke har formindsket situationen. Det lader altså til, at den givne situation er af signifikant karakter, hvorpå den er vedvarende i nyhedsstrømmen. Derpå har tavsheden fra SeaWorld ikke gavnet situationen. Ifølge tidslinjen er det værd at bemærke, at SeaWorld fra oktober 2013 til februar 2014 ikke udtaler sig officielt i henhold til Blackfish og effekten heraf trods løbende kritik (Bilag 10). Det er først i februar 2014, at SeaWorld lancerer en underside til deres hjemmeside kaldet Blackfish: The Truth About the Movie. Her forekommer der 17 modsvarsfilm, der modargumenterer Blackfishs påstande omkring SeaWorld. Modsvarsfilmene forekommer på SeaWorlds egen hjemmeside, SeaWorlds YouTube-kanal og Facebook-side. Som tidligere påvist under diskursanalysen, italesætter SeaWorld gennem modsvarsfilmene de usandheder, Blackfish fremsætter, og forsvarer deres handlinger som at have hvaler i fangenskab. Derudover bliver modstanderne, dem der kritiserer SeaWorld, omtalt negativt qua de tidligere påviste subjektpositioner. Sammenholdt med Benoits responstyper anser vi modsvarsfilmene som *Denial*, da SeaWorld afviser, at der er nogle former for sandhed i Blackfish, og fremsætter dokumentarfilmen for at være uærlig. Benoits responsstype *Reducing Offensiveness* har til formål at reducere de negative effekter af angrebet blandt andet ved at fremhæve virksomhedens exceptionelle kvaliteter. I modsvarsfilmene gør SeaWorld blandt andet opmærksom på deres arbejde med conservation, og fremhæver vigtigheden i virksomhedens eksistens, da de skaber awareness omkring havets dyr. SeaWorld forsøger altså her at reducere den negative effekt, Blackfish har medført, ved at fremhæve positive sider ved virksomheden, hvilket kan medføre en genoprettelse af image. Denne respons karakteriseres som *Bolstering*, hvilket er en undertype til *Reducing Offensiveness*. SeaWorld bruger i denne sammenhæng den identificeret responstype hensigtsmæssigt, da det ifølge Benoit er væsentligt at fremhæve virksomhedens gode sider og tiltag, men at det skal være i henhold til krisens omdrejningspunkt. Idet SeaWorld holder sig til at kommentere på Blackfishs anklager, er det en korrekt tilgang. Vi identificerer yderligere undertypen *Transcendens*, hvor det forsøges at placere begivenheden i en anden kontekst. Gennem modsvarsfilmene legaliserer SeaWorld at have hvaler i fangenskab grundet missionen om conservation og at skabe awareness. SeaWorld retfærdiggør også deres handling ved at argumentere for, at det er for en større samfundsmæssig sag. Der appelleres gennem modsvarsfilmene til en række specifikke værdier, såsom education og dyrevelfærd. Et eksempel herpå er medarbejderen Grey Stafford, der fortæller, at det ville være absurd at lukke marine parker på nuværende tidspunkt, da de tjener conservation og på denne måde bidrager til en forbedring af miljøet (modsvarsfilm 1). Det er altså en nødvendighed at have hvaler i fangenskab. Således

forsøges det at dæmpe modviljen omkring SeaWorld for den, i kritikernes øjne, skadesvirkende handling. Ydermere benytter modsvarsfilmene sig af det, Benoit betegner som *Attack the Accuser*. Her er formålet at svække modpartens beskyldninger, hvorved opmærksomheden bortledes fra en selv (Benoit, 1995, s. 95). Vi så under diskursanalysen, hvordan supporterne, i dette tilfælde SeaWorlds medarbejdere Jody Westberg og Alyssa Simmons i modsvarsfilmene, konstruerer kritikerne som en samlet antagonist, der blot kritiserer uden at gøre noget for hverken naturen, miljøet eller conservation (modsvarsfilm 8 og 10). Dette kan ses som et forsøg på at formindske modpartens troværdighed og bortlede opmærksomheden. Yderligere er det værd at bemærke, hvordan Mark Simmons, der medvirker i *Blackfish*, også medvirker i tre af modsvarsfilmene. Mark Simmons er ikke den eneste, der har været involveret i *Blackfish*, der efterfølgende tager afstand fra filmen. En af de tidligere SeaWorld trænere, Bridgette Pirtle, der har været konsulent på *Blackfish*s filmproduktion, har efter udgivelsen udtalt, at hun fortryder sin involvering (adweek.com). Idet SeaWorld producerer en modsvarsfilm med en medvirkende fra *Blackfish*, Mark Simmons, er det med til at støtte op om deres belæg om, at *Blackfish* fremstiller usandheder om virksomheden. Modsvarsfilmene kan derfor virke mere pålidelige. Dette kan ses som et forsøg på at formindske modpartens troværdighed, idet en medvirkende fra dokumentaren har vendt sig mod *Blackfish*. Vi identificerer denne respons i Benois teori som undertypen *Attack the Accuser* i kategorien *Reducing Offensiveness*. Denne type af respons, hvor SeaWorld forsøger at svække modpartens troværdighed, ses ligeledes i en modsvarsfilm, hvor Wendy Ramirez fortæller, hvordan *Blackfish* har brugt et klip af en træner med blod i hovedet i forbindelse med en montage, hvor spækhuggere angriber trænere. Wendy fortæller, at klippet ikke havde noget med spækhuggerulykker at gøre, men at træneren blot var faldet i dette specifikke klip. Dette er misvisende, idet filmen sammensætter klip som værende i relation til hinanden, selvom dette ikke er tilfældet, hvilket er manipulerende (modsvarsfilm 3). I en anden modsvarsfilm med Wendy Ramirez, kommer responstypen *Minimisation* til udtryk, der ligeledes er en undertype af *Reducing Offensiveness*, idet hun forklarer, at SeaWorld først overvejer at adskille kalve fra deres mødre, når kalven er voksen (modsvarsfilm 9). Her ser vi, at Wendy forsøger at minimere *Blackfish*s anklage ved at klarlægge, at den specifikke handling ikke er så slem, som *Blackfish* fremstiller. Benoit fremhæver, at *Minimisation* er en fordelagtig respons at anvende til at reducere truslen mod virksomhedens image, men at virksomheden bør være opmærksom på, at denne responstype også kan have den modsatte effekt (Benoit, 1995, s. 77). Vi mener responstypen i dette tilfælde har fejlet, da netop denne handling med at adskille kalve og mødre, fortsat er et opmærksomhedsvækkende kritikpunkt. Der bliver løbende skrevet artikler om dette og i maj 2015 lancerede PETA kampagnen: SeaWorld: Separating Babies and Mothers Since 1970, hvor den gravide topmodel Marissa Miller optræder.



PETAs kampagne mod SeaWorld. Maj 2015 (seaworldofhurt.org).

Vi konkluderer her, at SeaWorlds krise er så alvorlig, at det er blevet opfattet som upassende, uansvarligt og uetisk at forsøge at minimere problemet, hvilket yderligere har svækket genoprettelsen af SeaWorlds image.

Sætter vi dette i forbindelse med Coombs' teori om krisekommunikation, mener vi, at SeaWorlds image er underlagt *Severe Reputational Threat*, idet SeaWorld har set sig nødsaget til at producere modsvarsfilm. Filmene giver en indikation af, at SeaWorld i høj grad er berørt af The Blackfish Effect. Ved en sådan krisetype skal en virksomhed, ifølge Coombs, benytte sig af Rebuild Strategies. Det er værd at bemærke, at modsvarsfilmene anlægger Deny og Reinforcing Strategies, herunder *Attack the Accuser*, *Scapegoat* og *Bolstering*, hvorfor de med disse strategier undsiger sig delagtighed og dermed fralægger sig ansvaret for deres handlinger. Ydermere overflytter de skylden og forsøger at aflede opmærksomheden ved at gøre opmærksom på deres gode arbejde og nødvendighed i samfundet. De har her kombineret Deny Strategies med Reinforcing Strategies, hvilket er en mulighed ifølge Coombs i nogle situationer. Faktum er dog, at SeaWorld er underlagt *Severe Reputational Threat*, hvorfor der kun er én reponsstrategi at anvende, Rebuild Strategies. Idet SeaWorld indirekte tilkendegiver, at det ikke længere er en mulighed at ignorere de anklager, de er oppe imod og vælger at respondere med en omfattende filmproduktion, tyder det på, at truslen mod deres omdømme fortsat er høj. Vi så under diskursanalysen, qua de flydende betegnelser og antagonismer, hvordan supporterne og kritikerne har modsatrettede forståelser af de samme fænomener, eksempelvis marine parker, hvorfor deres forståelser er uforenelige og hæmmer hinanden. Ydermere klarlagde vi, hvordan medierne anlægger kritikernes syn på marine parker og stiller derfor tvivlsspørgsmål ved etikken i at have hvaler i

fangenskab. Med bevæggrund heri, mener vi ikke at valget af korrekt responsstrategi, jævnfør Coombs, ville opveje krisens trussel mod omdømmet.

