

**BRONKS  
SURPLUS**

**ANTIGONE**

---

**FEED**

**ME**

**PLEASE**

**LOVE, HATE &  
EVERYTHING  
IN BETWEEN**





Beste leerkrachten,  
Binnenkort bezoeken jullie met de klas de voorstelling:

# FEED ME PLEASE

## (Love, Hate & Everything In Between)

door BRONKS & Theater Antigone

**'FEED ME PLEASE'** is een zoektocht naar eigenwaarde in de 21ste eeuw en naar de impact van continue aanwezigheid op sociale media op ons zelfbeeld. Verwacht je aan een multidisciplinaire, energieke theatervoorstelling die de keerzijde van sociale media blootlegt. In de voorstelling wordt Nederlands en Engels gesproken.

Met deze **SURPLUS** willen we je graag enkele handvaten en thema's uit de voorstelling aanreiken om met de leerlingen zowel voor als na de voorstelling aan de slag te gaan rond deze voorstelling.

Vooraf is het vooral de bedoeling **de leerlingen een idee te geven van wat ze van de voorstelling kunnen verwachten.**

Het is zeker ook zinvol de leerlingen vooraf te attenderen op de tips voor een aangenaam theaterbezoek (p. 3 ) zodat ze ook weten wat van hen als publiek verwacht wordt.

Op p.15 vind je ten slotte nog enkele suggesties om **na de voorstelling** nog even door te werken met de leerlingen.

Mochten de leerlingen het na de voorstelling fijn vinden om feedback te geven, kan dat via [scholen@bronks.be](mailto:scholen@bronks.be)

Wij wensen jullie alvast een hele fijne theaterervaring!  
Alvast vriendelijke groeten  
Het BRONKS team.

**ANTIGONE**

---



# INHOUD

## VOOR DE VOORSTELLING

<b>1. Tips voor een aangenaam theaterbezoek</b>	<b>3</b>
<b>2. Over sociale media</b>	
2.1 Wat is sociale media?	5
2.2 Positieve en negatieve eigenschappen van sociale media	
2.2.1 Wat zijn de positieve & negatieve eigenschappen van sociale media?	6
2.2.2 Extra vragen	
2.2.3 Ervaringen van de jongeren zelf	7
2.2.4 Extra - documentaire: 'De Millet-generatie'	
<b>3. De geschiedenis van sociale media</b>	
3.1 Vragen vooraf	8
3.2 Hoe zijn we naar 'sociale media' geëvolueerd in de tijd?	
3.3 Wat zijn influencers?	11
<b>4. Over de voorstelling</b>	<b>12</b>
4.1 Credits	
4.2 De titel	
4.3 Promotekstje	
4.4 Inspiratiebronnen van de makers	13
4.5 Decor	14
<b>NA DE VOORSTELLING</b>	
<b>5. Nagesprek</b>	<b>15</b>
5.1 Schrijf je eigen recensie	16
5.2 Interessante links	17

# VOOR DE VOORSTELLING

## 1. Tips voor een aangenaam theaterbezoek

\* Theaterbezoek begint niet pas “als de lichten doven in de zaal”. Zeker niet in schoolverband. Een goede voorbereiding in de klas maakt de jongeren nieuwsgierig, helpt hen om met een open geest en een open blik de voorstelling bij te wonen.

\* Bij die voorbereiding is het -naast het nieuwsgierig maken naar de voorstelling zelf- belangrijk de jongeren voor te bereiden op hun rol als publiek. Zeker als de jongeren geen of weinig ervaring hebben met theaterbezoek. M.a.w. kennen ze de gedragscodes die gangbaar zijn in theater? Kunnen ze in dit verband bijvoorbeeld verschillen en overeenkomsten aanhalen tussen een bezoek aan de cinema en in theater?

\* In theater is de live aanwezigheid van de acteurs hierbij erg belangrijk. Waarom zou je bijvoorbeeld in een cinemazaal wel een zakje popcorn mogen oppeuzelen en waarom mag dat niet tijdens een theatervoorstelling? (Het is niet enkel storend voor wie naast de snoeperd zit, het kan ook erg storend zijn voor de acteurs.) In theater is – naast de kwaliteit van het theaterstuk en de acteerprestaties van de acteurs – de wisselwerking tussen de zaal en de acteurs immers mee bepalend voor het welslagen van de voorstelling.

