



Niet veroordelen, maar inspireren

JAY GOLDEN MAKER VAN DE SERIE
GORILLA IN THE GREENHOUSE,
OVER INTERNET ALS BEWUSTMAKINGSMIDDEL





Vier vrienden – een punk-skater, een *beach girl*, een Afro-Amerikaanse diplomatenzoon en een Maya-Mexicaanse *geek* – vormen de Gang. En er maakt nog iemand deel uit van deze swingende groep die gave muziek kan maken: Kijani, ofwel KJ, een groene gorilla uit Congo. Deze Gang wil de wereld mooier maken, en moet het vooral

opnemen tegen het destructieve duo Wormulus & Dr. Hufflebot. Hun eerste avontuur beleven ze als Dr. Hufflebot een eiland van plastic tasjes wil maken in het midden van de Stille Oceaan: The Great Pacific Garbage Patch.

Welkom in de wereld van www.greengorilla.com!

De tweede aflevering gaat over *mountaintop removal*: over de manier waarop tegenwoordig steenkool wordt gedolven door gewoon een hele top van een berg op te blazen en de kruimels op te rapen... In feite gaat het over energiebesparing.

‘We leven in een vreemde tijd,’ vertelt de maker van de internetshow *Gorilla in the Greenhouse*, Jay Golden. ‘We bevinden ons als gemeenschap op een tweesprong. Enerzijds realiseren steeds meer mensen zich hoe

alles met elkaar samenhangt – dat hebben we onder meer te danken aan internet, waardoor het mogelijk is om contact met elkaar te leggen, elkaar te zien, en *live* mee te maken wat er over de hele wereld gebeurt. Anderzijds gebruiken we de techniek en de kennis die we hebben ontwikkeld voor projecten waarmee we de wereld in een razend tempo vernietigen. Het is een krachtig tijdperk.’

NIEUWE MYTHEN

Gorilla in the Greenhouse is een productie van SustainLane Media.

‘SustainLane is een milieubewuste medianetwerkorganisatie die *web properties* voor honderden websites maakt,’ vertelt Jay. ‘Hun website is een handleiding voor een duurzamer bestaan, die door de bezoekers zelf wordt aangevuld. De oprichter van SustainLane, James Elson, was ervan overtuigd dat je het meeste kunt bereiken door kinderen te benaderen: je kunt 3% van de volwassenen ertoe bewegen om hun gedrag te veranderen, maar kinderen zijn voor 50% beïnvloedbaar. Ik werd bij SustainLane binnengehaald om een “groene” show te ontwikkelen. Ik heb meteen de slimste creatieve geesten die ik ken en die zich met dit soort onderwerpen bezighouden, om me heen verzameld.



Ik zou graag een nieuwe mythologie ontwikkelen. Als kind al was ik verslingerd aan de Griekse mythologie. Ik las er alles over wat ik te pakken kon krijgen... Maar als je naar de huidige tijd kijkt, is er geen mythologie meer te vinden. Wat zijn de verhalen die ons door het leven gidsen? Die ons een bepaalde moraal bijbrengen? Die ons vertellen hoe we ons in deze tijd moeten opstellen? Dat zijn de vragen die me bezighouden bij het werken aan onze show.

Het idee voor de groene gorilla kwam van James Elson zelf. We waren aan het brainstormen en hij riep: ‘Kunnen we iets met een groene gorilla?’ Dat werd een van mijn uitgangspunten.’



ALS JE IETS KUNT DOEN, IS DAT JE VERANTWOORDELIJKHEID

'Ik hoorde zo'n vijf jaar geleden voor het eerst over de Great Pacific Garbage Patch. Ik hield me op dat moment bezig met ecoreizen. Wij ontwikkelden daar onderwijsprogramma's over voor de middelbare school. Terwijl we onderzoek deden naar afval, dook opeens het verhaal van Charles Moore op, over zijn ontdekking van de *garbage patch* tijdens zijn zeiltocht over de Stille Oceaan. Dat kwam samen met een paar ervaringen die ik zelf had opgedaan tijdens mijn wereldreizen. Zo lifte ik eens door de pampa in Argentinië – uren bracht ik op de weg door – en ik zag duizenden en duizenden plastic tasjes rondzwerfen. Ik bevond me daar praktisch aan het eind van de wereld: ik kreeg een visioen hoe al het afval van de aarde langs mij heen naar de rand van de wereld zweefde.

Enige tijd later was ik op een klein onbekend eiland, net buiten de kust van Cartagena, Colombia. Cartagena heeft een prachtig wit zandstrand, waar toeristen van over de hele wereld naartoe komen om van de schoonheid te genieten. Maar het eiland waar ik me bevond, was bedekt met styrofoam – het plastic waarvan wegwerpbekers worden gemaakt. Ik realiseerde me daar dat de westerse wereld dit soort landen had voorzien van de technologie om plastic bekertjes, bakjes en tasjes te maken – maar niet van de technologie om het afval ervan te kunnen verwerken.