NYE TILTAG UNDER KRISEN - SIKKERHED OG RE-DESIGN

I 2014 valgte SeaWorld at indføre en række tiltag, heriblandt specialdesignede redningsveste til trænerne, og annonceringen af et større udbygningsprojekt af spækhuggertankene. SeaWorld udtaler, at den nye redningsvest er, udover at være oppustelig, en iltbeholder, der kan give trænerne ilt, hvis de ved et uheld falder i vandet med spækhuggerne (huffingtonpost.com 1). På denne måde er den nye redningsvest en forbedring af medarbejdernes sikkerhed. Vi antager, at SeaWorld her ønsker at signalere, at de tager vare på deres medarbejders sikkerhed og dermed korrigerer beskyldningerne om modsatte. Som nævnt tidligere udtrykte flere medier, at netop disse tiltag var en effekt af filmen *Blackfish*, kaldet *The Blackfish Effect*. Da SeaWorld offentliggjorde redningsvestene, forklarede medarbejderen Kelly Clark, at indføringen af dem ikke havde noget at gøre med hverken Dawns død eller beskyldningerne omkring ringe sikkerhedsforanstaltninger (huffingtonpost.com 1). Ryan fra SeaWorld San Diego udtaler, at ulykker med spækhuggerne kan forekomme, og at det derfor er vigtigt at undersøge forholdene, da det skal være sikkert for både hvaler og trænere (Bilag 8, 2015). Ryan bekræfter her Kellys ovenstående udmelding. Vi betragter dog stadig truslen mod SeaWorlds omdømme for værende *Severe Reputational Threat*. Det understøttes yderligere i, at medier netop betegner samtlige tiltag fra SeaWorld som *The Blackfish Effect*. Med begivenhederne taget i betragtning, kræves der, ifølge Coombs, en officiel undskyldning, hvis man skal gøre sig forhåbninger om, at truslen bliver formindsket. Vi mener derfor ikke, at tiltaget omkring indføring af redningsveste har mildnet truslen. SeaWorld skaber samtidig en udfordring i deres kommunikation omkring deres spækhuggere ved disse tiltag. I diskursanalysen blev der tilknyttet momentet som 'Vilde og utilregnelige dyr' til nodalpunktet Hvaler i Kritiker-diskursen. I Supporter-diskursen var det derimod momenter som 'Menneskeliggørelse' og 'Harmløse dyr', der blev tilknyttet nodalpunktet. SeaWorlds tiltag om redningsveste går altså imod den konstruktion, de har skabt af spækhuggere, som blev identificeret i diskursanalysen. Når SeaWorlds trænere skal iføre sig en redningsvest, som har til formål at bibringe bedre sikkerhed for trænerne i interaktionen med spækhuggerne, fremstår de som værende farlige. Vi så under diskursanalysen, hvordan nodalpunktet Hvaler var en flydende betegner, da både Kritiker- og Supporter-diskursen forsøger at tillægge mening hertil. Med indføringen af redningsveste til spækhuggertrænerne, signalerer SeaWorld, at deres spækhuggere er vilde og utilregnelige, hvilket støtter op om Kritiker-diskursens syn på hvaler. Dette giver et modstridende billede af SeaWorlds fremstilling af deres spækhuggere, hvilket kan svække deres troværdighed.

I august måned 2014 offentliggjorde SeaWorld Blue World Project – et kosteligt udbygningsprojekt af spækhuggertankene. I offentliggørelsen af projektet udtalte Dr. Christoph Dold, Lead Veterinarian i SeaWorld: "It represents a future of care and display for killer whales. We are tremendously excited about

this future. Both the work and the benefits it will bring. And we know you will be too.” (youtube.com 6). Her udtrykkes det, at udbygningsprojektet skal bibringe spækhuggerne et bedre miljø og samtidig forbedre oplevelsen for de besøgende. Anvendes Benoits responstyper, synes SeaWorld med dette tiltag at benytte *Reducing Offensiveness*, herunder *Bolstering* og *Transcendens*, idet der fremhæves positive tiltag. Hvorvidt dette tiltag lykkedes med at formindske truslen mod SeaWorlds omdømme, udtaler informant Heather Rally fra PETA sig om:

... it's interesting that they chosen to do it actually. To me, it's sort of an admission of guilt, it's like “Yeah, we suck, so we are gonna built bigger tanks. Our tanks are totally not adequate, so we need to improve them” ...
But I don't think it actually helps their case ... And if it doesn't happen then they have really screwed themselves because they admitted that their tanks suck. (Bilag 7, 2015, linje 274-280).

Ligeledes udtaler informant og bioetiker Jes Harfeld om Blue World Project:

Det der med større bassiner, det tror jeg ikke en skid på. For nyligt har burhønsene fået større bure, det vil sige, at burhønsene i Europa før i tiden havde det, der svarer til det her (viser et A4-papir), men nu har de det her (tilføjer et lille stykke papir). Det er blevet sat op i EU som det vildeste fremskridt (Bilag 1, 2015, linje 302-305).

Jes Harfeld mener altså ikke, at SeaWorlds tiltag skaber en positiv forbedring for spækhuggerne, idet han hentyder til, at der er tale om en minimal udvidelse af tankene. Heather Rally og Jes Harfeld opfatter altså ikke SeaWorlds tiltag omkring udbygning af spækhugertankene for værende positivt, for som Heather Rally siger: ”... a larger prison is still a prison” (Bilag 7, 2015, linje 269-270). Ryan fra SeaWorld San Diego påpeger, at SeaWorld ikke har valgt at udbygge deres tanke på grund af Blackfish og mediernes samt kritikernes påstande. Han forklarer, at SeaWorld altid søger at forny sig, hvorfor det er en naturlig proces, der ikke er blevet forceret af andre parter. Derudover forklarer han, at dyrenes velfærd ikke måles på størrelsen af spækhugger tankene: “Size is not everything” (Bilag 8, 2015). Ifølge Ryan er der blot tale om en forbedring af tankene, hvilket er en konstant kontinuerlig proces og altså noget, de har gjort med jævne mellemrum siden etableringen af SeaWorld (Bilag 8, 2015). Heather Rally mener dog, at SeaWorlds Blue World Project har gjort offentligheden ekstra opmærksomme på de knap så optimale forhold, spækhuggerne har på nuværende tidspunkt (Bilag 7, 2015, linje 274-280). Med dette perspektiv synes tiltaget ikke at formindske truslen mod SeaWorlds omdømme.

I februar måned 2015 offentliggjorde SeaWorld Orlando, at de vil re-designe deres Dolphin Cove område, således det ikke længere er muligt for de besøgende at fodre delfinerne (Bilag 10). I stedet får besøgende muligheden for at interagere med delfinerne i et aflukket område mod ekstra betaling. Dette re-design af Dolphin Cove udførte San Diego i 2012 og San Antonio i 2013. SeaWorlds talsperson Aimée Becka forklarer

om re-designet: "This new program is for those who would like to interact with the animals in an even more up-close and personal way, and have a reserved time and opportunity to do so." (theguardian.com). I en artikel fra Orlando Sentinel står der i henhold til dette tiltag: "SeaWorld has had a run of bad news. The company's park attendance and stock value have both declined as it has battled controversy over its captive killer whales, fueled by the 2013 documentary "Blackfish"" (orlandosentinel.com 1). Udover at re-designet bliver annonceret i en periode, som er præget af negativ omtale af SeaWorld, bliver tiltaget samtidig sat i forbindelse med forrige begivenheder i SeaWorld. Flere medier genfortæller to uheld, der er forekommet i Dolphin Cove området i nyheden om re-designet. Det første uheld forekom i Orlando i 2012, hvor en otte-årig pige blev bidt af en delfin, mens hun fodrede den. Dette blev optaget på film og uploadet på YouTube. En ni-årig pige blev ligeledes bidt af en delfin i San Antonio i 2014 (Bilag 10). Annonceringen om re-designet fik flere nyhedsmedier til at tilknytte tidligere uheld til dette. Krisen intensiveres derfor, da SeaWorlds krisehistorik bliver opridset, altså den såkaldte velcro-effekt. I en artikel fra The Guardian, fremgår det, at adskillige dyreaktivist-grupper siden 1990'erne har protesteret mod Dolphin Cove attraktionen i SeaWorld. I samme artikel refereres der til en rapport fra The Whale and Dolphin Conservation Society og The Humane Society, hvor det påpeges, at fodringen har ledt til, at delfinerne blandt andet bliver overvægtige (theguardian.com). Selvom SeaWorld påpeger, at re-designet af Dolphin Cove skal bibringe bedre interaktion mellem de besøgende og delfinerne, antyder tiltaget at være en form for *Corrective Action*. Ved denne responstype besvarer man et angreb ved at forsøge at rette op på problemet. I og med der har været massiv kritik af Dolphin Cove, anser vi, at SeaWorld her forsøger at rette op på problemet ved at re-designe attraktionen. Benoit nævner i relation til *Corrective Action*, at det er muligt at korrigere uden at påtage sig ansvaret for den forudgående begivenhed (Benoit, 1995, s. 163). Da SeaWorld italesætter re-designet som blot værende en forbedring af oplevelsen for de besøgende, afviser de implicit, at det har noget at gøre med de forudgående begivenheder. De korrigerer altså, uden at tage ansvar. I forbindelse med annonceringen af re-designet udtaler Naomi Rose i ovennævnte artikel: "I actually think it's an improvement in the situation. It's certainly not what I want, I want the whole thing to end" (theguardian.com). Naomi knytter her re-designet til det tidligere design og henviser til, at det ikke var optimalt. Overordnet kan SeaWorlds re-design af Dolphin Cove få to betydninger for omdømmet. For det første kan det have en positiv betydning, da interessenterne ser SeaWorld som værende en virksomhed, der korrigerer fejlen ved at re-designe attraktionen. Dette kan rette op på den kritik, der tidligere har været og samtidig bibringe bedre og sikrere interaktionsmuligheder for de besøgende. Alt i alt en forbedring. På denne måde modvirker SeaWorld, at der forekommer flere uheld fremover, da de besøgende er i mindre grupper og i selskab med en træner. Derudover undgår de, at delfinerne bliver overfodret. På den anden side har annonceringen om re-designet haft en negativ betydning for SeaWorld. Nyheden om det nye design fik medierne til at eksponere tidligere uheld, som attraktionen havde medført. På denne måde blev offentligheden enten gjort opmærksomme på disse uheld, eller mindet om dem, hvilket bevirker, at der bliver knyttet ekstra begivenheder til SeaWorlds

krisehistorie. Dette forværrer krisen. Som nævnt tidligere kan en virksomheds krisehistorik forøge den kritiske situation, hvorfor det ikke er hensigtsmæssig, hvis de relevante modtagere bliver gjort opmærksomme på denne.