\* Bespreek met de jongeren ook dat in het begin van de voorstelling de zaallichten uit zullen gaan en de spots daarna op de acteurs worden gezet. Het moment waarop het zaallicht uitgaat, is net het moment voor het publiek om tot rust te komen en de zintuigen te scherpen. Het moment om je nog even goed in je stoel te nestelen, je oren en ogen goed open te zetten en te genieten van wat er te zien en te horen valt.

\* Voor de rust van de jongeren is het belangrijk goed op tijd aan te komen: zo hebben ze de tijd om nog even naar het toilet te gaan. Belangrijk is ook de jongeren zo rustig mogelijk naar hun plaatsen te begeleiden

\* Leerkrachten kunnen best tussen de jongeren in gaan zitten. Zo is het makkelijker om de jongeren weer tot rust aan te manen als ze even verstrooid zijn geraakt. Spreek bijvoorbeeld ook van tevoren met je collega's welke jongeren je dicht bij je in de buurt laat zitten.

\* Vraag eventueel enkele ouders om het theaterbezoek mee te begeleiden.

\* En voor de leerkrachten... vergeet u niet uw GSM uit te zetten voor u de zaal binnen gaat.

\* Het nemen van foto's verstoort de voorstelling: op eenvoudig verzoek kan je foto's verkrijgen via [info@bronks.be](mailto:info@bronks.be)



16



33



24



**HATE  
IS NOT  
AN OPINION**

# 2. OVER SOCIALE MEDIA

## 2.1 Wat is sociale media?

Sociale media is een term die wordt gebruikt om websites en apps te beschrijven waar je contact kunt maken met anderen. Op deze sites en apps kun je bijvoorbeeld berichtjes versturen, foto's delen, video's posten (**online content**), discussiëren over bepaalde onderwerpen en met elkaar chatten.

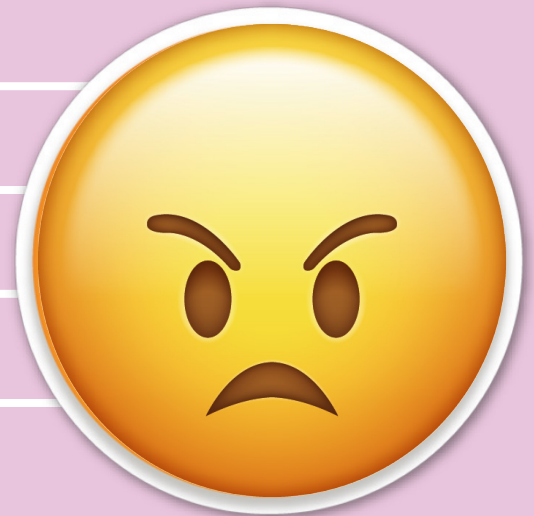
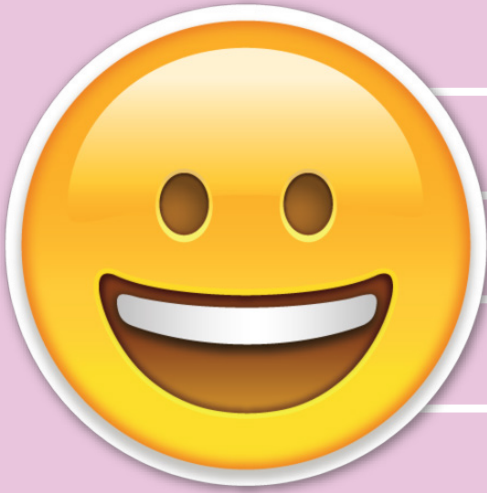
Je kunt sociale media ook gebruiken om anderen op de hoogte te houden van wat je doet, je ideeën en meningen te delen, interessante content te zoeken, connecties te onderhouden en deel te nemen aan online gemeenschappen. Al deze activiteiten maken het mogelijk om in contact te blijven met vrienden en mensen met wie je omgaat, zelfs als ze ver weg zijn.

## Welke sociale media kennen en/of gebruiken de jongeren?



## 2.2.1 Wat zijn de positieve en negatieve eigenschappen van sociale media?

Schrijf de voor- en nadelen op van sociale media.



## 2.2.2 Extra vragen

### Vragen POSITIEVE effecten van sociale media:

- Hoe kunnen sociale media ons helpen om te communiceren met vrienden en familie die ver weg wonen?
- Hoe kunnen sociale media ons helpen om nieuwe mensen te ontmoeten?
- Hoe kan je via sociale media contact leggen met mensen die dezelfde interesses hebben?
- Hoe kunnen sociale media ons helpen om toegang te krijgen tot informatie en nieuws?

