

# Einde van i

Marina Lacroix is politicoloog en speechschrijver in Brussel.

*In aansluiting op het artikel over sociale media herplaatsen wij deze column, die eerder verscheen in NRC Handelsblad op 7 oktober 2011.*

Het duurde even, toch zeker veertig seconden, voordat ik deze ochtend wijs kon worden uit de massa updates in mijn Twitter-stream en Facebook-feed. 'iSad', een plaatje van een appel met een hoofd-vormige hap eruit, een geschiedenisleraar die zijn lessen over de industriële revolutie gaat omgooien om het over Steve Jobs te hebben. Aha! De grote man van Apple is niet meer onder ons!

Mijn vrienden- en kennissenkring kwam *en masse* virtueel bijeen om publiekelijk diep geraakt te zijn. Zelfs degenen die normaal nooit digitaal van zich laten horen stuurden rouwberichten rond. De overweldigende stroom hartenkreten was des te opvallender, omdat de man die esthetiek, een bedrijfsmodel en gebruiksgemak introduceerde in wat welbeschouwd luxe technologieën zijn (30% van de EU-burgers heeft thuis geen toegang tot internet) niet de enige is die deze week overleed. De dood van Wangari Maathai (Nobel-laureaat voor de vrede) en Wilson Greatbatch (uitvinder van de pacemaker) gingen geruisloos aan het digitale universum en haar jonge, goed opgeleide bewoners voorbij.

Hoewel de dood van publieke figuren con-

fronterend kan zijn, dient de online rouw-betuiging – zoals alles online – er vooral toe jouw eigen imago aan te scherpen. In minder dan 140 tekens associeer je jezelf toch even met deze Belangrijke Persoon. Er op tijd bij zijn om op het nieuws te reageren laat bovendien zien dat jij begrijpt welk nieuwsvisie uit de grote nieuwsvijver werkelijk van belang is. En zo'n subtiel 'iSad' maakt onomstotelijk duidelijk dat je Jobs' bijdrage aan de wereld op waarde weet te schatten.

*Jobs ist tot.* Alsof we zonder zijn innovatieve brein acuut stuurloos zijn in de moderne wereld. Alsof de iPods, -Pads en -Phones zonder hun schepper zacht piepend voor altijd inslapen in hun dure hoesjes. Waarom lamenteren we niet (ook) om het luidst bij het verlies van degenen die, zoals Maathai of Greatbatch, universele waarden als gezondheid, vrijheid en waardigheid van de mens rechtstreeks hebben bevorderd door hun sterkte van karakter en scherpte van geest? Als Facebook dan toch ingezet wordt om onze imago's te bouwen, is ons imago wat onszelf betreft dan werkelijk meer gediend bij goede smaak dan bij de openlijke waardering van medemenselijkheid?

Kennelijk wel. En eigenlijk is dat geen verrassing: als er een boodschap was die Jobs niet naliet te verspreiden, was het dat jouw persoon uniek is, dat je niet te veel naar anderen moet luisteren en moet worden wie je bent. Dus hebben we onze handen vol aan onszelf: in de ene hand houden we onze iPhone, met de andere aaien we ons ego. En voor de belangen van de rest van de wereld is, de term 'sociale' media ten spijt, wat minder plek. Onze liefde voor gadgets als smartphones en tablets zorgt ervoor dat we meer, in plaats van steeds minder, energie gaan gebruiken, ten koste van toekomstige generaties. We leggen ons werk per direct neer om het lot van Amy Winehouse te

bespreken, maar weten pas weken later van het ongeluk van de moeder van een vriend dat niet in onze timeline verscheen. We pluggen schaamteloos ons eigen werk op zoek naar applaus, in plaats van de goede werken van anderen te versterken.

Het overlijden van Jobs is tragisch, maar zou het niet een nieuw tijdperk in kunnen luiden? Een era waarin 'ik' weer persoonlijk voornaamwoord is, in plaats van prefix om je individualiteit te benadrukken? Ruim baan voor de volgende onvoorstelbare innovatie, waarbij vorm en functie op magische wijze samenvallen: het verdwijnen van het voorvoegsel 'i'.