KRISEN FORTSÆTTER - NY ÅBEN STRATEGI

I marts og april 2015 lancerede SeaWorld tre kampagner. Kampagnerne har til formål at sætte fokus på både havdyrene og virksomheden i sig selv. Første kampagne Meet The Animals består af små filmproduktioner, som er publiceret på SeaWorlds hjemmeside og Facebook-side. Om den nye kampagne udtaler SeaWorld:

SeaWorld opened its doors with a simple mission: to 'open a new dimension in human knowledge and understanding of the undersea world and its inhabitants' ... 'The Meet the Animals' campaign takes SeaWorld back to these roots and emphasises the power of a visit to make a lasting connection between animals and people (prnewswire.com).

Hver kampagnefilm har fokus på ét specifikt dyr i en af SeaWorlds parker.



SeaWorlds TV-kampagne - Meet The Animals. Marts 2015 (youtube.com 7).

Ovenstående eksempel med Leon – The Lion, tager udgangspunkt i en søløve, hvor SeaWorld fortæller personlige træk omkring denne: "Leon is 9 years old and is about as tall as a basketball player. His special talents include blowing bubbles out of his nose" (youtube.com 7). Formålet er at gøre de relevante modtagere interesseret i at tage i SeaWorld for at møde dyrene på førstehånd. SeaWorld påpeger, at selvom de tilføjer flere rutschebaner til deres parker, besøger folk dem i sidste ende for at opleve dyrene. Ydermere begrundes SeaWorld, at netop dette element: "... separates us from everyone else" (orlandosentinel 2). Endvidere ønsker SeaWorld med denne kampagne at skabe større awareness for naturen og få besøgende til at være mere betænksomme omkring dyrs naturlige habitat. Idet SeaWorld italesætter, at kampagnen skal føre

virksomheden tilbage til dens oprindelige mission, altså at oplyse befolkningen om havet og dets dyr, italesætter de implicit, at de har fokuseret på andre elementer på det seneste i forhold til deres oprindelige mission. I forlængelse af Meet The Animals lancerer SeaWorld endnu en kampagne. Denne gang udelukkende med fokus på deres spækhuggere i form af mindre filmproduktioner. Ifølge SeaWorld lancerer de denne kampagne: "... to counter "misformation" and highlight the company's commitment to killer whale care and research" (wsj.com). I hver film fokuserer en dyrlæge eller en træner på et faktuel emne omkring spækhuggere, eksempelvis hvor gamle de bliver i fangenskab kontra i naturen, eller hvorfor nogle af spækhuggerne har en kollapset rygfinne. Ydermere italesættes det i filmene, hvor godt spækhuggerne har det, og hvor meget medarbejderne holder af dyrene, hvorfor de aldrig ville skade dem eller udsætte dem for uhensigtsmæssige forhold. Kampagnen med spækhuggerne er her, ligesom modsvarsfilmene, med til at italesætte og styrke det billede, vi så blive konstrueret af supporterne i Supporter-diskursen, qua subjektpositioneringer. Fælles for de to kampagner er, at de begge kan sættes i relation til Benoits responstype *Reducing Offensiveness*, da SeaWorld forsøger at reducere de negative effekter, Blackfish har genereret, og ydermere fremhæve de positive sider ved virksomheden. Vi ser både *Bolstering* og *Minimisation* blive benyttet her, idet der ses et forsøg på at reducere den kritik, der er omkring, at SeaWorld har hvaler i fangenskab. Der udtrykkes en legalisering af denne handling, idet SeaWorld klarlægger fakta omkring hvalerne, der indikerer, at de har det ligeså godt, hvis ikke bedre i fangenskab end ude i naturen. Det er interessant at bemærke, hvordan SeaWorld i begge ovenstående kampagner har fokus på dyrene og deres naturlige habitat. Dette kan sættes i relation til, hvad vi tidligere har nævnt omkring den forhenværende dominerende diskurs, hvor SeaWorld hovedsagligt havde fokus på mennesket og underholdning. Vi ser altså et skift i SeaWorlds fokus qua kampagnerne og showet One Ocean.

Kort efter lanceringen af ovenstående kampagner, igangsatte SeaWorld en omfattende og længerevarende kampagne på det sociale medie Twitter, der skulle fungere som interaktion mellem virksomheden og de relevante modtagere. The Huffington Post skriver om kampagnen:

In an effort to rehabilitate its image following controversy from the 2013 release of "Blackfish," the park tried educating the public with an "AskSeaWorld" campaign. It invited users to post questions on Twitter that would then be answered on a SeaWorld Cares site (huffingtonpost.com 2).

Med kampagnen AskSeaWorld udviser SeaWorld større åbenhed, hvilket på mange måder ses som en ny tilgang i forhold til at genoprette virksomhedens omdømme. Vi ser fortsat, hvordan SeaWorld er tildelt et stort ansvar for manglende dyrevelfærd. Gennem ovenstående kampagne anskuer vi, hvordan SeaWorld forsøger at løse og reducere problemet ved at svare på spørgsmål fra interessenterne. Ved at udvise åbenhed og svare på spørgsmål, afleder SeaWorld muligvis nogle af de anklager, de har fået pålagt siden udgivelsen af Blackfish i 2013. Eksempelvis har en bruger spurgt SeaWorld, gennem AskSeaWorld kampagnen, hvorfor de

bebrejdede Dawn og ikke Tilikum for hendes død. Hertil svarer SeaWorld, at de aldrig har bebrejdet Dawn for sin egen død, hvorfor Blackfishs påstand omkring dette ikke er sandfærdig (ask.seaworldcares.com). Hermed har de muligvis afledt nogle af de anklager, Blackfishs udgivelse generede. Kampagnerne antager vi er en form for værktøj, SeaWorld benytter i deres hegemoniske projekt for at gøre deres forståelse af marine parker til den dominerende i samfundet.

Modtagelsen af kampagnerne medvirkede dog ikke umiddelbart til en genoprettelse af image for SeaWorld. Allerede et par dage efter, at Meet The Animals blev lanceret, var kritikerne hurtige til at påpege, at SeaWorld forsøger at danne et fordrejet billede af dyrs velfærd i fangenskab (thedodo.com 3). Kampagnen, hvor SeaWorld sætter fokus på spækhuggerne, mødte endnu større kritik fra organisationer som PETA, der påpeger, at SeaWorld decideret lyver om spækhuggernes forhold og velfærd i fangenskab, og vildleder deres interessenter ved at give falske informationer om dette. Denne kritik vælger SeaWorld at respondere på ved at påpege, at det derimod er PETA, der lyver og giver falske informationer omkring spækhuggere i fangenskab. SeaWorld begrundet dette med, at deres medarbejdere besidder stor ekspertise indenfor dyreverden, hvorfor det er SeaWorlds fakta, der er korrekte (cnn.com 3). Det er tydeligt, hvordan der forekommer mudderkastning mellem PETA og SeaWorld i udtalelserne i henhold til spækhuggerkampagnen. I forhold til SeaWorlds påstand omkring at PETA ikke taler sandt, benævner Jes Harfeld, hvordan organisationer som PETA ofte kan overdrive fakta for at fremme egen sag:

... nogle gange siger de usandheder ... så går jeg ind og tjekker litteraturen og ser på de studier der er lavet og tjekker videnskab og så viser det sig, at der er nogle usandheder i noget af det de siger ... der ved jeg så ikke om de her usandheder er: 1) De ved ikke bedre. De har ikke styr på fakta. Eller om det er: 2) De har sådan set styr på fakta, men det her virker bedre, da familien Danmark slet ikke har styr på fakta. Og så kan man sige, så lyver jeg i den gode sags tjeneste, ikke? (Bilag 1, 2015, linje 242-249).

Naomi Rose nævner ligeledes, hvordan hun oplever, at dyreaktivistiske organisationer, såsom PETA, ofte har en emotionel og dramatisk tilgang til deres arbejde (Bilag 4, 2015, linje 86-88). I diskursanalysen påviste vi, hvordan den conative, emotive og poetiske funktion er dominerende i Blackfish. Eksempelvis i filmens slutscene, hvor nogle af de medvirkende er på en båd og ser spækhuggere svømme i naturen. Naomi er dog af den tro, at den emotionelle tilgang ofte kan virke utroværdig, da det er på grænsen til overdrivelse og manipulation af følelser, hvorfor den ikke nødvendigvis gavner. Naomi er derfor ikke tilhænger af denne tilgang for at fremme egen sag og påpeger, at hun udelukkende arbejder faktabaseret. Ovennævnte konflikt mellem SeaWorld og PETA kan relateres til diskursanalysen om kritikerne og supporterne jævnfør de flydende betegnelser, hvor der forekommer en diskursiv kamp om at indholdsudfylde marine parker på en specifik måde, der gavner egen sag. Under diskursanalysen blev den flydende betegnelse marine parker tillagt momenterne 'Usandhed' og 'Sandhed' af henholdsvis kritikerne og supporterne. Eksemplet, hvor SeaWorld

og PETA kritiserer hinanden for at lyve, støtter op omkring påvisningen af, at begge parter er overbeviste om, at deres sandhed omkring marine parker er den rigtige. Dette bekræfter vores påvisning om, at marine parker er en flydende betegner.