### Vragen NEGATIEVE effecten van sociale media:

- Hoe kunnen overmatig gebruik van sociale media ons isoleren van de mensen om ons heen?
- Kunnen negatieve opmerkingen en pestgedrag op sociale media onze mentale gezondheid beïnvloeden?
- Hoe vergelijken we onszelf met anderen op sociale media, heeft dit invloed op ons zelfbeeld?

### 2.2.3. Ervaringen van de jongeren zelf

## WELKE INVLOED HEEFT SOCIALE MEDIA OP JE ZELFBEELD?

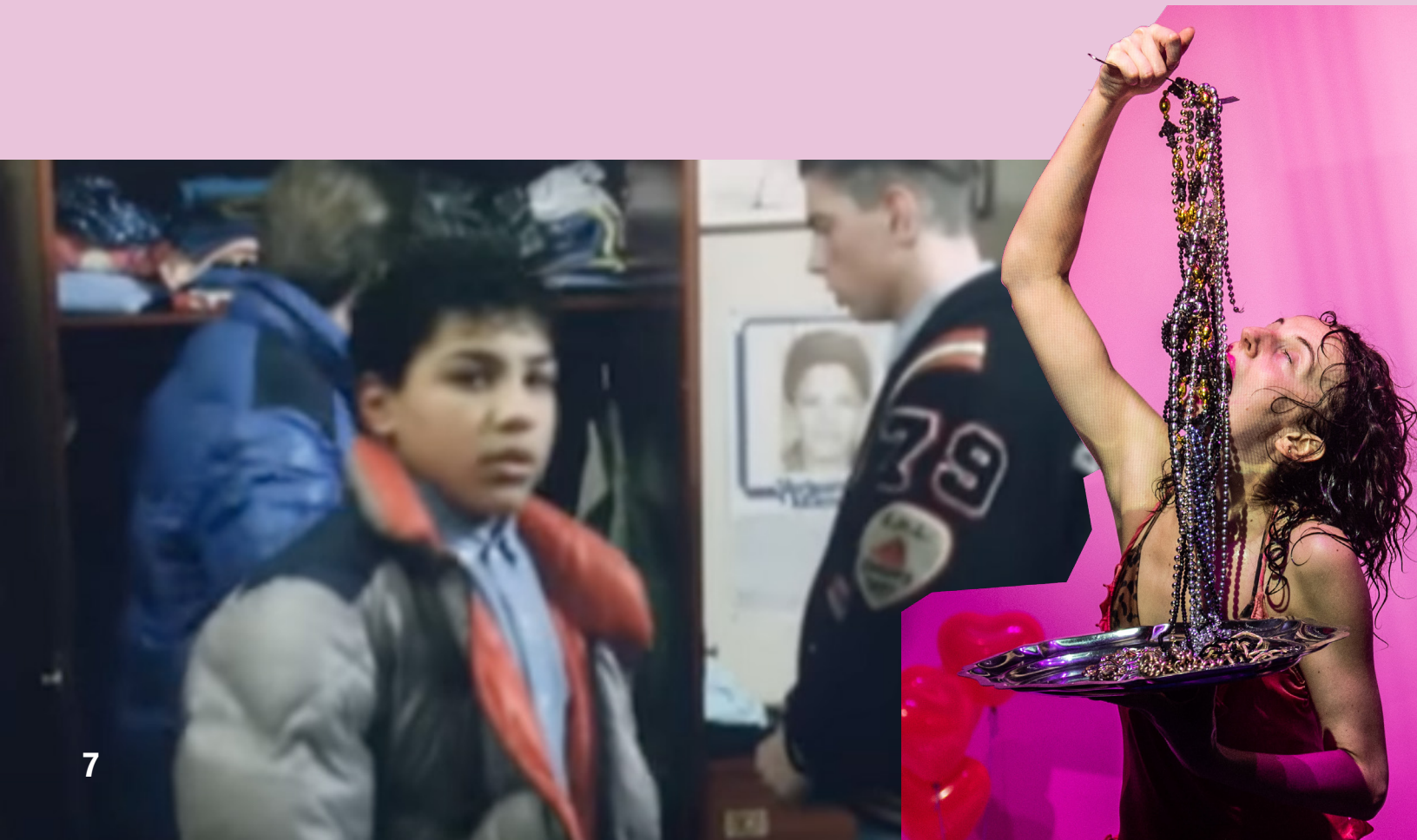
Laat de leerlingen praten over de impact die likes en reacties hebben op hun online en offline leven.

