

# Gefilterde liefde

Door [Jeroen Hopster](#) op 15 juni 2020



02-2020 Wijsgerig Perspectief

**Jeroen Hopster analyseert filterbubbels in de context van datingapps. Is de liefde, door tussenkomst van filters, minder toevallig geworden? En zijn datingapps wel een betrouwbare partner, op zoek naar een online match?**

Eind twaalfde eeuw publiceerde Andreas Capellanus *De amore*, waarin hij de *ars amatoria*, de liefdeskunst, uit de doeken doet. *Liefde, of de retorica van de verleiding*, zo heet het liefdeshandboek in de Nederlandse vertaling van Piet Gerbrandy (2011). Capellanus, die vermoedelijk in de Champagnestreek leefde, voegde er acht voorbeelddialogen aan toe, om mannelijke minnaars te laten zien hoe zij vrouwen het hof maken. Want bij Capellanus draait liefde om verlangen

en verleiding: het andere geslacht met vleierende opmerkingen en welbespraaktheid voor je winnen.

De liefdespolen van verlangen en verleiding trekken in tegengestelde richting. Verliefd word je onverwacht en ongepland, het overkomt je. We vallen voor elkaar, in de liefdesbeeldspraak van verschillende talen: *falling in love*, *tomber amoureux*. Plots getroffen door een pijl van Amor, ga je actief op zoek om het hart van de ander te veroveren. Zo legt, althans, Capellanus de liefde uit: als een onweerstaanbare passie die je bevangt, en tegelijkertijd tot jacht aanzet. 'Want wie verliefd is, is gevangen in de ketens van verlangen, en wenst een ander met zijn haak te vangen.'

We stappen met negen-eeuws-laarzen verder, van de middeleeuwse liefdestechniek naar de techniek van vandaag. Hoe zou Capellanus het ervan afbrengen in onze door technologie gemedieerde wereld? Ongetwijfeld zou het gemak waarmee hij aanneemt dat liefde bestaat tussen leden van het andere geslacht, waarbij de man de taak heeft de vrouw te verleiden, tegenspraak oproepen. Ook kan je je afvragen of Capellanus' verleidingsretoriek veel zou uithalen op moderne datingapps, waar hoffelijke woorden doorgaans ondergeschikt zijn aan de retoriek van het beeld. *Persuasive technologies* moeten het vooral hebben van foto's en de eerste indruk die die achterlaten. Wil je op een datingapp een mogelijke match hebben, dan moet je die eerst verleiden het scherm de juiste kant op te vegen.

De kunst van het verleiden, de actieve kant van het liefdesspel, wordt dus ook op datingapps gespeeld, zij het meer met beeld dan met woord. Maar de passieve kant? De tweeledigheid die Capellanus herkent – overmeesterd worden door verlangens, en tegelijk de drang voelen om te overmeesteren – zien we op datingapps maar gedeeltelijk terug. De drang is herkenbaar: gebruikers nemen de app zelf ter hand en kunnen gericht filteren en selecteren, op zoek naar een match. Wie je treft, hangt er onder meer vanaf hoe je kiest: de ware vinden is een

selectieproces. Maar *overkomt* liefde ons nog? Of is de liefde, door bemiddeling van techniek, minder toevallig geworden?

## Checklist dating

Liefdesfilters zijn, op zichzelf, geen nieuw verschijnsel. Toeval in de liefde is er altijd geweest, maar selectie ook: de onmogelijke liefde bestaat sinds jaar en dag, het gearrangeerde huwelijk evenzogoed. Liefdesfilters zijn ook niet per se problematisch. Filters zijn een instrument om informatie te personaliseren, en juist in de liefdes sfeer lijkt personalisering in beginsel geen verkeerd uitgangspunt. Is niet iedereen op zoek naar iemand die bij hem of haar past?

