

Blog: Antropologie Werkt! #2



[Jelte Vegter](#) | Organisatie-antropoloog met ervaring in Zorg en Welzijn

29 februari 2024

Ik ben op een missie: studenten Culturele antropologie laten zien hoe je als antropoloog aan een baan komt, hoe die eruit kan zien én welke mogelijkheden er zijn op de arbeidsmarkt voor antropologen. Want dat zijn er véél en je krijgt ze vaak niet allemaal te horen tijdens je studie. De afgelopen drie jaar ben ik de toegepaste antropologie ingedoken. Ik bezocht webinars, deed interviews, schreef een explainer en gaf lezingen over wat ik tegenkwam als afgestudeerd antropoloog.

In deze blogreeks deel ik mijn antwoorden op de vragen die ik tegenkwam. Vandaag deel 2: 'Hoe profileer ik mezelf als professional?'.

Branding als antropoloog

De realiteit voor antropologen is dat op het moment dat we klaar zijn met onze studies er vaak geen banen specifiek voor 'antropologen' te vinden zijn. We moeten op zoek naar een baan die bij ons past én zelf uitzoeken hoe we het beste onze antropologische achtergrond en vaardigheden daar in kunnen zetten. Ook moeten we onszelf *branden*. Hoe vertel ik anderen over wie ik ben en wat ik kan?

En dat is soms knap lastig. Veel antropologen gaan na hun studie niet verder op de universiteit. Ze komen op een plek terecht waar mensen niet altijd even goed weten wat een antropoloog is of doet, als ze er al van gehoord hebben. Of minstens even schadelijk: recruiters, mogelijke opdrachtgevers of collega's hebben een mistekend beeld van wat antropologie is en associëren het met vage reflecties of de klassieke geitenwollensokken-beelden. Het is daarom soms lastig om te communiceren wie je als antropoloog bent en wat je voor een organisatie kan betekenen. Een vraag die veel antropologen daarom bij het zoeken van een baan tegenkomen is: hoe omschrijf ik mijzelf als professional?

Het is fijn om te weten dat er veel toegepaste antropologen zijn, startend en al meer ervaren, die worstelen met deze vraag. Tijdens mijn werk voor het Applied Anthropology Network van de EASA kwam de vraag 'hoe profileer ik mijzelf op de arbeidsmarkt?' ook

constant terug en daarom organiseerde ik met de *Apply Club for Organizational Anthropology* een 'Branding Session': een evenement om met andere antropologen het gesprek aan te gaan over dit thema.

Daaruit bleek dat er niet een eenduidig antwoord is op deze vraag. Hoe we onszelf voorstellen verschilt per antropoloog en soms zelf per organisatie of situatie. Er zijn verschillende strategieën waarop antropologen in het veld omgaan met de vraag hoe ze zich moeten profileren. Voor sommigen blijft het antwoord altijd hetzelfde, voor anderen is deze context-afhankelijk. Het kan bijvoorbeeld afhankelijk zijn van 1) de kennis van degene tegenover je van antropologie, 2) de sector waar je in werkt of wilt gaan werken, 3) de situatie waarin je jezelf moet omschrijven (bijv. een kennismaking, een sollicitatie of een salesgesprek) en 4) of je idealistisch of pragmatisch met dit vraagstuk om wilt gaan. In deze blog laat ik je de verschillende strategieën zien die ik ben tegengekomen om jezelf te profileren op de arbeidsmarkt. Hopelijk helpt het je om zelf de vraag: 'hoe noem ik mijzelf als professional?' beter te kunnen beantwoorden.

In het kort zijn dit de strategieën:

- ***Geen antropoloog, maar wel gebruik van de vaardigheden***
- ***Een combinatie met 'antropoloog' gericht op de toepassing***
- ***Geen antropoloog, maar benadrukken van antropologische vaardigheden als 'joker'***

Ik neem ze met je door!

Geen antropoloog, maar wel gebruik van de antropologische vaardigheden

Niet iedereen met een antropologische achtergrond noemt zichzelf ook daadwerkelijk antropoloog na diens afstuderen. Dit kan zijn om allerlei redenen en is in mijn ogen zeker niet goed of fout. Veel van de professionals die we in onze loopbaan tegenkomen zijn (nog) niet met antropologie in aanraking gekomen. Uiteindelijk vertel je met je titel iets over jezelf aan een ander en kijken mensen dus naar anderen om te zien hoe ze zich moeten noemen. Je kunt denken: 'zal een recruiter wel weten wat antropoloog betekent en wat je ermee kan?'. En dat is volkomen begrijpelijk.

