

#feyaja,
een moderne klassieker

#feyaja,
een moderne klassieker

Joost Heuver

Schrijver: Joost Heuver

Coverontwerp: Aardbei Communicatie

ISBN: 9789402105452

© Joost Heuver

*I am the pick of the litter,
You're a bitch that gets hit and starts snitching on Twitter.
Tweedledee, Tweedledum niggas,
When you see P, you better have your gun nigga.*
Sean Price op het nummer Monster Babies (van het album
Random Axe, door Random Axe)

*Listen, Sean Price with a ape look rage,
No MySpace, Twitter or a Facebook page, muthafucker.*
Sean Price op het nummer Japhy Joe (van het album Random
Axe, door Random Axe)

*Listen, it's Mandela, pa
I grab wack MC's, I smack 'em hella hard.*
Sean Price op het nummer Laced Cheeba (van het Wu-Tang
Clan album Legendary Weapons)

Uiteindelijk gaat ook rapper Sean Price overstag en zijn ook
zijn zielsroerselen te volgen op Twitter (@SeanMandela).

Proloog

Het lijkt een doodnormale zondag, de laatste zondag van de maand januari. Nietsvermoedend zit Fredd, de zelfbenoemde Paris van java, doodnormale, Javaanse dingen te doen. Als ook dat begint te vervelen, doet hij wat de rest van de wereld ook doet in dezelfde situatie; hij besluit om eens te kijken wat er allemaal gebeurt op de wereld en opent zijn Twitter-account, @feyaja. Hij schrikt en ziet dat hij een wereldwijde trending topic is! Waarom is een groot deel van de wereld op dit moment over hem aan het praten? Gaat het wel goed met hem? Hij besluit om eens te klikken op de hashtag #feyaja, om te zien wat er in godsnaam met hem aan de hand is.

De tweets zijn in een vreemde taal geschreven, hij kan er geen Gado Gado van maken. Wel ziet hij vaak dezelfde woorden terugkomen; Feyenoord en Ajax. Een snel bezoekje aan Google leert hem dat dit voetbalclubs uit Nederland zijn. Rare jongens, die Hollanders. Blij dat we ervan af zijn, denkt hij. En potje voetbal, waar je je druk om kunt maken zeg...

De eerste keer dat ik kennismaakte met het fenomeen Twitter, was tijdens de berichtgeving rond de vliegtuigcrash van Turkish Airlines nabij Schiphol. Alweer drie jaar geleden, op 25 februari 2009. Het journaal berichtte over een microblog waarbij meerdere ooggetuigen via hun account bovenop het nieuws zaten. Deze uitleg maakte het voor de meeste kijkers (digibeet of niet) nou niet bepaald duidelijker op. Het klonk op het eerste gehoor toch vooral als de zoveelste internethype, klaar om kort daarna alweer vervangen te worden door de volgende.

Nu, drie jaar - wat gelijk staat aan een eeuwigheid op internet - later, kunnen we toch wel stellen dat deze gedachte niet verder van de waarheid kon liggen. Twitter is anno 2012 omnipresent. Er gaat geen dag meer voorbij zonder dat je het woord Twitter hoort vallen. Op de radio, in de krant of op tv,

we worden er constant mee geconfronteerd. Je ontkomt er niet aan, hoe goed je het ook probeert.

Zo geeft Geert Wilders zelden nog interviews, maar haalt hij nog vaak het nieuws door zijn tweets. Die worden dan door de media verwerkt tot een opiniemakend stuk. In zijn geval is het nog te verklaren, vaak gaat het dan over politieke vraagstukken. Maar van vele sterren komen ook de persoonlijke tweets in de media terecht. En niet alleen van sterren. Werkelijk alles is blijkbaar interessant. Wat ze eten, hoe het smaakt en hoe het er weer uitkomt, werkelijk alles wordt gedeeld. Iedereen mag, of beter gezegd, moet het weten.

Twitter is de ultieme meetlat waaraan sterren worden gelegd. Met minder dan een paar miljoen followers wordt je gewoon uitgelachen. Als rechtgeaarde celebrity doe je ook echt niet mee als je niet minstens negen keer per jaar dood wordt verklaard op Twitter. Dit klinkt wellicht luguber, maar er hoeft ook maar één gek te tweeten dat *Celebrity X* is overleden en binnen een kwartier heeft de hele wereld het erover. En moet de celebrity in kwestie weer moeite doen om iedereen ervan te overtuigen dat zijn of haar overlijden toch echt niet waar is. Tieneridool Justin Bieber (het geeft niks als die naam u niks zegt) is vaker doodverklaard via Twitter dan het aantal kaarsjes dat op zijn verjaardagstaart staan.

Het is natuurlijk niet alleen maar onzin wat er op Twitter gebeurt. Twitter was een belangrijk onderdeel van de Arabische lente en hielp mee met het organiseren van massademonstraties en het omverwerpen van regeringen. En uiteraard is voetbal, de belangrijkste bijzaak van het leven, een veelbesproken onderwerp. Teams, spelers en natuurlijk wedstrijden. Een onderdeel van veel tweets is vaak een hashtag, een soort label dat iets zegt over het onderwerp van die tweet. Even een kort voorbeeld: een tweet over een Zweeds meubelwarenhuis krijgt dan de hashtag #ikea. Twitteraar X tweet dan bijvoorbeeld: *Shit, ik heb twee schroefjes over voor mijn Gunnar, als dat maar goed gaat #ikea #prut*.