Toch zijn er twee zorgen die de filters van hedendaagse datingapps oproepen, en de manier waarop zij de ongestuurdheid van de liefde ondermijnen. De eerste zorg, die ik in de eerste secties van dit essay bespreek, is dat gebruikers, door te swipen en te filteren, overgrote controle uitoefenen op hun eigen liefdesleven. Filters maken het mogelijk om vooral uit eigen vijver te vissen: zelfde opleidingsniveau, zelfde etniciteit. Op veel hedendaagse datingapps is *checklist dating* algemeen gebruik: geen Aziaten, geen moslims, geen 40+. Bovendien zijn niche-apps in opkomst: datingapps die op voorhand een scherpe schifting maken wie je zou kunnen treffen. Moslims gebruiken Minder, joden kunnen terecht op JSwipe. Er zijn zelfs apps die voorsorteren op verenigbare DNA-profielen.

Filters maken het mogelijk vooral uit de eigen vijver te vissen

Is *checklist dating* inderdaad een zorgwekkende praktijk? Laat ik, voordat ik tot een gewogen antwoord kom, eerst de mogelijke keerzijden ervan belichten. Op persoonlijk vlak kan het vermogen om aanzienlijke controle uit te oefenen op onze pool van potentiële partners, en die met strenge filters te distilleren tot een homogene groep, afbreuk doen aan de diversiteit van iemands sociale interacties. Aanraking met nieuwe denkbeelden en andere gezichtspunten draagt bij aan

persoonlijke vorming. Ontmoetingen buiten zelfgekozen kring maken mensen ruimdenkender en wereldwijd. Ze helpen om vooroordelen te ontcrachten en hebben een transformatief potentieel: ze kunnen iemands smaak en kijk wezenlijk veranderen. Natuurlijk zijn mensen voor zulke ontmoetingen niet alleen op apps aangewezen, maar de invloed van apps op sociale interacties is wel relevant: als die sociale cirkels steeds eenstemmiger maken, dan stemt dat inderdaad tot zorgen.

De groeiende invloed van datingapps is ook van maatschappelijk belang, al was het maar vanwege hun grote gebruikersaantallen. Datingapps hebben anno 2020 honderden miljoenen gebruikers wereldwijd. Wie ontmoet wie? Welke huwelijken en kinderen komen daar ten langen leste uit voort? Het is te verwachten dat datingapps op termijn aanzienlijke demografische invloed zullen hebben.

Elke samenleving heeft baat bij enige maatschappelijke spreiding. Contact met andersdenkenden draagt bij aan beter burgerschap, de uitwisseling van verschillende gezichtspunten stimuleert een creatieve maatschappij. Zo schreef John Stuart Mill, in een lofzang op de internationale handel: 'Het is nauwelijks mogelijk om de waarde ervan te overschatten, in de huidige lage staat van menselijke vooruitgang, om mensen in contact te brengen met personen die van henzelf verschillen, en met manieren van denken en handelen waar ze niet mee vertrouwd zijn.'

Wat zou, in het uiterste geval, het tegendeel zijn van een samenleving waar diverse personen elkaar treffen? Een samenleving van gelijkgestemden, die dezelfde meningen erop nahouden en zich in geïsoleerde bubbels afsluiten van de rest. Een compleet gebrek aan maatschappelijke mix vormt een receptuur voor blikvernauwing, maatschappelijke isolering, segregatie, fragmentatie en polarisatie.

## **Architectuur van serendipiteit**

Beweegt onze huidige samenleving in die richting? Die zorg is de laatste jaren veelvuldig geuit, wijzend naar de opkomst van sociale media en de personalisering van online informatievoorziening. Internetactivist Eli Pariser schreef in 2011 het boek *The Filter Bubble*, waarin hij beschrijft hoe twee personen op Google heel verschillende zoekresultaten te zien krijgen na het invoeren van dezelfde zoekterm (“Egypt”). De term filterbubbel is sindsdien in breder gebruik geraakt, meestal als aanduiding voor de informatiebubbels die algoritmes genereren. Op sociale media (zoals YouTube en Facebook) is personalisering overal aanwezig. Soms snijden algoritmes informatie toe op basis van iemands individuele voorkeuren en browsergeschiedenis, soms personaliseren ze informatie op basis van het *type* gebruiker. Ze categoriseren het profiel van een gebruiker, koppelen het aan soortgelijke profielen, en stemmen de informatievoorziening daarop af.

