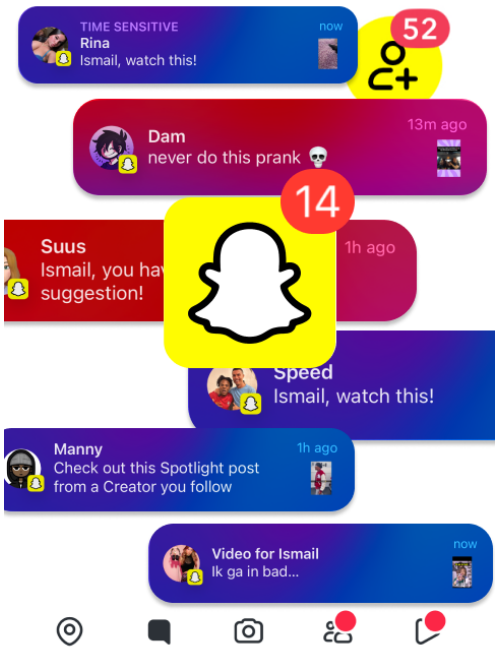
Datum: 17 november 2025



Hoe Snapchat's notificaties gebruikers manipuleren

Door Chitra Mohanlal

INHOUDSOPGAVE

INHOUDSOPGAVE 2

1. ABSTRACT 3

2. INTRODUCTIE 4

3. ONDERZOEKSAANPAK 8

4. HOOFDINZICHTEN 12

5. CONCLUSIES & AANBEVELINGEN 18

6. BEVINDINGEN CASE STUDY IN DETAIL 20

7. BEVINDINGEN KWALITATIEF ONDERZOEK IN DETAIL 25

8. ONDERZOEKSVERANTWOORDING 46

9. BRONVERMELDING 47

10. BIJLAGEN 48

1. ABSTRACT

We deden onderzoek naar de notificaties die (*Very Large Online Platform*) Snapchat verzendt, om te achterhalen of er sprake is van manipulatief ontwerp en of Snapchat hiermee de Digital Services Act (DSA) schendt.

Hiervoor voerden we een case study uit waarin we gedurende zes weken notificaties van Snapchat monitorden. We pasten zes verschillende condities toe, gebaseerd op de mate van openen van de app en het wel of niet volgen van accounts. We ontvingen de meeste notificaties in de conditie waarin we Snapchat niet openden, en geen andere accounts volgden. Sommige notificaties waren misleidend doordat ze valse informatie bevatten, op een persoonlijk bericht van andere gebruikers leken, of onterecht als tijdgevoelig waren bestempeld. Ook bleek dat gebruikers geen invloed kunnen uitoefenen op *in-app-badges*, terwijl dit wel een type notificatie is.

Aansluitend voerden we kwalitatief onderzoek uit, bestaande uit N=13 semi-gestructureerde interviews met gebruikers van sociale media, waaronder Snapchat-gebruikers. Zij ervaren notificaties vaak als storend, vooral wanneer de notificaties over aanbevolen content gaat of content die gevolgde accounts hebben geplaatst. Gebruikers zetten notificaties daarom soms in hun geheel uit. Sommige gebruikers doen dit ook voor *badges*, die een gevoel geven van openstaande taken. De getoonde notificaties kwamen niet altijd overeen met de verwachtingen van de gebruiker, wat wijst op misleiding. De gebruiker dacht soms dat de notificatie om een persoonlijk bericht ging, terwijl het ging om content van aanbevolen of gevolgde accounts. Ook werden sommige vriendschapsvoorstellen door gebruikers als vriendschapsverzoeken geïnterpreteerd. Als laatste leidden notificaties niet altijd naar datgene waar ze naar verwezen.

De onderzoeksresultaten wijzen naar een mogelijke schending van de Digital Services Act, Artikel 25, over manipulatief ontwerp op zeer grote online platformen. Ook maken de resultaten duidelijk dat regulering van het aandacht trekken met notificities nodig is. Daarmee krijgen gebruikers maximale controle en autonomie op online platformen. We adviseren dat notificaties standaard uitstaan en gebruikers per categorie kunnen aangeven welke ze willen ontvangen. Deze categorieën bevatten in ieder geval notificaties die op elk moment door het platform zelf kunnen worden gegenereerd (zoals suggesties) en *in-app-badges*.

2. INTRODUCTIE

Socialemediaplatformen worden massaal gebruikt en krijgen een steeds grotere rol in onze dagelijkse communicatie. Het is belangrijk dat deze platformen zich aan wetten houden om de veiligheid, privacy en communicatievrijheid van burgers te beschermen. Ook dient de impact van nieuwe technologische ontwikkelingen van deze platformen te worden onderzocht. Zo waarborgen we een veilige, eerlijke en vrije online omgeving. **Daarom doet Bits of Freedom onderzoek naar deze online platformen.**

In dit rapport presenteren we ons onderzoek naar **de notificaties die (Very Large Online Platform) Snapchat verzendt.** Het doel was om te achterhalen of er sprake is van manipulatief ontwerp, of Snapchat met haar notificaties de Digital Services Act (DSA) schendt, welke invloed dit heeft op gebruikers en wat voor beleidsvorming hierbij nodig is.

Hiervoor voerden we ten eerste een *case study* uit, waarin we gedurende 6 weken notificaties van Snapchat monitorden. Ten tweede voerden we kwalitatief onderzoek uit, waarin we socialemediagebruikers (waaronder Snapchat-gebruikers) interviewden over hun ervaringen met sociale media en notificaties. Ook toetsten we specifieke notificaties van Snapchat met de gebruikers.

2.1 DE VERANDERENDE FUNCTIE EN IMPACT VAN NOTIFICATIES

Om te begrijpen waarom notificaties mogelijk een rol spelen bij het manipuleren van gebruikers, is het belangrijk om eerst stil te staan bij de functie van notificaties.

Notificaties zijn ontstaan tijdens de opkomst van e-mailsoftware[1]. Er werd een manier gezocht om gebruikers op de hoogte te stellen van nieuwe berichten (e-mail). Sindsdien zijn steeds meer applicaties notificaties gaan gebruiken, tot het punt dat het bijna ondenkbaar is dat een applicatie géén notificaties verstuurt.

Op socialemediaplatformen is het doel van notificaties echter steeds meer **verschoven van het op de hoogte stellen van gebruikers, naar het trekken van de aandacht van gebruikers.** Vroeger ontvingen gebruikers vooral notificaties als ze een bericht van andere gebruikers hadden ontvangen of als ze een belangrijke actie moesten voltooien. Nu krijgen gebruikers vaak notificaties met suggesties of met aanbevolen content. In tegenstelling tot notificaties over berichten van andere gebruikers, kunnen online platformen notificaties over suggesties **oneindig zélf genereren**, en zo de aandacht trekken van gebruikers. Dit doen online platformen omdat **ze ervan profiteren** als gebruikers vaak naar hun

[1] Fitz et al. (2019)

platform terugkeren en daar dan meer tijd spenderen. De inkomsten die platformen met advertenties verdienen, worden zo gemaximaliseerd.

Hierdoor zijn we beland in een tijdperk waar applicaties **strijden om de aandacht van gebruikers**. Notificaties zijn daardoor een grotere rol gaan spelen in ons leven. Dit wordt versterkt doordat tegenwoordig de meeste mensen altijd een smartphone bij zich dragen[2].

Het is lastig te zeggen hoeveel notificaties tegenwoordig gemiddeld per dag door smartphonegebruikers worden ontvangen; verschillende onderzoeken rapporteren verschillende gemiddelden. De gemiddelden zijn mogelijk afhankelijk van het land waar het onderzoek plaatsvond, het jaartal en de methode. Een recent onderzoek onder Amerikaanse jongeren tussen de 11 en 17 jaar laat zien dat zij gemiddeld 237 notificaties op een dag ontvangen[3].

Doordat notificaties doorgaans op elk moment binnen kunnen komen, gebeurt dit ook op ongewenste momenten, bijvoorbeeld wanneer je offline bezig was met iets anders[4]. Hierdoor worden mensen **gestoord of afgeleid** en duurt het afmaken van de taken waar ze mee bezig waren, langer[5]. Hoe storend gebruikers notificaties ervaren, lijkt onder andere afhankelijk te zijn van de afzender, hoe de notificaties gepresenteerd worden, en het type taak dat aan de notificatie verbonden is. Een notificatie die niet van een persoon afkomstig is, is bijvoorbeeld storender dan dat van een hecht familielid[6].

Het negeren van notificaties is moeilijk, omdat een notificatie vaak bij gebruikers binnenkomt als geluid, trilling of oplichting van het scherm. Omdat het op dit moment nog niet duidelijk is waar de notificatie over gaat, **maakt dit nieuwsgierig**. Het is heel moeilijk om níet te kijken. Een gebruiker verliest zo onbedoeld een deel van zijn tijd aan het bekijken van notificaties en aan het maken van de keuze of ze daarna het platform willen openen.

Soms blijkt het iets leuks te zijn, maar soms ook niet. Zo spelen notificaties in op **onze gevoeligheid voor variabele beloningen**[7]. Juist bij een variabele beloning, herhalen gebruikers het gedrag (het kijken en klikken) het vaakst, in de hoop dat er dit keer een leuke beloning op hen staat te wachten; hetzelfde mechanisme zien we terug bij fruitautomaten (gokmachines). Wanneer de gebruiker kijkt en klikt, wordt die naar de app geleid, waar die mogelijk **verder wordt afgeleid** door andere content. Zo werken notificaties als **trigger** voor mensen die moeite hebben om hun (overmatige) smartphonegebruik te beteugelen.

Men kan er ook voor kiezen om notificaties simpelweg uit te zetten. Hoewel dit grip op tijd en controle teruggeeft, ontdekte Fitz et al. (2019) dat dit ook kan

[2] Sahami Shirazi et al. (2014)
[3] Radesky et al. (2023)
[4] Mehrota et al. (2016)
[5] Horvitz & Cutrell. (2001)
[6] Mehrota et al. (2016)
[7] Alter (2017) in Fitz et al. (2019)

zorgen voor **meer gevoelens van FOMO** (*fear of missing out*) en **ongerustheid** (*anxiety*). Dit was in vergelijking met een groep die zoals gewoonlijk notificaties ontving en met een groep die notificaties op geplande tijdstippen ontving (3x per dag). Dit valt mogelijk te verklaren doordat we gewend zijn om direct op de hoogte te zijn van nieuws. We weten dat anderen, die wel notificaties aan hebben staan, mogelijk eerder op de hoogte zijn dan wij. Ook is het bij sommige sociale contacten de norm geworden **altijd bereikbaar te zijn** en te reageren op degenen die je proberen te bereiken (*social pressure*)[8].

Uit het onderzoek[9] bleek ook dat de deelnemers die notificaties op geplande tijdstippen ontvingen, zich meer gefocust, productiever, in een betere stemming en meer onder controle over hun telefoon voelden, dan degenen die notificaties zoals gewoonlijk ontvingen. Dit lijkt dus een goede manier om een stukje van de **controle** over onze aandacht en ons smartphonegebruik **terug te winnen**. Meer regulering over notificaties en andere aandachtstrekkende mechanismen is nodig om dit doel te bereiken.

2.2 WAAROM 'NOTIFICATIES OP SNAPCHAT' ALS ONDERZOEKSONDERWERP?

In eerder onderzoek[10] hebben we aangetoond dat grote online platformen nog volop gebruik maken van manipulatief ontwerp, ondanks dat dit in de Digital Services Act (DSA) en de Unfair Commercial Practices Directive (UCPD) expliciet benoemd en verboden wordt. Eén van de *Very Large Online Platforms* die we hiervoor analyseerden was **Snapchat.**

Wat opviel was de hoeveelheid en het type **notificaties** die Snapchat verstuurt. We identificeerden **twee manipulatieve typen**:

1. **Recapture notifications:** Notificaties die door het platform worden gegenereerd om de gebruiker terug te laten keren naar het platform. Deze notificaties zijn niet gebaseerd op een interactie (zoals een bericht of vind-ik-leuk van een andere gebruiker). Voorbeelden zijn notificaties over nieuwe lenzen (dit zijn visuele filters waarmee je foto's kan bewerken) en aanbevolen video's;
2. **Fake friend notifications:** Notificaties waarbij het lijkt alsof een andere gebruiker je een bericht stuurt, maar dit niet het geval is (en daarom misleidend). Bijvoorbeeld een notificatie met profielfoto, gebruikersnaam en de tekst 'kijk eens!', wanneer een persoon die je volgt nieuwe content beschikbaar heeft.

Beide zijn vormen van *attention capturing damaging patterns*[11]. Dit zijn terugkerende patronen die de aandacht trekken en/of vasthouden. Dit kan ertoe leiden dat

[8] Pielot, Chruch & de Oliveira (2014) in Fitz et al. (2019)
[9] Fitz et al. (2019)
[10] Verkenningsonderzoek Manipulatief Ontwerp https://www.bitsoffreedom.nl/wp-content/uploads/2025/05/20250527-rapport-verkenningsonderzoek_manipulatief_ontwerp-1.pdf
[11] Monge Rofarello et al. (2023)

gebruikers langer op een platform blijven dan hun intentie was en hier later spijt over voelen. Zo wordt de **autonomie en keuzevrijheid** van gebruikers ingeperkt.

Snapchat gebruikt ook nog **andere attention capturing damaging patterns** [12], zoals de *Snapstreaks.* Hierbij moeten gebruikers elke dag terug keren naar het platform om Snaps te versturen naar anderen zodat de streak wordt behouden. Ook de *infinite scroll*, met hypergepersonaliseerde content op de Spotlight-pagina, staat bekend als tactiek om zo lang mogelijk de aandacht van de gebruiker vast te houden.

De combinatie van deze technieken creëert **de ideale omstandigheid voor overmatig smartphonegebruik**. Dit is één van de redenen dat we het huidige onderzoek op Snapchat toegespitst hebben. Dit wil niet zeggen dat deze technieken op andere online platformen afwezig zijn.

Wat ook meespeelt, is dat het grootste deel van Snapchat gebruikers jongeren zijn (12 t/m 27 jaar)[13]. Zij zijn mogelijk extra kwetsbaar voor manipulatieve, aandachtstrekkende technieken, waardoor ze de controle over hun smartphonegebruik verliezen. In een rapport van *Common Sense*[14] wordt verteld dat jongeren zich wel bewust zijn van dit soort technieken en bewust bezig zijn met hun smartphonegebruik, maar dat het hen toch **grote moeite kost** de controle te houden.

Ook bleken Snapchat en Discord de twee apps waar jongeren de meeste notificaties van ontvingen. Dit is deels te verklaren omdat chatten (berichten uitwisselen) de hoofdzakelijke functie van deze apps is, en de gebruiker dus veel notificaties ontvangt naarmate zij veel berichten uitwisselen met vrienden.

Snapchat speelt een **grote rol** bij het smartphonegebruik onder jongeren. We zien bij Snapchat veel *attention capturing damaging patterns.* Daarom is het belangrijk de impact van deze app en haar technieken verder te onderzoeken.

[12] Verkenningsonderzoek Manipulatief Ontwerp https://www.bitsoffreedom.nl/wp-content/uploads/2025/05/20250527-rapport-verkenningsonderzoek_manipulatief_ontwerp-1.pdf

[13] Snapchat gebruikersstatistieken in Nederland 2024 https://fingerspitz.nl/blog/snapchat-gebruikersstatistieken-in-nederland-2024/

[14] Radesky et al. (2023)

3. ONDERZOEKSAANPAK

3.1 WAT IS ONZE AANPAK EN WAAROM?

De focus was het identificeren van mogelijke **manipulatieve notificaties** op Snapchat, waarvoor we twee subonderzoeken uitvoerden:

1. Case study:

We startten met een case study, waarin we alle notificaties monitorden die Snapchat over een bepaalde tijd verstuurde. Zo kregen we een uitgebreid beeld bij de frequentie, lay-out en inhoud van verschillende typen notificaties. Dit was nodig om uitspraken te doen over de omvang van aandachtstrekkende notificaties en om mogelijk misleidende notificaties in kaart te brengen. Een aantal van deze notificaties vormden input voor het tweede subonderzoek, waarbij we de notificaties met socialemediagebruikers toetsten. Daarnaast keken we of er aanwijzingen waren dat de mate van gebruik van de app het aantal notificaties beïnvloedde. Dit vertelde ons iets over het doel van de notificatie: is die bedoeld om de gebruiker op de hoogte te houden, of om de gebruiker naar het platform terug te trekken wanneer die het platform weinig gebruikt.

2. Kwalitatief onderzoek:

Daarna zochten we verdieping door middel van kwalitatief onderzoek. Dit gaf inzicht in de ervaringen, behoeften, gedragingen en verwachtingen van socialemediagebruikers (waaronder Snapchat-gebruikers) omtrent notificaties in het algemeen, en specifieke Snapchat-notificaties. Dit is belangrijk omdat we zo uitspraken kunnen doen over de daadwerkelijke betekenis en impact die de notificaties hebben voor socialemediagebruikers, en het niet alleen bij onze aannamen blijft. We toetsten een aantal screenshots van notificaties om concreet te achterhalen in hoeverre een deelnemer geneigd was om te klikken, of die de notificatie interessant vond, en of de notificatie leidde naar wat die verwachtte. Zo kregen we een beeld bij de mate waarin specifieke notificaties misleidend zijn.

De combinatie van deze twee onderzoekstypen schept beeld bij alle verschillende notificaties die binnenkomen, wat wordt verrijkt door de ervaringen en beoordelingen van gebruikers hierbij.

Doelen van het onderzoek

- Onderbouwing van een mogelijke handhavingsactie op basis van de DSA betreffende misleiding op online platformen.
- Validatie van onze DFA positie, waarin we stellen dat het constant trekken van aandacht van gebruikers, hun autonomie ondermijnt. Daarom pleiten we o.a. voor standaard uitgeschakelde notificaties, waarbij gebruikers zelf kunnen kiezen welke ze aan willen zetten (opt-in ipv opt-out).

- Bewustwording en het bieden van concrete actiemogelijkheden aan gebruikers die bepaalde notificaties ongewenst vinden (zoals het uitzetten en instellen van notificaties).

3.2 GEDETAILLEERDE AANPAK CASE STUDY

We creëerden **zes condities** waarin de eerste variabele de mate van openen was (3 niveau's) en de tweede variabele het wel of geen andere accounts volgen (2 niveau's).

Condities	Niet volgend	Volgend
Niet openen	Conditie 1	Conditie 4
Dagelijks openen	Conditie 2	Conditie 5
Vaak openen	Conditie 3	Conditie 6

Zo kregen we aanwijzingen of de mate van openen en het wel of niet volgen van accounts invloed zou kunnen hebben op het aantal en type notificaties dat een gebruiker ontvangt.

Voor alle condities gebruikten we 1 telefoon met hetzelfde Snapchat-account. We voerden de condities op volgorde uit (startende bij conditie 1). In elke conditie monitorden we de pushnotificaties, *app-badges* en *in-app-badges* gedurende 5 opeenvolgende dagen.

- **Conditie 1:** We maakten een Snapchat-account aan en daarna openden we de app niet meer.
- **Conditie 2:** We openden de app dagelijks en scrollden 5 minuten in de 'Spotlight' en 'Verhalen'. We klikten op alle rode *badges* in de app, zodat deze verdwenen. Zo konden we bij een volgende keer zien of die weer verschenen. Ook gaven we af en toe een 'vind-ik-leuk', om 'normaal' gebruik van de app te imiteren.
- **Conditie 3:** We openden de app 4x per dag en scrollden dan 5 minuten in de 'Spotlight' en 'Verhalen'. We klikten op alle rode *badges* in de app, zodat deze verdwenen. Zo konden we bij een volgende keer zien, of die weer verschenen. Ook gaven we af en toe een 'vind-ik-leuk', om 'normaal' gebruik van de app te imiteren.
- **Conditie 4:** We volgden 10 publieke accounts en daarna openden we de app niet meer
- **Conditie 5:** We openden de app (waar nu 10 accounts worden gevolgd) dagelijks en scrollden 5 minuten in de 'Spotlight' en 'Verhalen'. We klikten op alle rode *badges* in de app, zodat deze verdwenen. Zo konden we bij een volgende keer zien of die weer verschenen. Ook gaven we af en toe een 'vind-ik-leuk', om 'normaal' gebruik van de app te imiteren.

- **Conditie 6:** We openden de app (waar nu 10 accounts worden gevolgd) 4x per dag en scrollden dan 5 minuten in de 'Spotlight' en 'Verhalen'. We klikten op alle rode *badges* in de app, zodat deze verdwenen. Zo konden we bij een volgende keer zien of die weer verschenen. Ook gaven we af en toe een 'vind-ik-leuk', om 'normaal' gebruik van de app te imiteren.

Belangrijk: Hoe wij Snapchat in deze condities gebruiken, is niet representatief van hoe de gemiddelde gebruiker Snapchat gebruikt. Het type en aantal notificaties dat een gebruiker ontvangt zal afhankelijk zijn van welke accounts die volgt en hoe die hun notificaties ingesteld heeft, zowel op hun telefoon, specifiek voor Snapchat, en in de instellingen in de Snapchat-app. De resultaten zullen daarom vooral weergeven welke typen notificaties er zijn, welke er bij het starten van een nieuw account worden verstuurd, of er sprake is van misleiding en welke factoren samen lijken te hangen met het aantal notificaties dat men ontvangt.

Omdat dit een *case study* (N=1) betreft, kunnen we niet hard concluderen dat dezelfde verhouding en aantallen van notificaties gerepliceerd zullen worden als we het onderzoek herhalen met een ander account. Het zou kunnen dat Snapchat per gebruiker experimenteert met notificaties, om uit te vinden wat het beste werkt om die gebruiker te laten klikken.

3.3 GEDETAILLEERDE AANPAK KWALITATIEF ONDERZOEK

We hielden **N=13 semi-gestructureerde interviews van 50 minuten**. Dit betekent dat er geen vragenlijst werd gemaakt die letterlijk en op volgorde werd afgenomen, maar dat we gebruik maakten van een interviewleidraad. Zo kwamen alle hoofdvragen en relevante onderwerpen aan bod en was er ruimte om door te vragen op antwoorden die deelnemers gaven. We creëerden zo nog meer diepte-inzicht over de hoe en waarom. Zie de bijlagen[15] voor de interviewleidraad.

Te beantwoorden vragen

In de interviews doken we in de ervaringen, gedragingen, behoeften en verwachtingen van deelnemers rondom het ontvangen van notificaties. Dit hielp ons om een beeld te schetsen van de impact van sociale media en notificaties op het dagelijkse leven van deelnemers, en of zij daarin misleid worden. Onze hoofdvragen:

- Hoe / waarvoor gebruikt de deelnemer socialemediaplatformen in het algemeen? En, Snapchat?
- Wat vindt de deelnemer van hun eigen smartphonegebruik? Zijn ze hier bewust mee bezig? Hoe dan?
- Wat zijn de ervaringen met het ontvangen van notificaties en rode *badges* op sociale media. Welke voordelen en nadelen ziet de deelnemer?
- Hoe gebruikt / gedraagt de deelnemer zich omtrent notificaties? Wanneer zet die ze uit? Hoe heeft die ze ingesteld?

[15] Zie bijlage 4. Kwalitatief onderzoek: Interviewleidraad

Daarna lieten we screenshots zien van Snapchat-pushnotificaties over vriendschapssuggesties, geplaatste content van vrienden/gevolgde personen en aanbevolen content. De content ging altijd om Spotlight-video's of Verhalen. Dit omdat we in de *case study* misleidende technieken signaleerden bij deze notificaties en dit wilden toetsen bij deelnemers. Ook lieten we screenshots zien van de *in-app-badges* in Snapchat. Bijhorende vragen:

- Wat verwacht de deelnemer bij de notificatie? Wat betekent de notificatie?
- In hoeverre is het interessant? Wil de deelnemer er op klikken?
- In hoeverre opende er iets anders dan de deelnemer had verwacht?
- Heeft de deelnemer nog algemene reflecties op de notificaties die die in het interview gezien heeft.
- Vindt de deelnemer dat er regels moeten zijn omtrent notificaties? Zo ja welke?

Wie namen deel?