SeaWorlds kampagner Meet the Animals og spækhuggerkampagne mødte, som påvist, meget kritik. Største og mest omfattende kritik er dog af kampagnen AskSeaWorld, idet kampagnen er endt med at være et forum for negative statements om SeaWorld.



LION @LIONS4Mercy · May 2

#AskSeaWorld Why do you care more about \$\$\$ than your animals?
@SeaWorld



Jmart @josh_martel66 · May 11

#AskSeaWorld How can you make your parking lots bigger than the homes to these marvelous animals who deserve to have the whole ocean? 🌊



Mabis @RebeccaMabis · May 11

#AskSeaWorld your campaign is too little too late. What are you doing to make a REAL positive change in the lives of your animals?

AskSeaWorld kampagne på Twitter. Maj 2015 (twitter.com).

Kampagnen har altså fejlet i dens hensigt, da den har udviklet sig i en retning, der kun forværrer SeaWorlds omdømme. AskSeaWorld havde til hensigt at aflede anklager og belyse, i SeaWorlds optik, sandheden. Udover negative statements fra privatpersoner, har organisationer såsom OPS ligeledes involveret sig i kampagnen. OPS, organisationen bag The Cove, udnytter kampagnes hashtag til at sprede deres eget budskab og samtidig reklamere for deres nyeste film i rækken Racing Extinction.



Racing Extinction @Extinction OPS - May 4

When will @SeaWorld change their ways? #EmptyTheTanks #AskSeaWorld



OPS' opslag med #AskSeaWorld på Twitter. Maj 2015 (twitter.com)

De viste eksempler bevidner om, at AskSeaWorld kampagnen er ude af kontrol, blandt andet idet der er forekommet hashjacking, hvor organisationer og privatpersoner udnytter en virksomheds hashtag til at fremme egen sag (kommunikationsforum.dk). Udover rigtig mange negative statements uden reelle spørgsmål til SeaWorld, er der mange spørgsmål, SeaWorld ikke har besvaret, trods kampagnens motto "You ask. We answer.". Dette kan skyldes den overvældende strøm af opslag på Twitter og kritik af kampagnen. SeaWorld mener dog, at kampagnen har været succesfuld, idet SeaWorld aldrig har haft så meget aktivitet på deres sociale mediers kanaler (prweek.com). Flere medier udtrykker, at kampagnen, som forventet, ikke fungerer efter hensigten. USA Today skriver om kampagnen, at: "... there are many people on Twitter using the hashtag #AskSeaWorld to criticize the company." (usatoday.com). Ydermere udgav The Huffington Post en artikel med overskriften: "#AskSeaWorld Twitter Campaign Pretty Much Goes How You'd Expect" (huffingtonpost.com 2). SeaWorld reagerede på kritikken af kampagnen ved at skrive på deres Twitter-konto og hjemmeside den 31. marts 2015: "It's no surprise that animal rights activists, led most notably by PETA, have inundated Twitter to try to deny people with real questions a chance to have their questions answered" (seaworldcares.com 1). SeaWorld angriber her modparten, i dette tilfælde PETA, og beskylder dem for at ødelægge kampagnen ved at kritisere og stille irrelevante spørgsmål uden seriøs karakter. På denne måde antager vi, at SeaWorld prøver at aflede opmærksomheden fra den generelle kritik, som deres kampagne møder, ved at give en anden part skylden, hvilket kan relateres til *Attack the Accuser*. Dette kan sidestilles med diskursanalysen, hvor vi har analyseret, at supporterne konstruerer en samlet og entydig antagonist i kritikerne. En antagonist som begrænser SeaWorlds identitet, og hermed deres intentioner og handlinger.

SeaWorlds kampagner er uden tvivl en måde, hvorpå virksomheden forsøger at reducere den negative effekt, som deres handling, at have hvaler i fangenskab, har genereret. AskSeaWorld er et forsøg på en større åbenhed fra SeaWorlds side, men som Ken Ramirez italesætter:

... they are much more open, taking a much more proactive approach. Their new approach is being criticized, you know most of the activist groups say that they are only doing this because of the criticism. In that situation SeaWorld can do nothing correct (Bilag 3, 2015, linje 573-576).

Det antydes, at SeaWorld befinder sig i en krisesituation, hvor enhver handling bliver kritiseret, og dermed medvirker til at intensivere og forlænge krisen. Vi vil derfor konkludere, at SeaWorlds image fortsat lider under *Severe Reputational Threat*, da deres handlinger, ligegyldig hvilke, er under massiv kritik. Deres kommunikationsstrategi, i dette tilfælde i form af ovennævnte kampagner, har altså ikke været med til at genoprette deres image, men har nærmere haft den modsatte effekt og intensiveret krisen. Her er det væsentligt at nævne, at vi under diskursanalysen så, hvordan Kritiker- og Supporter-diskursens ækvivalenskæder indeholder modstridende og kontrastfyldte ord, hvilket gør, at de ikke er forenelige. På denne måde hæmmer og udelukker de to ækvivalenskæder hinanden, hvorved et antagonistisk forhold opstår. Modtagelsen af kampagnerne kan være med til at bekræfte og støtte op omkring, at SeaWorld ikke kan foretage optimale og ideelle handlinger, ifølge kritikerne.

KRISEN DER ALDRIG STOPPER?

I dokumentarfilmen *Blackfish* medvirker den tidligere SeaWorld træner John Hargrove, der siden er blevet en kendt personlighed, idet han har deltaget i flere TV-debatter og er talsperson for *Blackfish*. I marts 2015 udgav han bogen *Beneath The Surface: Killer Whales, SeaWorld and the Truth Beyond Blackfish*. I forbindelse med udgivelsen af bogen optrådte John Hargrove i *The Daily Show* med Jon Stewart, hvor han udtrykte klare og negative holdninger til SeaWorld. Kort tid efter hans medvirken i *The Daily Show*, lækkede SeaWorld en privatoptagelse med Hargrove, hvor han, påvirket af alkohol, opfører sig racistisk og upassende, iført en SeaWorld trøje. I forbindelse med lækkelsen af denne privatoptagelse udtaler SeaWorlds talsperson Fred Jacobs: "We are offended by John's behaviour and language. The video is particularly reprehensible since John Hargrove is wearing a SeaWorld shirt" (dailymail.co.uk 2). Vi ser her, hvordan SeaWorld igen forsøger at bortlede opmærksomheden fra den krise, de står i, ved at rette fokus på John Hargroves uanstændige opførsel. Vi karakteriserer dette som en *Attack the Accuser* responstype under Benoits hovedkategori *Reducing Offensiveness*. I denne situation benytter SeaWorld sig af et personligt angreb og indblander her private optagelser af en tidligere medarbejder, John Hargrove, for at svække hans troværdighed i forbindelse med hans nyeste bogudgivelse. Privatoptagelsen med John Hargrove kan i princippet ikke relateres til den krise, SeaWorld står i, hvorfor de overfører konteksten til en anden. Hargrove udtaler i forbindelse med SeaWorlds handling:

What's so amazing, they are not adressing the issue at hand ... This is about killer whales in captivity ... These are all just personal attacks to try to slander me and my character ... These are pretty, childish attempts to discredite somebody (dailymail.co.uk 2).

I relation til denne situation med John Hargrove og ovenstående analyse af SeaWorlds respons i henhold til den krise, de befinder sig i, virker det som om, SeaWorld er nået til et punkt, hvor de har mistet kontrollen, da de har svært ved at genoprette deres omdømme. Der kan sættes spørgsmålstegn ved, om SeaWorld vil være i stand til på nuværende tidspunkt at reducere krisens omfang. Hvis SeaWorld havde benyttet sig af en officiel undskyldning fra krisens påbegyndelse og påtaget sig ansvaret for Dawns dødsulykke, ville Blackfish ikke have samme udgangspunkt. Dette begrundes i, at SeaWorlds respons på begivenheden er et større kritikpunkt i Blackfish. Ved at benytte sig af *Denial* og samtidig give Dawn skylden for ulykken, har SeaWorld fremstået som en kynisk virksomhed, hvilket har forværret situationen. Marine parkers forretningsgrundlag er, i forbindelse med udgivelsen af Blackfish, blevet eksponeret i et negativt syn. Det er derfor en kompliceret situation for SeaWorld, idet hele deres eksistensgrundlag er under skarp kritik, hvorfor det kan være svært at opveje denne. I dag handler debatten i langt højere grad om dyrevelfærd i marine parker, end Dawns død. Vi ser, hvordan Kritiker-diskursen har et syn på marine parker som værende en institution, der skjuler sandheden om manglende dyrevelfærd og deres egentlige og eneste intention om at opnå profit. Flere medier anlægger ligeledes et kritisk syn på marine parker. Vi ser en intensivering i debatten, hvilket har gjort, at en dislokation har fundet sted og SeaWorld nu forsøger at etablere et hegemonisk projekt. Der er dog en tendens til, at selvom SeaWorld med flere kampagner retfærdiggør deres eksistensgrundlag, forekommer der en konstant betvivelse.

Ovenstående skitserer en kompliceret krisesituation for SeaWorld, da de befinder sig i en fastlåst position, hvor ligegyldigt hvad de gør, bliver de kritiseret. Det er derfor interessant at se, hvad der vil ske med SeaWorld i fremtiden, og om det overhovedet er muligt for dem at genvinde deres troværdighed og dermed komme ud af krisen.