In een context waar mensen minder bekend zijn met sociale wetenschappen of er een verkeerd beeld van antropologie bestaat, kun je minder goed communiceren wat je doet. Dat is lastig als je iemand van jouw kunnen wilt overtuigen. Zo sprak ik een antropoloog die in de architectuur wilde doorbreken, maar die het lastig vond om aan collega's uit te leggen wie zij als antropoloog was en wat ze hiermee kon betekenen voor hen. Niet omdat ze het zelf niet wist, wel omdat anderen haar niet helemaal begrepen. Zeker wanneer je net afgestudeerd bent, en nog niet bekend bent met het werken in een organisatie, kan het lastig zijn om de juiste manier te vinden om antropologie uit te leggen aan anderen.

Vaak bestaat bovendien het idee dat wanneer antropologen de term 'antropologie' of 'cultuur' gebruiken, mensen ze linken aan stereotypen waar ze niet mee geassocieerd willen worden, zoals 'te kritisch' of 'zweverigheid' zijn. Inderdaad worden deze eigenschappen in sommige organisaties niet bepaald als wenselijk gezien. En idealiter laten we allemaal horen dat dit onjuist is, maar moet je hier wel de kans voor krijgen. Soms loont het om jezelf een meer functionele titel te geven, zoals 'kwalitatief onderzoeker', 'veranderkundige' of 'projectmanager' die wat herkenbaarder is voor de ander en pas later het gesprek aan te gaan over hoe je dit vanuit je achtergrond precies invult.

Een combinatie met 'antropoloog' gericht op de toepassing

Hoewel niet veel werkende mensen weten wat antropologie is, is hier langzaam verandering in aan het komen in Nederland en in de rest van de wereld. Er komen steeds meer concrete toepassingen van antropologie in organisaties voor. Antropologen profileren zich als onderzoeker en/of oplosser van cultuurproblemen in organisaties of helpen bij het bouwen van een sterke organisatiecultuur. Anderen geven inzichten in sociale structuren in organisaties of geven aan waarom een product niet wel of niet goed aansluit bij een bepaalde doelgroep. Ze gaan bijvoorbeeld [werken als UX researcher](#) of ze profileren zich als [experts op het gebied van cultuur](#) in organisaties. Zo zijn in de afgelopen jaren steeds meer professionals zich 'organisatieantropoloog', 'corporate antropoloog' of 'bedrijfsantropoloog' gaan noemen. Ook zijn er steeds meer ['medisch antropologen'](#) en sprak ik bijvoorbeeld Mette Marie Vad Karsten die in Denemarken als 'Hoofdontropoloog' werkte voor een brandbeveiligingsbedrijf (mijn interview met haar staat op mijn profiel).

Vanwege deze verschillende toepassingen zijn er ook meer en meer varianten ontstaan op de term 'antropoloog' die gericht zijn op het organisatie- of bedrijfsleven. Zie de tabel hieronder voor een overzicht welke termen antropologen gebruiken op LinkedIn.

Hoe noemen antropologen in Nederland zich op LinkedIn? (10-10-2023)

Titel	Aantal
Antropoloog (NL)	794
Anthropologist	787
Cultureel antropoloog	232
Organisatieantropoloog/organisatie antropoloog	81
Medisch antropoloog	56
Corporate anthropologist	18
Organisational/organizational anthropologist	17
Toegepast antropoloog	3
Bedrijfsantropoloog	3
Corporate antropoloog	3
Business anthropologist	3
Transitie-antropoloog	1
Antropoloog (wereldwijd)	16000

**Natuurlijk zijn er ook veel antropologen die niet 'antropoloog' in hun titel hebben zitten.*

Hoe noemen antropologen zich op LinkedIn? (10-10-2023)

Al deze mensen vinden het dus belangrijk om zichzelf 'antropoloog' te noemen, maar ze kunnen hier wel verschillende redenen voor hebben. Zo was het voor Mette Marie erg belangrijk om deze term in haar functietitel te hebben staan, omdat ze zich sterk als antropoloog identificeert en omdat het volgens haar nog niet genoeg benoemd wordt. Ik sprak ook met medisch antropoloog Margret Jaeger. Zij vertelde hoe ze als antropoloog echt een meerwaarde kon leveren in het ziekenhuis waar ze werkte. Ze zei dat ze haar verhaal constant herhaalde en het steeds een beetje verder bijschaafde totdat collega's begonnen te begrijpen wat 'antropologie' nou precies kon doen. Haar advies is dus ook om jezelf 'gewoon' antropoloog te noemen, want ze is er heilig van overtuigd dat het antropologisch perspectief belangrijke inzichten geeft in de medische wereld.

Steeds meer mensen in het bedrijfsleven komen dus met de term 'antropoloog' in aanraking. Hiermee wordt het dus makkelijker om jezelf ook 'antropoloog' te noemen. Uiteraard is het goed om je af te vragen of mensen die ermee in aanraking komen ook daadwerkelijk snappen wat antropologie hen kan bieden. Ga hier niet zo maar vanuit, maar vraag door wat de mensen die het kennen zo interessant vinden aan antropologie. Hier kan een interessant gesprek uit ontstaan, misschien breng je ze wel wat bij!