Hetzelfde dacht ik toen ik zag hoe in de derde wereld plastic wordt verbrand – waar vroeger natuurlijke producten werden verstoofd, als bladeren en dergelijke, worden nu plastic flesjes op het vuur gegooid. Hier geldt opnieuw: we verkopen als het Westen de producten, maar niet de oplossingen.

Dit kwam allemaal bij elkaar toen ik over de *garbage patch* hoorde en me realiseerde dat de meeste mensen daar niet van op de hoogte waren. Ik dacht: als wij de mogelijkheid hebben om mensen hiervan bewust te maken en het probleem aan te pakken, dan hebben we ook de verantwoordelijkheid om dat te doen. Als kunstenaars kunnen wij de boodschap verspreiden op de spannendste, en in mijn geval de allerleukste, manier. Het is belangrijk dat we geen schuldigen gaan aanwijzen: 'Jij daar! Met je plastic tasjes! Amerika!' Het gaat om inspiratie, om plezier – dat is de manier waarop ik zelf het meeste heb geleerd.'

VERSCHILLENDE KINDEREN, VERSCHILLENDE ACTIVITEITEN

'Met de hulp van mythologie en verhalen raken we in *Gorilla in the Greenhouse* aan de problemen die ons allemaal aangaan. We nemen de kinderen mee in een wereld die laat zien dat we problemen kunnen oplossen, dat we zelf de gang van zaken kunnen veranderen – en dat het vanzelfsprekend is dat wij die verandering op ons nemen.

We kozen voor de Great Pacific Garbage Patch als pilot voor de show omdat het een groot, in het oog springend probleem is – en een onderwerp waaraan de kinderen zelf een bijdrage kunnen leveren, wat we dus op een positieve manier konden benaderen.

Ieder kind dat een rol speelt in onze show – ieder lid van de Gang – staat symbool voor een bepaald soort mensen. Bucket is

dol op recycling. Als hij de *garbage patch* ziet staat hij te springen: “Geweldig! Nog meer materiaal waar ik iets mee kan doen!” Cypher is een netwerker: hij heeft de hele wereld over gereisd en overal contacten opgedaan. Hij is degene die al zijn vrienden mee laat doen. Socket gebruikt technologie en Scoot is de hardcore-activist die dingen wil veranderen door te lobbyen door bijvoorbeeld de burgemeester een verbod op plastic tasjes te laten opleggen.



Op basis van de vier kinderen is de site ook vier verschillende soorten activiteiten die de kinderen zelf kunnen ondernemen. Zo kun je kunst van plastic tasjes maken. Je kunt op school je klasgenoten vragen plastic tasjes in te zamelen en van die tasjes kun je ballen maken – het liefst zo groot mogelijk. Die ballen kun je weer tentoonstellen, op school of in een winkel, waarbij je duidelijk maakt hoeveel tasjes erin zitten en hoeveel tasjes er gemiddeld worden gebruikt. Oudere kinderen kunnen in hun wijk gaan lobbyen, met winkeliers gaan praten en in de winkels acties op poten zetten: niet mensen negatief benaderen omdat ze met een plastic tasje naar buiten gaan, maar prachtige posters ophangen waarop je duidelijk maakt wat de voordelen zijn van het meenemen van een eigen tas. We bieden allerlei manieren waarop kinderen kunnen bijdragen aan een oplossing, en steeds is het uitgangspunt: leer iets terwijl je plezier maakt.

Persoonlijk vind ik het het allerbelangrijkst dat kinderen gaan begrijpen dat de manier waarop ze handelen gevolgen heeft voor de wereld: dat alles wat je weggooit ergens terechtkomt. Door die simpele gedachte dat alles ergens blijft, overal te laten doordringen, kunnen we uiteindelijk onze hele samenleving veranderen.

In eerste instantie bestond onze doelgroep uit kinderen in de leeftijd van zes tot twaalf: dat is een vrij breed publiek. Uiteindelijk is het *family entertainment* geworden. Het blijft altijd moeilijk om middelbare scholieren te bereiken, die zijn zo gewend aan flietsende, snelle, beelden, aan cartoons als SouthPark. We richten ons niet specifiek op hen – maar uiteindelijk vormen zij wel het beste publiek voor dit soort onderwerpen.

Mijn ambitie is om de eerste succesvolle show voor kinderen op poten te zetten die zich alleen via internet verspreidt. Maar dat is erg moeilijk: we moeten het opnemen tegen grote krachten op het web als Disney, Cartoon Network en Nickelodeon: die trekken tot nu toe toch bijna alle kijkers. We verspreiden daarom het nieuws over ons bestaan via National Geographic Kids. We zijn partner van de Earth Day Organization: onze filmpjes staan op hun tv-website. We staan op YouTube... Zo worden we langzaamaan bekend.

Ik ben ervan overtuigd dat het heel belangrijk is om juist kinderen te laten weten wat er aan de hand is in de wereld, om ze te vertellen over klimaatverandering, vervuiling en dat soort onderwerpen. Als ze opgroeien wordt verantwoord en duurzaam leven dan een vanzelfsprekendheid. Daar draagt *Gorilla in the Greenhouse* hopelijk aan bij.

Go Gorilla!