SeaWorlds forhenværende CEO Jim Atchinson forlod sin stilling i december 2014, og en ny CEO, Joel Manby, tiltrådte stillingen i april 2015. Joel Manby udtalte kort efter sin tiltrædelse: "I believe that when we get the facts out to our guest, partners and others constituencies, we win ... We are just beginning that fight." (prweek.com). Med disse ord italesætter SeaWorlds nye CEO, at virksomheden befinder sig i en kompliceret position, men har klare intentioner om at genvinde deres troværdighed og forhenværende popularitet. På trods af en meget kritisk situation, er SeaWorld overbevist om at vinde kampen, og dermed gøre deres forståelse af marine parker til den dominerende i samfundet.

Kapitel 5

AFRUNDING

Igennem analysen har vi påvist, hvordan de forskellige parter har ageret og dermed positioneret sig i debatten om marine parker. På denne måde har vi påvist at der er forekommet et skift i den generelle holdning til branchen. Vi vil i dette kapitel reflektere over, hvorfor dette skift er forekommet og diskutere, hvordan debatten har haft en indvirkning på marine park branchen. Vores socialkonstruktivistiske tilgang vil blive inddraget og brugt til at forklare ændringerne i den offentlige mening herom. Slutteligt vil vi sammenfatte vores resultater og besvare problemformuleringen i form af en konklusion.

”The court of public opinion is what causes things to happen ... and right now I see a growing kind of fight against places like marine parks” - Chad, Aquarium of the Pacific

SKIFTENDE TIDER

Igennem de foregående kapitler påvises det, hvordan der er forekommet ændringer i meninger og holdninger omkring marine parker, siden debatten intensiverede. Vi mener, disse skift i meninger og holdninger kendetegner marine park branchens status i nutidens samfund, og finder det interessant at reflektere over dette nyanlagte syn og dermed skift i tiden. Gennem denne refleksion vil vores socialkonstruktivistiske perspektiv blive inddraget. Denne klarlægning af de skiftende tider er med til at besvare problemformuleringen i form af hvilken indvirkning, debatten har på marine park branchen.

Susan G. Davis pointerer med sin bog *Spectacular Nature: Corporate Culture and the Sea World Experience*, hvordan SeaWorld og andre marine parker fra 1960erne til slut 1990erne opnåede stor succes blandt befolkningen (Davis, 1999, s. 55). Davis skriver: "... the use of television, and the creation of an animal celebrity (red. Shamu) had helped Sea World achieve a national reputation, wide visibility as a tourist attraction, and enormous economic success" (Davis, 1999, s. 57). Set i lyset af dette, antager vi, at der før i tiden var en dominerende diskurs, hvor det var socialt acceptabelt at have hvaler i fangenskab. Vi så i diskursanalysen, hvordan denne dominerende diskurs er brudt sammen efter en dislokation, og hvordan SeaWorld nu foretager et nyt hegemonisk projekt. Udover en social accept af hvaler i fangenskab, mener vi yderligere, at den tidligere dominerende diskurs har været opretholdt af troen på ekspertsamfundet. Ekspertsamfund skal her forstås i samfundsteoretikeren Anthony Giddens' definition, der advokerer for, at samfundet kræver og tvinger mennesket til at have tillid til samfundets eksperter for at kunne begå sig. Denne tillid sidestiller Giddens som en form for forpligtelse eller tro (Giddens, 1999, s. 31). I vores tilfælde skal eksperter anses for at være SeaWorld medarbejdere. Med bevæggrund i Giddens' definition, ser vi ekspertsamfundet som udtryk for en generel tro blandt offentligheden på samfundets eksperter og institutioner, hvilket vi i dag ser, der forekommer en betvivlelse af i forhold til marine parker. Vi antager, at SeaWorld medarbejdere fik tilskrevet en særlig magt omkring italesættelse af viden og sandhed før i tiden. Når de besøgende var overbeviste om, at SeaWorlds konstruktion af viden og sandhed var den rigtige, var de aktivt med til at reproducere denne. Det interessante er, at der senere hen med dokumentarfilm som *The Cove* og *Blackfish* og organisationer som PETA er blevet skabt en betvivlelse af SeaWorlds konstruktion. Heather Rally beskriver, hvordan hun oplevede denne betvivlelse af SeaWorld, efter hun havde set *The Cove*:

... also the disappointment in myself for not knowing about these issues, been a member of this community and also having in some ways a feeling that I have a hand in it. Because when I went to SeaWorld when I was a kid, you know who did not go to SeaWorld? And nobody knew (Bilag 7, 2015, linje 63-65).

Der er altså forekommet en kritisk indstilling over for den viden, der tidligere er blevet opfattet som værende selvfølgelig, hvilket er et karakteristika ved socialkonstruktivismen. Et eksempel herpå er SeaWorlds kampagne med fokus på deres spækhuggere, hvor en række dyrlæger medvirker. Her forklarer de, at der ikke

er forskel på spækhuggeres levevilkår i fangenskab i forhold til naturen. Trods deres faglige position, er kampagnen sidenhen blevet kritiseret voldsomt for at fordreje sandheden. Som ekspertsystem burde offentligheden have tillid til SeaWorld som autoritet, grundet deres ekspertise omkring dyr. Dog ser vi et brud på denne tillid og tro på SeaWorld som ekspertsystem, hvilket ligeså er gældende for den resterende marine park branche. Fra et socialkonstruktivistisk synspunkt kan det her forklares, at hvis de relevante modtagere afviser at acceptere SeaWorlds konstruktion af virkeligheden, opstår der en konflikt om at definere sandheden om marine parker. Dette så vi blandt andet udfolde sig under diskursanalysen, hvor der forekommer diskursive magtkampe mellem Kritiker-diskursen og Supporter-diskursen om, hvilken diskurs der skal opnå hegemoni og dermed være den dominerende opfattelse af marine parker i samfundet.

Udover brudet på ekspertensamfundet i forhold til marine parker, ser vi, hvordan der i forlængelse heraf forekommer et ændret syn på dyrevelfærd. Et skift som blandt andet italesættes af Zeke i forhold til delfinerne i Boudewijn Seapark:

Most of them come from other parks. And some older ones still come from the wild, which is something we don't do anymore. Not something we want to do, but also not socially acceptable anymore. It's not possible to take dolphins from the wild anymore (Bilag 2, 2015, linje 70-72).

Dette syn bakkes op af Ryan fra SeaWorld San Diego, der ligeledes italesætter, at: "SeaWorld would never collect animals" (Bilag 8, 2015). SeaWorld indfangede engang hvaler fra naturen, men har ikke gjort dette de seneste 35 år (seaworldcares.com 2). Vi ser her, hvordan det ikke længere er socialt acceptabelt at fange hvaler i naturen. Engang var eventuelle problematikker såsom dyreetik og dermed indfangning af hvaler ikke noget, man satte spørgsmålstejn ved. Senere er disse etiske spørgsmål taget til eftertragtning, og det ses, hvordan sandheden om indfangning af hvaler fra naturen er blevet konstrueret som et reelt problem, hvorfor marine parker ikke længere benytter sig af denne metode. Et eksempel herpå er, hvordan den føderale domstol i Atlanta i efteråret 2013 afviste Georgia Aquariums ansøgning om at importere 18 indfangede beluga hvaler til deres akvarium (Bilag 10). Naomi Rose mener, at denne afvisning er til Blackfishs fulde fortjeneste og er et tydeligt udtryk for den effekt, dokumentarfilmen skabte ved sin udgivelse. Yderligere pointerer hun, at domstolens beslutning viser et tydeligt skift i den sociale accept omkring dyrevelfærd og marine parker (Bilag 4, 2015, linje 577-590). Jes Harfeld italesætter ligeledes et ændret syn på dyrevelfærd i den vestlige kultur:

Vi vil have mere og mere dyrevelfærd. Dengang jeg startede med det her tilbage i 90erne, der var jo slet, slet ikke det samme dyrevelfærdsfokus, som der er i dag ... Det er en voksende tendens. Det er helt normalt at sige, at man synes, der skal være god dyrevelfærd i en eller anden kontekst. Det kan være til zoos, det kan være til delfinarier, landbrug eller et eller andet (Bilag 1, 2015, linje 346-358).

Samme anskuelse deler Heather Rally: "... this is the next level, this is the next equal rights movement. Animal rights movement." (Bilag 7, 2015, linje 322-323). Dette forandrede syn har således indvirkning på hvilke værdier, der tillægges institutioner som marine parker. Vi antager, at dokumentarfilm omhandlende dyrevelfærd, qua informanternes udtalelser, er i stand til at opnå stor opmærksomhed, da emnet er aktuelt. Yderligere ser vi en ændring i opfattelsen af dyrevelfærd, idet National Aquarium i Baltimore har afskaffet deres delfinshows i 2012, og Clearwater Marine Aquarium overvejer at pensionere deres delfiner. Begge institutioner opfordrer deres interessenter til at tilkendegive deres holdning omkring, hvad der skal ske med deres delfiner. Endvidere har det amerikanske firma Ringling Bros. Circus annonceret, at de vil afskaffe deres famøse elefantshows i 2018. Denne beslutning begrundes i: "There's been somewhat of a mood shift among our customers ... A lot of people aren't comfortable with us touring with our elephants" (nydailynews.com). Det er interessant at bemærke, hvordan virksomhederne anerkender deres interessenters mening fremfor selv at bestemme, hvad de, som eksperter, mener er bedst. Denne opfordring tyder implicit på, at de søger interessenternes accept af deres handlinger, da institutioner der bruger dyr til shows er i en udsat og sensitiv position jævnfør de skiftende tider. Dette er muligvis grunden til, at Naomi Rose har et meget klart fremtidssyn: "So I see in my professional career, the end of killer whales in captivity, I see maybe in my lifetime, a couple of other species out of captivity." (Bilag 4, 2015, linje 162-163). Dyrevelfærd har fået større betydning og genererer flere kampagner og shitstorms på sociale medier, hvilket bekræftes af informant Chad: "The court of public opinions is what causes things to happen ... and right now I see a growing kind of fight against places like marine parks" (Bilag 6, 2015, linje 310-312). Chads udtalelse om at modstanden mod marine parker vokser, ses blandt andet ved modtagelsen af Dansk Supermarkeds konkurrence, der genererede en masse negative opslag på de sociale medier. Derudover ses opslag på sociale medier, der opfordrer til at demonstrere mod marine parker (facebook.com 2).