We nodigden Snapchat gebruikers (N=9), en social media gebruikers zónder Snapchat (N=4) uit. Zo namen we beoordelingen en ervaringen mee van mensen die voor het eerst in aanraking komen met Snapchat, en gebruikers die al gewend zijn aan Snapchat. Hiervoor maakten we gebruik van een extern respondentenbureau dat beschikt over een onderzoekspanel. Dit is een groot internationaal panel waarvoor mensen zichzelf aanmelden als ze willen deelnemen aan (markt)onderzoek. Op basis van onze briefing selecteerde het selectiebureau deelnemers voor het onderzoek[16]. De leeftijdsverdeling was als volgt:

- 15-19 jaar: N=5 gebruikers
- 20-27 jaar: N=3 gebruikers, N=1 niet-gebruiker
- 28-43 jaar: N=1 gebruiker, N=1 niet-gebruiker
- 44-60 jaar: N=2 niet-gebruikers

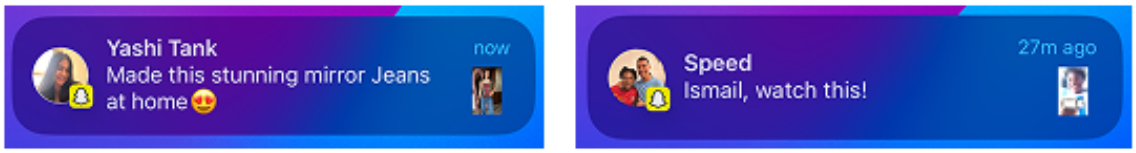
De leeftijdsverdeling is gebaseerd op de gebruikersstatistieken van 2024[17]

[16] Zie bijlage 5. Kwalitatief onderzoek: Selectiecriteria
[17] Snapchat gebruikersstatistieken in Nederland 2024 https://fingerspitz.nl/blog/snapchat-gebruikersstatistieken-in-nederland-2024/

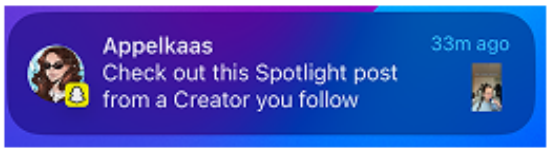
4. HOOFDINZICHTEN

4.1 WAT LEERDEN WE VAN DE CASE STUDY?

- We ontvingen in totaal 109 notificaties. De meeste notificaties ontvingen we over **Spotlight-video's** (43) en **Verhalen** (27). De rest betroffen suggesties voor creatieve effecten, vriendensuggesties en berichtherinneringen. Binnen deze categorieën verschilden de notificaties qua lay-out, genoemde afzender en beschrijving. Dat wil zeggen: een notificatie over een Spotlight-video kan er op verschillende manieren uitzien.
- Van het totaal aantal notificaties, identificeerden we er **39 als misleidend** door hoe ze waren vormgegeven. Dit waren alléén notificaties over Spotlight-video's (23) en Verhalen (16). Ze kwamen zowel van aanbevolen accounts, als accounts die wij volgden.
- De misleidende notificaties waren misleidend doordat:
  - Ze lijken op **een andere gebruiker die je een bericht stuurt**. Eigenlijk gaat het om (aanbevolen) geplaatste content van die gebruiker zoals een Verhaal of een Spotlight video. We kregen deze notificaties zowel van gebruikers die we volgen als gebruikers die we niet volgen. Zie figuur 1;
  - Ze **valse informatie** bevatten. Een aantal keer kregen we de notificatie '*Check out this Spotlight post of a creator you follow*' terwijl we niemand volgden. Zie figuur 2;
  - Ze soms tijdgevoelig zijn en soms niet, waardoor dit **willekeurig** lijkt. **Ook voor permanente content zoals Spotlight-video's** worden soms tijdgevoelige notificaties verzonden. Zo creëeren de notificaties onterecht meer tijdsdruk om de content te bekijken. Zie figuur 3.



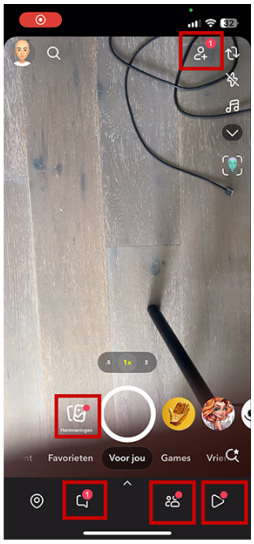
Figuur 1: Fake friend notifications



Figuur 2: Valse informatie

Figuur 3: Tijdgevoelig

- We ontvingen **meer notificaties in de condities waarin we de app minder gebruikten** (niet openden). Ook kregen we **meer notificaties in de condities waarin we niemand volgden**, dan wanneer we wel accounts volgden. Dit voelt tegenstrijdig: je verwacht juist méér notificaties te ontvangen naarmate je meer gebruikers volgt. Dit is een aanwijzing dat de notificaties als **recapture notifications** worden ingezet, **bedoeld om de gebruiker naar het platform te krijgen**, vooral wanneer hun gebruik laag is.
- In de condities waarin we niemand volgden, ontvingen we vaker notificaties over **vriendensuggesties**. Dit is mogelijk een aanmoediging van Snapchat om meer contacten toe te voegen en zo de app meer te gebruiken.
- De rode bolletjes op het app-icoon *(app-badges)* verhoogden niet altijd evenredig met het aantal pushnotificaties dat we ontvingen. Het lijkt alsof er af en toe eentje overgeslagen wordt. Dat wil zeggen: als de gebruiker 4 nieuwe pushnotificaties ontvangt, betekent dat niet per se dat het getal in de badge met 4 verhoogt wordt. Ook *reset* het aantal na een tijdje, als de gebruiker de app niet opent. Dit maakt het mechanisme **niet transparant**, omdat er niet af te leiden is hoe het badge-aantal tot stand komt.
- De rode bolletjes ín de app (*in-app-badges*, zie figuur 4) verschenen **elke keer als we de app openden.** Deze verdwenen alleen als je er op klikte. Er is geen manier voor gebruikers om in te stellen of en welke *in-app-badges* zij wel of niet willen ontvangen:
  - De *badge* op het Verhalen-icoon verscheen alleen als accounts die we volgden iets nieuws hadden geplaatst;
  - De *badge* op het Spotlight-icoon verscheen altijd. Het is niet precies duidelijk wat deze aangeeft, behalve dat er nieuwe video's zijn. Dit is echter altijd het geval. Zo worden gebruikers mogelijk gelokt naar deze **eindeloze scrollpagina**;
  - De *badge* op het opmerkingen-icoon bij Spotlight-video's verscheen altijd. Ook hier zullen er altijd opmerkingen zijn die de gebruiker nog niet gelezen heeft;
  - De *badge* op het vriendensuggestie-icoon verscheen regelmatig, inclusief getal. Dit was niet evenredig met het aantal pushnotificaties dat de gebruiker ontving over vriendensuggesties.



Figuur 4: In-app-badges

4.2 WAT LEERDEN WE UIT DE INTERVIEWS?

- Snapchat wordt met name als **berichtendienst** gebruikt. Jongeren gebruiken WhatsApp hier steeds minder voor. Waar berichten op WhatsApp bewaard blijven, zijn die op Snapchat tijdelijk. Overige Snapchat toepassingen zoals Verhalen en Spotlight vinden deelnemers minder belangrijk. De Spotlight is vergelijkbaar met TikTok, maar het algoritme werkt naar hun zeggen 'beter' op TikTok. TikTok wordt dan ook veel naast Snapchat gebruikt. De deelnemers boven de 20 gaven aan ook Instagram veel te gebruiken. Facebook wordt door alle leeftijdsgroepen veel minder gebruikt.
- Het checken en scrollen op sociale media is een gewoonte geworden. Gebruikers hekelen vooral de tijd die ze besteden op zogenaamde **'scrollapps'** (TikTok, Instagram-reels), omdat dit voelt alsof ze hun tijd verdoen. Hoewel jongeren Snapchat zelfs nog méér gebruiken dan scrollapps, vinden ze dit nuttiger, doordat Snapchat vooral als berichtendienst fungeert.

> **"Nieuwsgierigheid, het is bijna gewenning, muscle memory dat ik die app open."**

- Veel deelnemers zijn **bewust bezig** met het verminderen van hun schermtijd. Jongeren (15-19) iets minder. Deelnemers gebruiken hier verschillende tactieken voor:
  - Speciale apps waarmee je tijdlimieten kan instellen;
  - Hun telefoon opbergen of op een andere plek leggen;
  - Het verwijderen van socialemedia-apps;
  - Het uitschakelen van notificaties.
- Notificaties zijn fijn om op de hoogte te blijven en snel te kunnen reageren, maar triggeren ook vaak meer **(ongerelateerd) app-gebruik**.

> **“Een berichtje kan een soort kettingreactie veroorzaken waardoor je weer langer op je telefoon zit.”**

- Notificaties worden uitgezet op **specifieke momenten**, bijv. tijdens werk of bij het slapengaan. Ook worden **specifieke gesprekspartners** soms gedempt als die heel veel content met hen delen. Soms worden notificaties van **specifieke platformen**, zoals sociale media, uitgezet. Dit omdat men hiervan vaak oninteressante notificaties ontvangt.

> **“Omdat je echt van de kleinste dingen een melding krijgt, als iemand iets heeft gepost, dan denk ik ja dit boeit mij niet. Dat zie ik wel als ik de app open.”**

- Notificaties over persoonlijke berichten vinden deelnemers het interessantst. Notificaties over geplaatste content van vrienden of accounts die een deelnemer volgt, vinden ze minder interessant. Notificaties over **aanbevolen content** vinden deelnemers **oninteressant en irritant**. Het is opvallend dat deze bij de meeste sociale media automatisch aanstaan. Het lijkt er dus op dat deze notificaties er niet zijn om gebruikersbehoeften te vervullen, maar om gebruikers **te beïnvloeden om de app weer te openen**. Echter, gebruikers zetten deze notificaties niet specifiek uit; ze vinden notificatie-instellingen binnen de app te ingewikkeld en veel gedoe.

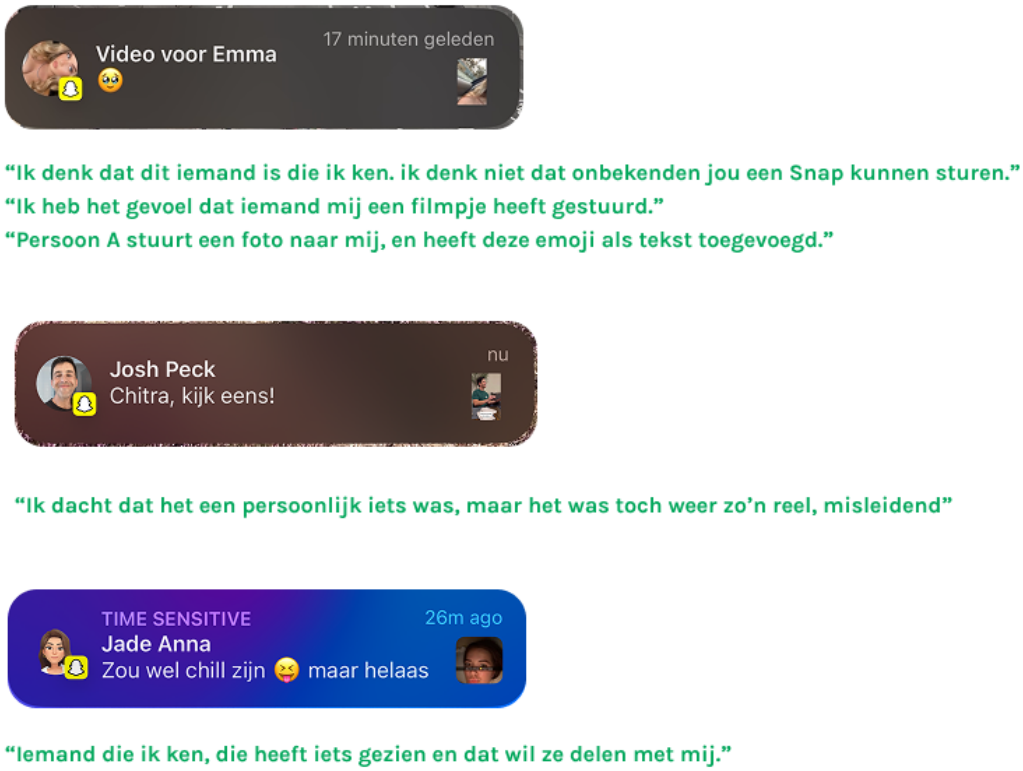
> **“Hier word ik altijd een beetje recalcitrant van: dat apps gaan besluiten dat ik iets leuk vind. Nou waarschijnlijk vind ik het helemaal niet leuk.”**

- *App- & in-app-badges* triggeren om te klikken. Deelnemers willen een opgeruimd scherm, en van het gevoel af dat ze nog iets moeten doen. Sommigen hebben *app-badges* dus uit staan. Gebruikers hebben alleen **geen controle over in-app-badges**: ze kunnen deze niet instellen of uitzetten. Ze vinden dit type meldingen wel minder erg dan notificaties buiten de app: minder invasief en de gebruiker ‘zit dan toch al in de app’.

> **“Het is om de aandacht te trekken, dat is natuurlijk sneaky en slim want je gaat klikken, terwijl het niet altijd interessant is.”**

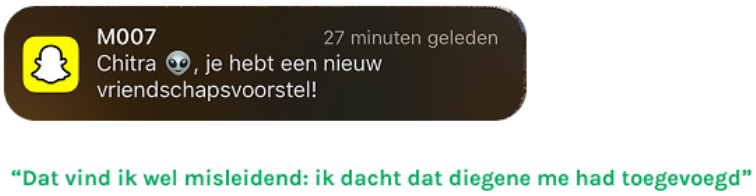
- Gebruikers hebben geen uitgesproken mening over regels voor notificaties. Wel maken ze zich zorgen om de jongste gebruikers, en zouden ze daar graag regels voor zien op het gebied van sociale media.
- Deelnemers bevestigen onze aanname dat sommige Snapchat’s notificaties misleidend zijn:

- Sommige notificaties over Spotlight-video's en Verhalen worden **geïnterpreteerd als persoonlijke berichten** (gericht aan de ontvanger). Dit komt enerzijds door de beschrijvingen en anderzijds door de afzender. Gebruikers vinden notificaties over Spotlight-video's en Verhalen onnodig en oninteressant. Zie figuur 5;



Figuur 5: Lijken op persoonlijke berichten.png

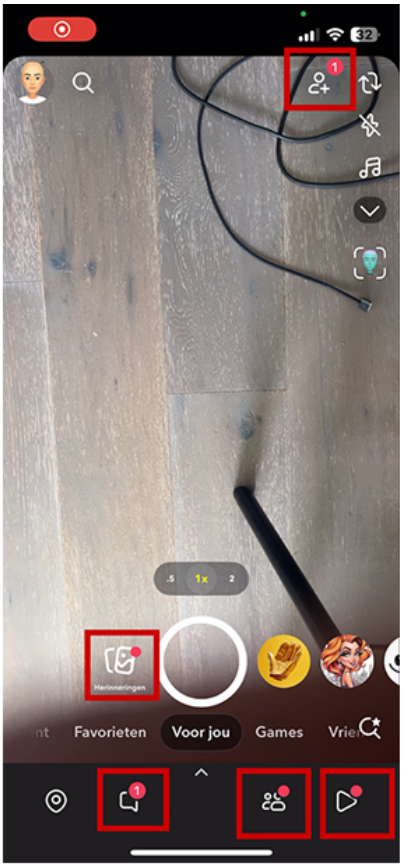
- Vriendschapsvoorstellen worden **geïnterpreteerd als vriendschapsverzoeken**. Zie figuur 6;



Figuur 6: Vriendschapsvoorstel

- Notificaties over Verhalen leiden niet altijd naar de specifieke Snap in het Verhaal dat beschreven wordt, maar naar de nieuwste Snaps in dat Verhaal, waardoor er **totaal andere content** kan verschijnen dan de gebruiker verwacht;
- Gebruikers kunnen ervoor kiezen om notificaties over aanbevolen content uit te zetten, maar ze zien dan nog wel **in-app-badges** verschijnen op de Spotlight,

waar publieke video's van aanbevolen creators worden getoond. Gebruikers vinden deze badge oninteressant, omdat deze willekeurig lijkt te verschijnen. Het is misschien geen toeval dat deze *badge* wordt weergegeven op de knop die leidt naar de pagina waar zich een eindeloze scroll met video's bevindt: Een mechanisme dat bekend staat om het vasthouden van de aandacht van gebruikers. Zie figuur 7.



"Volgens mij komt er ook een rood bolletje als Snapchat bepaalt dat je misschien bevriend kan worden met iemand. Want dan denk je: hee ik heb een vriendschapsverzoek. Maar dat hoeft niet zo te zijn."

"Gek dat er constant een rood bolletje staat op de Spotlight. Het zijn oneindig veel filmpjes dus er is altijd wel iets nieuws."

"Volgens mij komt die bij de Spotlight gewoon willekeurig."

"Bij Snapchat komt er een rood stipje bij de Spotlight als iemand een video heeft geplaatst. Dan zie je weer hoe ze je in de app proberen te krijgen. Het is gewoon een soort TikTok. Ik negeer het bijna altijd want het zijn altijd zinloze dingen, maar berichten kijk ik wel."

Figuur 7: In-app-badges

5. CONCLUSIES & AANBEVELINGEN

5.1 CONCLUSIE MET BETREKKING TOT HANDHAVING

Als een gebruiker een notificatie ontvangt, maakt die de afweging om deze wel of niet te openen. De gebruiker kan geen vrije en geïnformeerde beslissing maken wanneer deze notificatie:

1. valse informatie bevat;
2. van een andere gebruiker lijkt te komen;
3. niet leidt naar datgene waar de gepresenteerde notificatie naar verwijst;
4. als tijdgevoelig wordt bestempeld, terwijl de notificatie naar permanente content verwijst.

Dit wordt ondersteund door de verwachtingen en ervaringen die socialemediagebruikers (waaronder Snapchat-gebruikers) zelf uitspreken, wanneer screenshots van deze notificaties op Snapchat aan hen worden getoond.

Deze praktijken wijzen mogelijk op een schending van de DSA (Artikel 25[18]) waarin misleidend ontwerp op *Very Large Online Platforms* wordt verboden.

5.2 AANBEVELINGEN VOOR TOEKOMSTIG BELEID RONDOM EERLIJKE ONLINE PLATFORMEN

De ervaringen van deelnemers met sociale media geven inzicht in hoe bepaalde ontwerpkeuzes niet stroken met hun behoeften en soms zelfs negatieve impact hebben. De deelnemers spenderen bijvoorbeeld meer tijd op socialemedia-apps dan dat ze eigenlijk willen. Allen geven aan hun smartphonegebruik het liefst te verminderen. Niet voor niets verwijderen gebruikers soms socialemedia-apps, of zetten ze notificaties uit.

Ervaringen en gedrag van gebruikers vormen een essentiële bron bij het ontwikkelen van nieuw beleid rondom online platformen. De aanstaande Europese wet **'Digital Fairness Act'** is daar de uitgelezen kans voor. Deze wet is gericht op het waarborgen van een vrije en eerlijke online omgeving. In de wet worden o.a. (verslavende) ontwerptechnieken geadresseerd die de keuzevrijheid en autonomie van gebruikers ontnemen; ontwerptechnieken die ervoor zorgen dat gebruikers langer op een online platform spenderen dan gewenst, en keuzes maken die zij normaal niet zouden maken.

Uit het onderzoek blijkt dat notificaties vaak als storend en afleidend worden ervaren. Gebruikers stellen notificaties vooral niet op prijs wanneer deze geen relevante informatie voor ze bevatten, niet afkomstig zijn van andere gebruikers,

[18] "Aanbieders van onlineplatforms ontwerpen, organiseren of beheren hun online-interfaces niet zodanig dat zij de afnemers van hun dienst misleiden of manipuleren of hun vermogen om vrije en geïnformeerde beslissingen te nemen, anderszins wezenlijk verstoren of ondermijnen."

en wanneer het om aanbevolen content gaat. Het specifiek uitzetten van deze typen notificaties vindt men echter te veel gedoe; Liever schakelen ze dan alle notificaties van een app in één keer uit. Maar hierdoor zijn gebruikers ook bang belangrijke zaken te missen.

Notificaties verleiden gebruikers om de app te openen, waarna ze weer meer tijd spenderen op de app dan bedoeld, omdat ze in de app afgeleid worden door andere content. Ook *badges*[19] verleiden gebruikers om te klikken, omdat ze niet precies weten wat erachter schuilgaat en omdat deze het gevoel geven van een onafgemaakte taak. Hoewel een gebruiker *app-badges* uit kan zetten, heeft die geen controle over *in-app-badges. In-app-badges* verschijnen ook vaak als er aanbevolen content is, zelfs als de gebruiker notificaties over aanbevolen content uit heeft staan. Zo wordt de aandacht van gebruikers alsnog getrokken, naar zaken die zij eigenlijk niet interessant vinden.

De bevindingen uit dit onderzoek ondersteunen onze aanbevelingen voor de DFA, waarin we stellen dat **aandachtstrekkende praktijken** op online platformen **moeten worden gereguleerd** en dat gebruikers de **volledige controle** moeten hebben **over notificaties**:

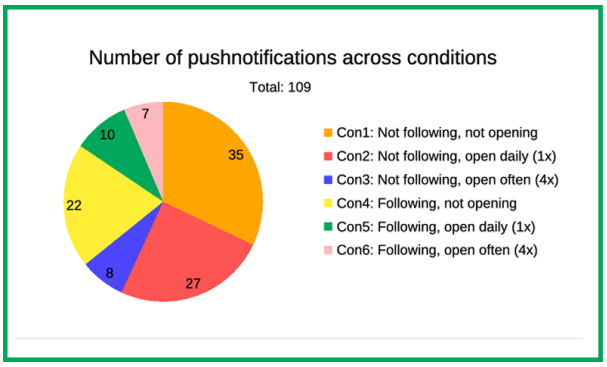
- Notificaties dienen standaard uit te staan; zo kan een gebruiker bewust kiezen waar die notificaties over wil ontvangen;
- Gebruikers dienen per notificatie-catagorie aan te kunnen geven of zij deze wel of niet willen ontvangen (bijv. wel voor persoonlijke berichten, niet voor vriendschapssuggesties);
- Hierbij moet onderscheid gemaakt worden tussen notificaties die door het platform zelf gegenereerd worden en notificaties die afkomstig zijn van interacties met andere gebruikers. Dit omdat het platform in theorie oneindig veel notificaties zelf kan genereren;
- '*In-app-badges*' moeten (naast push-notificaties) opgenomen worden als vorm van notificaties, zodat een gebruiker hier controle over kan uitoefenen. Deze trekken immers ook de aandacht en gebruikers worden getriggered om hierop te klikken.

[19] Vaak rode bolletjes op een app-icoon (*app-badge*) of op een element in de app (in-app badge) die aangeven dat er iets nieuws is; ook een vorm van notificaties dus.

6. BEVINDINGEN CASE STUDY IN DETAIL

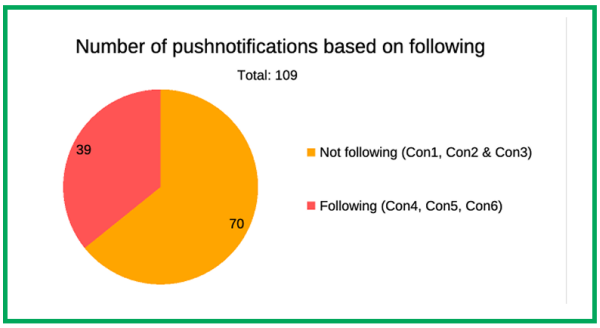
In dit hoofdstuk lees je een uitgebreidere analyse en uitleg bij de genoemde hoofdinzichten (hoofdstuk 4) van de case study. In bijlage 2 wordt een overzicht gegeven van alle typen notificaties die we tijdens het monitoren hebben ontvangen. Daarbij staat ook de kwantiteit van de notificaties in de verschillende condities. Binnen elk type zijn variaties van lay-out te zien; zowel qua titel/afzender, beschrijving en afbeelding. De specifieke notificaties die wij misleidend achten, zijn roze gekleurd en voorzien van argumentatie. Zie ook bijlage 3 voor het hele logboek gedurende 6 weken.

Meer pushnotificaties in de condities waar we niemand volgden en de app niet openden. De meeste gingen over Spotlight-video's



Figuur 8: Aantal pushnotificaties per conditie

In totaal werden er 109 pushnotificaties verstuurd. In de eerste conditie, waarbij we niemand volgden en de app niet openden, werden de meeste pushnotificaties verstuurd (35, 32%). In de zesde condite, waarbij we publieke accounts volgden en de app vaak openden, werden de minste pushnotificaties verstuurd (7, 6%). Zie figuur 8.



