



De grote Amerikaanse datingsite OkCupid maakte deze week bekend dat het experimenteert met de matches die gebruikers krijgen. Ook andere techbedrijven zetten gebruikers in als proefkonijn. Vijf vragen.

### 1. Om welke testen gaat het?

[OkCupid](#) testte of relatiezoekenden elkaar meer berichten stuurden, als ze - ten onrechte - de suggestie kregen dat zij een bijna-perfecte match waren (conclusie: ja).

[Facebook](#) testte of gebruikers positievere berichten stuurden als zij op hun timeline geen negatieve berichten zagen en andersom (conclusie: ja).

Freelancers-website [oDesk](#) deed mee aan een onderzoek om te testen of freelancers harder werkten als hun uurloon werd 'verhoogd' met een 'cadeautje' van een dollar (conclusie: ja).

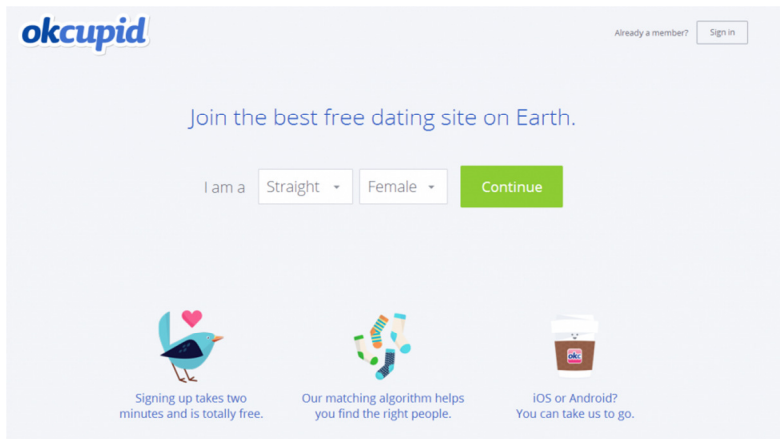
De gemene deler: bij geen van deze onderzoeken wisten gebruikers dat zij proefkonijn waren. In wetenschappelijke termen: experimenten zonder "informed consent".

### 2. Hoe werden deze onderzoeken bekend?

De Facebook-resultaten staan in een [wetenschappelijke publicatie](#). Die leidde tot nogal wat ophef in internationale [media](#).

OkCupid kwam daarop deze week zelf met de weblog "[We Experiment On Human Beings!](#)". Oprichter Christian Rudder was er kort over: als je internet gebruikt, ben je sowieso constant proefpersoon zonder dat je dat weet. En noemde meteen drie voorbeelden van experimenten op zijn eigen datingsite.

Harvard-onderzoeker Michael Luca deed er nog een schepje bovenop in een [blog](#): hij ziet wel het probleem van experimenten zonder instemming, maar zou het nog erger vinden als die niet meer zouden mogen. Onder meer via werkwebsite [oDesk](#) deed hij zelf ook zulke [testen](#). Noodzakelijk voor de sociale wetenschappen, vindt hij.



### 3. Mag het?

Niet iedereen realiseert het zich. Maar Facebook- en OkCupid-gebruikers stemmen, via de algemene voorwaarden, in met het analyseren van hun gegevens.

Dat informatie die zij (tijdens de onderzoeksperiode) op de sites zien is gemanipuleerd, weten ze niet. “Misleiding,” vindt emeritus hoogleraar Toegepaste Filosofie [Michiel Korthals](#) van de Wageningen Universiteit. Sterker nog: ze krijgen nooit te horen dat zij op een bepaalde dag proefkonijn zijn geweest. Korthals noemt dat “zeer kwalijk”.

### 4. Is het schadelijk voor de gebruiker?

OkCupid zegt, niet ten onrechte, dat websites veel vaker zonder dat bezoekers het weten [testen doen](#). Maar met emotie-experimenten komen de techbedrijven wel op een hellend vlak, zegt hoogleraar Marketing [Peter Verhoef](#) van de Rijksuniversiteit Groningen:

“Het is misschien niet direct schadelijk, maar ze komen daarmee wel dicht op de psyche van de gebruiker.”

Bedrijven kunnen veel meer maken dan wetenschappers, zegt TU Twente-hoogleraar Filosofie van Mens en Techniek [Peter-Paul Verbeek](#):

“Als wetenschapper moet je voor dit soort onderzoek langs een ethische commissie, om te controleren of je proefpersonen schade berokkent. Je maakt mensen aantoonbaar somberder, koppelt ze aantoonbaar aan iemand bij wie ze niet passen.”

Bedrijven als Facebook kunnen deze onderzoeken doen zonder te worden gehinderd door regulering.

### 5. Schaadt het de bedrijven?

Daar lijkt het niet op. De [koers](#) van moederbedrijf InterActiveCorp van OkCupid zakte na de bekendmaking even in, maar is inmiddels hoger dan voor de bekendmaking. Ook [Facebook](#) doet het goed, ondanks negatieve berichtgeving over privacy.

*Door [Anna Vossers](#) op vrijdag 1 augustus 2014.*