 **The Cove**
 May 15 at 3:56pm · Edited · 🌐

CANADA! Come out tomorrow!

The 54th season of Marineland will be met by people from all over the world assembling to peacefully demonstrate against this infamous captive marine mammal facility. Let's #EmptyTheTanks & make this their last operating season exploiting animals:
<https://www.facebook.com/events/376517159187434/>



Facebook-opslag fra The Cove. Maj 2015 (facebook.com 2).

Som tidligere nævnt hævder socialkonstruktivismen, at vores verdensopfattelse afhænger af kultur og historie, hvorfor denne er kontingent. Vi ser her, hvordan marine parker oplever konsekvensen af, at kultur og dermed samfundets syn har forandret sig. Marine parkers forretningsmodel blev skabt tilbage i 1938 og tiderne har sidenhen ændret sig. Samfundet har ændret deres syn på og prioritering af dyrevelfærd, hvorfor dette influerer marine park branchen. Zeke beretter, at der er demonstranter ude foran Boudewijn Seapark en fast dag i hver måned: "... they demand that we close the dolphinarium" (Bilag 2, 2015, linje 374-375). I dag er der i højere grad fokus på naturen, økologi og miljø (Bilag 1, 2015, linje 326-364). Dette ses i samfundet, hvor vi ser en stigende tendens til, at virksomheder brander sig på at være miljøvenlige, kvalitetsbevidste og bæredygtige. Derpå forekommer der en "back to nature" mentalitet, der er stødt fremherskende. Spørgsmålet er derfor ikke nødvendigvis, hvorvidt marine parker formår at skabe et godt miljø for dyrene, men at det simpelthen ikke er muligt at genskabe dyrenes naturlige habitat. Af denne grund er det ikke længere ligeså kulturelt og socialt acceptabelt at have dyr i fangenskab som før i tiden. The Cove og Blackfish har fremmet dette nyanlagte syn på marine parker, hvorfor debatten er intensiveret. Ovenstående tyder på en voksende modstand mod institutioner som marine parker, som branchen har svært ved at ignorere. Boudewijn Seapark har eksempelvis valgt ikke at have en Facebook-side, idet det kan invitere til en masse kritik. Zeke forklarer:

... Facebook also invites a lot of negative publicity. And that is one thing that as a dolphin park you have to take into account. A lot of people don't support your business. So you have to make sure that it doesn't become ... a big swearing place, where everybody can swear at you (Bilag 2, 2015, linje 285-287).

Boudewijn Seapark forsøger altså at dirigere uden om en af de problematikker, marine parker kan blive udsat for. Vi antager, at denne problematik er en afmærkning af den udvikling, der forekommer qua det øgede fokus på dyr i fangenskab, dyreetik og dyrevelfærd. Alligevel ses det, hvordan SeaWorld modarbejder denne tendens, da de via deres subjektposition i Supporter-diskursen, mener, at de udgør en central rolle i forhold til at educate, bidrage til conservation og skabe awareness for havets dyr. Derpå ses det ikke aktuelt, at SeaWorld vælger at ændre forretningsstrategi lige foreløbig. På baggrund af vores resultater begrundes vi, at hvis SeaWorld vælger at følge tendensen omkring afskaffelse af shows med dyr, vil de fremstå selvmodsigende og samtidig give kritikerne implicit ret. Dermed vil Kritiker-diskursen blive den brede accepterede diskurs og hermed opnå hegemoni. Hvis kritikerens syn på marine parker bliver den dominerende i samfundet, vil det få så store konsekvenser for branchen, at marine parker ikke længere vil kunne bestå.

Ovenstående er med til at bekræfte os i en voksende kritisk stillingtagen til marine parker som ekspertsystem, da det betvivles, hvorvidt marine parker prioriterer dyrevelfærd og er troværdige. De nævnte eksempler viser, hvordan vores verdensopfattelse afhænger af vores kultur og historie, og hvortil denne kan betragtes som kontingent. Vi ser her, hvordan vores empiri, i en socialkonstruktivistisk optik, kan være med til at forklare specialets resultater. I øjeblikket forekommer der et kritisk syn på marine parker, men dette er historisk og kulturelt specifikt, som kan forandre sig over tid via den måde, vi italesætter debatten om marine parker på.

KONKLUSION

Gennem specialet har vi operationaliseret en række emner og diskurser i debatten om marine parker for at komme med et bud på, hvordan dette har en indvirkning på branchen. Med udgangspunkt i dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish* har vi genereret en forståelse for kritikernes syn på og italesættelse af marine parker. Kritikerne anskuer marine parker som værende en institution, der prioriterer profit på bekostning af dyrevelfærd og medarbejdersikkerhed. De anser marine parker som velvidende om skadesvirkningen ved at have hvaler i fangenskab. Af denne grund skjuler de sandheden, og lyver for offentligheden omkring deres egentlige formål og arbejdsmetoder. Gennem kommunikationsprodukter som *SeaWorlds One Ocean show* og modsvarsfilmene *Blackfish: The Truth About the Movie* har supporterne et syn på marine parker som værende institutioner, der spiller en essentiel rolle i samfundet i form af conservation og skabe awareness omkring naturen. Marine parker kan kun udføre dette stykke arbejde ved, at de besøgende har mulighed for førstehåndsoplevelser med hvaler, hvilket kun kan ske i marine parker. Supporterne bebrejder kritikerne for at modarbejde deres handlinger, hvorpå de ikke fuldt ud kan leve op til deres formål, idet *The Cove* og *Blackfish* påvirker børn og voksne til at boykotte marine parker. Af denne

grund forekommer der et genstridigt forhold mellem kritikerne og supporterne, som gør, at de ikke kan indgå dialog i debatten om marine parker. Ifølge kritikerne er marine parkers eneste mulighed at lukke, hvorfor marine parker ikke kan foretage nogle rigtige valg i forhold til hverken ageren, tiltag eller ekstern kommunikation.

Dyrevelfærd er et højaktuelt emne, som vinder mere og mere indpas i samfundet og deraf får betydning i forhold til hvilke værdier og krav, der tillægges institutioner som marine parker. Grundet dette øget fokus, synes debatten at være intensiveret. Vi ser, hvordan medierne i højere grad belyser kritikernes standpunkt i forhold til marine parker end supporterne. Ydermere gør forskellige medier og kendte mennesker grin med virksomheden SeaWorld, hvorfor SeaWorld har mistet deres position som respektabel virksomhed. Vi ser derfor, hvordan der forefindes en betvivelse af eksperter i forhold til marine parker som institution i samfundet. Der forekommer altså en kritisk stillingtagen, hvor det ikke længere er en selvfølge, at interessenterne støtter op om marine parkers italesættelse af sandhed eksempelvis hvalernes velbefindende. Marine parker havde før i tiden en dominerende status i samfundet som værende en førende institution indenfor oplevelsesbranchen, qua deres tidligere succes. Vi antager, at denne status er nedbrudt, hvilket The Cove og Blackfish har bidraget til, idet de accelererede debatten. Herved forekommer der et skift af fokus hos marine parker, hvor de førhen havde fokus på mennesket, morskab og underholdning til nu i langt højere grad at italesætte deres berettigelse ved at fremhæve, hvordan de bidrager til forskning, conservation, education og awareness for naturen. Dette gør, at de anser sig selv for at være en vigtig del af samfundet. Det fremherskende negative syn på marine parker, skyldes også et skift i samfundets kulturelle og sociale indstilling. En indstilling der bærer præg af en "back to nature" mentalitet, hvor der i højere grad er fokus på det naturlige, hvorfor fænomenet med at holde dyr i fangenskab ikke stemmer overens med denne indstilling.

Vi ser en tendens til, at der bliver anlagt et negativt syn på marine parker, især SeaWorld, hvorfor de er nødsaget til at belyse eget perspektiv i sagen. Grundet den situation de står i, har SeaWorld publiceret en række kampagner, der har til formål at udvise misinformation omkring beskyldninger og belyse virksomhedens eksistensgrundlag. Foruden dette har virksomheden indført en række tiltag, eksempelvis udbyggelse af spækhuggertankene, hvilket kritikere anser som en korrigerende jævnfør beskyldningerne omkring manglende dyrevelfærd. SeaWorld nægter dog, at dette og andre tiltag har noget med debatten at gøre. Det lader til, at ligegyldigt hvad virksomheden gør, bliver de kritiseret og udhængt af forskellige parter. Hvis denne tendens fortsætter, ser vi en mulig intervention, som gør, at kritikernes syn på marine parker bliver den bredt accepterede i samfundet. Dette har den indvirkning, at marine parker får svært ved at bestå i deres nuværende form. En over 50 år gammel tradition er derfor muligvis ved at miste sit eksistensgrundlag.