Graph 2

Figuur 9: Aantal pushnotificaties per conditie gegroepeerd

In de drie condities waarin we niemand volgden (Con1, Con2 & Con3), werden meer notificaties verstuurd (70, 64%) dan in de condities waar we 10 publieke accounts

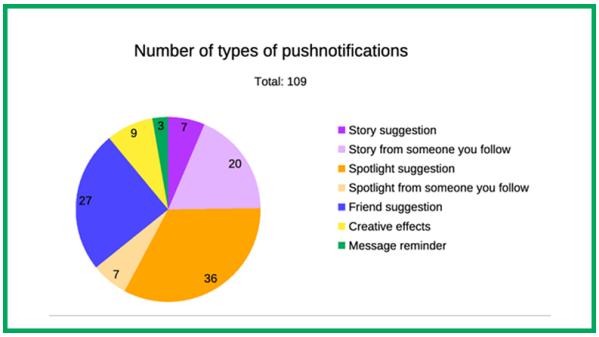
volgden (Con4, Con5 & Con6) (39, 36%). Zie figuur 9. Ook leken notificaties over Vriendensuggesties het vaakst te worden verstuurd wanneer we nog geen accounts volgden. Dit is mogelijk een aanmoediging van Snapchat om andere gebruikers toe te voegen en de app meer te gebruiken.

In de condities waarbij we 4x per dag de app openen (Con3 & Con6), zijn er beduidend minder pushnotificaties (15, 14%) dan in de condities waarbij we de app niet openen (Con1 & Con4) (57, 52%) of maar 1x per dag openen (Con 2 & Con5)(37, 34%).

Deze resultaten voelen **tegenstrijdig**: als je geen accounts volgt op een platform, verwacht je eigenlijk ook geen notificaties. En als je weinig interacteert met een platform, verwacht je ook dat er weinig is om je van op de hoogte te houden.

Dat in dit geval minder gebruik en minder gevolgde accounts gepaard gaan met méér notificaties, suggereert dat de notificaties van Snapchat met name bedoeld zijn om **gebruikers terug naar het platform te trekken** (de zogenoemde *recapture notifications*) in plaats van gebruikers op de hoogte te houden.

Eén kanttekening: de condities waar accounts werden gevolgd, vonden plaats ná de condities waar niemand werd gevolgd. Het verstrijken van tijd zou mogelijk ook van invloed kunnen zijn op het aantal notificaties.



Figuur 10: Aantal pushnotificaties per type

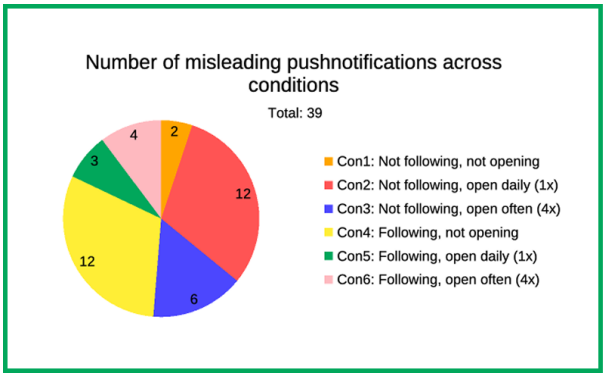
Notificaties over Spotlight-video's kwamen het meest voor (43, 39%). Dit was vaak aanbevolen content ('Spotlight suggestion'). Zie figuur 10.

Misleidende notificaties alleen gevonden bij Spotlight en Verhalen

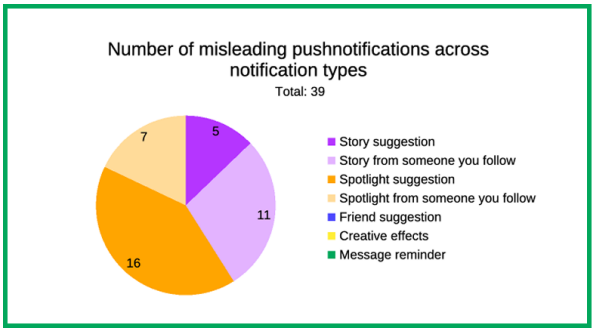
Van alle notificaties categoriseerden we er 39 (36%) als misleidend[20]. Er lijkt geen samenhang te zijn tussen de verschillende condities en het aantal misleidende notificaties. Zie figuur 11.

De misleidende notificaties betroffen alleen Spotlight-video's of Verhalen, zowel van aanbevolen accounts als van accounts die wij volgden. Van de in totaal 43 notificaties over Spotlight-video's, categoriseerden we er 23 als misleidend. Van

[20] Zie bijlage 2. Case study: Tabel Typen ontvangen notificaties



Figuur 11: Aantal misleidende pushnotificaties per conditie

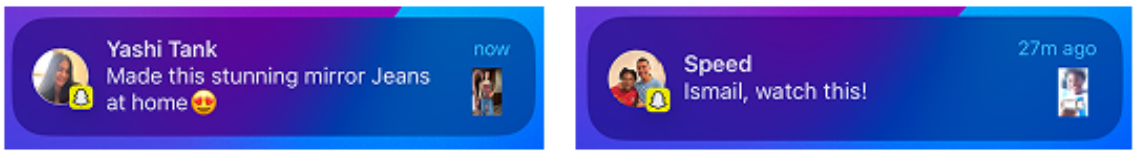


Figuur 12: Aantal misleidende pushnotificaties per type

de in totaal 27 notificaties over Verhalen, categoriseerden we er 16 als misleidend. Zie figuur 12.

Wat maakt deze notificaties misleidend?

In de volgende alinea's geven we een samenvatting van de misleidende notificaties die we zijn tegengekomen.

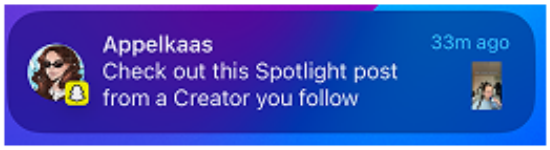


Figuur 13: Fake friend notifications

Bij de Verhalen en Spotlight-video's zagen we soms **fake friend notificaties**: notificaties die lijken op een persoonlijk bericht van een gebruiker (zie figuur 13). Hierbij is de gebruikersnaam te zien, met een beschrijving die door de gebruiker is getypt, of de tekst 'Watch this!'. We ontvingen deze zowel van accounts die wij niet volgden als van accounts die wij wel volgden.

Notificaties waarbij het **wél duidelijk** is dat het om een Verhaal of Spotlight gaat zijn anders geformuleerd, namelijk:

- Verhaal: ‘[username] added 3 Snaps to their Story’;
- Spotlight: ‘check out this Spotlight post…’ of ‘we think you’ll like this Spotlight video’.



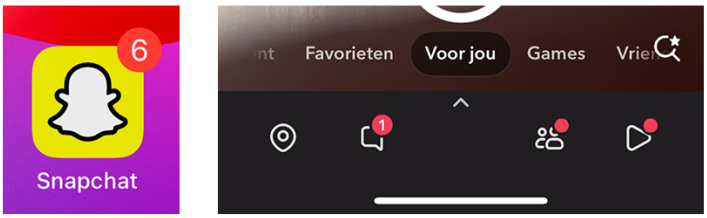
Figuur 14: Valse informatie

In de condities waarin we geen accounts volgden, kregen we meerdere meldingen over verschillende accounts: ‘Check out this Spotlight post from a creator you follow’ (zie figuur 14). Dit was **valse informatie**, omdat we deze accounts niet volgden. We hadden alleen voorheen een video van hen geliked.

Figuur 15: Tijdgevoelig

De laatste vorm van misleiding betrof **tijdgevoelige** notificaties (zie figuur 15). Soms worden notificaties over Verhalen en Spotlight-video’s als tijdgevoelig verstuurd, en soms niet. Bij Spotlight-video’s is dit misleidend, omdat dit permanente content is, in tegenstelling tot Verhalen. Op Snapchat staan tijdgevoelige notificaties standaard aan.

Badges niet consistent aangevuld met het aantal pushnotificaties



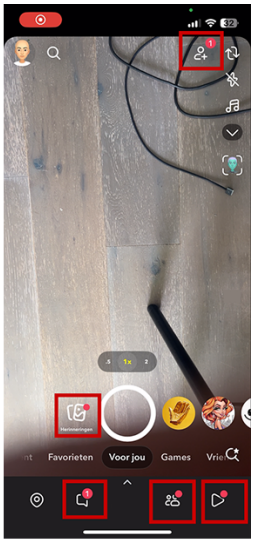
Figuur 16: App badges

De *app-badge* wordt niet helemaal evenredig aangevuld met het aantal pushnotificaties dat de gebruiker ontvangt. Soms komen er pushnotificaties binnen, maar gaat het getal in de app-badge niet omhoog. En soms stijgt deze wel met meerdere intervallen, terwijl er niet zoveel pushnotificaties zijn geweest. Ook

was er een moment dat het *app-badge-getal* flink daalde, alsof die gereset werd, terwijl we de app niet geopend hadden. Dit suggereert dat er meer schuil gaat achter de app-badge. Dit is niet transparant.

Ook de *in-app-badges* kwamen niet helemaal overeen met het aantal pushnotificaties dat de gebruiker ontving.

In-app-badges verschenen constant op de Spotlight



Figuur 17: In-app-badges

De *in-app-badges* verschenen telkens opnieuw als we de app openden (zowel bij 1x per dag als bij 4x per dag). Zie figuur 17.

- Op het Verhaal-icoon (poppetjes onderin) verscheen alléén een *badge* in de condities waar we creators volgden, om aan te geven dat deze creators een nieuwe Snap aan hun Verhaal hadden toegevoegd.
- Op het Spotlight-icoon (play-teken onderin) verscheen bijna altijd een badge, of we nou wel of geen accounts volgden. Soms verscheen deze pas als we eerst het Verhaal-icoon hadden aangeklikt, waardoor er weer iets nieuws in het scherm van de gebruiker verscheen. De aanname is dat deze *badge* aangeeft aan dat er nieuwe Spotlight-video's zijn. Deze zijn er echter altijd, dus Snapchat kan hier oneindig vaak een *badge* plaatsen. Dat de Spotlight-pagina bestaat uit een endless scroll met onvoorspelbare video's, doet vermoeden dat dit een tactiek is om gebruikers zo lang mogelijk op het platform te houden.
- Op het opmerkingen-icoon bij Spotlight-video's staat bij elke video standaard een *badge*. Deze gaat alleen weg als de gebruiker de opmerkingen-sectie opent, maar bij de volgende video is deze er weer.
- Ook het vrienden-icoon (poppetje bovenin met plusje) was regelmatig voorzien van een *badge* met daarin een getal, om aan te geven hoeveel nieuwe vriendenverzoeken óf suggesties er zijn. Omdat suggesties hier ook onder vallen, kan Snapchat hier oneindig vaak een *badge* plaatsen.

7. BEVINDINGEN KWALITATIEF ONDERZOEK IN DETAIL

In dit hoofdstuk lees je een uitgebreider verslag, inclusief quotes bij de genoemde hoofdinzichten (hoofdstuk 4) van het kwalitatieve onderzoek.

Snapchat wordt met name als berichtendienst gebruikt

Snapchat wordt met name gebruikt om te communiceren met hechte vrienden. Dit doen gebruikers zowel in 1-op-1 gesprekken als in groepsgesprekken. De jongere doelgroep (15-27) geeft aan Whatsapp hier steeds minder voor te gebruiken, en dit bijvoorbeeld alleen nog voor specifieke personen te doen, zoals hun ouders, werk, familie of school. Bij de oudere doelgroep is dit precies andersom; Whatsapp is hun primaire berichtenservice en Snapchat gebruiken ze voor specifieke contacten, zoals hun kinderen of jongere familieleden. De berichten die gebruikers op Snapchat naar elkaar sturen, hebben -in tegenstelling tot Whatsapp- een tijdelijk karakter, omdat deze nadat ze bekeken zijn (of na een zelf ingestelde tijd) weer verwijderd worden.

Overige Snapchat toepassingen zoals Verhalen en Spotlight vinden gebruikers minder belangrijk.

De Spotlight-pagina en Verhalen worden meer als randzaak gezien van de app, en worden door sommigen helemaal niet gebruikt. Waar men Verhalen nog wel eens interessant vindt omdat hun vrienden wat posten, is de Spotlight minder interessant omdat die hetzelfde concept is als TikTok en Instagram Reels. Gebruikers vinden het algoritme van deze apps ‘beter’ werken. Naar eigen zeggen krijgen ze daar meer video’s te zien die aansluiten op hun interesses en leefwereld. Sommigen vinden de Spotlight zelfs compleet overbodig.

> **“Op Snapchat zie je vooral veel meisjes met make-up filters, maar dat boeit me niet. Op TikTok zie ik meer video’s over feitjes met uitleg.”**

> **“Ik vind het overbodig. Content creators plaatsen hun video’s dan op 4 verschillende apps: Instagram Reels, Youtube Shorts, TikToks en Snapchat (Spotlight).”**

> **“Irritant dat al die apps steeds meer op elkaar gaan lijken.”**

Twee jongeren gaven aan dat ze de Spotlight-pagina wel gebruiken als ze aan het wachten zijn op een chatreactie van een vriend. Zo blijven ze dus in de app, in plaats van uit te wijken naar een andere.

> **“Als ik op reactie wacht van vriendinnen ofzo dan swipe ik soms per ongeluk naar de Spotlight, en dan scroll ik even verder”**

Ook TikTok en Instagram populair, Facebook minder

Bijna alle deelnemers hebben ervaring met, of gebruiken TikTok. Ze zijn hier minder gericht op contact met vrienden en meer op het kijken van publieke video’s die de startpagina aan hun voorschotelt. Wel sturen ze soms publieke TikTok-videos door naar hun vrienden.

De jongste deelnemersgroep noemde TikTok en Snapchat vaak als hun meest gebruikte apps. Voor de leeftijdsgroepen daarboven waren dat TikTok, Instagram en WhatsApp. Instagram wordt net als TikTok gebruikt om publieke video’s te kijken (Reels), en daarnaast om op de hoogte te blijven van vrienden of mensen die zij volgen. WhatsApp is puur voor de directe, persoonlijke berichten.

Facebook is minder populair. Dit platform wordt alleen genoemd door de deelnemersgroepen boven 28 jaar en wordt met name gebruikt om te communiceren binnen specifieke groepen waar ze lid van zijn, gebaseerd op een bepaalde interesse.

> **“Facebook is wat droger geworden en Instagram levendiger.”**

> **“Omdat ik van whisky houd, zit in een whisky-groep op Facebook.”**

Sociale media als gewoonte

De socialemediaplatforms en berichtendiensten hebben bij alle deelnemers een groot aandeel in hun schermtijd. Het checken van deze apps is onderdeel geworden van de dagelijkse routine. Bijvoorbeeld als de deelnemer opstaat, of reist naar werk en school. Deelnemers geven aan soms langer bezig te zijn met deze apps dan gewild. Gespendeerde tijd op socialemediaplatforms loopt vooral op in periodes dat ze het rustig hebben of in hun vrije tijd.

> **“Nieuwsgierigheid, het is bijna gewenning, muscle memory dat ik die app open.”**

> **“Als ik opsta, dan ben ik gelijk op mijn telefoon. Als ik moet omkleden, ben ik ook op mijn telefoon. In de douche ben ik op mijn telefoon.”**

“Voor het slapen gaan nog even scrollen. Ik kan gewoon niet slapen als ik dat niet heb gedaan.”

Minst tevreden over tijd op TikTok en Instagram

Deelnemers zijn het minst tevreden over de tijd die zij besteden aan TikTok en Instagram.
Dit zijn apps waar gebruikers kunnen blijven scrollen door video’s. Achteraf voelt het alsof ze daar niet veel voor terug hebben gekregen of mee opgeschoten zijn. Hoewel er door jongeren ook heel veel tijd op Snapchat wordt doorgebracht, zien zij dit als nuttiger dan de ‘scrollapps’ omdat het meer op chatten met vrienden is gericht.

“Bij Snapchat vind ik de schermtijd minder erg want dat is een communicatiemiddel. Bij Tiktok en Instagram is het erger, je kijkt naar die filmpjes maar bent na een halve minuut alweer vergeten wat je gezien hebt.”

“TikTok is om te scrollen, wat ik ook eigenlijk minder moet doen. Een bericht kan nog wel nuttig zijn maar aan TikTok heb je helemaal niks.”

“Het zijn natuurlijk dopamine kicks die je er een beetje van krijgt, terwijl je eigenlijk je tijd verdoet.”

“Ik zit echt veel op Instagram. Net ook op de fiets, dan zit ik reels te kijken, dat kijk ik echt grijs.”

“Ik probeer het echt minder te doen, vooral Tiktok, die vreselijke app. Op een gegeven moment ben je aan het scrollen en denk je van shit, volgens mij zit ik weer een uur op mijn telefoon.”

“Ik wil dan heel even op TikTok kijken omdat ik iets interessants zie van een arts, maar als ik daaraan begin zit ik gewoon een uur filmpjes te kijken.”

Veel deelnemers zijn bewust bezig met hun schermtijd, jongeren nog minder

Het merendeel van de deelnemers is gemotiveerd om hun schermtijd en socialmediagebruik in te perken. Alleen de jongste groep maakt zich niet zo druk om mogelijke negatieve consequenties en is daardoor minder gemotiveerd hun schermtijd te verminderen.

> **“Het is ook niet goed voor je houding.”**

> **“Ik moest mijn broertjes wegbrengen naar school. Toen moest ik me omkleden, maar ik was op mijn telefoon. En die kwamen dus te laat. Dat was wel zielig.”**

> **“Ik vind mijn schermtijd zelf wel veel, want je kan zoveel andere leuke dingen op een dag doen.”**

> **“Ik vind het wel heftig als ik 4 of 5 uur zie staan, maar bij sommige mensen staat gewoon 9 tot 12 uur. Dan denk ik, oké, ik ben eigenlijk niet zo heel slecht bezig.”**

Deelnemers gebruiken verschillende tactieken voor het verminderen van gebruik:

1. Apps waarmee je tijdlimieten kan inschakelen;

> **“Ik was veel aan het doomscrollen dus ik heb nu de app Screen Zen waarop ik 5x 5 minuten op een dag heb ingesteld.”**

2. De telefoon op een andere plek leggen;

> **“Ik merk dat je zonder apparatuur wel beter slaapt, dus wil mijn telefoon niet meer naast mijn hoofd leggen. Maar dan moet ik eerst een wekker kopen”***

3. Het verwijderen van socialmedia-apps;

> **“In de tentamenweek verwijder ik altijd Insta. Dan moet ik op Safari inloggen, wat niet zo lekker werkt, dus dat is mijn tactiek.”**

“In de vakantie waren al mijn vrienden weg en had ik niet veel te doen. Toen zat ik veel op mijn telefoon, dus heb ik maar apps verwijderd.”

4. Het uitschakelen van **notificaties.**

“Eigenlijk moet je wel gericht notificaties uitzetten want anders stuurt elke app je op den duur wel een notificatie.”

“Ik had een nieuwe telefoon en dan ga je de apps weer installeren en dan merk je dat alle notificaties weer aanstaan. Ik werd gek de eerste week.”

“Volgens mij heb ik ook al honderd apps. Als je van alles notificaties krijgt, word je gek”

“Het is volgens mij het krijgen van notificaties, waar mensen een beetje verslaafd aan worden en ik zelf ook. Sinds ik dat heb uitstaan, zit ik eigenlijk veel minder op mijn telefoon”

Notificaties om op de hoogte te zijn en snel te kunnen schakelen

Uiteraard zien deelnemers ook voordelen van notificaties: dat je op de hoogte blijft, en snel kan reageren op belangrijke zaken. Ze vinden het fijn dat je bij veel notificaties al kunnen zien waar het om gaat, of een deel van een bericht kan lezen. Zo kunnen ze inschatten of het belangrijk is om meteen te reageren of dat ze het even kunnen laten liggen.

Interessant is dat dit bij Snaps en Chats van Snapchat niet het geval is. Er staat dan alleen ‘[username] sent you a chat/snap’ zonder inhoud van het bericht weer te geven.

“Dat je gewoon gelijk kan checken van: diegene heeft mij geappt, heb ik nu wel of geen zin om te reageren?”

“Maar je moet wel selectief zijn in waar je op de hoogte van wil blijven.”

> **“Je kan bij Snapchat niet in de melding zien wat iemand stuurt. Het voordeel is misschien wel dat je iets meer privacy hebt voor als iemand naast je zit. Maar er is ook meer kans dat je weer vast zit in de app en andere dingen gaat doen. Bij WhatsApp als iemand iets onbelangrijks stuurt, kun je gewoon zien wat het is en dan wegswipen.”**

Notificaties als trigger voor app-gebruik

Deelnemers erkennen dat notificaties ook een negatieve invloed hebben op hun smartphone- en socialemediagebruik. Deze vormen een trigger om het platform weer te openen, waarna ze door andere content of functies op het platform worden afgeleid, en daardoor weer langer spendeert op het platform dan ze van plan waren.

> **“Een berichtje kan een soort kettingreactie veroorzaken waardoor je weer langer op je telefoon zit.”**

> **“Je klikt overal op door zonder dat je merkt waar je naartoe gaat, maar dat gaat automatisch.”**

> **“Soms wil je de tijd checken en dan zie je een berichtje en raak je weer afgeleid.”**

> **“Dat je je telefoon gaat pakken en weer in die trap van doomscrollen gaat vallen. En je ineens denkt: Met wat ben ik nu ook alweer bezig?”**

> **“Als er veel bliepjes binnenkomen heb je toch het idee dat je iets mist.”**

Notificaties worden op specifieke momenten, platformen, en voor bepaalde gebruikers, uitgeschakeld

Er zijn vaste momenten waarop deelnemers notificaties uitzetten omdat ze tijdens deze activiteiten niet gestoord wil worden: een tijdje voor het slapen, tijdens het slapen (dit doet bijna iedereen), op werk en op school. Ook noemde één jongere dat ze notificaties uitzet in het bijzijn van haar ouders, omdat ze anders nieuwsgierig zouden worden naar wie haar allemaal berichten sturen.

Het volledig uitzetten van notificaties op specifieke momenten, doen deelnemers bijvoorbeeld met de niet-storen-, slaap- of vliegtuigmodus. Sommigen zorgen ervoor dat ze dan nog wel gebeld kunnen worden.

Toch merken ze, wanneer ze notificaties hebben uitgeschakeld, nieuwsgierig te zijn of er in de tussentijd berichtjes binnen zijn gekomen. Dit maakt dat een deelnemer diens telefoon toch weer oppakt om even de platformen te controleren.

> **“Het is niet dat ik elke seconde word geappt, maar soms denk ik van, laat ik maar even kijken.”**

> **“Ik heb ook notificaties van berichten uitstaan, maar dan kijk ik wel om te checken af en toe. Je kan ook zien hoe vaak je je telefoon oppakt volgens mij is dat wel vaak 100x per dag.”**

Daarnaast hebben sommigen standaard alle notificaties van socialemediaplatformen uitgeschakeld, omdat ze hier de meeste (en vaak oninteressante) notificaties van ontvingen.

> **“Omdat je echt van de kleinste dingen een melding krijgt, als iemand iets heeft gepost, dan denk ik ja dit boeit mij niet. Dat zie ik wel als ik de app open.”**

> **“Het begon tijdens mijn scriptie, omdat ik te veel meldingen kreeg. Toen heb ik alle social-media-meldingen uitgezet en dat heb ik nog steeds.”**

> **“Bij Snapchat en Instagram is het niet dringend genoeg dat ik daar een melding van moet krijgen. Dan is het alleen maar een extra prikkel waardoor je er de hele tijd mee bezig bent, dat vind ik het vermoeiende van social media.”**

> **“Ik heb Snapchat op stil gezet, en om mijn streaks te behouden reageer ik gewoon elke avond.”**

Notificaties over persoonlijke berichten meest interessant, maar wel met mate

Deelnemers vinden de notificaties van persoonlijke berichten, en interacties met hun content zoals het ontvangen van likes en opmerkingen, het belangrijkst.

“Vooral interessant is als ik getagd wordt.”

“Als mensen reageren op mijn Verhaal of een foto leuk vinden: dat zijn de leuke meldingen.”

“Ik laat vooral die van Whatsapp en Snapchat aan, want die berichten zijn meestal belangrijke dingen die ik wel wil weten.”