TIP #1: Jezelf antropoloog noemen kan dus een interessante manier zijn om een gesprek te openen over de waarde die je bij een bedrijf met jouw blik kunt toevoegen. Dit betekent wel

dat je een goed verhaal moet hebben dat simpel is en dat anderen snel snappen. En dan bedoel ik ook echt snel: probeer bijvoorbeeld eens voor jezelf een 'elevator pitch' te maken, waarbij je in 30 seconden kunt uitleggen wat je doet.

Geen antropoloog, maar benadrukken van antropologische vaardigheden als 'joker'

Tijdens een ander evenement van het Applied Anthropology Network ging het ook over de 'titel-vraag' en hier werd een voor mij tot dan toe nog nieuwe strategie benoemd. Deze mede-antropoloog gebruikte in eerste instantie op CV's een andere term dan antropoloog en pas als zij doorhad dat de persoon/organisatie tegenover haar daadwerkelijk baat had bij antropologie, zette ze deze achtergrond als een 'joker' in. Ze gebruikte antropologie hiermee als een 'unique selling point', eentje die haar onderscheidde van andere kandidaten. Ze gebruikte haar antropologische achtergrond als een extra argument om haar te kiezen voor een bepaalde opdracht en zette deze op het moment dat ze een gesprek had pas in. Zo kon ze de verwachtingen van iemand overtreffen. Ook hier benadrukte ze dat het belangrijk is om goed uit te kunnen leggen: wat betekent antropologie nou daadwerkelijk voor degene die tegenover je zit?

Hoe profileer jij je?

Dus wat ga jij doen? Noem jij jezelf sowieso antropoloog of kijk je liever naar het doel dat het je dient en zet je het in als een joker? Voor sommigen is dit een pragmatische kwestie, voor anderen een meer ideologische.

Natuurlijk is het zo dat hoe meer van ons de term 'antropoloog' gebruiken, hoe bekender mensen met de term en onze achtergrond worden. Dat is natuurlijk op zich al een mooie reden, want waren er maar meer antropologen in de wereld, toch? Desalniettemin is het slim om van tevoren te kijken wie je tegenover je hebt zitten. Kun je als je jezelf 'antropoloog' noemt ook daadwerkelijk aan diegene uitleggen wat dit betekent en wat de meerwaarde is?

TIP #2: Bedenk een aantal concrete voorbeelden of analogieën aan de hand waarvan je op een eenvoudige manier kunt uitleggen wat jij voor een organisatie kunt betekenen.

Naast inhoudelijk uitleggen wat je kunt, is ook de vorm waarin je communiceert nog bepalend. Vaak wordt er in organisaties een specifieke *business lingo* gesproken. Een speciale taal met voor die organisatie of sector specifieke woorden. Als je die taal een beetje kunt leren en vervolgens in andermans woorden kunt zetten wat je voor hen kunt, kom je vertrouwd over en begrijpen ze beter waarom ze voor jou moeten kiezen. Je doet bijvoorbeeld geen 'PO bij een doelgroep', maar je haalt diepere inzichten op om de organisatiediensten beter op de doelgroep aan te laten sluiten.

TIP #3: Weet wie er tegenover je zit. Zorg dat je jouw antropologische vaardigheden zo kunt uitleggen dat degene die tegenover je zit je begrijpt (het liefst in hun eigen *lingo*).

Wat je ook doet, blijf in het proces vooral bij jezelf. De wereld van organisaties is af en toe een wonderlijke wereld met haar eigen culturele tradities. In het begin kan dat vervreemdend aanvoelen, maar uitpluizen hoe het precies werkt gaat je als antropoloog zeker helemaal lukken!

TIP #4: Ga ontdekken hoe jij jezelf wil neerzetten, maar blijf bij jezelf. Welke strategie past bij jou?

Alle tips nog eens op 'n rijtje

1. Probeer eens voor jezelf een 'elevator pitch' te maken, waarbij je in 30 seconden kunt uitleggen wat je doet als antropoloog.
2. Bedenk een aantal concrete voorbeelden of analogieën aan de hand waarvan je op een eenvoudige manier kunt uitleggen wat jij voor een organisatie kunt betekenen.
3. Weet wie er tegenover je zit. Zorg dat je jouw antropologische vaardigheden zo kunt uitleggen dat degene die tegenover je zit je begrijpt (het liefst in hun eigen taal).
4. Ga ontdekken hoe jij jezelf wil neerzetten, maar blijf bij jezelf. Welke strategie past bij jou?

In de Antropologie Werkt! blogreeks deel ik mijn observaties, zoals ik ze de afgelopen jaren ben tegen gekomen als beginnende antropoloog op de arbeidsmarkt. Wil je meer leren over wat je als antropoloog kunt? Volg de ABv via LinkedIn of Insta of lees [hier](#) de blogs van mede-ABv lid & antropoloog Carmen Luke.