### KLASGESPREK

- Hebben social media invloed op je zelfbeeld?
- Gedraag je je anders op sociale media, dan in het echte leven?
- Hoe kun je jezelf beschermen tegen een verslaving aan sociale media?
- Wat vind je raar op sociale media?
- Wat doe je in je kamer als niemand kijkt?
- Wat wil je liever niet zien?
- Hecht je veel belang aan het aantal 'volgers' en/of 'likes'?
- Hoe zou jij jouw kleine zus/broer voorbereiden op een veilig gebruik van sociale media?

### 2.2.4 EXTRA - documentaire: 'De Millet Generatie' (20 minuten)

Bekijk de documentaire 'De Millet Generatie' uit 1986 uit vorige eeuw (waar er nog geen internet was). Wat voor gelijkenissen en verschillen met sociale media vandaag merk je op? **LINK: Panorama - De Millet-Generatie YouTube:** <https://youtu.be/JNw2uNoApb0>



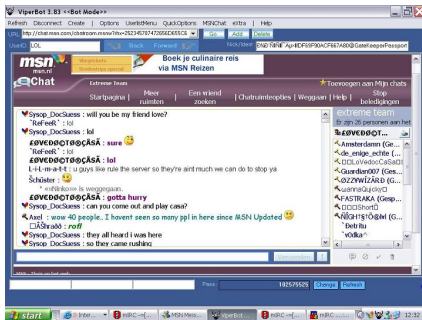




## jaar 2000: MSN MESSENGER

Begin jaren 2000 vroeg je niet aan iemand: "Mag ik je nummer?", Nee, je vroeg: "Mag ik je MSN?" Tieners slopen vanuit school direct achter de computer, om broertjes en zusjes maar voor te zijn. Moeders moesten met kookwekkers in de weer om de computertijd in huis eerlijk te verdelen. En dan was er ook nog die torenhoge telefoonrekening die begin jaren 2000 door de hoge inbelkosten als verrassing op de deurmat kwam.

MSN (onderdeel van Microsoft) was vooral voor de millennial-generatie (geboren tussen 1980 en 2000) de eerste kennismaking met het sociale aspect van internet. Voor veel tieners opende door MSN een compleet nieuwe wereld. Een nieuwe cultuur waar zij op eens allemaal onderdeel van waren, en waar iedereen zijn plek moest zoeken.



## jaar 2005: YouTube

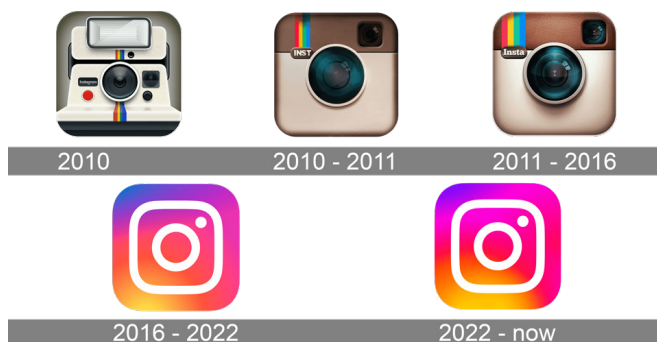


De eerste YouTube video 2005:  
'Me at the zoo' / LINK: [Me at the zoo](https://www.youtube.com/watch?v=jG1yPeh_2Co)



## jaar 2010: Instagram

Technologische verbeteringen, met name krachtige camera's in de telefoon, verlegden de focus van mobiele apps naar video en afbeeldingen. Met name Instagram werd de app bij uitstek voor gebruikers van sociale media die geïnteresseerd zijn in reizen, entertainment, mode en andere visueel georiënteerde onderwerpen. Naast geschreven berichten konden eindgebruikers nu in realtime uitzenden. **En hier grepen 'influencers' hun kans!**



4 ♥

5 🗨️

8

👤 1.34M ♥ 876K



### 3.3 Over influencers

# WAT ZIJN INFLUENCERS?

De drie personages in de theatervoorstelling 'Feed me please' zijn geïnspireerd op 'influencers'.

**Influencers zijn** personen die door hun online aanwezigheid en populariteit invloed uitoefenen op het gedrag, de mening en de aankoopbeslissingen van hun volgers. Meestal zijn influencers actief op sociale media platforms zoals Instagram, YouTube, TikTok en Twitter. Ze delen regelmatig '**content**' over een specifieke niche, zoals beauty, mode, fitness, reizen, technologie en hebben vaak duizenden of zelfs miljoenen volgers die hun posts bekijken en volgen.