Wanneer de persoonlijke berichten vooral doorgestuurde content bevatten en dit overmatig wordt gedaan, vinden deelnemers de notificaties al storender. Een deelnemer kiest er dan soms voor om berichten van die specifieke vriend of vriendengroep te dempen. De leeftijdsgroepen die wij spraken boven de 20 jaar, stoorden zich vaker aan het aantal berichten dat zij ontvingen dan de leeftijdsgroep onder de 20 jaar.

“Van Snapchat werd ik helemaal gek. Kreeg je weer een notificatie, was ’t weer een vriend die op de wc zat.”

“Op Snapchat krijg je al een melding als iemand aan het typen is. Iemand hoeft nog net niet te ademen en je krijgt al een melding.”

“Van TikTok heb ik de meldingen uitstaan, omdat mijn vriendinnen gewoon echt teveel TikToks naar me sturen.”

“Op TikTok zit ik in een groepsapp, 1 jongen stuurt veel video’s, hij kan er misschien wel 36 sturen op een dag, en dan zeggen we dat ie moet stoppen.”

Notificaties over content van vrienden minder interessant

Ook minder interessant zijn notificaties over geplaatste content van vrienden of van accounts die de deelnemer volgt. Deelnemers hoeven niet telkens een update wanneer er nieuwe content beschikbaar is.

“Ik twijfel toevallig deze week om Snapchat notificaties uit te zetten. Omdat je dan ook weer notificaties krijgt van: die heeft een Verhaal gepost.”

“Mij boeit het niet dat een vriendin vijf keer op een dag iets op Instagram post.”

“Iemand uit je vriendengroep heeft iets gepost, continu om de haverklap, en ik kreeg het ook nog eens per e-mail, moest ik weer gaan googelen hoe ik dat uit zet.”

“Van Snapchat kreeg ik teveel notificaties van iemand die ik op mijn dertiende had toegevoegd, waar ik niet meer mee te maken heb. Dat die dan een Story heeft gepost.”

Notificaties over aanbevolen content irritant

Het meest oninteressant en zelfs irritant vinden deelnemers notificaties over aanbevolen content van gebruikers die ze niet kennen of (nog) niet volgen. Hierbij horen ook vriendschapsvoorstellen, waarbij bepaalde gebruikers als suggestie worden gegeven om toe te voegen. Veel gebruikers openen deze notificaties niet, maar kijken door de notificatie wel weer naar hun telefoon.

“Überhaupt raar dat je notificaties ontvangt van mensen die je niet volgt.”

“Irritant van die Facebook vriendschapssuggesties, omdat ik die personen dan helemaal niet ken.”

“Twitter of X, daar krijg ik veel meldingen van. Als je daar lang niet op hebt gezeten dan gaat hij gewoon random meldingen geven. Dat is mijn theorie hoor. Van accounts die je misschien leuk vindt, daar word ik helemaal gek van.”

“Van TikTok kreeg ik altijd van notificaties als iemand die je hebt bekeken een video had gepost. Terwijl je daar ooit maar tien seconden een filmpje van hebt gekeken. En dan kreeg je er honderd per dag.”

“Je krijgt ook al meldingen van herinneringen, berichten van je vrienden en je Verhaal, waarom zou je ook nog meldingen van random mensen die jij niet volgt willen krijgen. Ik vind dat op Snapchat een beetje teveel van het goede.”

Maar notificaties over aanbevolen content worden niet specifiek uitgezet

Toch maken deelnemers zelden de keuze om, binnen de betreffende socialemedia-app, specifiek notificaties over aanbevolen content uit te schakelen. Ze vinden dit teveel gedoe en kiezen er vaker voor alles in 1x uit te schakelen (dmv van de modussen of alle notificaties van die app).

> **“Bij heel veel kan je kiezen aan of uit, en dan denk ik: wat zet ik nou eigenlijk aan of uit.”**

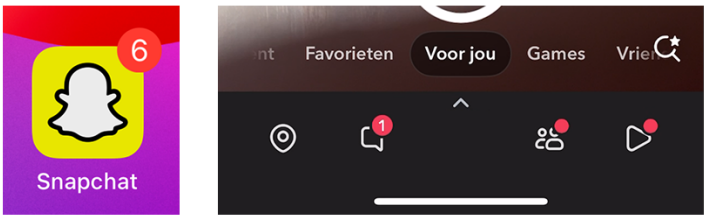
> **“Van die Verhalen van influencers zijn niet interessant. Maar het is ook niet dat ik moeite ga doen om het uit te zetten.”**

> **“Verwarrend: soms moet je iets in Google of iPhone instellen en soms in de app, en dan ben ik eigenlijk al in verwarring, dan denk ik het zal wel ik doe maar wat.”**

> **“Eigenlijk maken al die berichten me ook weer niet heel veel uit, dan kan ik het maar net zo goed allemaal uitzetten.”**

Vanuit een UX perspectief is het gek dat notificaties over aanbevolen content standaard aanstaan. Ze voldoen immers niet aan de behoeften van de gebruiker, ze wekken zelfs irritatie op. Dit maakt duidelijk dat bij het ontwerp van de app niet ‘een goede gebruikservaring’ als uitgangspunt is genomen, maar vooral factoren die de kans verhogen dat een gebruiker de app weer opent of aan de app wordt herinnerd (beïnvloedingstactieken).

App- & in-app-badges triggeren om te klikken



App-badge In-app badges

Figuur 18: Badges

Naast pushnotificaties, gebruiken sociale media ook app- en in-app-badges; de (vaak) rode bolletjes óp een app-icoon of icoontjes bínnen de app, die aangeven

dat er iets nieuws is. Soms hebben ze een getal dat aangeeft hoeveel nieuwe meldingen er zijn.

De meeste gebruikers geven aan deze badges allemaal weg te willen werken voor een rustiger scherm. Het geeft anders 'stress' of 'onrust' of het gevoel dat je iets 'moet'.

> **"Ik weet niet eens waarom ik het doe maar ik moet al die rode bolletjes wegklikken."**

> **"Het is om de aandacht te trekken, dat is natuurlijk sneaky en slim want je gaat klikken, terwijl het niet altijd interessant is."**

> **"Ik wil het allemaal weghebben of het wordt zoveel dat ik er juist niks mee te maken wil hebben."**

> **"Soms als ik een comment op Tiktok plaats krijg ik heel veel likes. Laatst had ik 2500 likes. Op Tiktok zie ik dan dat rode stipje met 99+ likes, en dan moet ik er gewoon op klikken."**

Het wordt erg irritant gevonden als het niet lukt deze weg te klikken, of als het vaak naar oninteressante meldingen refereert. Sommigen hebben dan ook hun app-badges uitstaan.

> **"Het vervuilt gewoon mijn beeldscherm."**

> **"Ik had ook een app waarbij ik de app-badge maar niet weg kreeg, ik wilde dat rode eentje weg hebben. Toen heb ik de hele app maar verwijderd."**

> **"Van Whatsapp weet ik dat het echte berichten zijn maar van Facebook, Snapchat of Tiktok, ja boeien, dat vind ik alleen maar irritant."**

> **"Ik heb het uit staan, anders word je geconfronteerd met hoeveel berichten je nog hebt openstaan."**

In-app-badges kunnen deelnemers op de meeste socialemedia-apps niet uitzetten, maar deze vinden ze ook minder erg, omdat ze dan toch al in de app zitten. Maar ook deze notificaties wekken wel eens irritatie op, omdat de updates vaak oninteressant zijn voor de gebruiker.

> **“Als je al in de app bent en zo’n notificatiebolletje ziet, dat vind ik veel minder erg dan als op je telefoon zit en je krijgt heel veel notificaties.”**

> **“Vaak niet interessant, en ik denk omdat ik weet dat ik het vaak niet interessant vindt, dat het irritant is.”**

Regels voor notificaties

Wanneer we vragen of er wetgeving omtrent notificaties van socialemedia-apps zouden moeten komen, hebben deelnemers geen uitgesproken mening. Sommigen vinden dat de verantwoordelijkheid toch bij de gebruiker zelf ligt, om zich niet af te laten leiden, of notificaties uit te zetten.

Wel geven de leeftijdsgroepen boven de 20 jaar aan zich vooral zorgen te maken om jongeren. Ze hebben het idee dat jongeren gevoeliger zijn voor notificaties, snapstreaks en wat je te zien krijgt op sociale media.

> **“Ik denk als je jong bent, dan kan je jezelf echt verliezen of zo. Dan zit je zo de hele dag op de bank met dat ding.”**

> **“Met de jeugd van tegenwoordig en socialemediacultuur, zouden er wel meer regels mogen komen, en sowieso strenger toezicht.”**

> **“Ik heb de common sense nog mijn telefoon weg te leggen maar jongere mensen misschien niet.”**

> **“Likes en streaks, dat is iets wat ik als jonger kind echt heel belangrijk vond.”**

Algemene ideeën die deelnemers noemen voor regels betreft sociale media:

“Meer controle over wat je te zien krijgt, welke thema’s. Nu is het onvoorspelbaar.”

“Een leeftijdsgrens over het uploaden van video’s want soms zie ik allemaal kleine kinderen.”

“Ik weet niet precies wat voor regelgeving, maar wel dat het inspeelt op het verslavende van social media.”

“Ik zou het niet erg vinden als er regels voor notificaties zouden zijn. Dan zou ik denken: oh wat chill dat het zo rustig is op Snapchat.

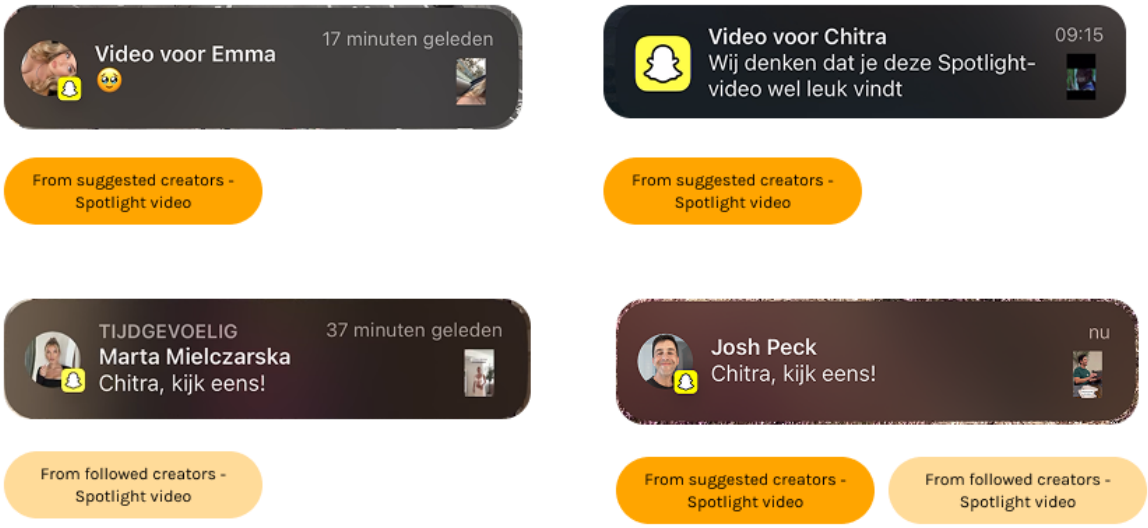
Ideeën voor regels betreft notificaties:

“Dat bedrijven transparanter communiceren over dat je notificaties bijvoorbeeld ook uit kan zetten. Dat kweekt ook goodwill.”

“Misschien kunnen ze een herkenbaar icoontje maken waardoor je meteen ziet of een notificatie van je vrienden is of niet.”

Deelnemers vinden sommige notificaties van Snapchat misleidend:

1. In een aantal gevallen worden notificaties over Spotlight-video’s en Verhalen geïnterpreteerd als persoonlijke berichten. Dit komt enerzijds door de beschrijvingen en anderzijds door de afzender. Ook Snapchat-gebruikers, die dus ervaring hebben met de app, maken deze vergissing;
2. Vriendschapsvoorstellen worden door sommigen aangezien voor vriendschapsverzoeken;
3. Notificaties over Verhalen leiden niet altijd naar de specifieke Snap in het Verhaal dat beschreven wordt, maar naar de nieuwste Snaps in dat Verhaal, waardoor er totaal andere content kan verschijnen dan de deelnemer verwacht;
4. Een gebruiker kan notificaties voor aanbevolen content uitzetten, maar ontvangt dan alsnog in-app-badges op de Spotlight; de pagina waar publieke video’s van aanbevolen creators worden getoond. Zo kan de gebruiker er dus niet aan ontkomen dat diens aandacht hierop wordt gevestigd.



Figuur 19: Notificaties over Spotlight

Deze 4 manieren van misleiding worden verder toegelicht in de volgende alinea's waar we per type notificatie de reacties uiteenzetten.

Notificaties over de Spotlight-pagina

Zie figuur 19. Alleen bij de notificatie met 'Wij denken dat je deze Spotlight video wel leuk vindt' is het meteen duidelijk dat het gaat om een video die Snapchat je aanraadt. Dit vinden de meeste deelnemers niet interessant, waardoor deze vaak worden genegeerd.

Bij de rest denken sommigen dat het om een persoonlijk bericht gaat van een andere gebruiker. Ze gaan er in eerste instantie van uit dat dit mensen zijn die zij kennen of volgen. Deze notifiaties maken hen daardoor een stuk nieuwsgieriger.

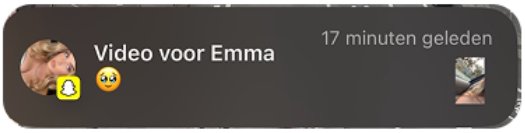
Wanneer blijkt dat deze notificaties om Spotlight-video's gaan (aanbevolen of geplaatst door iemand die zij volgen), zijn ze teleurgesteld, en vinden ze het direct niet meer interessant.

> **"Deze notificaties vind ik niet leuk want ik ga niet speciaal voor de Spotlight naar mijn Snapchat. Als de Spotlight helemaal niet bestond, zou het niet echt veel veranderen."**

> **"Ik snap wel dat ze het misschien proberen te promoten. Van kijk, wij hebben ook een soort van Insta-reels of TikTok-pagina."**

“Ik denk dat ze het expres doen, dat het hun vorm van reclame maken is. Influencers promoten.”

“Ik vind het heel raar dat een random Spotlight je zo’n notificatie stuurt.”



“Ik denk dat dit iemand is die ik ken. ik denk niet dat onbekenden jou een Snap kunnen sturen.”
"Ik ga ervan uit dat het iemand is die ik ken, iemand kan mij alleen een bericht sturen als ik diegene heb toegevoegd."
“Ik heb het gevoel dat iemand mij een filmpje heeft gestuurd.”
“Persoon A stuurt een foto naar mij, en heeft deze emoji als tekst toegevoegd.”

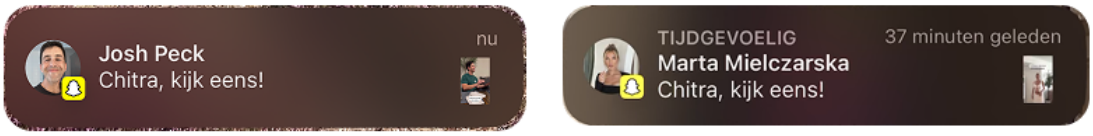
"Ik denk een Spotlight of Story van iemand die je volgt."
"Zo'n gek highlight ding, want als het een persoonlijk bericht was, had er gestaan: Snap van die en die."
"Ik denk dat er gewoon een verhaal zou openen van iemand, van een influencer."

Wanneer blijkt dat het niet altijd personen zijn die men volgt of kent, en dat het geen persoonlijk bericht is:
"Nu ik erachter ben dat het iemand is die ik niet ken, vind ik het niet interessant."
"Ik zou het prettig vinden dat er een naam bij zit zodat je weet van wie het komt."
"Er wordt je iets opgedrongen, eerst word ik nieuwsgierig gemaakt."
"Ik vind het wel een beetje sluw, het lijkt echt iets voor jou, maar eigenlijk is het gewoon een random video."

Figuur 20: Spotlight notificatie ‘Video voor Emma’

"Hmmm 'wij denken...', oh dit is dus iemand die ik niet zou kennen."
"Ik heb nog nooit zo'n video gekeken van: 'Nou, dit was leuk.'"
"Ik denk dat je deze Spotlight-video wel leuk vindt. Ja, en dit is dus wat ik zeg over big data en dat mijn telefoon naar me luistert."
"Hier word ik altijd een beetje recalcitrant van: dat apps gaan besluiten dat ik iets leuk vind. Nou waarschijnlijk vind ik het helemaal niet leuk."

Figuur 21: Spotlight notificatie ‘Video voor Chitra’



Sommigen denken dat de tekst 'kijk eens' door de gebruiker zelf getypt is als persoonlijk bericht. Ook suggereert 'tijdgevoelig' dat het om tijdelijke content gaat, maar dit is niet het geval.

"Ik dacht dat het een persoonlijk iets was, maar het was toch weer zo'n reel, misleidend"
"Deze tekst is pakkender waardoor je gaat kijken, het lijkt of diegene mij kent."
"Dit ziet er persoonlijk uit, je ziet zijn naam en kijk eens."
"Dit is een video gestuurd via chat?"
"Tijdgevoelig, dat betekent dat het na bepaalde tijd weer verdwijnt."

Wanneer blijkt dat het niet altijd personen zijn die men volgt of kent, en dat het geen persoonlijk bericht is:

"Ik vind het irritant dat ze op je gevoel inspelen van 'kijk eens'"
"Dit is bijna zo'n instinker als hee mam m'n telefoon is weg."
"Het lijkt alsof ik Marta ken, en alsof zij mij iets heeft gestuurd maar dat is dus niet het geval."
"Ik werd misleid, weer zo'n Spotlight video, ik dacht dat hij me zelf wat stuurde."

Figuur 22: Spotlight notificaties 'Kijk eens'

Notificaties over verhalen

Gebruikers herkennen uit eigen ervaring dat ze notificaties over verhalen van andere gebruikers ontvangen. Als het geen goede vriend is, zijn ze hier vaak niet in geïnteresseerd. Notificaties hiervan worden als onnodig gezien, omdat ze nooit dringende informatie bevatten die hun specifiek aangaat. Gebruikers kijken het liefst naar Verhalen op een moment dat het hun uitkomt, als zij de app al geopend hebben. Het wordt irritant wanneer ze deze notificatie hebben weggeveegd, maar deze na een korte tijd weer verschijnt, omdat diegene weer iets nieuws heeft toegevoegd aan diens Verhaal.

> **"Stories boeien me niet zo erg, als je wil dat ik het zie, stuur je het persoonlijk naar mij."**

> **"Als het iemand is die je niet goed kent, zou ik er niet op klikken."**

> **"Dan houdt het nooit op. Als ik notificaties krijg wanneer mensen die ik volg iets plaatsen, ontploft mijn telefoon."**

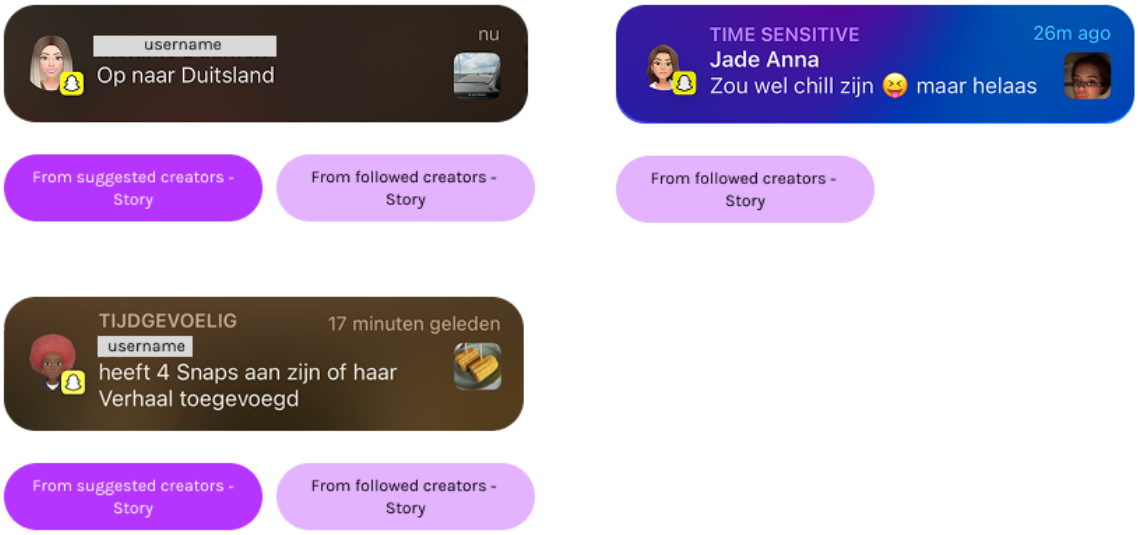
Ze verwachten dat ze alleen notificaties krijgen van de verhalen van gebruikers waar zij bevriend mee zijn, of die zij volgen. Ze zien er geen nut in om notificaties van de verhalen van andere gebruikers te ontvangen. Wanneer we laten zien dat dit soms wel het geval is, vinden deelnemers dit vervelend.

> **“Ik zou willen dat je die van sponsored content uit zou kunnen zetten.”**

> **“Als je een Verhaal te zien krijgt van iemand die bijvoorbeeld in je contacten staat, zou ik dat best irritant vinden, want ik heb zoveel mensen in mijn contacten waar ik niet de Snaps van hoef te zien.”**

> **“Ik wil dit alleen van mensen die ik volg.”**

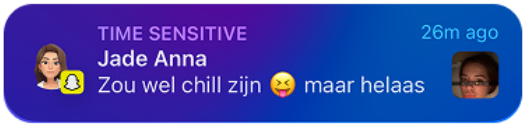
Alleen de notificatie ‘[username] heeft Snaps toegevoegd aan zijn of haar Verhaal’ maakt duidelijk dat het om een Verhaal gaat (zie figuur 23). Bij de andere twee notificaties in de figuur maken sommigen de vergissing dat het een persoonlijk bericht is. En dat werkt: de tekst die door de gebruiker zelf geschreven is maakt nieuwsgieriger dan de tekst die beschrijft dat de gebruiker Snaps heeft toegevoegd aan diens Verhaal.



Figuur 23: Notificaties over Verhalen

"Ik zou meteen notificaties uitzetten als ik dit kreeg."
"Die volg ik waarschijnlijk, maar ik zit niet op die Verhalen te wachten."
"Dit is denk ik een bekende, anders zou ik die melding niet krijgen."
"Tijdgevoelig, geeft wat druk erachter."
"Tijdgevoelig, dan proberen ze duidelijk te maken dat je snel moet kijken, anders is het weg. Nou, ik ben daar niet gevoelig voor."

Figuur 24: Verhaal notificatie 'heeft toegevoegd aan verhaal'

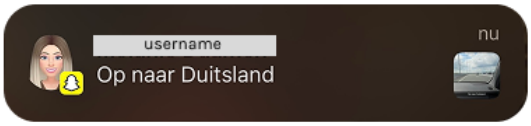


"Iemand die ik ken, die heeft iets gezien en dat wil ze delen met mij."
"Ik denk dat dit van je abonnementen is, van iemand die je volgt. Een verhaal."
"Je ziet time sensitive, dus ik denk dat het een verhaal is."

Bij deze notificatie lieten we zien dat er soms een ander (inmiddels nieuw) Verhaal wordt getoond, dan waar de notificatie naar verwijst. Dat is misleidend, omdat men een totaal andere inhoud verwacht.

"Raar dat als je er op klikt, je heel ergens anders uit komt."

Figuur 25: Verhaal notificatie met beschrijving van gebruiker tijdgevoelig



"Ik denk een privébericht."
"Ik ben nu wel nieuwsgierig, je wil toch kijken wat mensen doen of zeggen."
"Volgens mij is dit ook weer zo'n Story, maar dat je wel de titel erbij ziet."

Figuur 26: Verhaal notificatie met beschrijving van gebruiker

Notificaties over vriendschapsvoorstellen

"Dat vind ik wel misleidend: ik dacht dat diegene me had toegevoegd"
"Ik vind het ook verwarrend: je denkt dit is een vriendschapsverzoek, maar het is alleen een voorstel, dat had ik eerst niet door."
"Meestal als ik dat zie dan denk ik dat iemand me wil toevoegen."
"Dit lijkt op een random guy die gewoon mensen aan het toevoegen is."
"Ik zou het gek vinden als Snapchat mij een bericht stuur met: hey kijk wie ik voor jou gevonden heb. Dan ga ik me afvragen of mijn telefoon dichtbij deze persoon is gekomen."

