



**EKONOMI
HÖGSKOLAN**
Lunds universitet

Företagsekonomiska institutionen
FEK 591 - Magisteruppsats
2006-06-01

– SOCIALA NÄTVERK –
Värdeskapande och mekanismer

Handledare:
Christer Kedström
Leif Edvinsson

Författare:
Stefan Bjerke 780515-0039
Christian Conradi 811003-5097

SAMMANFATTNING

- Rapportens titel:** Sociala Nätverk – värdeskapande och mekanismer
- Seminarium:** 2006-06-08
- Ämne/kurs:** FEK591 Magisteruppsats 10 poäng
- Författare:** Stefan Bjerke, Christian Conradi
- Handledare:** Christer Kedström, Leif Edvinsson
- Omfång:** 90 sidor inkl bilagor
- Fem nyckelord:** Sociala nätverk, värdeskapande, mekanismer, begreppsapparat (taxonomi), beståndsdelar
- Syfte:** Bidra till forskningens taxonomi genom att utveckla begreppen kring fenomenet sociala nätverk och använda taxonomi på fallföretagen: Salongen och Nova100.
- Metod:** Intervjuer i form av möten samt telefonintervjuer. Ansatsen gör skillnad på frågeställning och syfte och är i grunden deskriptiv; vi vill beskriva sociala nätverk och bidra till hur forskningen hanterar fenomenet. Frågeställningen lyder: ”Vad är sociala nätverk och vilka dimensioner är centrala i analysen av dem?” Uppsatsen utgår från att någon form av värde uppstår i sociala nätverk och att om så inte var fallet hade de inte existerat.
- Teoretiska perspektiv:** Teorierna har hämtats från flera discipliner, främst från företagsekonomi och ekonomisk historia men även i viss utsträckning derivat från forskning inom socialantropologi samt psykologi.
- Empiri:** Empirin består av åtta intervjuer. I dessa ingår grundarna av Nova100 och Salongen, Fredrik Andersson samt Peter Lilliehöök, och medlemmar i respektive organisation. Stödjande intervjuer har även gjorts för att få nyttiga insikter inom områden vi inte är bevandrade i.
- Slutsatser:** Slutsatserna består av förslag till en begreppsapparat för sociala nätverk med fokus på beståndsdelar, kronologi, dikotomi mellan funktion och syfte i nätverk samt hur det är möjligt att åskådliggöra tillhörighet i olika nätverk. Dessa insikter illustreras med hjälp av de modeller vi har konstruerat i syfte att bidra med visuella verktyg i framtida analyser av nätverk.

ABSTRACT

Title:	Social Networks – creation of value and mechanisms
Seminar date:	8 th of June 2006
Course:	Master Thesis in Business Administration, 10 Swedish Credits (15 ECTS)
Authors:	Stefan Bjerke, Christian Conradi
Advisors:	Christer Kedström, Leif Edvinsson
Size:	90 pages
Key words:	Social networks, creation of value, mechanisms, taxonomy, components
Purpose:	Contributing to the fields taxonomy by developing concepts concerning the phenomenon of social networks and thereafter apply this taxonomy on our objects for research: Nova100 and Salongen.
Methodology:	Interviews through meetings as well as telephone interviews have been conducted. The approach differentiates the research question and the purpose of the thesis and is basically descriptive in its nature; we want to describe social networks and contribute to the future approach in research about the phenomenon. Our research question has been “What are social networks and what dimensions are important in analyzing them?” The thesis assumes that there is some kind of value created in social networks and that if this was not the case, the networks would not exist.
Theoretical perspectives:	Theories have been collected from different disciplines, mostly from Business Administration and Economic History, but also from derivatives of research conducted in the fields of Social Anthropology and Psychology.
Empirical foundation:	The empirics consist of eight interviews and one observation. In these interviews with the founders of Nova100 and Salongen, Fredrik Andersson and Peter Lilliehöök, as well as members of each network are included. Supporting interviews have also been conducted in order to gain insights in fields that have been unfamiliar to us.
Conclusions:	Our conclusions consist of suggestions for the taxonomy regarding social networks with focus on their components, chronology, dichotomy between the purpose and mechanisms in social networks, and finally how it is possible to show individuals belongingness in different networks. These insights are illustrated with models, with which we hope will contribute to future analysis in social networks.