LITTERATURLISTE

BØGER

- Benoit, William L. (1995). *Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*. SUNY Press.
- Bryman, Alan. (2012). *Social Research Methods (4th edition)*. Oxford University Press.
- Burr, Vivien. (1995). *Social Constructivism (2th edition)*. Routledge.
- Collin, Finn. (2012a). Socialkonstruktivisme. I: M. H. Jacobsen, K. Lippert-Rasmussen & P. Nedergaard (Red.), *Videnskabsteori* (2. udgave, s. 335-371). København: Hans Reitzels Forlag.
- Collin, Finn (2012b). *Socialkonstruktivisme i humaniora*. I: Collin, Finn & Køppe, Simo (Red.). *Humanistisk videnskabsteori* (2. udgave, side 249, s. 247-275). København: DR Multimedie.
- Crotty, Michael (1998). *The Foundations of Social Research - Meaning and Perspective in the Research Process*. SAGE Publications.
- Davis, Susan G. (1997). *Spectacular Nature: Corporate Culture and the Sea World Experience*. University of California Press.
- DeMello, Margo. (2012). *Animals and Society: An Introduction to Human-animal Studies*. Columbia University Press.
- Giddens Anthony (1999): *Modernitet og selvidentitet*. Hans Reitzels Forlag.
- Hansen, Allan Dreyer (2005): *Diskursteori – postmarxistisk hegemonianalyse hos Laclau*, I: A. Esmark et al. (red.), *Poststrukturalistiske analysestrategier* (s. 177-199). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag/Samfundslitteratur.
- Heath, Robert L. & Coombs, Timothy. (2006). *Today's Public Relations: An Introduction*. USA: Sage Publications.
- Hinds, Harold E., Motz, Marilyn Ferris & Nelso, Angela M. S.. (2006). *Popular Culture Theory and Methodology: A Basic Introduction*. The University of Wisconsin Press.
- Howarth, D. (2005). *Diskurs – en introduktion*. København: Hans Reitzels forlag.
- Jochumsen, H., & Rasmussen, C. H. (2006). *Folkebiblioteket under forandring: modernitet, felt og diskurs*. Danmarks Biblioteksforening. Danmarks Biblioteksskole.
- Johansen, Winni & Frandsen, Finn. (2007). *Krisekommunikation: når virksomhedens image og omdømme er truet*. Samfundslitteratur.
- Jørgensen, Marianne & Phillips, Louise. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Samfundslitteratur.
- Kim Scrøder og Louise Phillips. (2005). *Diskursanalytisk tekstanalyse*, I: M. Järvinen & N. Mik-Meyer (red.), *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv: interview, observationer og dokumenter* (s. 281-282), Hans Reitzels Forlag.

- Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009): *INTERVIEW - Introduktion til et håndværk (2. udgave)*, København. Hans Reitzels Forlag.
- Laclau, Ernesto & Mouffe, Chantal. (1997). *Demokrati & Hegemoni*. Akademisk Forlag.
- Laclau, Ernesto & Mouffe, Chantal. (2010). *Det radikale demokrati - diskursteoriens politiske perspektiv*. Roskilde Univeristets Forlag.
- Laclau, Ernesto & Mouffe, Chantal. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Toward a Radical Democratic Politics (2th edition)*. Verso.
- Speiermann, Sabrina (2010). *Modstandens Politik - Kampagnestyling i Velfærdsstaten. En diskussion af trafikcampagnens styringspotentialer*. Institut for Ledelse, Politik og Filosofi, Copenhagen Business School.

ONLINE DOKUMENTER OG WEBSIDER

abc NEWS 1. (2010, 25. februar). *SeaWorld Curator: Ponytail Likely Caused Fatal Killer Whale Attack*. Lokaliseret d. 17. maj 2015 på: <http://abcnews.go.com/GMA/AmazingAnimals/seaworld-curator-dawn-brancheau-ponytail-caused-fatal-killer-whale-attack/story?id=9934382>

abc NEWS 2. (2010, 26. februar). *Trainer Error Caused Whale Attack, Mentor Says*. Lokaliseret d. 25. april 2015 på: <http://abcnews.go.com/GMA/seaworld-trainer-error-caused-whale-attack-mentor/story?id=9952102>

Adweek. (2014, 9. januar). *Ex-SeaWorld Trainer: Director Asked Me to Wait Until After Awards Season to Criticize Blackfish*. Lokaliseret d. 15. april 2015 på: <http://www.adweek.com/fishbowlny/blackfish-gabriela-cowperthwaite-bridgette-pirtle-micechat/199859>

Alliance of Marine Mammal Parks and Aquariums (u.å). *Alliance of Marine Mammal Parks & Aquariums*. Lokaliseret d. 15. april. 2015 på: <http://www.ammmpa.org>

Ask Seaworld Cares. (2015, 15. maj). "Why did you blame Dawn Brancheau for her death and not the whale?". Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <http://ask.seaworldcares.com/?p=641>

CNN 1 (2014, 10. februar). *Months after 'Blackfish' airs, debate over orcas continues*. Lokaliseret d. 20. maj 2014 på: <http://www.cnn.com/2014/02/07/us/blackfish-wrap/>

CNN 2. (2013, 28. oktober). *SeaWorld responds to questions about captive orcas, 'Blackfish' film*. Lokaliseret d. 10 april 2015 på: <http://edition.cnn.com/2013/10/21/us/seaworld-blackfish-qa/>

CNN 3. (2015, 24. marts). *SeaWorld says PETA 'lies' about killer whales*. Lokaliseret d. 7. maj 2015 på: <http://money.cnn.com/2015/03/24/investing/seaworld-ad-campaign-blackfish-peta/>

Daily Mail Online 1. (2015, 23. marts). *SeaWorld launches new ad campaign after backlash from 'Blackfish' and ahead of former trainer's book release, but company says timing is not intentional*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3007966/SeaWorld-new-ad-campaign-disparaging-documentary.html>

Daily Mail Online 2. (2015, 6. april). *SeaWorld releases video of ex-trainer repeatedly using racial slur days after he releases book criticizing the company's treatment of whales*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3026971/SeaWorld-releases-video-ex-trainer-John-Hargrove-repeatedly-using-racial-slur.html>

- Den Store Danske 1. (u.å). *Dokumentarfilm*. Lokaliseret d. 24. februar 2015 på:
http://www.denstoredanske.dk/Kunst_og_kultur/Film/Filmgenrer_og_-_perioder/dokumentarfilm
- Den Store Danske 2. (u.å). *Populærkultur*. Lokaliseret d. 16. maj 2015 på:
<http://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=popul%C3%A6rkultur>
- Facebook 1. (2015, 23. marts). *Fotex*. Lokaliseret d. 1. april 2015 på:
<https://www.facebook.com/foetexdk?fref=ts>
- Facebook 2. (2015, 15. maj). *The Cove*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på:
<https://www.facebook.com/TheCove?fref=ts>
- Huffington Post 1. (2014, 29. april). *SeaWorld Orca Trainers Begin Using Safety Vests*. Lokaliseret d. 16 april 2015 på: http://www.huffingtonpost.com/2014/04/29/seaworld-orca-trainers_n_5233495.html
- Huffington Post 2 (2015, 27. marts). *#AskSeaWorld Twitter Campaign Pretty Much Goes How You'd Expect*. Lokaliseret d. 27 april 2015 på: http://www.huffingtonpost.com/2015/03/27/seaworld-twitter-fail_n_6950902.html
- Juel, Henrik. (2003). *Kommunikative funktioner og levende billeder* (Revideret udgave af paper præsenteret ved The 16th Nordic Conference for Media and Communication Research) Kristiansand. Lokaliseret d. 10 marts 2015 på: <http://imv.au.dk/~pba/Homepagematerial/MMproduktionmateriale/KomFunk&LevBil.pdf>
- Kommunikationsforum. (2015, 20. januar). *Hashjacking af #detdanmarkdukender - Twitterkrig mellem Liberal Alliance og Socialdemokratiet*. Lokaliseret d. 20. maj. 2015 på:
<http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/hashjacking-af-det-danmark-du-kender>
- my San Antonio's Home Page. (2014, 16. januar). *Ex-SeaWorld trainers dispute 'Blackfish,' say phase out whale show*. Lokaliseret d. 15 maj. 2015 på: <http://www.mysanantonio.com/news/local/article/Ex-SeaWorld-trainers-dispute-Blackfish-say-5145648.php>
- NBC San Diego. (2015, 26. februar). *SeaWorld Attendance and Revenue Continues to Decline*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <http://www.nbcsandiego.com/news/local/SeaWorld-Attendance-and-Revenue-Continues-to-Decline-294273921.html>
- NEW YORK DAILY NEWS. (2015, 6. marts). *Ringling Bros. and Barnum & Bailey Circus phasing out elephants in shows by 2018*. Lokaliseret d. 16. maj 2015 på: <http://www.nydailynews.com/news/national/ringling-bros-circus-phasing-elephants-shows-2018-article-1.2138319>
- Orlando Business Journals. (2013, 11. december). *Blackfish backlash: Lessons learned from SeaWorld's PR predicament*. Lokaliseret d. 17. maj 2015 på:
<http://www.bizjournals.com/orlando/news/2013/12/11/blackfish-backlash-lessons-learned.html?page=all>
- Orlando Sentinel 1. (2015, 23. februar). *SeaWorld ends public dolphin feedings*. Lokaliseret d. 27. april 2015 på:
<http://www.orlandosentinel.com/business/tourism/os-seaworld-dolphin-feeding-20150223-story.html>
- Orlando Sentinel 2. (2015, 16. marts). *SeaWorld starts 'Meet the Animals' ad campaign*. Lokaliseret d. 27 april 2015 på: <http://www.orlandosentinel.com/travel/attractions/theme-park-rangers-blog/os-seaworld-animals-ad-campaign-20150316-post.html>
- Outside. (2010, 30. juli). *The Killer in the Pool*. Lokaliseret d. 25. april 2015:
<http://www.outsideonline.com/1924946/killer-pool>