Figuur 27: Vriendschapsvoorstel notificatie

Bij de notificaties over vriendschapsvoorstellen (zie figuur 27), denken deelnemers vaak dat het om een vriendschaps**verzoek** gaat; dat een andere gebruiker hen wil toevoegen. In werkelijkheid is dit een gebruiker die door Snapchat wordt **voorgesteld**. Voor vriendschapsverzoeken willen deelnemers wel notificaties ontvangen, maar voor vriendschapsvoorstellen níet. Gebruikers voegen niet vaak andere gebruikers toe die Snapchat voorstelt.

Wanneer een gebruiker klikt op een notificatie van een vriendschapsverzoek of voorstel komt die uit bij een lijst van vriendschapsvoorstellen. Hier staat per persoon vermeld of deze persoon voorkomt in je contacten, of je gemeenschappelijke vrienden hebt, of er staat helemaal niets bij. Vooral bij die laatste vorm vragem deelnemers zich af waarom deze gebruikers dan aangeraden worden:

> **"Misschien dat we bij elkaar in de buurt wonen of op dezelfde plekken komen. Dat is nog steeds slecht omgaan met mijn data"**

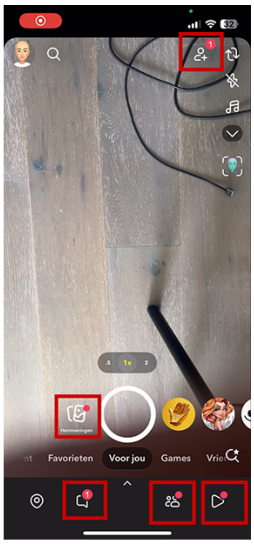
> **"Het zou kunnen zijn dat ze op basis van jouw zoekgedrag hier mensen neerzetten."**

> **"Die met gemeenschappelijk vrienden zou ik mogelijk wel kennen, ontmoet op een verjaardag biijvoorbeeld."**

> **“Het is wel een beetje raar, mensen koppelen die elkaar helemaal niet kennen.”**

In-app-badges van Snapchat

Er zijn geen instellingen die de gebruiker controle geven over in-app-badges. Zo verschijnt er regelmatig een rood bolletje op de Spotlight-badge, óók als de gebruiker heeft ingesteld geen meldingen te willen ontvangen over aanbevolen content. De in-app-badges worden dus niet tot ‘meldingen’ gerekend.



Figuur 28: In-app-badges

Zie figuur 28. Gebruikers vinden vooral de *in-app-badges* (de rode bolletjes) op de **icoontjes van chats** en **vriendschapsverzoeken** interessant. Zo ziem ze direct of ze nieuwe persoonlijke berichten hebben of nieuwe vriendverzoeken. Echter, bij die laatste kan het rode bolletje ook een vriendschapsvoorstel zijn. Snapchat maakt hier sluw gebruik van, omdat Snapchat zelf kan bepalen wanneer ze zo’n voorstel sturen, en dus ook wanneer er een rood bolletje verschijnt.

> **“Volgens mij komt er ook een rood bolletje als Snapchat bepaalt dat je misschien bevriend kan worden met iemand. Want dan denk je: hee ik heb een vriendschapsverzoek. Maar dat hoeft niet zo te zijn.”**

> **“Ik kijk altijd naar het vriendenicoon, maar dat vind ik wel irritant want ik ken die allemaal niet. Het zijn dan weer allemaal vrienden van m’n nichtje die ik op Snap heb.”**

De badge op het **Verhaal-icoon** vinden deelnemers minder interessant, maar maakt wel nieuwsgierig naar wat vrienden gepost hebben.

“Ik ben geneigd te klikken door dat rode bolletje, dat zal iets zijn van iemand die je volgt.”

De badge op het **Spotlight-icoon** verschijnt om de haverklap, maar lijkt alleen te betekenen dat er weer nieuwe aanbevolen video’s zijn. Dit is gek, omdat er altijd nieuw geplaatste video’s zullen zijn op deze pagina, en Snapchat dus helemaal zelf kan bepalen wanneer ze zo’n badge tonen.

“Gek dat er constant een rood bolletje staat op de Spotlight. Het zijn oneindig veel filmpjes dus er is altijd wel iets nieuws.”

“Nou ja, kijk, bij die Spotlight vind ik het dus een beetje onzinnig, omdat er altijd nieuwe content is.”

“Ik vind het eigenlijk heel raar. Want dat is zo’n never-ending rood bolletje.”

“Volgens mij komt die bij de Spotlight gewoon willekeurig. Ik denk dat dit bolletje na een paar uur weer verschijnt.”

“Ik denk dat het betekent dat er mogelijk iets interessants in zit voor jou. Waar je dan ook een pushnotificatie van hebt gehad.”

Deelnemers denken dat Snapchat hier een badge op zet om hen nog meer te laten klikken en tijd op de app te laten spenderen. Daar zit wat in: door met grote regelmaat een rood bolletje te laten verschijnen bij de Spotlight, worden gebruikers naar die pagina gelokt. En laat dat nou net de pagina zijn waar een eindeloze scroll wordt gebruikt met onvoorspelbare, gepersonaliseerde filmpjes; een mechanisme dat berucht is om het vasthouden van de aandacht van gebruikers.

“Bij Snapchat komt er een rood stipje bij de Spotlight als iemand een video heeft geplaatst. Dan zie je weer hoe ze je in de app proberen te krijgen. Het is gewoon een soort TikTok. Ik negeer het bijna altijd want het zijn altijd zinloze dingen, maar berichten kijk ik wel.”

8. ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Dit onderzoek bestond uit een case study en kwalitatieve semi-gestructureerde interviews met de doelgroep. Van de case study is een logboek bijgehouden en toegevoegd aan de bijlage (zie bijlage 3) . Ook de interviewleidraad is toegevoegd aan de bijlage (zie bijlage 5). Doordat het interview semi-gestructureerd was, werd deze vragenlijst niet letterlijk afgenomen, maar vormde die meer een houvast van te bespreken thema's. In de interviews zijn met name open vragen gesteld, zonder sturende termen te gebruiken. De interviews zijn opgenomen en getranscribeerd. De transcripties zijn gebruikt om tot de inzichten van dit rapport te komen en deelnemers te quoten.

Deelnemers aan het onderzoek zijn geselecteerd via een extern respondentenbureau. Dit bureau beschikt over een groot internationaal panel, waarvoor deelnemers zichzelf aanmelden als ze uitgenodigd willen worden voor deelname aan (markt)onderzoek. Aan de hand van onze selectiebriefing (zie bijlage 4 voor de criteria) heeft het bureau uit hun panel deelnemers voor het onderzoek geselecteerd. Deelnemers kregen een vergoeding voor hun deelname.

9. BRONVERMELDING

Fitz, N., Kushlev, K., Jagannathan, R., Lewis, L., Paliwal, D., & Ariely, D. (2019). *Batching smartphone notifications can improve well-being.* Computers in Human Behavior, Volume 101, 84-94.

Horvitz, E. C. M. C. E., & Cutrell, E. (2001). *Notification, disruption, and memory: Effects of messaging interruptions on memory and performance.* In Human-Computer Interaction: INTERACT* (Vol. 1, p. 263)

Mehrotra, A., Pejovic, V., Vermeulen, J., Hendley, R., & Musolesi, M. (2016, May). *My phone and me: understanding people's receptivity to mobile notifications.* In Proceedings of the 2016 CHI conference on human factors in computing systems (pp. 1021-1032).

Monge Rofarello, A., Lukof, K., & De Russis, L. (2023). *Defining and Identifying Attention Capture Deceptive Designs in Digital Interfaces.* In Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '23), April 23–28, Hamburg, Germany. ACM, New York, NY, USA, 19 pages. https://doi.org/10.1145/3544548.3580729/

Radesky, J., Weeks, H.M., Schaller, A., Robb, M., Mann, S., and Lenhart, A. (2023). *Constant Companion: A Week in the Life of a Young Person's Smartphone Use.* San Francisco, CA: Common Sense.

Sahami Shirazi, A., Henze, N., Dingler, T., Pielot, M., Weber, D., & Schmidt, A. (2014). *Large-scale assessment of mobile notifications.* In Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems (pp. 3055-3064).

10. BIJLAGEN

Op de volgende pagina's staan de bijlagen van dit rapport. Deze hebben een eigen paginanummering.

INHOUDSOPGAVE

INHOUDSOPGAVE 2

1. DEFINITIES NOTIFICATIES EN SNAPCHAT 3

2. CASE STUDY: TABEL TYPEN ONTVANGEN NOTIFICATIES 11

3. CASE STUDY: LOGBOEK ONTVANGEN NOTIFICATIES 15

4. KWALITATIEF ONDERZOEK: SELECTIECRITERIA 51

5. KWALITATIEF ONDERZOEK: INTERVIEWLEIDRAAD 54

1. DEFINITIES NOTIFICATIES EN SNAPCHAT

1.1 NOTIFICATIES

Notificaties zijn korte signalen die zowel visueel, auditief, of haptisch, (voelbaar, denk aan de trilling) op elk gegeven moment binnen kunnen komen op het apparaat (laptop, tablet, smartwatch, smartphone etc.). Ze bevatten informatie over software, applicaties of functies waar de gebruiker op dat moment meestal niet gebruikt.

Ze worden verstuurd door de software of apps die men op hun apparaat heeft geïnstalleerd. Zo weet de gebruiker dat er nieuwe informatie is, zonder dat die daarvoor eerst de applicatie hoeft te openen.

We onderscheiden 4 vormen van notificaties: **pushnotificaties, in-app-notificaties, app-badges en in-app-badges.**

Het kan zo zijn dat notificaties en in te stellen mogelijkheden verschillen per app en per telefoon. In ons rapport en onze definities nemen we daarom **Snapchat op iPhone iOS 18** als uitgangspunt.

1.1.1 PUSHNOTIFICATIES

Figuur 1: Voorbeeld pushnotificatie

Dit is de meest invasieve vorm van notificaties. Pushnotificaties verschijnen direct in het beeld van de gebruiker, met name als de gebruiker de bijbehorende app niet geopend heeft. Ze kunnen zowel verschijnen wanneer de telefoon ontgrendeld is als wanneer de telefoon vergrendeld is. Bij een vergrendelde iPhone licht het scherm vaak op als er een notificatie binnenkomt.

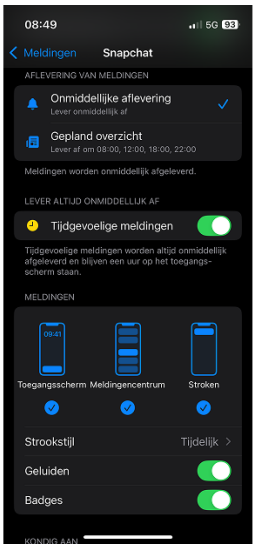
In de notificatie wordt meestal een samenvatting of preview gegeven van de inhoud. Denk aan het ontvangen van een bericht van een andere gebruiker, het attenderen op een nieuwe functie in de app, of het vragen om een actie van de gebruiker zoals het aanvullen van contactgegevens.

De opmaak is uniform; pushnotificaties van verschillende apps zien er hetzelfde uit qua opbouw. Ze bevatten vaak een titel, tekst en een afbeelding, en geven daarmee een samenvatting van de informatie die verschijnt als men op de notificatie zou tikken.

Op iPhone's worden pushnotificaties verzameld in een notificatie-/berichtencentrum op het toegangsscherm. Hier kan men teruglezen welke notificaties er allemaal zijn binnengekomen. Nadat men op pushnotificaties heeft getikt, verdwijnen ze doorgaans uit het notificatiecentrum. Op veel telefoons kan men, zowel in het algemeen als per app, pushnotificaties naar voorkeur aanpassen.

Op iPhone's kan men ervoor kiezen pushnotificaties volledig uit te zetten. Ook kan men kiezen voor directe ontvangst, waarbij de notificatie binnenkomt op het moment dat die verzonden wordt (en er verbinding met internet is) of voor een gepland overzicht, waarbij pushnotificaties binnenkomen op vooraf ingestelde tijdstippen. Daarnaast kan men kiezen of notificaties gepaard gaan met een geluid/tril of dat dit uitgeschakeld is.

Als laatste kan men aangeven of de pushnotificaties op het vergrendelde scherm, in het notificatiecentrum en/of in stroken dienen te verschijn. Stroken zijn de pushnotificaties die men ziet verschijnen als de telefoon ontgrendeld is. Bij de banner kan men instellen of deze in beeld blijft staan, of zelf weer verdwijnt.



Figuur 2: Instellingen notificaties

Tijdgevoelige notificaties

Sinds iOS 15 zijn tijdgevoelige pushnotificaties in het leven geroepen. Dit zijn notificaties die als meer belangrijk/urgent worden gezien dan andere en dus ook bepaalde focus-modussen, zoals 'niet storen' kunnen omzeilen. Het in-/uitschakelen van dit type notificaties kan men per app doen. Tijdgevoelige notificaties blijven 1 uur op het vergrendelscherm staan. Daarna zijn ze terug te vinden in het notificatiecentrum.

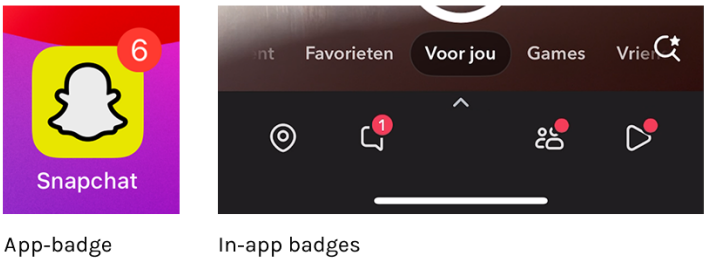
1.1.2 IN-APP-NOTIFICATIES

Deze notificaties verschijnen uitsluitend als men ín de app zit die deze notificaties verstuurt. Hoe deze eruit zien en of deze verstuurd worden is compleet afhankelijk van de app. Wel verschillen ze qua opmaak van reguliere pushnotificaties (die over apps heen worden gestuurd, ipv binnen de app). Wanneer men pushnotificaties uitgeschakeld heeft, ontvangt men nog wel in-app-notificaties. Op iPhone's is er geen instelling om in-app-notificaties uit te zetten, en ook in Snapchat is daar geen instelling voor.

1.1.3 APP-BADGES

Dit is een gekleurd (standaard rood) bolletje met een getal erin dat op het app-icoon verschijnt, die op het ontgrendelde startscherm van de telefoon staat. Het getal geeft aan hoeveel nieuwe/ongeziene notificaties er per app zijn. Zodra men op het app-icoon klikt, en de app dus opent, verdwijnt de badge.

Op iPhone's kan men per app instellen of men app-badges wil zien of niet.



Figuur 3: App-badges en in-app-badges

1.1.4 IN-APP-BADGES

Dit zijn gekleurde bolletjes (vaak rood, soms met getal, soms niet) die ín de app aangeven bij welke onderdelen er nieuwe/ongeziene informatie voor de gebruiker is. Nadat men op deze onderdelen heeft geklikt, verdwijnt het bolletje. Op iPhone's is er geen instelling om in-app-badges uit te zetten, en ook in Snapchat is daar geen instelling voor.

1.2 SNAPCHAT NOTIFICATIES

Hieronder staat een overzicht van alle typen notificaties die Snapchat verstuurt:

Type	Beschrijving	Default
Bitmojis in Notifcations	Show Friends' Bitmojis in your phone's push notifications	On
Mentions	Get notifications when someone tags you in a Snap	On
Memories	Get occasional notifications about your memories	On
Dreams suggestions	Get occasional notifications about your Dreams suggestions	Off
Friends' Birthdays	Get occasional notifications so you don't miss any important birthdays	On
Message Reminders	Get occassional notifications about unopened Snaps or Chats	On
Creative Effects	Get notifications about Lenses, Filters, Stickers and other editing tools!	On
Best Friend Message Sounds	Snaps and Chats from Best Friends will make a special sound	On
Story posts	Get occasional notifications about the Snaps you've submitted to Spotlight and Snap Map	On
Map notifications	Get occasional notifications about friend Snap Map activity and new Place submissions	On
Pin My Friend Widget	Receive notifications when your friends pin you to their lock screen	On
Comments	Receive notifications related to comments	On
Creator notifications - pay out	Manage notifications related to your public profile and content - You will receive notifications about payouts	On
Creator notifications - performance milestones	Manage notifications related to your public profile and content - Enable to get updates when your content or profile reaches significant milestones	On
Promotions	Receive occasional notifications about promtions for Snapchat+, Bitmoji and other features	On
Snapchat+	Receive occasional notifications about Snapchat+ including new updates, subscription changes and more	On
Friends from contacts	Get notified of phone contacts on Snapchat that you may know	On
Friend suggestions	Get notified of friends on Snapchat that you may know!	On
Pending friends	Get notified of pending friends: Snapchatters who have already added you!	On
From creators you've added	Get notified occasionally when creators you've added share content to Stories, Spotlight and Discover	On
From your contacts	Get notified occasionally when a friend from your contacts shares content to Stories, Spotlight and Discover	On

Type	Beschrijving	Default
From suggested creators	Get notified occasionally when we find content we think you'll like	On
Private stories from friends	Get notified occasionally when friends add to their Private Story	On
Stories from friends	Get notified when your friends add to their Story!	On
SMS: Transactional messages	Get Message or Friend activity alerts, Story reminders, account info and more	On
SMS: Promotional message	Get friend suggestions, new Lens updates and more	Off

1.3 PAGINA'S EN FUNCTIES BINNEN SNAPCHAT

Gebruikers kunnen verschillende typen content delen en bekijken via verschillende pagina's op Snapchat. De belangrijkste pagina's die we ook in ons onderzoek behandelen zijn de Chat-pagina, Vrienden-toevoegen-pagina, Verhaal-pagina, Spotlight-pagina.

1.3.1 CHAT

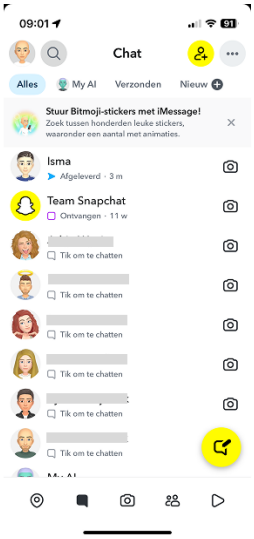
De meest gebruikte functie van Snapchat is de chatfunctie. Dit is de pagina waar gebruikers directe berichten naar vrienden kunnen sturen. De chatberichten worden na geopend te zijn automatisch verwijderd (tenzij anders ingesteld). Naast getypte berichten kan men ook een **Snap** versturen. Dit is een foto of kort filmpje, die door de verzender op verschillende manieren bewerkt kan worden. Er wordt bijvoorbeeld gebruik gemaakt van een filter, of tekst die over de foto heen is geplaatst. Doorgaans kan de ontvanger deze maar 1x openen, deze wordt dus niet bewaard in de chat (tenzij anders ingesteld). Op de Chat-pagina kunnen ook groepschats worden gecreëerd.

1.3.2 VRIENDEN TOEVOEGEN

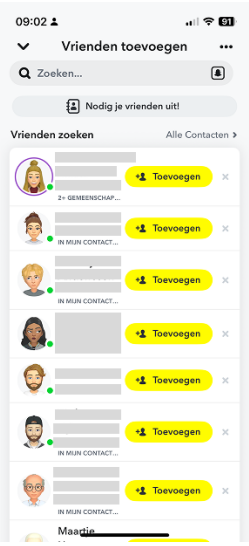
Op deze pagina verschijnen alle vriendenverzoeken en vriendensuggesties die Snapchat doet. Ook kan de gebruiker hier zelf zoeken naar accounts om toe te voegen. Soms wordt er bij vriendensuggesties toegelicht waarom de suggestie wordt gedaan: bijvoorbeeld omdat deze persoon in de contacten van de telefoon van de gebruiker staat, of omdat er gemeenschappelijke vrienden zijn.

1.3.3 VERHALEN

In tegenstelling tot de Chatfunctie, waarbij je Snaps naar specifieke vrienden of groepen verstuurt en deze maar 1x kunnen worden geopend, kan je ook Snaps toegevoegen aan je **Verhaal**. Hier blijft elke Snap 24 uur beschikbaar en worden de



Figuur 4: Chat



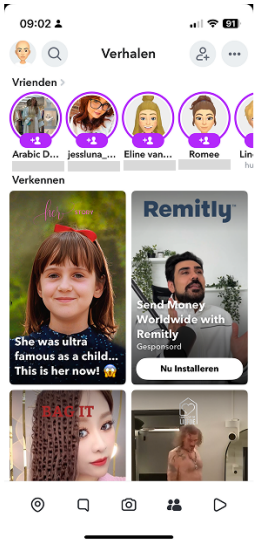
Figuur 5: Vrienden toevoegen

Snaps chronologisch achter elkaar getoond. Als een kijker op je Verhaal klikt, ziet die eerst de oudste Snap, en krijgt die door te tikken steeds de volgende Snap in je Verhaal te zien.

Er zijn verschillende type Verhalen die bepalen welk publiek jouw Verhaal ziet:

- **My Story - friends only** (Verhaal - Vrienden): Alleen jij kan Snaps toevoegen en alleen je vrienden krijgen deze Story te zien;
- **Private Story** (Privé-verhaal): Alleen jij kan Snaps toevoegen en alleen geselecteerde vrienden krijgen deze Story te zien;
- **Shared Story** (gedeeld Verhaal): Jij en geselecteerde vrienden kunnen Snaps toevoegen aan dit verhaal en bekijken;
- **My Story - public** (Verhaal - openbaar): Alleen jij kan Snaps toevoegen en iedereen kan dit bekijken.

Op de **Verhalen-pagina** vind je o.a. de Verhalen van vrienden en van publieke profielen die jij volgt. Onder het kopje 'Ontdekken', staan aanbevolen Verhalen.



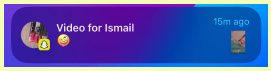
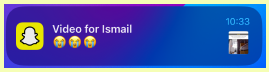
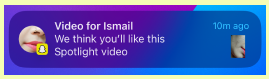
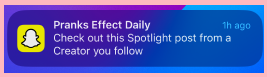
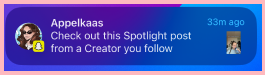
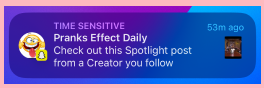
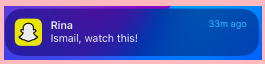
Figuur 6: Verhalen

1.3.4 SPOTLIGHT

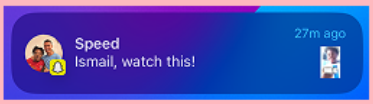
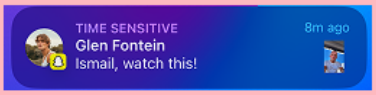
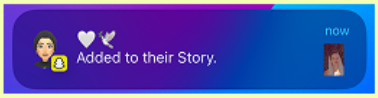
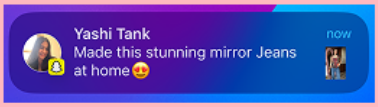
Deze pagina bestaat uit een eindeloze scroll waarbij de gebruiker schermvullende filmpjes ziet. Door naar beneden te scrollen ziet men telkens het volgende filmpje. Deze feed vormt een mix van aanbevolen gepersonaliseerde content, en content van accounts die de gebruiker volgt. Indien men 'personalisatie' uit heeft staan ziet men hier geen gepersonaliseerde video's maar populaire content en content van accounts die men volgt.