Critici zien in personalisering een aanjager van polarisering: elke bubbel krijgt zijn eigen nieuws te zien en opinies te horen, en komt nauwelijks nog in aanraking met andere denkbeelden. Die opvatting verkondigt onder meer de invloedrijke academicus Cass Sunstein, popularisator van de term ‘echokamers’ – een aanduiding voor online fora, waar telkens dezelfde mening weergalmt. In zijn boek *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media* (2017) haalt Sunstein eerdergenoemd citaat van Mill aan, en pleit hij ervoor de maatschappelijke mix in het online domein te stimuleren. Niet door van sociale media af te stappen, maar door die anders vormt te geven.

Sunstein karakteriseert het ontwerp van mainstream sociale media als een *architecture of control*. Sociale media personaliseren de informatievoorziening zodanig dat gebruikers grote controle kunnen uitoefenen op wat ze te zien krijgen. Dit werkt sociale homofilie in de hand: de tendens om je met gelijkgestemden te omringen. Sunstein: ‘With an architecture of control, birds of a feather can easily flock together.’

Hoe daar verandering in te brengen? Volgens Sunstein zouden de ontwerpers van sociale media moeten pogen om een *architecture of serendipity* te creëren: een keuzearchitectuur die de ongezochte vondst stimuleert. Sunstein laat zich daarbij inspireren door *The Death and Life of Great American Cities* van stadsactivist Jane Jacobs. In dat boek viert Jacobs de diversiteit van de stad, het plein en de stoep, als broedplaats van onverwachte ontdekkingen, spontane interacties en nieuwe ideeën. Voor de *civil society* is de publieke ruimte van groot belang: het is een ruimte die verschillen samenbrengt en waar mensen zich ontwikkelen tot tolerante burgers. Sunstein trekt Jacobs' opvattingen over stadsplanning door naar het online domein. Ook het internet (en sociale media in het bijzonder) zou moeten fungeren als een publiek forum, waar burgers met verschillende opvattingen elkaar ontmoeten. Een website heeft net zo goed een architectuur, en kan zodanig worden ontworpen dat het mensen in contact brengt met informatie die ze niet op voorhand hebben gekozen. De *shuffle*-functie hoeft niet alleen het volgende nummer in onze muziekljst te bepalen; we kunnen het toeval veel breder aanroepen in online-ontwerp. Ruimte scheppen voor serendipiteit, concludeert Sunstein, is een belangrijk instrument om digitale bubbels door te prikken.

Sunstein rept in zijn boek niet over datingapps. Hij is niet de enige die het onderwerp links laat liggen. Over filterbubbels en nieuwsmedia zijn het afgelopen decennium tal van academische artikelen geschreven, maar datingapps, en hun effect op sociale homofilie, hebben weinig aandacht gekregen. Toch geven juist datingapps bij uitstek gestalte aan Sunsteins notie van een controlearchitectuur, en sluiten de zorgen over *checkbox dating* aan bij Sunsteins diagnose van een online serendipiteitstekort. Zijn die zorgen gegrond?

## Geen tekort aan toeval

Academische beschouwingen van de noties 'filterbubbel' en 'echokamer' hebben de laatste tijd een meer kritische teneur

gekregen. Filterbubbels bestaan misschien wel, maar ze domineren de mainstream nieuwsvoorziening niet. We treffen ze vooral aan bij nieuwsgebruikers die zich richten op de extremen van het politieke spectrum – zogenaamde *fringe bubbles* – maar minder in het politieke midden. Bovendien lijkt het probleem van filterbubbels groter in de Verenigde Staten, waar de nieuwsmedia sterk gepolariseerd zijn, dan in Europa. Al geldt dat voor het ene Europese land meer dan voor het andere ([zie de bijdrage van Natascha Rietdijk in deze editie](#)).

