

Het is maandagochtend als ik dit artikel schrijf en een flink aantal mensen die ik volg op Twitter hebben daar best moeite mee. 'Ik vind het raar dat er nog niets ontworpen of bedacht is om dat opstaan een beetje do-able te maken' meldt @justlisette. 'Ik vond die wekker best stom zojuist,' twitterde @titallina twee uur geleden. 'Ik hou erg van wekkerloos wakker worden.' @Wim_Boevink, poëtischer gestemd, maakte er een haiku van, 1 hour ago: 'Overvolle, doodstille forrenzentrein, alleen geritsel van krantenpapier. Een grote slaapkamer, naast me zacht gesnurk van een vrouw. Intiem.'

Wel gezellig, zo met z'n allen tegelijk op gang komen op maandag, en yep, óók waar: erg verheffend is het niet. 'Waar gaat het over?' is zo'n beetje de meest geuite verzuchting over Twitter en het goede antwoord is natuurlijk dat het vaak helemaal nergens over gaat. Dat is nu juist voor velen de aantrekkingskracht ervan. Ik bedoel: het ritselfende krantenpapier van journalist Wim Boevink is nog heilig vergeleken bij de tweets die mijn 11-jarige zoon en zijn klasgenoten de wereld in slingeren. Dat gaat van: hallo, mwahahaha, uitroepetekens en hallo terug, zeven uitroepetekens, hooooi.

Waar gaat het over? het goede antwoord is natuurlijk dat twitter vaak helemaal nergens over gaat

Twitter als baan

Annemieke Staupe (46, heeft een eigen bedrijf, Media Trends, dankzij Twitter)

'Drie jaar geleden zei mijn man: je moet gaan twitteren om je modeblog meer bekendheid te geven. Ik had altijd in de mode gewerkt, maar door gezin en opgroeiende kinderen was ik eruit geraakt en deed ik alleen dat weblog nog. Het beviel me zo goed, die eerste tweets waren het begin van een nieuwe carrière. Ik ben nu professioneel twitteraar; ik twitter voor bedrijven die actief willen zijn op sociale media. Elke dag plaats ik minimaal vijf tweets uit naam van mijn klanten.

Voor modeketen Piet Zoomers gaat het dan bijvoorbeeld over de kostuums van het Nederlands elftal, omdat ze die sponsoren. Ik probeer wel altijd originele tweets te bedenken, voor je het weet ben je aan het spammen. Ik beantwoord ook berichtjes van consumenten en ik retweet het als mensen positieve dingen plaatsen over mijn klanten, bijvoorbeeld als iemand blij is met zijn trouwpak van Piet Zoomers. Ik heb de hele dag 32 kolommen op mijn Tweetdeck open staan, zodat ik geen enkele tweet over mijn klanten mis. Als ik op Foursquare zie dat iemand in het restaurant waarvoor ik twitter heeft ingecheckt, heet ik hem welkom. Of ik retweet de foto die mensen plaatsen als ze daar gezellig zitten. En als iemand een klacht heeft, reply ik meteen. Ik ben 24/7 actief op sociale media en ik verdien er inmiddels een leuk salaris mee. Onlangs zei mijn man nog: dit hadden we drie jaar geleden niet gedacht.'

Twitter is onlangs zes jaar geworden. Stel nu eens dat er een medium bestond, mijmerde multimediakenner Bert Boerland in 2002 al, dat het mogelijk maakt dat tieners met hun mobiel via sms hun blog live in de klas kunnen updaten ('Ik heb Duits en de leraar stinkt uit zijn mond, nou doe!'), zou dat niet heel groot kunnen worden? Let wel: het zou nog vier jaar duren voordat Jack Dorsey (@jack) de allereerste tweet ('*just setting up my twtr*') op internet zou zetten. Nu constateert Boerland op zijn blog dat hij er niet ver naast zat in 2002: inhoudelijk blijven de meeste tweets steken op het niveau →