Figuur 7: Spotlight

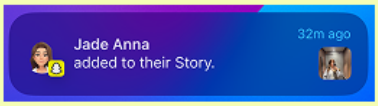
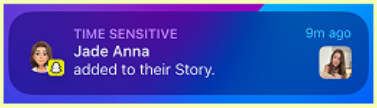
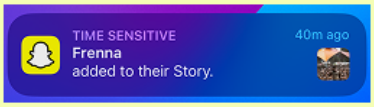
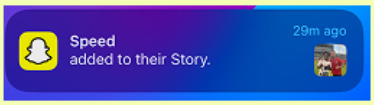
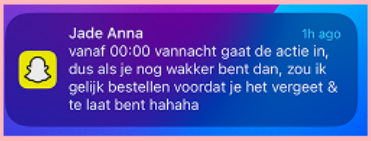
2. CASE STUDY: TABEL TYPEN ONTVANGEN NOTIFICATIES

Type	Screenshot & info						
From suggested creators - Spotlight video Con1: 8 Con2: 14 Con3: 8 Con4: 2 Con5: 4 Con6: 0 Total: 36	 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video] Code: A1						
	Con1: 3	Con2: 1	Con3: 2	Con4: 0	Con5: 2	Con6: 0	**Total: 8**
	 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video] Extra: No picture Code: A2						
	Con1: 0	Con2: 1	Con3: 0	Con4: 0	Con5: 0	Con6: 0	**Total: 1**
	 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video Code: A3						
	Con1: 5	Con2: 2	Con3: 0	Con4: 2	Con5: 2	Con6: 0	**Total: 11**
	 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow No picture Extra: Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. Code: A4						
	Con1: 0	Con2: 1	Con3: 0	Con4: 0	Con5: 0	Con6: 0	**Total: 1**
	 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. Code: A5						
	Con1: 0	Con2: 3	Con3: 2	Con4: 0	Con5: 0	Con6: 0	**Total: 5**
	 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Time sensitive Extra: Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content Code: A6						
	Con1: 0	Con2: 6	Con3: 2	Con4: 0	Con5: 0	Con6: 0	**Total: 8**
	 Title: [Name of suggested creator] Text: Ismail, watch this! Extra: No picture Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this. Code: A7						
	Con1: 0	Con2: 0	Con3: 1	Con4: 0	Con5: 0	Con6: 0	**Total: 1**
	 Title: [Name of suggested creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content Code: A8						
	Con1: 0	Con2: 0	Con3: 1	Con4: 0	Con5: 0	Con6: 0	**Total: 1**

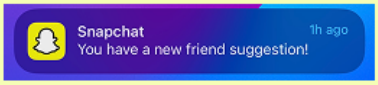
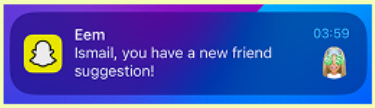
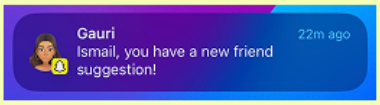
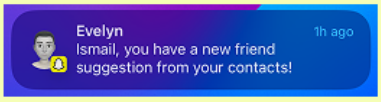
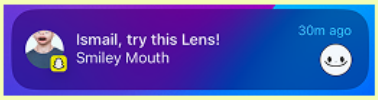
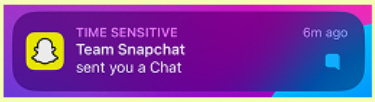
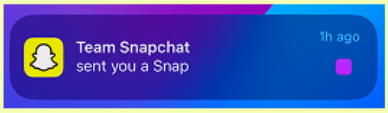
Figuur 8: Spotlight - suggesties

Type	Screenshot & info
From followed creators - Spotlight video Con1: 0 Con2: 0 Con3: 0 Con4: 5 Con5: 1 Con6: 1 Total: 7	 Title: [Name of followed creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this. Code: B1 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 1 · Con5: 1 · Con6: 1 · **Total: 3**
	 Title: Spotlight post by [Name of followed creator] Text: (Description for the video) Extra: Time sensitive Misleading because it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content Code: B2 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 1 · Con5: 0 · Con6: 0 · **Total: 1**
	 Title: [Name of followed creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content Code: B3 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 3 · Con5: 0 · Con6: 0 · **Total: 3**
From suggested creators - Story Con1: 4 Con2: 2 Con3: 0 Con4: 1 Con5: 0 Con6: 0 Total: 7	 Title: [Name of suggested creator] Text: Added to their Story Code: C1 Con1: 2 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 0 · Con5: 0 · Con6: 0 · **Total: 2**
	 Title: [Name of suggested creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification Code: C2 Con1: 2 · Con2: 2 · Con3: 0 · Con4: 1 · Con5: 0 · Con6: 0 · **Total: 5**

Figuur 9: Spotlight - gevolgd, Verhalen - suggesties

Type	Screenshot & info
From followed creators - Story Con1: 0 Con2: 0 Con3: 0 Con4: 11 Con5: 4 Con6: 5 Total: 20	 Title: [Name of followed creator] Text: Added to their Story Code: D1 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 1 · Con5: 1 · Con6: 0 · **Total: 2**
	  Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification Code: D2 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 2 · Con5: 1 · Con6: 3 · **Total: 6**
	 Title: [Name of suggested creator] Text: Added to their Story Extra: Time sensitive Code: D3 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 2 · Con5: 0 · Con6: 2 · **Total: 4**
	 Title: [Name of suggested creator] Text: Added to their Story Extra: Time sensitive No picture Code: D4 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 1 · Con5: 0 · Con6: 0 · **Total: 1**
	  Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification Code: D5 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 4 · Con5: 0 · Con6: 0 · **Total: 4**
	 Title: [Name of suggested creator] Text: Added to their Story Extra: No picture Code: D6 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 1 · Con5: 1 · Con6: 0 · **Total: 2**
	 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: No picture Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification Code: D7 Con1: 0 · Con2: 0 · Con3: 0 · Con4: 0 · Con5: 1 · Con6: 0 · **Total: 1**

Figuur 10: Verhalen - gevolgd

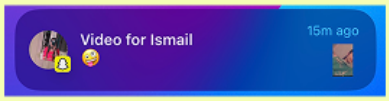
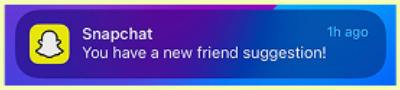
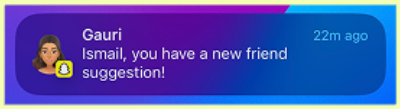
Type	Screenshot & info
Friend suggestions Con1: 18 Con2: 7 Con3: 0 Con4: 2 Con5: 0 Con6: 0 Total: 27	 Snapchat 1h ago You have a new friend suggestion! Title: Snapchat Text: You have a new friend suggestion! Extra: No picture Code: E1 Con1: 1 / Con2: 0 / Con3: 0 / Con4: 0 / Con5: 0 / Con6: 0 / **Total: 1**
	 Eem 03:59 Ismail, you have a new friend suggestion! Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion! Extra: Picture on right instead of left Code: E2 Con1: 0 / Con2: 1 / Con3: 0 / Con4: 0 / Con5: 0 / Con6: 0 / **Total: 1**
	 Gauri 22m ago Ismail, you have a new friend suggestion! Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion! Code: E3 Con1: 16 / Con2: 6 / Con3: 0 / Con4: 2 / Con5: 0 / Con6: 0 / **Total: 24**
	 Evelyn 1h ago Ismail, you have a new friend suggestion from your contacts! Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion from your contacts! Code: E4 Con1: 1 / Con2: 0 / Con3: 0 / Con4: 0 / Con5: 0 / Con6: 0 / **Total: 1**
Creative effects Con1: 4 Con2: 3 Con3: 0 Con4: 1 Con5: 1 Con6: 0 Total: 9	 Ismail, try this Lens! 30m ago Smiley Mouth Title: Ismail, try this Lens! Text: [Name of Lens] Code: F1 Con1: 4 / Con2: 3 / Con3: 0 / Con4: 1 / Con5: 1 / Con6: 0 / **Total: 9**
Message reminders Con1: 1 Con2: 1 Con3: 0 Con4: 0 Con5: 0 Con6: 1 Total: 3	 TIME SENSITIVE 6m ago Team Snapchat sent you a Chat Title: Team Snapchat Text: sent you a chat Extra: Time sensitive Code: G1 Con1: 1 / Con2: 1 / Con3: 0 / Con4: 0 / Con5: 0 / Con6: 0 / **Total: 2**
	 Team Snapchat 1h ago sent you a Snap Title: Team Snapchat Text: sent you a Snap Code: G2 Con1: 0 / Con2: 0 / Con3: 0 / Con4: 0 / Con5: 0 / Con6: 1 / **Total: 1**

Figuur 11: Vriendschap, Creatieve effecten, Bericht herinneringen

3. CASE STUDY: LOGBOEK ONTVANGEN NOTIFICATIES

Condition 1: Not following not opening

Day 1: 17:14 25/06/2025 - 17:13 26/06/2025
Day 2: 17:14 26/06/2025 - 17:13 27/06/2025
Day 3: 17:14 27/06/2025 - 17:13 28/06/2025
Day 4: 17:14 28/06/2025 - 17:13 29/06/2025
Day 5: 17:14 29/06/2025 - 17:13 30/07/2025

Day 1	Screenshot	Info	Type
		Time seen: 17:14 dd/mm/yyyy: 25/06/2025	
		Time sent: 9:43 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video]	From suggested creators - Spotlight video Code: A1
		Time seen: 9:59 dd/mm/yyyy: 26/06/2025	
		Time sent: 12:13 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: Snapchat Text: You have a new friend suggestion! Extra: No picture	Friend suggestions Code: E1
		Time seen: 13:13 dd/mm/yyyy: 26/06/2025	
		Time sent: 16:55 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
		Time seen: 17:13 dd/mm/yyyy: 26/06/2025	

Figuur 12: Logboek

Day 2	Screenshot	Info	Type
	Ismail, try this Lens! Smiley Mouth 30m ago	Time sent: 18:03 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: Ismail, try this Lens! Text: [Name of Lens]	Creative effects Code: F1
	TIME SENSITIVE Team Snapchat sent you a Chat 6m ago	Time sent: 18:27 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: Team Snapchat Text: sent you a Chat Extra: Time sensitive	Message reminders Code: G1
	Snapchat	Time seen: 18:39 dd/mm/yyyy: 26/06/2025	
	Snapchat	Time seen: 19:03 dd/mm/yyyy: 26/06/2025	
	Anna Ismail, you have a new friend suggestion! now	Time sent: 19:03 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: A1
	Added to their Story. now	Time sent: 20:09 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Added to their story	From suggested creators - Story Code: A1
	Snapchat	Time seen: 20:10 dd/mm/yyyy: 26/06/2025	
	Marloes Kroonen Ismail, you have a new friend suggestion! 38m ago	Time sent: 21:11 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat	Time seen: 21:50 dd/mm/yyyy: 26/06/2025	
	Video for Ismail We think you'll like this Spotlight video 10m ago	Time sent: 22:20 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
	Snapchat	Time seen: 22:30 dd/mm/yyyy: 26/06/2025	
	Snapchat	Time seen: 22:31 dd/mm/yyyy: 26/06/2025	
	Jos Ismail, you have a new friend suggestion! Yesterday, 23:27	Time sent: 23:27 dd/mm/yyyy: 26/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3

Figuur 13: Logboek

Day 2	Screenshot	Info	Type
	Aline Faber Ismail, you have a new friend suggestion! 2m ago	Time sent: 7:37 dd/mm/yyyy 27/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat 11	Time seen: 7:40 dd/mm/yyyy: 27/06/2025	
	Added to their Story. now	Time sent: 8:38 dd/mm/yyyy: 27/06/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Added to their story	From suggested creators - Story Code: C1
	Snapchat 12	Time seen: 8:38 dd/mm/yyyy: 27/06/2025	
	Video for Ismail 10m ago	Time sent: 10:42 dd/mm/yyyy: 27/06/2025 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video]	From suggested creators - Spotlight video? Code: A1
	Snapchat 12	Time seen: 10:52 dd/mm/yyyy: 27/06/2025	
	Charline Ismail, you have a new friend suggestion! 45m ago	Time sent: 15:06 dd/mm/yyyy: 27/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat 13	Time seen: 15:51 dd/mm/yyyy: 27/06/2025	

Day 3	Screenshot	Info	Type
	Dianne Wallin Ismail, you have a new friend suggestion! 28m ago	Time sent: 17:11 dd/mm/yyyy: 27/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion! Extra: No picture	Friend suggestions Code: E2
	Snapchat 14	Time seen: 17:39 dd/mm/yyyy: 27/06/2025	
	Ismail, try this Lens! Handsome now	Time sent: 18:07 dd/mm/yyyy: 27/06/2025 Title: Ismail, try this Lens! Text: [Name of Lens]	Creative effects Code: F1
	Snapchat 15	Time seen: 18:08 dd/mm/yyyy: 27/06/2025	

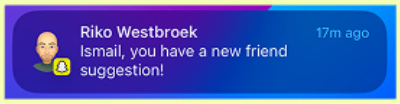
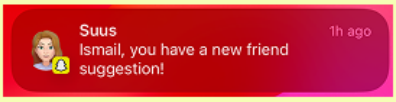
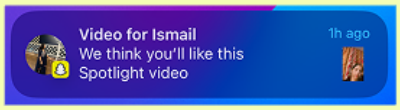
Figuur 14: Logboek

Day 3	Screenshot	Info	Type
	Sooph ✨ 49m ago Ismail, you have a new friend suggestion!	Time sent: 19:29 dd/mm/yyyy: 27/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat 16	Time seen: 20:18 dd/mm/yyyy: 27/06/2025	
	Jeltje Wynia 23m ago Ismail, you have a new friend suggestion!	Time sent: 21:42 dd/mm/yyyy: 27/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat 17	Time seen: 22:05 dd/mm/yyyy: 27/06/2025	
	Video for Ismail 55m ago We think you'll like this Spotlight video	Time sent: 22:42 dd/mm/yyyy: 27/06/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
	Snapchat 17	Time seen: 23:38 dd/mm/yyyy: 27/06/2025	
	Because of God i can 💫 now Ismail, you have a new friend suggestion!	Time sent: 7:34 dd/mm/yyyy: 28/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat 18	Time seen: 7:34 dd/mm/yyyy: 28/06/2025	
	Yashi Tank now Made this stunning mirror Jeans at home 😍	Time sent: 8:45 dd/mm/yyyy: 28/06/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From suggested creators - Story Code: C2
	Snapchat 19	Time seen: 8:45 dd/mm/yyyy: 28/06/2025	
	Video for Ismail 39m ago Janni 🌍	Time sent: 10:54 dd/mm/yyyy: 28/06/2025 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video]	From suggested creators - Spotlight video?
	Snapchat 19	Time seen: 11:34 dd/mm/yyyy: 28/06/2025	

Figuur 15: Logboek

Day 4	Screenshot	Info	Type
	Amberzzz 40m ago Ismail, you have a new friend suggestion!	Time sent: 18:52 dd/mm/yyyy: 28/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat	Time seen: 19:32 dd/mm/yyyy: 28/06/2025	
	Ismail, try this Lens! 1h ago Balaclava	Time sent: 20:17 dd/mm/yyyy: 28/06/2025 Title: Ismail, try this Lens! Text: [Name of Lens]	Creative effects Code: F1
	Gauri 14m ago Ismail, you have a new friend suggestion!	Time sent: 21:03 dd/mm/yyyy: 28/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat	Time seen: 21:17 dd/mm/yyyy: 28/06/2025	
	Video for Ismail 6m ago We think you'll like this Spotlight video	Time sent: 23:11 dd/mm/yyyy: 28/06/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
	Marloes Kroonen 13m ago Ismail, you have a new friend suggestion!	Time sent: 08:39 dd/mm/yyyy: 29/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat	Time seen: 08:52 dd/mm/yyyy: 29/06/2025	
	Evelyn 1h ago Ismail, you have a new friend suggestion from your contacts!	Time sent: 11:07 dd/mm/yyyy: 29/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion from your contacts!	Friend suggestions Code: E4
	Snapchat	Time seen: 12:07 dd/mm/yyyy: 29/06/2025	
	Video for Ismail 12:52 We think you'll like this Spotlight video	Time sent: 12:52 dd/mm/yyyy: 29/06/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
	Doenyaaaa❤️ 1h ago Ismail, you have a new friend suggestion!	Time sent: 16:20 dd/mm/yyyy: 29/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3

Figuur 16: Logboek

Day 5	Screenshot	Info	Type
		Time seen: 17:20 dd/mm/yyyy: 29/06/2025	
		Time sent: 18:13 dd/mm/yyyy: 29/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
		Time seen: 18:30 dd/mm/yyyy: 29/06/2025	
		Time sent: 20:56 dd/mm/yyyy: 29/06/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
		Time sent: 21:33 dd/mm/yyyy: 29/06/2025 Title: Ismail, try this Lens Text: [Name of Lens]	Creative effects Code: F1
		Time seen: 21:57 dd/mm/yyyy: 29/06/2025	
		Time sent: 8:17 dd/mm/yyyy: 30/06/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
		Time sent: 9:49 dd/mm/yyyy: 30/06/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: [Description for the video] ExtraL Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From suggested creators - Story Code: C2
		Time seen: 9:49 dd/mm/yyyy: 30/06/2025	

Figuur 17: Logboek

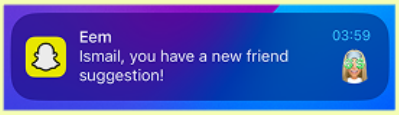
Condition 2: Not following, daily opening

Day 1: 15:32 08/07/2025 - 15:31 09/07/2025
Day 2: 15:32 09/07/2025 - 15:31 10/07/2025
Day 3: 15:32 10/07/2025 - 15:31 11/07/2025
Day 4: 15:32 11/07/2025 - 15:31 12/07/2025
Day 5: 15:32 12/07/2025 - 15:31 13/07/2025

We didn't look at in-app badges yet.

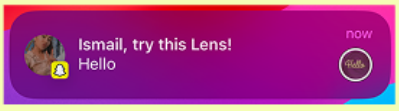
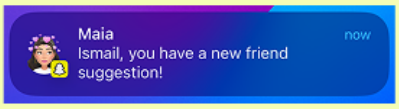
Day 1

15:32, 09/07/2025: Opened the app and scrolled for 5 minutes, occasionally liked videos

Screenshot	Info	Type
	Time seen: 15:32 dd/mm/yyyy: 08/07/2025	
	Time sent: 3:59 dd/mm/yyyy: 09/07/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion! Extra: Picture on right instead of left	Friend suggestions Code: E2
	Time seen: 8:17 dd/mm/yyyy: 09/07/2025	

Day 2

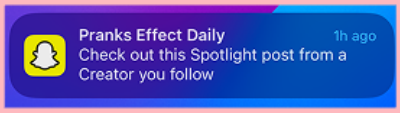
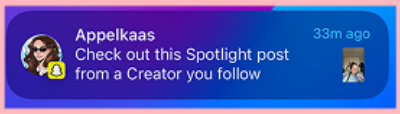
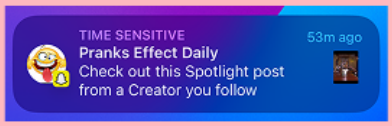
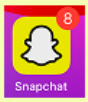
15:53, 09/07/2025: Opened the app and scrolled for 5 minutes, occasionally liked videos

Screenshot	Info	Type
	Time sent: 16:01 dd/mm/yyyy: 09/07/2025 Title: Ismail, try this Lens! Text: [Name of Lens]	Creative effects Code: F1
	Time seen: 16:07 dd/mm/yyyy: 09/07/2025	
	Time sent: 17:04 dd/mm/yyyy: 09/07/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Time seen: 17:19 dd/mm/yyyy: 09/07/2025	
	Time sent: 18:14 dd/mm/yyyy: 09/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From suggested creators - Story Code: C2
	Time seen: 18:44 dd/mm/yyyy: 09/07/2025	

Figuur 18: Logboek

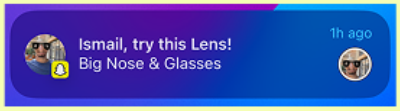
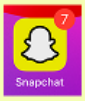
Day 2	Screenshot	Info	Type
	CHADY Ismail, you have a new friend suggestion! now	Time sent: 19:20 dd/mm/yyyy: 09/07/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat	Time seen: 19:20 dd/mm/yyyy: 09/07/2025	
	TIME SENSITIVE Team Snapchat sent you a Chat now	Time sent: 20:40 dd/mm/yyyy: 09/07/2025 Title: Team Snapchat Text: sent you a Chat	Message reminders Code: G1
	Snapchat	Time seen: 20:40 dd/mm/yyyy: 09/07/2025	
	Chrissy Ismail, you have a new friend suggestion! 24m ago	Time sent: 21:24 dd/mm/yyyy: 09/07/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Snapchat	Time seen: 21:48 dd/mm/yyyy: 09/07/2025	
	Video for Ismail We think you'll like this Spotlight video Yesterday, 22:24	Time sent: 22:24 dd/mm/yyyy: 09/07/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
	Verona de Groot Ismail, you have a new friend suggestion! Yesterday, 23:24	Time sent: 23:24 dd/mm/yyyy: 09/07/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	Hacked Futuristic Inventions! 47m ago	Time sent: 7:48 dd/mm/yyyy: 10/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From suggested creators - Story Code: C2
	Snapchat	Time seen: 8:36 dd/mm/yyyy: 10/07/2025	
	Kim Ismail, you have a new friend suggestion! 09:57	Time sent: 9:57 dd/mm/yyyy: 10/07/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3

Figuur 19: Logboek

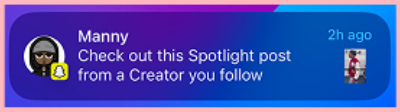
Day 3	Screenshot	Info	Type
		Time seen: 16:57 dd/mm/yyyy: 10/07/2025	
17:06, 10/07/2025: Opened the app and scrolled for 5 minutes, occasionally liked videos			
		Time seen: 17:12 dd/mm/yyyy: 10/07/2025	
		Time sent: 19:20 dd/mm/yyyy: 10/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: No picture Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone.	From suggested creators - Spotlight video Code: A4
		Time seen: 20:21 dd/mm/yyyy: 10/07/2025	
		Time sent: 7:33 dd/mm/yyyy: 11/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone.	From suggested creators - Spotlight video Code: A5
		Time seen: 8:07 dd/mm/yyyy: 11/07/2025	
		Time sent: 9:36 dd/mm/yyyy: 11/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Time sensitive Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From suggested creators - Spotlight video Code: A6
		Time seen: 10:29 dd/mm/yyyy: 11/07/2025	
		Time sent: 11:34 dd/mm/yyyy: 11/07/2025 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video]	From suggested creators - Spotlight video Code: A1
		Time seen: 12:34 dd/mm/yyyy: 11/07/2025	

Figuur 20: Logboek

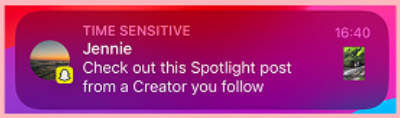
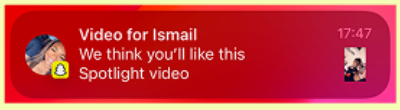
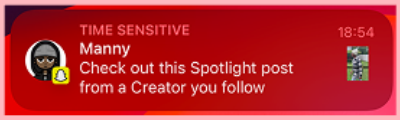
Day 3

Screenshot	Info	Type
	Time sent: 13:43 dd/mm/yyyy: 11/07/2025 Title: Ismail, try this Lens! Text: [Name of Lens]	Creative effects Code: F1
	Time seen: 14:44 dd/mm/yyyy: 11/07/2025	
15:12, 11/07/2025: Opened the app and scrolled for 5 minutes, occasionally liked videos		
	Time seen: 15:18 dd/mm/yyyy: 11/07/2025	

Day 4

Screenshot	Info	Type
	Time sent: 7:33 dd/mm/yyyy: 12/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone.	From suggested creators - Spotlight video Code: A5
	Time seen: 9:33 dd/mm/yyyy: 12/07/2025	

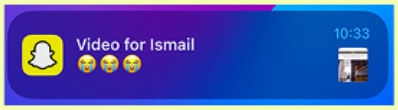
Day 5

Screenshot	Info	Type
	Time sent: 16:40 dd/mm/yyyy: 12/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Time sensitive Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From suggested creators - Spotlight video Code: A6
	Time sent: 17:47 dd/mm/yyyy: 12/07/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
	Time sent: 18:54 dd/mm/yyyy: 12/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Time sensitive Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From suggested creators - Spotlight video Code: A6

Figuur 21: Logboek

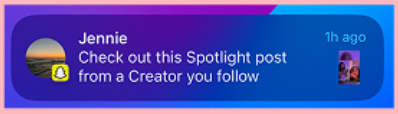
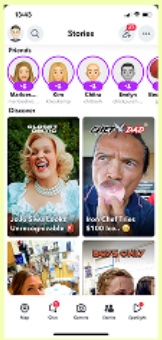
Day 5	Screenshot	Info	Type
	Ismail, try this Lens! Call Me 3h ago	Time sent: 20:44 dd/mm/yyyy: 12/07/2025 Title: Ismail, try this Lens! Text: [Name of Lens]	Creative effects Code: F1
	TIME SENSITIVE Ryan Orell Check out this Spotlight post from a Creator you follow 2h ago	Time sent: 21:44 dd/mm/yyyy: 12/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Time sensitive Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From suggested creators - Spotlight video Code: A6
	Marloes Kroonen Ismail, you have a new friend suggestion! 2h ago	Time sent: 21:44 dd/mm/yyyy: 12/07/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
	TIME SENSITIVE Ryan Orell Check out this Spotlight post from a Creator you follow 1h ago	Time sent: 22:44 dd/mm/yyyy: 12/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Time sensitive Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From suggested creators - Spotlight video Code: A6
	TIME SENSITIVE Ryan Orell Check out this Spotlight post from a Creator you follow 2m ago	Time sent: 23:42 dd/mm/yyyy: 12/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Time sensitive Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From suggested creators - Spotlight video Code: A6
	23:39, 12/07/2025: Opened the app and scrolled for 5 minutes, occasionally liked videos		
	Snapchat	Time seen: 23:44 dd/mm/yyyy: 12/07/2025	
	Ryan Orell Check out this Spotlight post from a Creator you follow 1h ago	Time sent: 7:44 dd/mm/yyyy: 13/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone.	From suggested creators - Spotlight video Code: A5
	Snapchat	Time seen: 8:45 dd/mm/yyyy: 13/07/2025	