Een van de redenen om het belang van online filterbubbels te nuanceren, is dat mensen zich in de regel van verschillende media bedienen. Wie slechts online media analyseert, die zal misschien concluderen dat onze nieuwsvoorziening sterk gefilterd is. Maar de meeste mensen raadplegen daarnaast nog altijd papieren kranten, televisie en radio. We komen niet alleen in aanraking met nieuws dat specifiek op ons is toegesneden, maar stuiten al lezend, zappend en scrollend op informatie uit veel bredere bronnen.

Iets soortgelijks kunnen we inbrengen tegen de zorg dat datingapps maatschappelijke filters versterken. We ontmoeten mensen niet alleen in een online omgeving, maar – lockdown periodes daargelaten – ook nog steeds in de studiebancs, in de kroeg, op het sportveld, in het theater, tijdens een congres en op de stoep.

Bovendien zijn er tekenen dat het maatschappelijke mixeffect van datingapps helemaal niet zo verkeerd is, en de diversiteit van liefdesinteracties juist vergroten. Zo is het aantal gemengde huwelijken in de Verenigde Staten de laatste tweede decennia sterk gestegen, een trend die correleert met de opkomst van online datingplatformen. De beste verklaring voor deze correlatie, stellen de economen Ortega en Hergovich, is dat datingapps een positief effect hebben op de diversiteit van relaties. Apps kunnen mensen uit verschillende uithoeken van de wereld samenbrengen. Waar geliefden elkaar voorheen vooral ontmoetten door bemiddeling van een

gemeenschappelijke kennis, daar kunnen ze nu aan een veel grotere partnerpoel worden gelinkt. De kans dat mensen met een verschillende nationaliteit of etniciteit elkaars pad kruisen is enorm toegenomen. Wie voor zulke ontmoetingen openstaat, die krijgt daar nu de gelegenheid toe.

De invloed van datingapps is zo slecht nog niet

Ook als we in meer detail kijken naar het ontwerp van datingapps, lijkt de zorg om een toevalstekort overtrokken. Filters zijn er zeker, maar serendipiteit is er ook. Happn, onder datingapps een van de huidige marktleiders in Nederland, maakt het toeval expliciet te gelde: als je in een straal van 250 meter het pad van een andere happn-gebruiker kruist, dan krijg je elkaars profiel te zien. Een ongestuurde ontmoeting, een *happstance*, staat aan de basis van het eerste contact.

En niche apps? In zoverre die sorteren op religie of etnische afkomst, laten die weinig ruimte voor sociale spreiding. Maar het is heel goed mogelijk dat mensen die deze apps verkiezen, zich in de offlinesfeer ook op deze specifieke partnerpoel zouden richten. Bovendien, veel van de niche apps die op dit moment in opkomst zijn, sorteren op gedeelde eigenschappen van een heel andere aard. Zo is er een app voor hondenbezitters (dig) en een app voor mensen met een gedeelde haat (Hater). Als dát de eigenschappen waarop apps sorteren, dan lijkt gebrekkige randomisering niet al te problematisch. Het doet geen afbreuk aan de vormen van culturele diversiteit die er in de maatschappij toe doen.

De onlinedatingscene is nog te pril om scherpe conclusies te trekken over hoe die sociale interacties op de lange termijn beïnvloedt. Maar als we afgaan op de eerste tekenen, dan is die invloed zo slecht nog niet. Datingapps verbreden de potentiële partnerpoel en daarmee ook de potentiële diversiteit van het liefdesleven. Misschien blijft het netto-effect daarvan uiteindelijk beperkt. Gebruikers kunnen immers hun eigen filters aanbrengen, en komen daardoor mogelijk terecht in een cirkel die vergelijkbaar is met de offlinesfeer. Maar ook al valt het



positieve spreidingseffect van datingapps uiteindelijk tegen, het negatieve selectie-effect heeft vooralsnog niet de overhand. De eerste conclusie stemt dus optimistisch: de zelfgekozen filters die gebruikers van datingapps aanbrengen, lijken het toeval van de liefde niet op problematische wijze te ondermijnen.