Bij voetbalwedstrijden vormen de eerste drie letters van beide teams de hashtag. FC Barcelona - Real Madrid is op Twitter #barrea, Nederland - Duitsland #neddui en Telstar - FC Oss #teloss (de laatste is puur theoretisch). De wedstrijd

Feyenoord - Ajax is de enige klassieker in Nederland, de wedstrijd tussen de twee populairste clubs van ons land. Ook eentje met veel rivaliteit en controversie. Het belooft een leuke tijd te worden op Twitter, ik zal de komende weken #feyaja gaan volgen en de meest opzienbarende, aanstootgevende of lieve tweets noteren. Al heb ik wel een idee in welke richting de tweets zullen gaan.

Zondag 18 december. Planking was toch uit?

Het is vandaag weer zo'n ouderwetse, luie zondag. Uit pure verveling besluit ik eens achter de laptop te kruipen en eens te kijken wat er allemaal in de wondere wereld van het internet te beleven valt. Na een paar vaste sites bezocht te hebben en nog even snel heb uitgezocht welke Belgische club het nou ook al weer was waar Robert Roest (tien punten als u SK Beveren goed had geraden. Voor de Nederlandse clubs krijgt u niks, die zijn te makkelijk!) ooit speelde (wordt u ook niet bijkans gek als iets op het puntje van uw tong ligt, maar het antwoord maar niet komt?), zie ik een tweet voorbij komen. Deze gaat over de wedstrijd die vanmiddag om 12.30 gespeeld is, Ajax - ADO Den Haag, oftewel *#ajaado* (4-0).

Ik had al wel eens vaker zo'n hashtag gezien en besluit eens te kijken wat er nou zoal te bespreken valt op Twitter. Veel, blijkt. Heel veel. Waar ik een paar verwijzingen naar een slecht fluitende scheidsrechter van ADO-kant verwachtte, of *gekanker op die joden*, blijkt dat men honderden, maar zeer waarschijnlijk duizenden tweets tijdens de wedstrijd de wereld in heeft geslingerd. Ver boven mijn verwachtingen. Direct ben in geïntrigeerd en besluit live een interessante wedstrijd te volgen, Feyenoord - FC Twente, *#feytwe*.

Ook hier veel activiteit. Zeker als een kwartier voor tijd Leroy Fer (ex-Feyenoorder) in het veld komt voor FC Twente. Hier zijn de Feyenoord-supporters duidelijk niet blij mee. Het is de terugkeer van de Antichrist van Rotterdam-Zuid. Hij krijgt direct een hashtag mee, zoals dat hoort op Twitter, *#ferrader*.

Feyenoord wint uiteindelijk op sensationele wijze, door drie doelpunten van spits John Guidetti, *@superguidetti* op Twitter. De nieuwe held van De Kuip. Bij wijze van juichen gaat hij plat op de grond liggen, doodstil. Hiermee doet hij aan planking. Een activiteit groot gemaakt door social media.

Al is planking al wel weer heel oud, er zijn ondertussen alweer vele andere trends gekomen en weer gegaan.

Het is een bijzonder mannetje, die @superguidetti. Begin van het seizoen eigenlijk speler van FC Twente, maar loopt nu dus rond in een Feyenoord-shirt. FC Twente-trainer Co Adriaanse heeft zijn grote vriend Marc Janko en zal nooit toegeven dat hij liever @superguidetti in zijn team had. Al was het vandaag wel lekker geweest, lijkt me.

Toch wel geinig, dat wedstrijdcommentaar op Twitter. Als er over deze wedstrijden door de supporters al zoveel wordt getweet, hoe zal dat straks dan gaan tijdens de klassieker, #feyaja, vandaag over zes weken? Ik typ de hashtag in en zowaar, er is al over getweet. En wat blijkt, de eerste wedstrijd na de winterstop, tegen VVV-Venlo, is van ondergeschikt belang bij Feyenoord-supporters. 29 januari 2012 staat in ieders kalender met dikke stift geschreven, dan speelt Feyenoord tegen Ajax! Of, zoals @ricvanthof1 het afgelopen donderdag zo poëtisch verwoordde: *Zoo fucking zin in 29 januari #feyaja*.

Ik voel me bij deze eerste tweet - in feite is dit dus een re-tweet (het opnieuw tweeten van een al bestaande tweet) - toch genoodzaakt om een kleine vertaling te geven. Dit zal zeker niet de laatste keer worden, schat ik zo.

Zoo fucking zin in 29 januari. De laatste vier woorden, *zin in 29 januari*, zullen niet veel problemen opleveren. De eerste twee des te meer. Ik begin bij het eerste woord, *zoo*. Dit is geen referentie naar een tripje naar een dierentuin die hij op 29 januari zal ondernemen. Met de toevoeging van de tweede o in het woordje zoo, toont de twitteraar zijn enthousiasme voor de wedstrijd. *Zo fucking zin...* is natuurlijk veel te ingetogen, het mist duidelijk dat beetje pit dat de extra o wel geeft.

Fucking is niets minder dan een verbastering van het Engelse woord fucking. Een veelgebruikt woord onder de Nederlandse jeugd. Ook dit woord is puur gebruikt om zijn hoge staat van enthousiasme te duiden. *Zo ontzettend zin...* is gewoonweg niet meer afdoende voor de jeugd van tegen-

woordig. Ze zoeken het in de poëtische vrijheden die social media hen biedt.