Figuur 22: Logboek

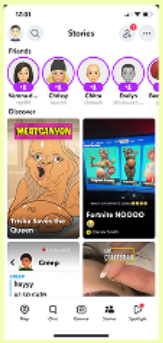
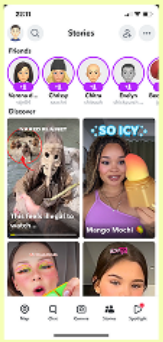
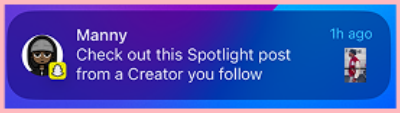
Day 5	Screenshot	Info	Type
		Time sent: 10:33 dd/mm/yyyy: 13/07/2025 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video] Extra: No picture	From suggested creators - Spotlight video Code: A2
		Time seen: 15:16 dd/mm/yyyy: 13/07/2025	
	15:30, 13/07/2025: Opened the app and scrolled for 5 minutes, occasionally liked videos		

Condition 3: Not following, opening 4x a day

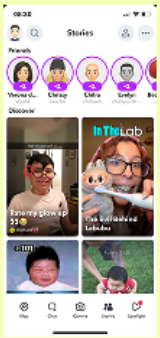
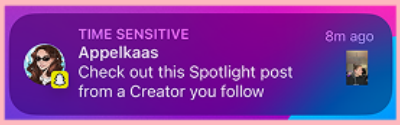
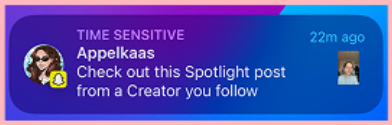
Day 1: 8:00 14/07/2025 - 7:59 15/07/2025
Day 2: 8:00 15/07/2025 - 7:59 16/07/2025
Day 3: 8:00 16/07/2025 - 7:59 17/07/2025
Day 4: 8:00 17/07/2025 - 7:59 18/07/2025
Day 5: 8:00 18/07/2025 - 7:59 19/07/2025

Day 1	Screenshot	Info	Type
		Time sent: 8:07 dd/mm/yyyy: 14/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone.	From suggested creators - Spotlight video Code: A5
		Time seen: 8:17 dd/mm/yyyy: 14/07/2025	
	9:16, 14/07/2025: Opened the app and scrolled for 5 minutes, occasionally liked videos		
		Time seen: 9:23 dd/mm/yyyy: 14/07/2025	
	13:43, 14/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
		Time: 13:43 dd/mm/yyyy: 14/07/2025 Badges on: Chat Friend suggestions Spotlight	
		Time seen: 13:47 dd/mm/yyyy: 14/07/2025	

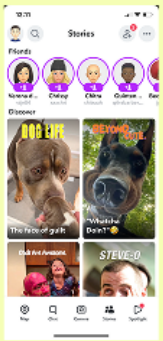
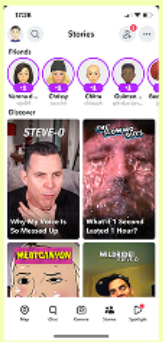
Figuur 23: Logboek

Day 1	Screenshot	Info	Type
	Snapchat	Time seen: 15:39 dd/mm/yyyy: 14/07/2025	
17:01, 14/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos			
		Time: 17:01 dd/mm/yyyy: 14/07/2025 Badges on: Friend suggestions Spotlight	
	Snapchat	Time seen: 17:06 dd/mm/yyyy: 14/07/2025	
22:11, 14/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos			
		Time: 22:11 dd/mm/yyyy: 14/07/2025 Badges on: Spotlight	
	Snapchat	Time seen: 22:18 dd/mm/yyyy: 14/07/2025	
		Time sent: 7:16 dd/mm/yyyy: 15/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone.	From suggested creators - Spotlight video Code: A5

Figuur 24: Logboek

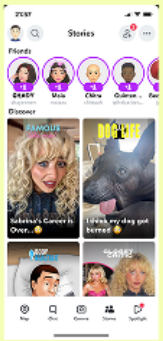
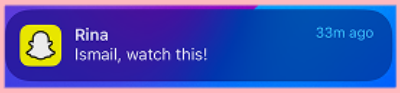
Day 2	Screenshot	Info	Type
		Time seen: 8:17 dd/mm/yyyy: 15/07/2025	
	8:30, 15/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
		Time: 8:30 dd/mm/yyyy: 15/07/2025 Badges on: Spotlight	
		Time seen: 8:36 dd/mm/yyyy: 15/07/2025	
		Time sent: 9:50 dd/mm/yyyy: 15/07/2025 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video]	From suggested creators - Spotlight video? Code: A1
		Time sent: 10:42 dd/mm/yyyy: 15/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Time sensitive Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From suggested creators - Spotlight video Code: A6
		Time seen: 10:50 dd/mm/yyyy: 15/07/2025	
		Time sent: 11:49 dd/mm/yyyy: 15/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Check out this Spotlight post from a Creator you follow Extra: Time sensitive Misleading because it states that you follow a certain creator even though we did not follow anyone. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From suggested creators - Spotlight video Code: A6
		Time seen: 12:11 dd/mm/yyyy: 15/07/2025	

Figuur 25: Logboek

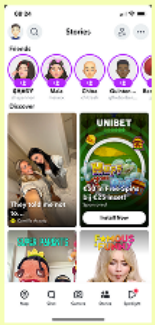
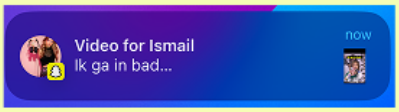
Day 2	Screenshot	Info	Type
	12:11, 15/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
		Time: 12:12 dd/mm/yyyy: 15/07/2025 Badges on: Friend suggestions Spotlight	
	Snapchat	Time seen: 12:18 dd/mm/yyyy: 15/07/2025	
	17:26, 15/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
		Time: 17:26 dd/mm/yyyy: 15/07/2025 Badges on: Friend suggestions Spotlight	
		Time: 17:34 dd/mm/yyyy: 15/07/2025 Badges on: Friend suggestions	
	Snapchat	Time seen: 17:34 dd/mm/yyyy: 15/07/2025	
	21:57, 15/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		

Figuur 26: Logboek

Day 2

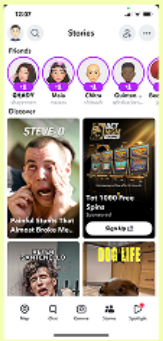
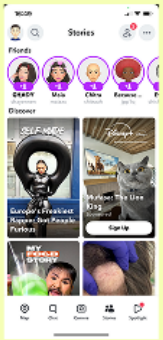
Screenshot	Info	Type
	Time: 21:57 dd/mm/yyyy: 15/07/2025 Badges on: Friend suggestions Spotlight	
Snapchat	Time seen: 22:04 dd/mm/yyyy: 15/07/2025	
	Time sent: 7:07 dd/mm/yyyy: 16/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Ismail, watch this! Extra No picture Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this.	From suggested creators - Spotlight video Code: A7
Snapchat	Time seen: 8:23 dd/mm/yyyy: 16/07/2025	

Day 3

Screenshot	Info	Type
8:24, 16/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 8:24 dd/mm/yyyy: 16/07/2025 Badges on: Spotlight	
	Time sent: 9:19 dd/mm/yyyy: 16/07/2025 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video]	From suggested creators - Spotlight video? Code: A1

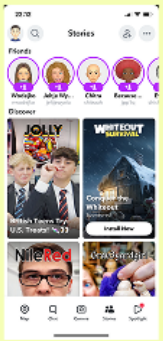
Figuur 27: Logboek

Day 3

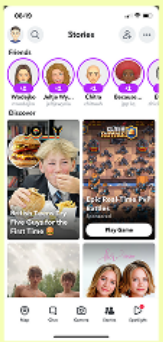
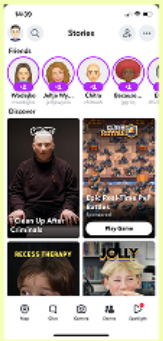
Screenshot	Info	Type
	Time sent: 11:19 dd/mm/yyyy: 16/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From suggested creators - Spotlight video Code: A8
	Time seen: 11:59 dd/mm/yyyy: 16/07/2025	
12:07, 16/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 12:07 dd/mm/yyyy: 16/07/2025 Badges on: Spotlight	
	Time seen: 11:59 dd/mm/yyyy: 16/07/2025	
16:49, 16/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 16:49 dd/mm/yyyy: 16/07/2025 Badges on: Friend suggestions Spotlight	
	Time seen: 16:55 dd/mm/yyyy: 16/07/2025	
22:11, 16/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		

Figuur 28: Logboek

Day 3

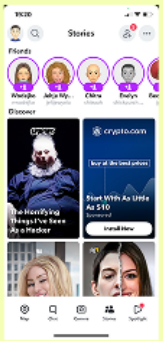
Screenshot	Info	Type
	Time: 22:12 dd/mm/yyyy: 16/07/2025 Badges on: Friend suggestions Spotlight	
Snapchat	Time seen: 22:18 dd/mm/yyyy: 16/07/2025	

Day 4

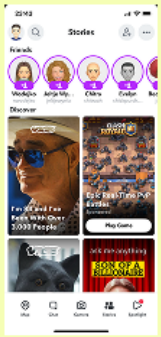
Screenshot	Info	Type
8:19, 17/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 8:19 dd/mm/yyyy: 17/07/2025 Badges on: Spotlight	
Snapchat	Time seen: 8:25 dd/mm/yyyy: 17/07/2025	
14:39, 17/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 14:39 dd/mm/yyyy: 17/07/2025 Badges on: Spotlight	
Snapchat	Time seen: 14:45 dd/mm/yyyy: 17/07/2025	
19:20, 17/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		

Figuur 29: Logboek

Day 4

Screenshot	Info	Type
	Time: 19:20 dd/mm/yyyy: 17/07/2025 Badges on: Friend suggestions Spotlight	
Snapchat	Time seen: 19:27 dd/mm/yyyy: 17/07/2025	

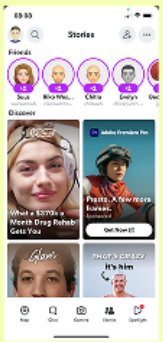
23:43, 17/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos

	Time: 23:43 dd/mm/yyyy: 17/07/2025 Badges on: Spotlight	
Snapchat	Time seen: 23:49 dd/mm/yyyy: 17/07/2025	

Day 5

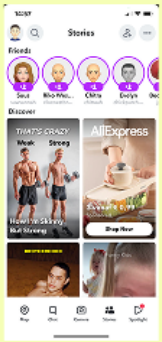
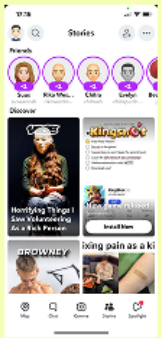
Screenshot	Info	Type

8:08, 18/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos

Snapchat	Time seen: 8:08 dd/mm/yyyy: 17/07/2025	
	Time: 8:08 dd/mm/yyyy: 18/07/2025 Badges on: Spotlight	

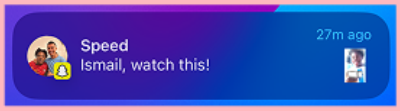
14:57, 18/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos

Figuur 30: Logboek

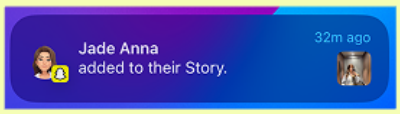
Day 5	Screenshot	Info	Type
	14:57, 18/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
		Time: 14:57 dd/mm/yyyy: 17/07/2025 Badges on: Spotlight	
	17:15, 18/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
		Time: 17:15 dd/mm/yyyy: 17/07/2025 Badges on: Spotlight	
	01:01, 19/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
		Time seen: 01:01 dd/mm/yyyy: 19/07/2025	

Condition 4: Following, not opening

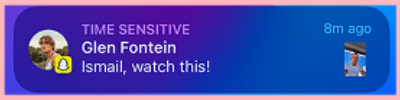
Day 1: 10:30 19/07/2025 - 10:29 20/07/2025
Day 2: 10:30 20/07/2025 - 10:29 21/07/2025
Day 3: 10:30 21/07/2025 - 10:29 22/07/2025
Day 4: 10:30 22/07/2025 - 10:29 23/07/2025
Day 5: 10:30 23/07/2025 - 10:29 24/07/2025

Day 1	Screenshot	Info	Type
	10:10, 19/07/2025: Followed 10 public accounts, didn't open the app afterwards		
		Time seen: 14:00 dd/mm/yyyy: 19/07/2025	
		Time sent: 16:00 dd/mm/yyyy: 19/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this.	From followed creators - Spotlight video Code: B1

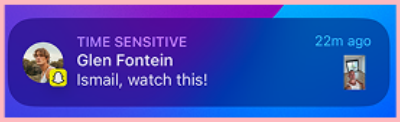
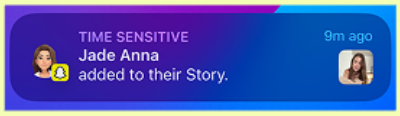
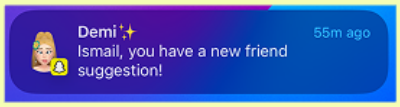
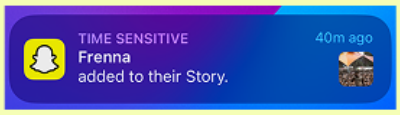
Figuur 31: Logboek

Day 1	Screenshot	Info	Type
		Time seen: 16:28 dd/mm/yyyy: 19/07/2025	
		Time sent: 17:10 dd/mm/yyyy: 19/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: Added to their Story	From followed creators - Story Code: D1
		Time seen: 17:42 dd/mm/yyyy: 19/07/2025	

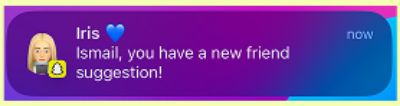
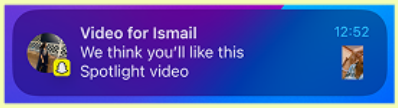
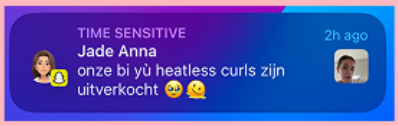
Day 2	Screenshot	Info	Type
		Time sent: 16:00 dd/mm/yyyy: 20/07/2025 Title: Spotlight post by [name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Time sensitive Misleading because it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From followed creators - Spotlight video Code: B2
		Time seen: 16:13 dd/mm/yyyy: 20/07/2025	
		Time sent: 16:22 dd/mm/yyyy: 20/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D2
		Time seen: 17:42 dd/mm/yyyy: 20/07/2025	

Day 3	Screenshot	Info	Type
		Time sent: 15:41 dd/mm/yyyy: 21/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From followed creators - Spotlight video Code: B3

Figuur 32: Logboek

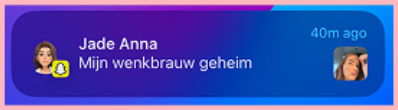
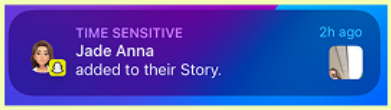
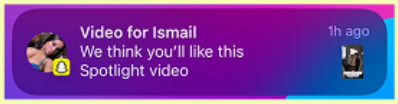
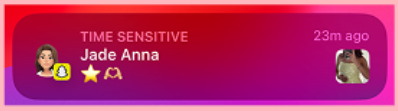
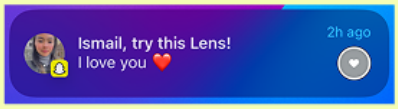
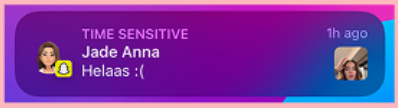
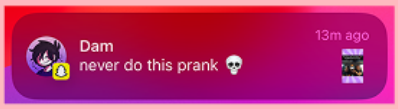
Day 3	Screenshot	Info	Type
		Time seen: 16:13 dd/mm/yyyy: 21/07/2025	
		Time sent: 16:43 dd/mm/yyyy: 21/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From followed creators - Spotlight video Code: B3
		Time seen: 17:07 dd/mm/yyyy: 21/07/2025	
		Time sent: 17:53 dd/mm/yyyy: 21/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: added to their Story Extra: Time sensitive	From followed creators - Story Code: D3
		Time seen: 18:02 dd/mm/yyyy: 21/07/2025	
		Time sent: 18:55 dd/mm/yyyy: 21/07/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
		Time seen: 19:51 dd/mm/yyyy: 21/07/2025	
		Time sent: 20:03 dd/mm/yyyy: 21/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this. And it's a time sensitive notification even though Spotlight posts are not temporary content	From followed creators - Spotlight video Code: B3
		Time seen: 20:05 dd/mm/yyyy: 21/07/2025	
		Time sent: 21:05 dd/mm/yyyy: 21/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: added to their Story Extra: Time sensitive No picture	From followed creators - Story Code: D4

Figuur 33: Logboek

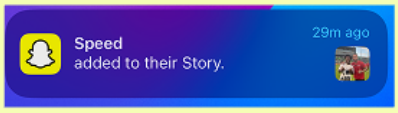
Day 3	Screenshot	Info	Type
		Time seen: 21:46 dd/mm/yyyy: 21/07/2025	
		Time sent: 22:05 dd/mm/yyyy: 21/07/2025 Title: [Name of suggested friend] Text: Ismail, you have a new friend suggestion!	Friend suggestions Code: E3
		Time seen: 22:05 dd/mm/yyyy: 21/07/2025	
		Time sent: 23:13 dd/mm/yyyy: 21/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D5
		Time seen: 23:39 dd/mm/yyyy: 21/07/2025	
		Time sent: 7:16 dd/mm/yyyy: 22/07/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
		Time seen: 8:06 dd/mm/yyyy: 23/07/2025	
		Time sent: 10:07 dd/mm/yyyy: 22/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D5

Day 4	Screenshot	Info	Type
		Time seen: 12:07 dd/mm/yyyy: 22/07/2025	
		Time seen: 6:20 dd/mm/yyyy: 23/07/2025	
		Time seen: 9:25 dd/mm/yyyy: 23/07/2025	

Figuur 34: Logboek

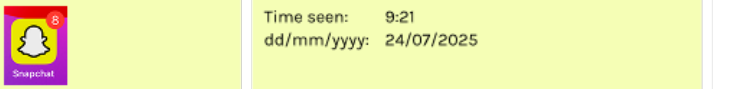
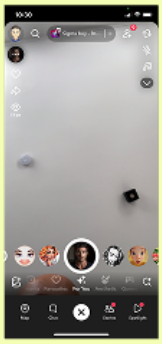
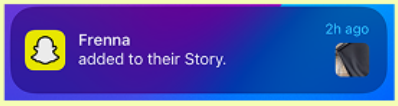
	Screenshot	Info	Type
Day 4		Time sent: 8:45 dd/mm/yyyy: 23/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D2
Day 5	Screenshot	Info	Type
		Time sent: 15:58 dd/mm/yyyy: 23/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: added to their Story Extra: Time sensitive	From followed creators - Story Code: D3
		Time sent: 16:58 dd/mm/yyyy: 23/07/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
		Time sent: 17:35 dd/mm/yyyy: 23/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D5
		Time seen: 9:25 dd/mm/yyyy: 23/07/2025	
		Time sent: 19:08 dd/mm/yyyy: 23/07/2025 Title: Ismail, try this Lens! Text: [Name of Lens]	Creative effects Code: F1
		Time sent: 20:08 dd/mm/yyyy: 23/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Time sensitive Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D5
		Time sent: 20:55 dd/mm/yyyy: 23/07/2025 Title: [Name of suggested creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From suggested creators - Story Code: C2

Figuur 35: Logboek

Day 5	Screenshot	Info	Type
		Time seen: 21:09 dd/mm/yyyy: 23/07/2025	
		Time sent: 7:10 dd/mm/yyyy: 24/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: added to their Story Extra: No picture	From followed creators - Story Code: D6
		Time seen: 7:40 dd/mm/yyyy: 24/07/2025	

Condition 5: Following, daily opening

Day 1: 9:20 24/07/2025 - 9:19 25/07/2025
Day 2: 9:20 25/07/2025 - 9:19 26/07/2025
Day 3: 9:20 26/07/2025 - 9:19 27/07/2025
Day 4: 9:20 27/07/2025 - 9:19 28/07/2025
Day 5: 9:20 28/07/2025 - 9:19 29/07/2025

Day 1	Screenshot	Info	Type
		Time sent: 9:21 dd/mm/yyyy: 24/07/2025 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video]	From suggested creators - Spotlight video Code: A1
		Time seen: 9:21 dd/mm/yyyy: 24/07/2025	
10:30, 24/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos			
		Time: 10:30 dd/mm/yyyy: 24-07-2025 Badges on: Friend suggestions Stories Spotlight	
		Time seen: 10:37 dd/mm/yyyy: 24/07/2025	
		Time sent: 8:08 dd/mm/yyyy: 25/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: added to their Story Extra: No picture	From followed creators - Story Code: D6

Figuur 36: Logboek

Day 2

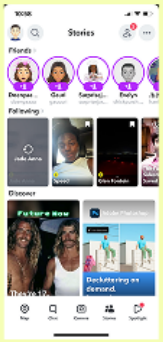
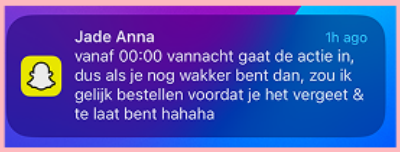
Screenshot	Info	Type
Ismail, try this Lens! PHOTO 31m ago	Time sent: 9:37 dd/mm/yyyy: 25/07/2025 Title: Ismail, try this Lens! Text: [Name of Lens]	Creative effects Code: F1
Snapchat	Time seen: 10:08 dd/mm/yyyy: 25/07/2025	
10:46, 25/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 10:46 dd/mm/yyyy: 25/07/2025 Badges on: Friend suggestions Stories Spotlight	
Glen Fontein Ismail, watch this! now	Time sent: 15:50 dd/mm/yyyy: 25/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this.	From followed creators - Spotlight video Code: B1
Snapchat	Time seen: 15:51 dd/mm/yyyy: 25/07/2025	
Jade Anna Ik was hondenfilmpjes kijken en dat hoorde hij 3h ago	Time sent: 7:56 dd/mm/yyyy: 26/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D2

Day 3

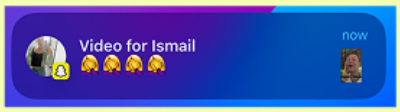
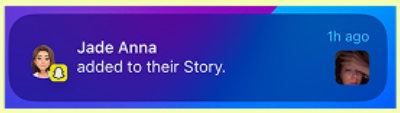
Screenshot	Info	Type
Video for Ismail We think you'll like this Spotlight video 12:52	Time sent: 9:56 dd/mm/yyyy: 26/07/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3
Snapchat	Time seen: 10:56 dd/mm/yyyy: 26/07/2025	

Figuur 37: Logboek

Day 3

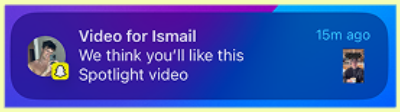
Screenshot	Info	Type
10:58, 26/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 10:58 dd/mm/yyyy: 26/07/2025 Badges on: Friend suggestions Spotlight	
	Time sent: 8:12 dd/mm/yyyy: 27/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: No picture Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D7
	Time seen: 9:12 dd/mm/yyyy: 27/07/2025	

Day 4

Screenshot	Info	Type
	Time sent: 10:43 dd/mm/yyyy: 27/07/2025 Title: Video for Ismail Text: [Description for the video]	From suggested creators - Spotlight video Code: A1
	Time seen: 10:44 dd/mm/yyyy: 27/07/2025	
10:44, 27/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 10:44 dd/mm/yyyy: 27/07/2025 Badges on: Stories Spotlight	
	Time sent: 7:37 dd/mm/yyyy: 28/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: Added to their Story	From followed creators - Story Code: D1