## Manipulatie

Een tweede manier waarop technologieën in het moderne liefdesleven bemiddelen is zorgelijker. Niet alleen gebruikers van datingapps brengen filters aan: de apps zelf doen dat ook, door algoritmisch te selecteren welke profielen aan elkaar worden gekoppeld, wie op wiens spoor terechtkomt. Deze tussenkomst van apps – die worden ontwikkeld door commerciële partijen – vormt een duidelijke breuk met offline datingpraktijken. En is hun sturing wel altijd in ons beste belang?

We kunnen de rol van datingsapps vergelijken met een matchmaker in de offlinesfeer: een gemeenschappelijke vriend die je aan een ander introduceert, of een bevriende ‘wingman’ of ‘wingwoman’ die je een duwtje in de rug geeft tijdens een avondje stappen. Deze koppelfunctie, die van oudsher door mensen is vervuld, besteden we nu uit aan een algoritme. Dat algoritme is sneller, efficiënter en heeft bovenal een veel grotere sociale spanwijdte dan een gemeenschappelijke vriend. In belangrijke opzichten vervult het de koppelfunctie dus een stuk beter. Maar daar hangt een prijskaartje aan, ook al zien we dat niet direct.

Als een gemeenschappelijke vriend jou aan een ander koppelt, dan mogen we ervan uit gaan dat hij dat zonder bijbedoelingen doet – puur uit vriendschap, of omdat hij daar plezier aan beleeft. Wat nu als blijkt dat de koppelaar buiten jouw medeweten een weddenschap heeft afgesloten, en er geld aan verdient indien het lukt om jou te koppelen? Dat zouden we hem niet in dank afnemen, zeker niet als hij dat voor ons

verzwijgt. De koppelaar gebruikt je slechts als middel, als instrument voor eigen gewin.

Strategische bijbedoelingen liggen ook bij datingapps op de loer. Het uiteindelijke belang van de app-producent is niet zozeer dat jij, als gebruiker, een blijvende partner vindt, maar dat jij de app zoveel mogelijk blijft gebruiken. De ideale gebruiker verkeert in een polyamoreuze staat van permanente verleiding – een staat waar sommige gebruikers misschien naar op zoek zijn, maar zeker niet iedereen.

Zelf heb ik, een aantal jaar geleden, via een datingapp mijn partner ontmoet, waar ik inmiddels mee ben getrouwd. Wij hebben indertijd de app gelijk verlaten; voor ons was er geen reden die nog langer te gebruiken. Een succesverhaal voor ons, maar niet voor de datingapp: die geslaagde match heeft twee gebruikers gekost.

Niet alleen komen de intenties van app en gebruiker niet noodzakelijkerwijs overeen, maar ook beschikken app-producenten over machtsmiddelen om de eigen intenties door te drukken, zonder dat gebruikers dat direct in de gaten zullen hebben. App-producenten beschikken over enorme hoeveelheden data, waaruit ze interessante correlaties kunnen aflezen. Wat ze met die data doen, daarover bestaat de nodige schimmigheid: we proberen dat als samenleving meer en meer inzichtelijk te maken, maar echt transparant is het nog niet. Nog afgezien van de privacyvraagstukken die deze dataverzameling – waaronder terabytes aan intieme foto's – oproepen, is de manier waarop verzamelde data de match-algoritmes kunnen voeden een heikel punt. Ze stellen app-producenten in staat het profiel van gebruikers te categoriseren, en aan andere profieltypen te koppelen, bijvoorbeeld omdat dat de kans op een match vergroot, of juist verkleint. Wat willekeurig lijkt voor de gebruiker hoeft dat niet te zijn voor de ontwerper: de pseudo-willekeur van de toevallige match, kan heel goed passen in een vooropgezet marketingplan van Happn of Tinder.

