

COLLEEN

DOM DING

Eerder dit jaar werd de eerste auto geprint met een 3D-printer. Dat is een printer die met een computergestuurde arm laagje op laagje boetseert om daarmee objecten te produceren. De afmetingen en vormen van alle onderdelen van de auto waren losse, digitale bestanden op een computer. Nadat iemand op 'printen' klikte, werden alle objecten geprint, en kon de auto in elkaar worden gezet.

3D-printers zijn niet extreem ingewikkeld of duur meer. Voor minder dan duizend euro heb je er al een in huis. En dat kan erg handig blijken. Kapotte hak op je schoen? Print een nieuwe uit. Vind je een deurklink in je huis lelijk? Print een nieuwe uit. Is je zoon een lego-blokje voor een te bouwen kasteel kwijt? Print een nieuwe uit.

Een actieve gemeenschap van 3D-printerbezitters deelt allerlei printbare fysieke objecten. In onlinecommunities wisselen ze ontwerpen voor hakken, deurklinken en legoblokjes uit. Zonder groep mensen die bij elkaar komt, is een 3D-printer slechts een dom ding. En zo geldt dat eigenlijk voor alle sociale media.

Zonder een groep mensen die praat over wat ze meemaken, lezen, tegenkomen en beleven is twitter

slechts een dom ding. Maar door de enorme hoeveelheid mensen die op twitter zitten, is het opeens een krachtveld dat bijvoorbeeld bedrijven dwingt transparanter te zijn. Vroeger konden fabrikanten nog wel eens een probleem ontkennen en tekortkomingen onder het tapijt vegen. Als producten nu mankementen vertonen, is dat in no time bekend via twitter.

Vroeger trokken een paar journalisten langs restaurants om ze te beoordelen. Tegenwoordig kan iedereen zijn mening geven over een etablissement. En het zal niet lang meer duren voordat mensen massaal aangeven waar ze op dát moment eten, zodat je in één oogopslag kunt zien welke restaurants nú populair zijn bij mensen zoals jij. Jonge muzikanten werken samen aan muziekstukken. Harry Potterfans schrijven fan-fictie en beoordelen elkaars werk. Enkele enthousiastelingen maakten samen de grootste encyclopedie van de wereld.

Door het bestaan van sociale media is het makkelijker dan ooit om samen te werken. En dat biedt mogelijkheden om meer dan ooit creatief te zijn, meer dan ooit de waarheid te vinden en meer dan ooit invloed te hebben. Daar word ik heel blij van.



TECHNOLOGIEJOURNALIST
ALEXANDER KLÖPPING