**Influencers kunnen worden betaald door merken en bedrijven** om hun producten te promoten en aan te bevelen aan hun volgers. Dit kan worden gedaan in de vorm van gesponsorde posts, productplaatsing of met beloningen, zoals gratis verblijf in een hotel. Omdat influencers vaak een vertrouwensrelatie hebben opgebouwd met hun volgers, kan hun aanbeveling van een product of dienst een grote invloed hebben op de aankoopbeslissingen van hun volgers.

**Welke invloed hebben sociale media op de blik van jongeren op elkaar en de wereld?**



## 4. OVER DE VOORSTELLING

### 4.1 Credits

**concept** Aminata Demba & Haider Al Timimi

**regie** Haider Al Timimi spel Aminata Demba, Lien Thys, Laurence Roothoof

**dramaturgie** Bart Capelle

**scenografie en lichtontwerp** Stef Stessel kostuumontwerp Valerie Le Roy

**productie** BRONKS en Theater Antigone

**coproductie** Perpodium

**met de steun van** de Tax Shelter van de Belgische federale overheid via Cronos Invest

### 4.2 De titel



### FEED ME PLEASE (LOVE, HATE & EVERYTHING IN BETWEEN)

- Als je de titel van de voorstelling leest, waar denk je dan aan?

### 4.3 Promotekstje

Lees onderstaand tekstje. Welke beelden, personages, sfeer of verhaal komen spontaan naar boven?  
Is het personage die dit zegt 'gelukkig' of 'ongelukkig'?

Zie mij. Zie mij graag.  
Haat mij. Volg mij.

En voed mij. Met volle en gebroken hartjes.  
Met kusjes, omgekeerde duimpjes en LOLROFL. (Laughing out loud, Rolling on the floor)  
Ik vreet ze allemaal op en kak ze weer uit in mijn spaarpot voor innerlijk geluk en  
verbondenheid.

En ook een beetje op mijn bankrekening.  
Daarmee koop ik dan nieuwe looks, en een perfecte leven, en shiny filters.

Zodat je mij nog liever ziet. Of haat.  
Abonneer je op mijn leven en ik deel erop los tot ik erbij neerval met een sad muziekje op de  
achtergrond en een blurry effect op de lens.

# INSPIRATIEBRONNEN VAN DE MAKERS

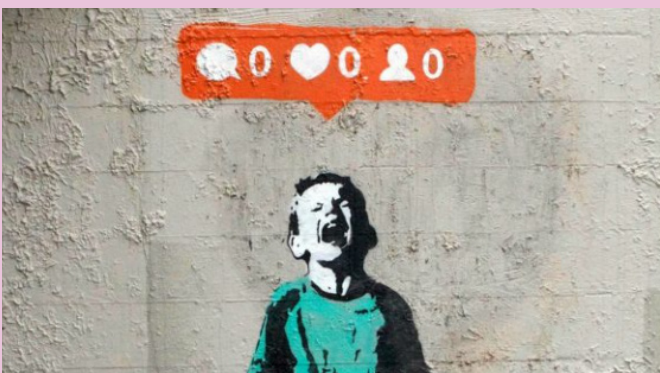


Muziekvideo van Stromae; CARMEN. Van een lieflijk blauw vogeltje tot een alomtegenwoordig monster: deze videoclip van Stromae, 'Carmen', toont hoe het kan mislopen met sociale media. LINK >> YouTube: Stromae - carmen (Official Video)



Documentaire 'FAKE FAMOUS' - HBO. 'Wil je beroemd worden?' Met een castingcall in Los Angeles waar zo'n 4000 mensen op afkomen, zoekt regisseur Nick Bilton drie subjecten om beroemd te maken. Hij bestempelt het als sociaal experiment en het doel is om te kijken hoe je op Instagram door net alsof te doen, snel beroemd kan worden.

LINK >> HBO-streamingsdienst FAKE FAMOUS: [www.hbo.com/movies/fake-famous](http://www.hbo.com/movies/fake-famous)



De beeldtaal van graffitikunstenaar **BANSKY**. Website: [www.banksy.co.uk](http://www.banksy.co.uk)

Botox normaliseert bij jongeren. Sociale media legt de lat van het schoonheidsideaal hoog.

## 4.5 Decor



“Paul Smith Pink Wall” in Los Angeles, Californië is de inspiratie voor het decor. Deze levendige roze muur is een iconische achtergrond voor influencers en Instagram-gebruikers. De felroze kleur is heel opvallend en een perfecte achtergrond om mooie foto’s te maken die eruit springen op sociale media.