En als commerciële partijen aan specifieke koppelstrategieën kunnen verdienen, zouden ze dat dan laten?

Strategische bijbedoelingen liggen op de loer

Hoe zorgwekkend deze mogelijkheid is, hangt natuurlijk af van de precieze manier waarop app-producenten daarvan gebruikmaken, maar het probleem is dat gebruikers daar nauwelijks inzicht in krijgen. Koppelplatformen geven hun algoritmes zelden volledig prijs. Wel weten we van Tinder dat het, in ieder geval tot voorkort, een zogenaamde ELO-score heeft gehanteerd (oorspronkelijk een schaakterm, geïntroduceerd door de statisticus Arpad Elo), die de begerenswaardigheid van gebruikers kwantificeert. Hoe hoog je ELO-score was beïnvloedde hoe begerenswaardig de mogelijke matches zijn die je op je scherm voorbij zag komen. Gebruikers met een hoge ELO-score werden uitgenodigd voor Tinder Select, de premium versie van de app. Zij waren immers goede aas voor Tinder om verdere gebruikers mee te vangen.

De technologie ontwikkelt zich snel en algoritmes veranderen voortdurend. Een ethische analyse die zich blindstaart op één specifiek algoritme kan zo weer achterhaald zijn. Maar als we wat verder abstraheren, dan toont zich een morele kwetsbaarheid in de onderliggende dynamiek. De koppelaar, de mediator, is machtig: die heeft macht om gedrag te sturen, contacten te beïnvloeden en bovendien om enorme hoeveelheden data te verzamelen. Het oogmerk van deze bedrijven is, zoals bij elke commerciële partij, uiteindelijk om winst te maken. Maar winst voor de app staat niet per se gelijk aan de winst voor de gebruiker – en gebruikers beschikken doorgaans niet over voldoende informatie, om goed te kunnen beoordelen met wat voor koppelaars ze in zee gaan.

De tweede conclusie, daarom, stemt kritischer: in technologisch gemedieerde liefde ligt manipulatie – sturing en invloed waar die niet gewenst zijn – op de loer. Natuurlijk moeten we de enorme verworvenheden van datingapps niet vergeten: uit eigen ervaring weet ik hoe zij de liefde kunnen faciliteren. Maar

ook al bieden datingapps enorm profijt, en zijn de positieve effecten tot op heden groter dan hun schaduwkant, alertheid is geboden. Dat Tinder een betrouwbare wingman is, daar zou ik niet blindelings vanuit gaan.

**Jeroen Hopster** doet postdoctoraal onderzoek naar klimaatethiek aan de Universiteit van Graz. In 2019 verscheen zijn meest recente boek, samen met Maarten Boudry: *Alles wat in dit boek staat is waar (en andere denkfouten)*. Eerder schreef hij boeken over 'what if-geschiedenis', boeddhistische filosofie en vergelijkende filosofie

## Literatuur

Cappellanus, A. (2011), *Liefde, of de retorica van de verleiding* (P. Gerbrandy, Vert.). Groningen: Historische Uitgeverij.

Hergovich, P. en Ortega, P. (2017), *The Strength of Absent Ties: Social Integration via Online Dating*. Online via: <https://ssrn.com/abstract=3044766> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3044766>

Jacobs, J. (1961), *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.

Mill, J. S. (1848), *Principles of Political Economy, with some of their Applications to Social Philosophy*. Online via: [https://www.econlib.org/library/Mill/mlP.html?chapter\\_num=49#book-reader](https://www.econlib.org/library/Mill/mlP.html?chapter_num=49#book-reader)

Pariser, E. (2011), *The Filter Bubble. What the Internet is hiding from you*. Londen: Penguin Books.

Sunstein, C. (2017), *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press.

Timmermans, E. (2019), *Liefde in tijden van Tinder. De impact van sociale media op onze relaties*. Tiel: Lannoo.

