

## Expertpanel - Lidewijde Paris: Twittero, ergo sum?

27-01-2011 08:49

De wereld begint langzaam maar zeker de andere kant op te draaien. Zetten vroeger uitgevers hun medewerkers aan het werk om het bedrijf te promoten, tegenwoordig is het omgekeerd. Zo hebben die van mij bedacht dat ik maar moest gaan twitteren onder het mom "want jij maakt het meeste mee". Tegen een zo vleierend argument is het je moeilijk verweren, zeker als het hele personeel van Ailantus, mij inbegrepen, uit drie mensen bestaat en we één ruimte delen. Dan moet je de lucht geklaard houden. Dat je geen iPhone hebt, wordt je vergeven, maar als je zegt dat je te vroeg geboren bent voor al die sociale media is dat een absoluut non-argument. "Alles voor de goede zaak, Lid.", zeggen ze vrolijk. Hoe het die goede zaak - bekendheid scheppen voor onze jonge uitgeverij, neem ik aan - dient, zeggen ze er niet bij. Dat we al "op" Facebook zijn, begonnen voor de grap op een sombere dag na kerst 2009, is niet genoeg. 'Dat zijn andere mensen' en: "Trouwens, Lid., je moet je Facebook-berichten spreiden, niet opeens vier filmpjes er op knallen." "Ok, sorry hoor."

Dus werd er voor mij een twitteraccount aangemaakt. Toen er na drie dagen nog geen een tweet aan mijn toetsenbord was ontsproten, kreeg ik het dringende verzoek er snel mee te beginnen want 'je hebt al twee followers'. Hard gelach aan de andere kant van de kamer. Hard gelag voor mij. Ik begon in het Engels wat voor de wereld is bestemd en in het Nederlands wat voor Nederland is bestemd. Groot denken, niet waar? Op een dankmail van een vertaler naar aanleiding van een tweet van mij, antwoordde ik: "Natuurlijk de hele wereld mag het weten." Hilarisch gelach aan de andere kant, één viel er zelfs van haar stoel: "De hele wereld! En je hebt nog maar 6 followers."

Hoon is een goede katalysator en ik heb me op twitter gestort. Ik ging iedereen volgen die maar iets met boeken te maken heeft en ik heb me suf getwitterd. Noteerde in twee talen in mijn e-mailafzender dat ik te volgen ben op twitter. Heb mensen direct benaderd. Maar de magische informatie waren de hashtags, waar collega uitgever Sander Knol me op wees. Binnen een week had ik honderd followers, van over de hele wereld. Sindsdien weet ik het: namedropping werkt ook hier het beste. En inhoudelijke nuttige en onderhoudende informatie. Sindsdien zit ik overal met een notitieboek om 'quotes' voor twitter te boekstaven. Het is stiller geworden aan de andere kant van ons kantoor. Tot nu toe heeft het ons één actie in een boekwinkel opgeleverd en is een kennis aan een opdracht geholpen. Alle directe tweets aan onbekenden met verzoeken bleven onbeantwoord. Inmiddels ben ik alweer aan het unfollowen. Ik ben een opportunistische twitteraar. De aanhang groeit. De social media vernieuwing heeft zich Ailantus binnengewerkt. Twittero, ergo sum. Is dat zo? Ik voel me een circusaapje, ik doe kunstjes. En volgens Joris Luyendijk heb ik dan recht op nootjes. Maar wie kan mij zeggen wat die nootjes zijn? Moet de sociale wolk waarin ik zit genoeg zijn?

David Huijzer