Figuur 38: Logboek

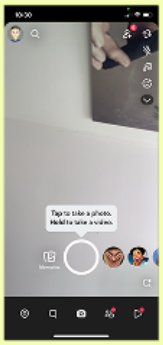
Day 4

Screenshot	Info	Type
	Time seen: 8:37 dd/mm/yyyy: 28/07/2025	
	Time sent: 9:16 dd/mm/yyyy: 28/07/2025 Title: Video for Ismail Text: We think you'll like this Spotlight video	From suggested creators - Spotlight video Code: A3

Day 5

Screenshot	Info	Type
	Time seen: 9:31 dd/mm/yyyy: 28/07/2025	

10:30, 28/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos

	Time: 10:44 dd/mm/yyyy: 27/07/2025 Badges on: Friend suggestions Stories Spotlight	

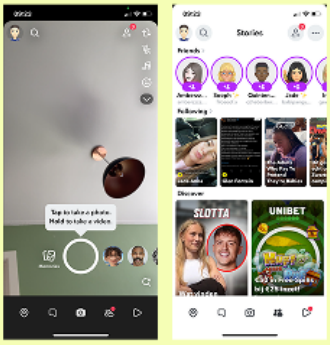
Condition 6: Following, opening 4x a day

Day 1: 9:20 29/07/2025 - 9:19 30/07/2025
Day 2: 9:20 30/07/2025 - 9:19 31/07/2025
Day 3: 9:20 31/07/2025 - 9:19 01/07/2025
Day 4: 9:20 01/08/2025 - 9:19 02/08/2025
Day 5: 9:20 02/08/2025 - 9:19 03/08/2025

Day 1

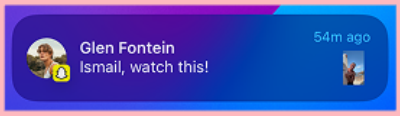
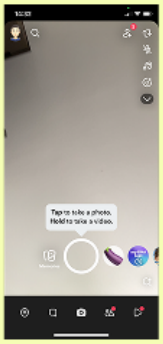
Screenshot	Info	Type

9:22, 29/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos

	Time: 9:23 dd/mm/yyyy: 29-07-2025 Badges on: Friend suggestions Stories Spotlight	

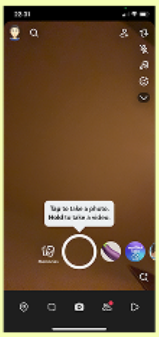
Figuur 39: Logboek

Day 1

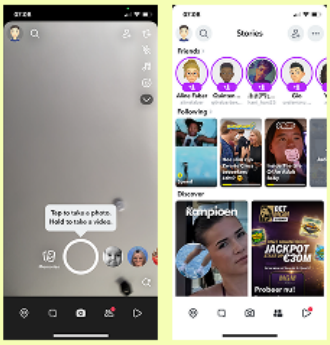
Screenshot	Info	Type
	Time sent: 13:37 dd/mm/yyyy: 29/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: Ismail, watch this! Extra: Misleading because it looks like a message from the creator, telling them to watch something. But it's actually Snapchat that generates this.	From followed creators - Spotlight video Code: B1
14:31, 29/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time seen: 14:31 dd/mm/yyyy: 29/07/2025	
	Time: 14:32 dd/mm/yyyy: 29-07-2025 Badges on: Friend suggestions Stories Spotlight	
	Time sent: 14:42 dd/mm/yyyy: 29/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D2
	Time seen: 14:42 dd/mm/yyyy: 29/07/2025	
18:38, 29/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 18:38 dd/mm/yyyy: 29-07-2025 Badges on: Stories	
22:31, 29/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		

Figuur 40: Logboek

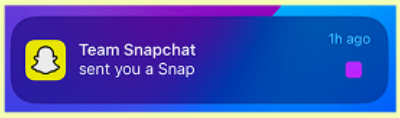
Day 1

Screenshot	Info	Type
	Time: 22:31 dd/mm/yyyy: 29-07-2025 Badges on: Stories	
	Time seen: 7:08 dd/mm/yyyy: 30/07/2025	

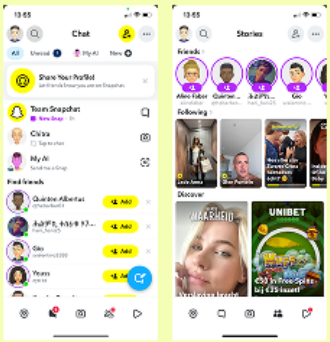
7:08, 30/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos

	Time: 22:31 dd/mm/yyyy: 29-07-2025 Badges on: Stories Spotlight	

Day 2

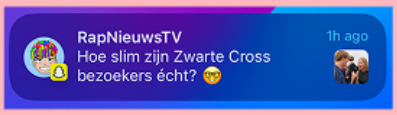
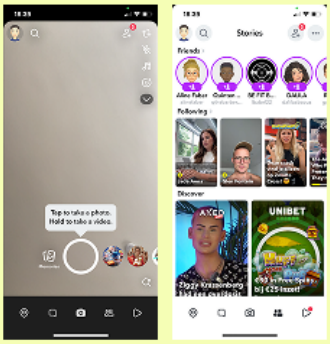
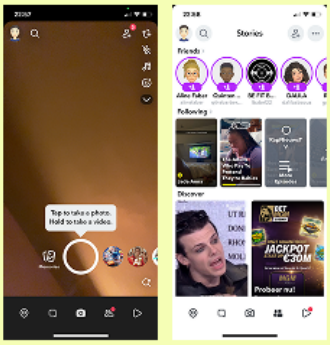
Screenshot	Info	Type
	Time sent: 12:55 dd/mm/yyyy: 30/07/2025 Title: Team Snapchat Text: sent you a Chat	Message reminders Code: G1

13:55, 30/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos

	Time: 13:55 dd/mm/yyyy: 30/07/2025 Badges on: Chat Stories Spotlight	

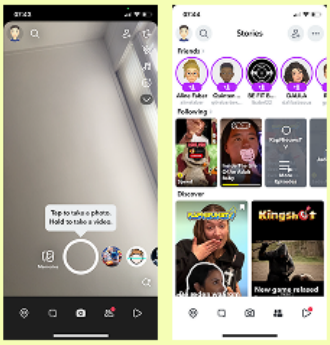
Figuur 41: Logboek

Day 2

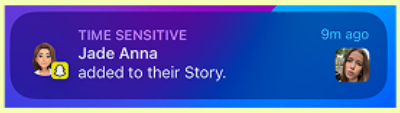
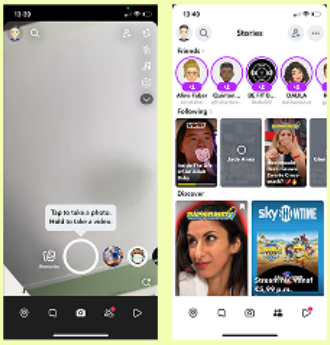
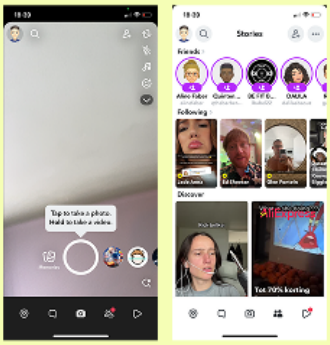
Screenshot	Info	Type
	Time sent: 17:05 dd/mm/yyyy: 30/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D2
	Time seen: 18:05 dd/mm/yyyy: 30/07/2025	
18:39, 30/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 18:39 dd/mm/yyyy: 30/07/2025 Badges on: Friend suggestions Spotlight	
22:57, 30/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 22:57 dd/mm/yyyy: 30/07/2025 Badges on: Friend suggestions Stories Spotlight	
	Time seen: 7:43 dd/mm/yyyy: 31/07/2025	
7:43, 31/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		

Figuur 42: Logboek

Day 2

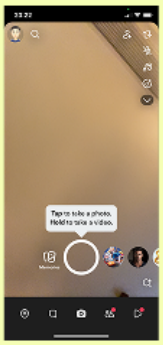
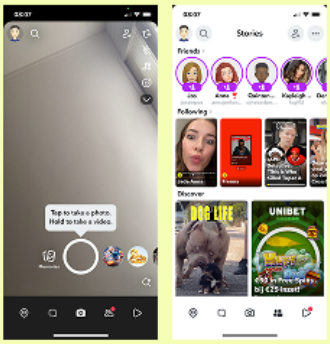
Screenshot	Info	Type
	Time: 7:43 dd/mm/yyyy: 31/07/2025 Badges on: Stories Spotlight	

Day 3

Screenshot	Info	Type
	Time sent: 13:00 dd/mm/yyyy: 31/07/2025 Title: [Name of followed creator] Text: added to their Story Extra: Time sensitive	From followed creators - Story Code: D3
	Time seen: 13:39 dd/mm/yyyy: 31/07/2025	
13:55, 30/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 13:39 dd/mm/yyyy: 31/07/2025 Badges on: Stories Spotlight	
	Time seen: 18:39 dd/mm/yyyy: 31/07/2025	
18:39, 30/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 18:39 dd/mm/yyyy: 31/07/2025 Badges on: Stories Spotlight	

Figuur 43: Logboek

Day 3

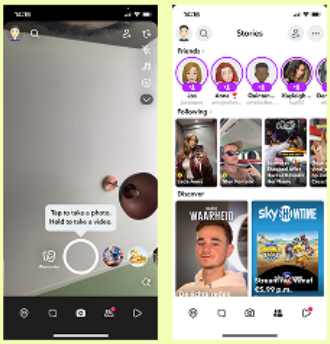
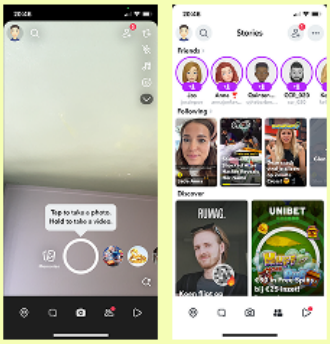
Screenshot	Info	Type
Snapchat	Time seen: 23:21 dd/mm/yyyy: 31/07/2025	
23:21, 30/07/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 23:22 dd/mm/yyyy: 31/07/2025 Badges on: Stories Spotlight	
Snapchat	Time seen: 08:07 dd/mm/yyyy: 01/08/2025	
08:07, 01/08/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 08:07 dd/mm/yyyy: 01/08/2025 Badges on: Stories Spotlight	

Day 4

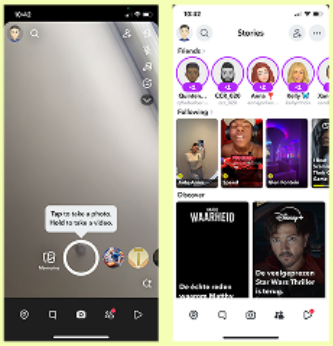
Screenshot	Info	Type
TIME SENSITIVE Jade Anna added to their Story. 42m ago	Time sent: 13:06 dd/mm/yyyy: 01/08/2025 Title: [Name of followed creator] Text: added to their Story Extra: Time sensitive	From followed creators - Story Code: D3
Snapchat	Time seen: 13:48 dd/mm/yyyy: 01/08/2025	
14:16, 01/08/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		

Figuur 44: Logboek

Day 4

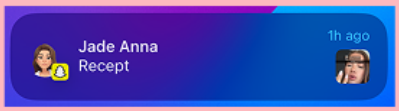
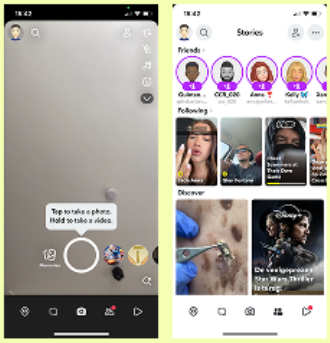
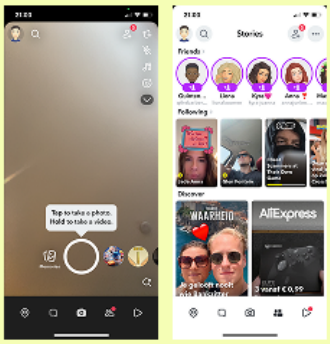
Screenshot	Info	Type
	Time: 14:16 dd/mm/yyyy: 01/08/2025 Badges on: Stories Spotlight	
Snapchat	Time seen: 20:45 dd/mm/yyyy: 01/08/2025	
20:46, 01/08/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 20:46 dd/mm/yyyy: 01/08/2025 Badges on: Friend suggestions Stories Spotlight	

Day 5

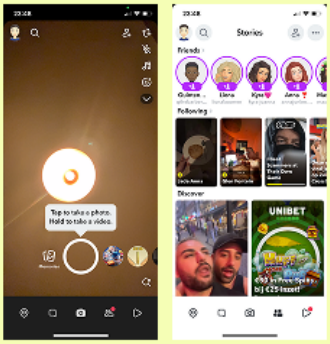
Screenshot	Info	Type
Snapchat	Time seen: 10:42 dd/mm/yyyy: 02/08/2025	
10:42, 02/08/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 10:42 dd/mm/yyyy: 02/08/2025 Badges on: Stories Spotlight	

Figuur 45: Logboek

Day 5

Screenshot	Info	Type
	Time sent: 14:41 dd/mm/yyyy: 02/08/2025 Title: [Name of followed creator] Text: [Description for the video] Extra: Misleading because it looks like a personal message from the creator, but it's actually a public post they made for which Snapchat generates a notification	From followed creators - Story Code: D2
	Time seen: 15:41 dd/mm/yyyy: 02/08/2025	
15:41, 02/08/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 15:42 dd/mm/yyyy: 02/08/2025 Badges on: Stories Spotlight	
	Time seen: 21:03 dd/mm/yyyy: 02/08/2025	
21:03, 02/08/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		
	Time: 21:03 dd/mm/yyyy: 02/08/2025 Badges on: Friend suggestions Stories Spotlight	
	Time seen: 23:48 dd/mm/yyyy: 02/08/2025	
23:48, 02/08/2025: Opened the app, clicked on all the red badges to make them disappear, scrolled for 5 minutes, and occasionally liked videos		

Figuur 46: Logboek

Day 5	Screenshot	Info	Type
		Time: 23:48 dd/mm/yyyy: 02/08/2025 Badges on: Stories Spotlight	

Figuur 47: Logboek

4. KWALITATIEF ONDERZOEK: SELECTIECRITERIA

4.1 1. SAMENVATTING

Type onderzoek: N=13 Single interviews van 50 minuten

Periode: 21 augustus t/m 4 september

Locatie: Amsterdam

Doelgroep: Gebruikers van Snapchat, en niet Snapchatgebruikers inclusief jongeren.

Vergoeding: €50,-

4.2 2. DATA, TIJDEN, LOCATIE

4.2.1 DATA & TIJDEN

N=13 single interviews van 50 minuten

Deze kunnen ingepland worden op de onderstaande data tussen 14:00 en 20:00 (voorkeur voor verspreid over deze dagen en binnen kantoortijden)

N=9 Snapchatgebruikers op:	N=4 niet Snapchatgebruikers op:
Donderdag 21 augustus	
Maandag 25 augustus	Dinsdag 2 september
Dinsdag 26 augustus	Woensdag 3 september
Woensdag 27 augustus	Donderdag 4 september

4.2.2 LOCATIE

Prinseneiland 97HS

1013 LN Amsterdam

Parkeergelegenheid: Er is erg weinig parkeergelegenheid, het is aan te raden met het openbaar vervoer te komen of met de fiets.

4.3 3. SELECTIECRITERIA

BELANGRIJK:

Niet met deelnemers delen dat het een onderzoek rondom Snapchat betreft!

Hou de uitvraag rondom de platformen die zij gebruiken en de mate daarvan, dus algemeen.

4.3.1 ALGEMEEN

Binnen beide groepen:

- Spreiding in gender;
- Spreiding in opleidingsniveau;
- Hebben in het afgelopen jaar niet eerder aan onderzoek meegedaan betreffende Snapchat.

4.3.2 LEEFTIJDSVERDELING

	N=9 Snapchatgebruikers	N=4 niet Snapchatgebruikers
15-19	N=5	N=0
20-27	N=3	N=1
28-43	N=1	N=1
44-60	N=0	N=2

4.3.3 SNAPCHAT GEBRUIKERS

- N=9
- Gebruiken Snapchat dagelijks
- Gebruiken Snapchat om berichten/snaps uit te wisselen met vrienden (minimaal 2x per week)
- Gebruiken de Spotlight-pagina; de pagina waar je eindeloos door aangeraden video's kan scrollen (minimaal 1x per week)
- Plaatsen zelf Stories (publiek of alleen voor vrienden, minimaal 1x per maand)
- Delen hun locatie wel eens op de Snap-map (minimaal 1x per maand)

4.3.4 NIET-SNAPCHAT GEBRUIKERS

- N=4
- Hebben minstens 10 jaar geen Snapchat gebruikt én de app niet op hun telefoon.
- Gebruiken minimaal 2 socialemediaplatformen van deze lijst: Facebook, Instagram, X (Twitter), Threads, TikTok, Youtube, Bluesky, Mastodon, Pixelfed.
- De 2 socialemediaplatformen van deze lijst die zij het meest gebruiken, openen zij dagelijks.

4.3.5

4.4 4. TOESTEMMING

Deelnemers dienen akkoord te gaan met:

- Er is stemopname apparatuur aanwezig. De opnames zijn alleen voor intern gebruik, worden niet gepubliceerd en worden niet gekoppeld aan hun persoonsgegevens. We verwijderen opnames na 3 maanden.

- Vooraf aan het interview vragen we deelnemers een toestemmingsformulier te tekenen voor het verwerken van hun gegevens. We slaan alleen de gegevens op die het selectiebureau aanlevert (op basis van deze screening) en verwijderen deze 3 maanden na de interviews. Deze zullen nooit gepubliceerd worden of gekoppeld worden aan de onderzoeksbevindingen. Dat betekent dat onderzoeksbevindingen nooit naar de persoon te herleiden zijn.

4.5 5. WERVINGSTEKST

We doen onderzoek naar socialemediaplatformen en hoe deze hun gebruikers op de hoogte houden. We willen weten hoe gebruikers dit nu ervaren en wat hun behoeften hierin zijn. We laten hierbij een aantal screenshots zien. Zo kunnen we het perspectief van gebruikers toevoegen aan onze beleidsadviezen richting socialemediaplatformen.

5. KWALITATIEF ONDERZOEK: INTERVIEWLEIDRAAD

5.1 1. INTRODUCTIE

5 min

- Doel van het interview
- Er zijn geen goede of foute antwoorden
- Stemopname
- Bevindingen zijn geanonimiseerd
- Voorstellen moderator en deelnemer

5.2 2. ALGEMEEN APP-GEBRUIK

10 min

- Hoeveel gebruikt men hun telefoon ongeveer? Schermtijd?
- Waarvoor gebruikt men hun telefoon?
- Welke apps gebruikt men vaak?
- Wat zijn favoriete apps? Waarom?
- Wat zijn favoriete socialemediaplatformen? Waarom?
- Met welk doel gebruikt men deze socialemediaplatformen?
- Wat vindt men leuk aan de socialemediaplatformen? En wat minder leuk?
- Wat vindt men van hun eigen smartphone gebruik?
  - Zou men deze meer of minder willen gebruiken?
  - Is men bewust bezig met minderen? Zo ja, hoe doet men dat?
  - Heeft men een idee wat of welke apps ervoor zorgen dat ze veel tijd op hun telefoon zitten? Welk aandeel hebben socialemediaplatformen hierin?
  - Zo ja, hoe doen deze apps dat volgens hen?

Snapchat:

- Waarom/waarvoor gebruikt men Snapchat?
- Wat zijn de favoriete functies van Snapchat? Waarom?
- Welke functies gebruikt men (bijna) niet? Waarom?
- Hoe ervaart men het gebruik van Snapchat?
  - Wat ervaart men als positief en wat als negatief?

5.3 3. NOTIFICATIES

10 min

Open:

- Wat vindt men van het ontvangen van notificaties op hun smartphone? Welke voordelen en nadelen ziet men?

- Hoe heeft men notificaties ingesteld op hun telefoon? Kan men daar meer over vertellen?
  - Maakt men gebruik van bepaalde modussen om niet gestoord te worden door notificaties? (bijv. niet-storen)
  - Zet men notificaties soms uit? Wanneer, voor welke apps, en waarom?
  - Heeft men geplande overzichten van notificaties ingesteld? Voor welke apps en waarom?
- Kijkt men altijd als hun telefoon trilt of een geluid maakt? En klikt men altijd op de notificaties die zij ontvangen? Welke wel/niet? Wanneer wel/niet?
- Van welke apps vindt men dat men teveel notificaties ontvangt? Geen is ook een antwoord.
- Heeft men wel eens het idee dat een notificatie hen afleid? Voorbeeld?
- Gebeurt het wel eens dat een notificatie ergens anders over bleek te gaan dan wat men dacht, toen men erop klikte? Voorbeeld?

Snapchat

- Wat vindt men van de notificaties die men op Snapchat ontvangt? Hoe verhoudt dit zich tot notificaties van andere apps?
- Hoe heeft men notificaties ingesteld op Snapchat zelf? Wat staat aan en wat uit, waarom?
- Welke notificaties ontvangt men graag? En op Snapchat? Waarom?
  - Wat gaat er door men heen bij zo'n notificatie?
  - Welke notificaties zijn belangrijk/interessant? Waarom?
  - Wanneer is een notificatie aanleiding tot het 'openen' en wanneer niet?
- Welke notificaties ontvangt men minder graag? En op Snapchat? Waarom?
  - Wat gaat er door men heen bij zo'n notificatie?
- Wat vindt men van de rode bolletjes die verschijnen in apps?
  - In welke apps heeft men het gevoel dat dit vaak gebeurt?
  - Hoe gaat men hiermee om en waarom doet men dit?
  - Wat vindt men van de mate waarin ze verschijnen?
  - Hoe vaak zijn de rode bolletjes relevant/interessant? En hoe vaak afleidend, irritant of oninteressant?

5.4 4. SCREENSHOTS NOTIFICATIES

20 min

We laten nu een aantal screenshots zien van notificaties. Per screenshot stellen we een paar vragen en vragen we om een aantal schalen in te vullen:

Per screenshot

- In hoeverre is men geneigd hierop te klikken als men deze notificatie zou ontvangen? Waarom?
- In hoeverre lijkt deze notificatie interessant? Waarom?
- Wat denkt men dat deze notificatie betekent?

- Wie is de afzender? Snapchat, een bekende, een onbekende?
- Is dit een privebericht (alleen jij kan het zien) of gaat het om een publieke post?
- Wat zal er gebeuren als men op de notificatie klikt?
- *We laten zien wat er gebeurt*
- In hoeverre gebeurde er wat men verwachtte? Waarom?
- In hoeverre vindt men de notificatie nu interessant? Waarom?
- Wil men deze notificatie ontvangen?

Afsluitend:

- Wat vindt men van de notificaties die men heeft gezien? Nog speciale opmerkingen?
- Verschillen deze op de een of andere manier van notificaties van andere socialemediaplatformen?
- Herkent men deze notificaties vanuit hun eigen gebruik?
- Ontvangt men deze notificaties vaak of ontvangt men vaker andere notificaties? Welke?

5.5 5. AFSLUITING

5 min

- In hoeverre vindt men dat er regels zouden moeten zijn voor platformen zoals Snapchat wat betreft notificaties of rode bolletjes?
  - Waarom wel / niet?
  - Indien wel: wat voor regels zou men dan verzinnen?
- Welk advies zou men aan Snapchat willen geven wat betreft notificaties?
- Zijn er nog andere adviezen die men aan Snapchat zouden willen geven?
- Bedankt & Tot ziens

Bits of Freedom komt op voor jouw vrijheid en privacy op internet. Deze grondrechten zijn onmisbaar voor je ontwikkeling, voor technologische innovatie en voor de rechtsstaat. Maar die vrijheid is niet vanzelfsprekend. Je gegevens worden opgeslagen en geanalyseerd. Je internetverkeer wordt afgeknepen en geblokkeerd.

Bits of Freedom zorgt ervoor dat jouw internet jouw zaak blijft.

Bits of Freedom
bitsoffreedom.nl
@bitsoffreedom
Prinseneiland 97HS
1013 LN Amsterdam

Contactpersoon:
Chitra Mohanlal
+31 6 1261 7199
chitra@bitsoffreedom.nl

BITS OF FREEDOM

Voor jouw internetvrijheid