### VRAGEN

Wat vinden de leerlingen van het fenomeen dat een ‘roze wand’ in L.A. je meer ‘likes’ kunnen opleveren en populariteit op Instagram?

Kennen de leerlingen zelf zo’n locaties, plaatsen waar mensen speciaal naar toe reizen om een selfie te maken?

### Daarnaast stonden de makers ook stil bij onderstaande vragen:

Wat als de online versie van jezelf zo diep vervlochten is in een web van leugenachtige filters en opgesmukte captions dat teruggaan naar de naakte waarheid geen optie meer is?

Kan de drang naar verbondenheid en “succes” in een virtuele wereld absurde en gevaarlijke proporties aannemen? Influencers, followers en haters: wie pusht er eigenlijk wie?

Zijn de bedrijven die dit mee in de hand werken niet medeplichtig?

En is er nog plaats voor onzekerheid, twijfel en imperfectie in een koninkrijk waar de volmaaktheid heerst en waar “trollen” en “haters” vrij spel hebben?

# NA DE VOORSTELLING

Na de voorstelling is het belangrijk dat de leerlingen hun indrukken kunnen ventileren. Soms gebeurt dat heel spontaan, misschien al op de weg terug naar school of in de klas in een nagesprek. Of misschien inspireerde de voorstelling jou als leerkracht om nadien met de leerlingen nog aan de slag te gaan of zit je hoofd al vol vragen om een klasgesprek te beginnen n.a.v. de voorstelling.

## 5. NAGESPREK

Een klasgesprek over de voorstelling begint best niet met de vraag “wat vond je ervan”?

Het nadeel van zo’n openingsvraag is dat de leerlingen meteen gedwongen worden om stelling te nemen. Soms bepalen de gangmakers van de klas dan onmiddellijk de opinie van de rest van de groep.

Het is zeker efficiënt om beschrijvend te werk te gaan, zodat de leerlingen zich weer voor de geest kunnen halen wat ze precies gezien hebben. Daardoor krijgen ze vanzelf een genuanceerder oordeel. De leerlingen zullen doorheen het gesprek vanzelf aangeven wat ze wel of niet boeiend vonden, wat ze al dan niet begrepen.

Het is belangrijk om de interpretatie van de voorstelling zoveel mogelijk open te houden. Het gesprek hoeft zeker niet te eindigen met één collectieve slotverklaring.

Hieronder alvast enkele suggesties voor het nagesprek:

- Welke scènes/ personages hebben de leerlingen geraakt of zijn hen bijgebleven?

> > > Waarom?

- Zijn er personages of situaties uit de voorstelling die voor de leerlingen herkenbaar zijn?

> > > Kennen ze mensen of situaties uit hun eigen omgeving die gelijkaardig zijn?

- Herkennen ze zichzelf of eigenschappen van zichzelf in één van de personages?

- Welke elementen in de voorstelling hadden extra vertelwaarde ?

> > > Hoe werden die door de leerlingen geïnterpreteerd of gelezen?

- Wat is bijvoorbeeld de vertelwaarde van: het decor, de muziek, de kostuums, bepaalde attributen?

- Wat vinden de leerlingen van de titel en/of van het promo tekstje?

> > > Dekt de vlag de lading volgens hen? Waarom wel, waarom niet?

## 5.1 SCHRIJF JE EIGEN RECENSIE

Vraag de leerlingen een recensie te schrijven over de voorstelling. Lees eventueel eerst samen enkele recensies van andere voorstellingen, zodat de leerlingen al een idee hebben van hoe zo’n recensie wordt opgesteld.





## 5.2 INTERESSANTE LINKS



**[www.klasse.be](http://www.klasse.be)**

### **CYBER PESTEN**

>> [Cyberpesten 6 vormen](#)

>> [digitale zorgleraar wapen cyberpesten](#)

### **SEXTING**

>> [Sexting op school](#)

>> [Naaktfoto's op school](#)

### **SMARTPHONES VERBIEDEN OP SCHOOL?**

>> [Smartphones verbieden op school?](#)

**awel**  
LUISTERT NAAR KINDEREN EN JONGEREN  
BEL 102 / AWEL.BE

Heb je na het zien van deze voorstelling  
nood aan een gesprek?

Contacteer dan [www.awel.be](http://www.awel.be) of bel 102



**ANTIGONE**