

#iVoted

hoe de 'stemfie' de verkiezingen deelbaar maakt

Author(s)

Hammelburg, Esther

Publication date

2018

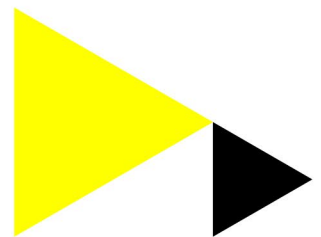
Document Version

Final published version

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Hammelburg, E. (2018). #iVoted: hoe de 'stemfie' de verkiezingen deelbaar maakt. Web publication or website
<https://wetenschap.nu/ivoted-hoe-de-stemfie-de-verkiezingen-deelbaar-maakt/>

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Artikelen

#iVoted: hoe de 'stemfie' de verkiezingen deelbaar maakt

Esther Hammelburg 7 nov 2018

Opvallend bij de jongste stembusgang in de Verenigde Staten, voor tussentijdse verkiezingen, was de opkomst van hashtag #iVoted. Bekend en onbekend Amerika zette zichzelf op de foto met de sticker die je krijgt als je hebt gestemd. The Late Show riep kijkers op om hun stemfies in te sturen en maakte er een compilatievideo van. Hoe kan een ouderwetse sticker van het stembureau een social media trend worden?

Verkiezingen zijn een uitdaging voor mediamakers. Het event is voor een democratische samenleving van wezenlijk belang, maar het levert meestal niet de meest spannende plaatjes op. Je zou zeggen dat het niet instagrammable is. Toch blijkt dat heel anders te liggen. Amerikanen deelden op Instagram en Twitter massaal foto's van zichzelf, of hun hond, kat of kind, met de *I Voted*-sticker. Hoe kan het dat een event zonder mooi decor toch instagrammable blijkt? Volgens mij komt dit omdat de selfie hier perfect op zijn plaats is.

Verkiezingen zijn niet sexy. Een selfie wel

De kracht van een selfie zit hem niet in het mooie beeld, maar in de communicatieve waarde. Je vertelt ermee wat je doet, waar je bent en met wie. Je kunt iets zeggen over je stijl of je overtuigingen en daarmee over jezelf. Zo positioneer je jezelf en geef je vorm aan je sociale identiteit. Je zegt iets over wie je bent. Omdat dit puur visueel moet gebeuren, in één foto gevangen, zijn betekenisvolle voorwerpen hierin

essentieel. De selfie lijkt in die zin op oude portretten waarin attributen worden gebruikt om iets over de geportretteerde te zeggen. De *I Voted*-sticker is zo'n attribuut: het laat zien dat je een trotse stemmer bent, dat je de verkiezingen belangrijk vindt.

Je bent erbij

Je laat met een stemfie ook zien dat je erbij bent op het moment dat het gebeurt. Eenzelfde foto op een totaal ander moment slaat nergens op, maar goed getimed krijgt hij momentum. En daarmee geef je jezelf ook een extra boost. Je bent onderdeel van een historisch moment. Je schrijft jezelf in het event en wordt zo deel van de verkiezingen. Het plaatsen van een foto op het moment dat je stemt, of vlak daarna, versterkt de ervaring van verbinding met de gedeelde sociale realiteit van de verkiezingen.

In mijn lopende promotieonderzoek sprak ik met 383 mensen over hoe zij media gebruiken rond events. Veel mensen vertelden me dat het delen van een selfie in een event hun beleving ervan versterkt. Of sterker nog, voor veel van ons is deelname aan in een event niet compleet is zonder die foto. Zo vertelde Lorenzo me: “Als ik het niet deel dan voelt het niet af. [...] Ik heb social media nodig voor dat kerngevoel van erbij zijn.”

iVoted laat zien dat je de verkiezingen belangrijk vindt (Foto Casey Robertson, via Unsplash)

#iVoted

En hier komt de hashtag om de hoek kijken. Dankzij de hashtag vinden individuele deelnemers elkaar. De hashtag verbindt jouw stemfie aan al die andere online content rond de verkiezingen en maakt je deel van de groep die stemmen belangrijk vindt. In de werken van Zizi Papacharissi, en van Axel Bruns en Jean Burgess wordt mooi duidelijk hoe hashtags werken om dit soort tijdelijke groepen te vormen. Zij onderzochten onder andere verkiezingen in Australië en de Occupybeweging en zagen hoe kleine en grotere sociale bewegingen ad hoc verschenen rond sterke hashtags. Door eigen foto's te plaatsen met een gedeelde hashtag kun je publieke ruimte claimen voor een onderwerp dat je belangrijk vindt.

Bij deze tussentijdse verkiezingen in de VS is de hashtag #iVoted slim ingezet door een aantal ondernemers uit de concertindustrie die de opkomst bij de tussentijdse verkiezingen wilden stimuleren. Ze riepen organisatoren van concerten op om bezoekers op verkiezingsdag gratis naar binnen te laten als ze een foto lieten zien van zichzelf bij een stembureau of met de *I Voted*-sticker. Ook Taylor Swift riep haar fans

op om te gaan stemmen met de hashtag #JustVoted. Dergelijke campagnes helpen, zeker als je een grote groep fans hebt zoals Taylor Swift. Maar sterke hashtag-groepen ontstaan niet alleen omdat iemand ertoe oproept. Ze komen tot stand in een maatschappelijk samenspel tussen individuen, influencers en media.

Compilatie iVoted-afbeeldingen, geplaatst op Instagram. (vlnr) jorgeiii, sammie.n.maddie, elizabethhpascual en lifeofserenaxo.

Uitkijkend naar #IkStem

De selfies bij deze verkiezingen zijn niet de eerste die we hebben gezien. Al in 2012 was de hashtag #iVoted 'trending' en haakte CNN hierop in door stemmers op te roepen om dit soort foto's in te sturen. In Nederland zagen we in 2014 de opkomst van de stemfie. Er ontstond in veel landen discussie over of je wel een foto mocht maken in het stembokje en op meerdere plaatsen is het ook verboden. De Amerikanen hebben hier geen last van. Zij hebben hun *I Voted*-sticker als attribuut voor de perfecte stemfie.

Met het plaatsen van een stemfie zeg je dus iets over jezelf en geef je vorm aan de verkiezingen. Ik ben benieuwd hoe dat er in maart volgend jaar in Nederland gaat uitzien.

Wil je je verder verdiepen in het gebruik van de stemfie? Ik schreef er eerder [dit artikel](#) over voor het Tijdschrift voor Mediageschiedenis.

Tags [Communicatiewetenschap](#) [Media](#) [Politiek](#)

Esther Hammelburg

Esther Hammelburg is docent-onderzoeker aan de Hogeschool van Amsterdam en promovenda aan de Universiteit van Amsterdam. Ze doet onderzoek naar liveness: via media erbij zijn op het moment dat het gebeurt. Zij laat zien hoe we media inzetten om ons te verbinden aan events en hoe we onze live-belevingen delen. Meer informatie over haar onderzoek vind je op www.hva.nl/liveness

Deze website maakt gebruik van cookies om ervoor te zorgen dat u de beste ervaring op onze website krijgt.[Lees meer](#)

Begrepen!