PR Newswire. (2015, 16. marts). *New SeaWorld "Meet The Animals" Marketing Campaign Highlights Up-close, Personal Encounters With Sea Life*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <http://www.prnewswire.com/news-releases/new-seaworld-meet-the-animals-marketing-campaign-highlights-up-close-personal-encounters-with-sea-life-300051036.html>

PR Week. (2015, 8. maj). *Why SeaWorld has to go beyond comms in its fight for survival*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <http://www.prweek.com/article/1346442/why-seaworld-go-beyond-comms-its-fight-survival>

SeaWorld (u.å.). *Blackfish: The Truth About the Movie*. Lokaliseret d. 20. april 2015 på: <http://seaworld.com/en/truth/truth-about-blackfish/>

SeaWorld Cares 1. (2015, 27. marts). *You Ask. We Answer. - SeaWorld Cares*. Lokaliseret d. 7. maj 2015 på: <http://seaworldcares.com/2015/03/you-ask-we-answer/>

SeaWorlds Cares 2. (u.å.). *Do We Still Collect Whales? No we do not*. Lokaliseret d. 25. maj 2015 på: <http://seaworldcares.com/do-we-still-collect-whales-no-we-do-not/>

SeaWorld Entertainment. (u.å.). *History*. Lokaliseret d. 10. april 2015 på: <http://seaworldentertainment.com/en/who-we-are/history/>

SeaWorldofHurt. (u.å.). *Marisa Miller Protests SeaWorld From a Pregnant Mother's Perspective*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <https://secure.peta.org/site/Advocacy?cmd=display&page=UserAction&id=6033>

SeaWorld Parks & Entertainment. (u. å.). *One Ocean*. Lokaliseret d. 24. maj 2015 på: <http://seaworldparks.com/en/seaworld-orlando/attractions/shows/one-ocean/>

Takepart. (2013, 1. november). *Trainers in Tanks With Orcas? Never Again, Says SeaWorld*. Lokaliseret d. 10. april 2015 på: <http://www.takepart.com/article/2013/10/31/blackfish-effect-did-seaworld-agree-protect-killer-whale-trainers-because-fallout>

Twitter. (2015, 2. 4. 11. maj). *SeaWorldcares*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <https://twitter.com/hashtag/askseaworld>

The Dodo 1. (2014, 20. august). *Exclusive: Steve-O Blasts SeaWorld With A Very Clear Message*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <https://www.thedodo.com/exclusive-steve-o-blasts-seawo-681310651.html>

The Dodo 2. (2015, 24. april). *Even Barbie Doesn't Want To Associate Herself With SeaWorld*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <https://www.thedodo.com/seaworld-barbie-quits-1108336111.html>

The Dodo 3. (2015, 16. marts). *5 Truths That Totally Destroy SeaWorld's New Ad Campaign*. Lokaliseret d. 20. maj 2015 på: <https://www.thedodo.com/seaworld-meet-the-animals-reputation-1044754319.html>

The Guardian. (2015, 24. februar). *SeaWorld Orlando ends program that allowed visitors to feed dolphins*. Lokaliseret d. 27. april 2015 på: <http://www.theguardian.com/us-news/2015/feb/24/seaworld-orlando-ends-dolphin-feeding>

USA Today. (2015, 25. marts). *'Ask SeaWorld' ad campaign draws criticism*. Lokaliseret d. 27. april 2015 på: <http://www.usatoday.com/story/news/nation-now/2015/03/25/seaworld-killer-whales-ad-campaign/70422606/>

Wall Street Journal. (2015, 6. april). *SeaWorld Launches Ad Campaign Focused on Killer Whales*. Lokaliseret d. 27. april 2015 på: <http://www.wsj.com/articles/seaworld-launches-ad-campaign-focused-on-killer-whales-1428357190>

Youtube 1. (2013, 15. februar). *Shamu Rocks! Shamu Stadium, Seaworld, Orlando, Florida 2009*. Lokaliseret d. 15. april 2015 på: <https://www.youtube.com/watch?v=P24WLRcAuCY>

Youtube 2. (2014, 4. november). *SeaWorld Believe Full Show DVD Version*. Lokaliseret d. 15. april 2015 på: <https://www.youtube.com/watch?v=THqei0E3-vA>

Youtube 3 (2014, 14. januar). *SeaWorld Commercial from 1988*, Lokaliseret d. 29. april 2015 på: https://www.youtube.com/watch?v=_ryuTzCcPyE

Youtube 4. (2015, 6. marts). *One Ocean San Diego SeaWorld*. Lokaliseret d. 20 april 2015 på: <https://www.youtube.com/watch?v=YemGf7VWDWk>

Youtube 5. (2015, 25. marts). *SeaWorld's New TV Ad - CONAN on TBS*. Lokaliseret d. 7. april 2015 på: <https://www.youtube.com/watch?v=QN-AOaKcPOU>

Youtube 6 (2014, 15. august). *Sea World Announces New Killer Whale Habitat*. Lokaliseret d. 15. maj 2015 på: <https://www.youtube.com/watch?v=AplvsszmVcY>

Youtube 7. (2015, 23. marts). *SeaWorld launches new 'Meet The Animals'*. Lokaliseret d. 15. maj 2015 på: <https://www.youtube.com/watch?v=N2hKl61KIe8>

FILM

- Cowperthwaite, Gabriela. (2013). *Blackfish* [DVD]. USA: Manny O Production
- Psihoyos, Louie. (2009). *The Cove* [DVD]. USA: Oceanic Preservation Society.

LITTERATURGRUNDLAG

Benoit, William L. (1995). *Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*. SUNY Press. Sider = 198

Burr, Vivien. (1995). *Social Constructivism (2th edition)*. Routledge. Sider = 198

Collin, Finn. (2012a). *Socialkonstruktivisme*. I: M. H. Jacobsen, K. Lippert-Rasmussen & P. Nedergaard (Red.), *Videnskabsteori* (2. udgave, s. 335-371). København: Hans Reitzels Forlag. Sider = 36

Collin, Finn (2012b). *Socialkonstruktivisme i humaniora*. I: Collin, Finn & Køppe, Simo (Red.). *Humnaistisk videnskabsteori* (2. udgave, side 249, s. 247-275). København: DR Multimedie. Sider = 28

Davis, Susan G. (1997). *Spectacular Nature: Corporate Culture and the Sea World Experience*. University of California Press. Sider = 336

Heath, Robert L. & Coombs, Timothy. (2006). *Today's Public Relations: An Introduction*. USA: Sage Publications. Sider = 560

Howarth, D. (2005). *Diskurs – en introduktion*. København: Hans Reitzels forlag. Sider = 232

Johansen, Winni & Frandsen, Finn. (2007). *Krisekommunikation: når virksomhedens image og omdømme er truet*. Samfundslitteratur. Sider = 388

Jørgensen, Marianne & Phillips, Louise. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Samfundslitteratur. Sider = 216

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009): *InterView - Introduktion til et håndværk (2. udgave)*, København. Hans Reitzels Forlag. Sider = 376

Laclau, Ernesto & Mouffe, Chantal. (1997). *Demokrati & Hegemoni*. Akademisk Forlag. Sider = 211

Laclau, Ernesto & Mouffe, Chantal. (2010). *Det radikale demokrati - diskursteoriens politiske perspektiv*. Roskilde Univeristets Forlag. Sider = 274

Laclau, Ernesto & Mouffe, Chantal. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Toward a Radical Democratic Politics (2th edition)*. Verso. Sider = 197

Litteratur i alt = 3250 sider.

BILAGSLISTE

Bilag 1: Transskription af informant Jes Harfeld, Aalborg Universitet

Bilag 2: Transskription af informant Zeke, Boudewijn Seapark

Bilag 3: Transskription af informant Ken Ramirez, Former Chief Whale Trainer

Bilag 4: Transskription af informant Naomi Rose, Animal Welfare Institute

Bilag 5: Transskription af informant Jack, Fjord&Bælt

Bilag 6: Transskription af informant Chad, Aquarium of the Pacific

Bilag 7: Transskription af informant Heather Rally, PETA

Bilag 8: Noter fra interview med informanter Ryan og Troy, SeaWorld San Diego

Bilag 9: Interviewguides – Prototyper

Bilag 10: Omfattende tidslinje – Marine parker

Marine park branchen er i krise. En ellers veletableret institution, der har eksisteret i over 50 år, er havnet midt i en heftig debat omkring dyrevelfærd, etik og sikkerhedsforanstaltninger. Dokumentarfilmene *The Cove* og *Blackfish*, der udkom i henholdsvis 2009 og 2013, rettede skarp kritik mod marine parker, hvorpå branchen kom i søgelyset.

Spørgsmålet er, hvilken effekt dokumentarfilm kan have på en given branche?

I dette speciale vil vi belyse, hvordan marine parker, som SeaWorld, har ageret i forhold til den krise, de står i. Vi søger at rammesætte aspekterne, der influerer i debatten, og anskueliggøre forskellige parterers syn på sagen. Endvidere vil vi diskutere hvorfor og hvordan, der er forekommet et ændret syn på marine parker og hvilken effekt dette har medført.

Dette speciale fokuserer på marine park branchen i en kommunikativ optik med udgangspunkt i den debat, der florerer. Specialet giver derfor indsigt i forskellige diskurser, emner og magtkampe samt perceptioner af kriser inden for dette specifikke felt.

Henriette, Thea & Zenia