FÖRORD

Att skriva denna uppsats innebär mer än att skriva en viss mängd text eller göra ett visst antal intervjuer. Vi tar vår examen och lämnar en fas i livet bakom oss. Detta känns självklart både vemodigt och roligt.

Vissa saker hade vi säkerligen kunnat göra bättre. Vi är dock nöjda med hur arbetet har fortlöpt och trots att ämnet under arbetets gång har känts svårt och diffust har det också alltid varit intressant.

Vi vill passa på att tacka alla som har ställt upp på intervjuer, diskussioner och släppt in oss i mycket givande sammanhang som har med sociala nätverk att göra. Vi har lärt oss mycket på det. Christer och Leif har också alltid bidragit med viktiga synpunkter som gjort att vi har kunnat genomföra ett bättre arbete än annars vore möjligt. Detsamma gäller opponenter; ni har under seminariets gång gett oss mycket att tänka på och fått oss att tänka klarare och hitta rätt spår. Tack!

Till slut vill vi bara önska läsaren en god läsning. Det blev lite mer text än vi hade räknat med.

Lund, 2006-06-08

Stefan Bjerke

Christian Conradi

SOCIALA NÄTVERK – VÄRDESKAPANDE OCH MEKANISMER

1	INLEDNING	1
1.1	Bakgrund.....	1
1.2	Problem och syfte.....	2
1.3	Avgränsningar	3
1.4	Tidigare forskning	4
2	METOD	6
2.1	Val av ämne och undersökningsobjekt	6
2.2	Grundantagande	6
2.3	Val av ansats	7
2.4	Val av undersökningsmetod	7
2.5	Undersökningsobjekt.....	8
2.5.1	Nova100	8
2.5.2	Salongen.....	9
2.5.3	Primära källor.....	9
2.5.4	Stödjande intervjuer.....	10
2.6	Val av teori.....	10
2.7	Källkritik	11
2.7.1	Teorikritik	11
2.7.2	Metodkritik.....	11
3	TEORETISK REFERENSRAM	13
3.1	Inledning om nätverksteori.....	13
3.2	Nätverksperspektivets historik.....	14
3.3	Nätverkssamhället	15
3.4	Nätverksteori.....	17
3.4.1	Nätverksstruktur & Nätverksprocesser	17
3.4.2	Social embeddedness	18
3.4.3	Sociala nätverk och fält	19
3.4.4	Spindeln i nätet	25
3.4.5	Meet me at my club.....	26
3.4.6	Social Network Analysis.....	27
3.5	Relationskapital.....	29

3.5.1	Value network perspective.....	29
3.6	Kompletterande teori.....	30
3.6.1	Institutionell teori.....	30
3.6.2	Makt i relationer	31
3.6.3	Behovshierarki.....	32
3.7	Sammanfattning av teorikapitel.....	32
4	EMPIRI.....	34
4.1	Primära intervjuer.....	34
4.1.1	Intervju med Fredrik Andersson	34
4.1.2	Intervju med Filip Alderin	39
4.1.3	Intervju med Judith Wolst	41
4.1.4	Intervju med Johan Andrén.....	42
4.1.5	Intervju med Peter Lillehök	44
4.1.6	Intervju med Jan Jensen	46
4.2	Stödjande intervjuer	48
4.2.1	Intervju med Fernando Flores	48
4.2.2	Intervju med respondent S.....	49
4.3	Observation av Salongen.....	51
5	ANALYS	52
5.1	Analys	52
5.2	Nätverkets natur	53
5.2.1	Inklusion och exklusion	53
5.2.2	Forum.....	54
5.2.3	Utbyte.....	54
5.2.4	Kapital.....	55
5.2.5	Tillit	57
5.3	Syfte och funktion.....	57
5.3.1	Syftet med nätverk	57
5.3.2	Mekanismer och funktioner i nätverket.....	58
5.4	Bestånd och flöde.....	59
5.5	Individens inordning i nätverk	60
5.6	Värdering av sociala nätverk	61
5.7	Maktstrukturer	62

6	SLUTSATS	64
6.1	Taxonomi.....	64
6.2	Definition och beståndsdelar i sociala nätverk	64
6.2.1	Inklusion och exklusion	65
6.2.2	Forum.....	66
6.2.3	Utbyte.....	67
6.2.4	Kapital.....	67
6.2.5	Tillit	69
6.2.6	Slutgiltig definition	69
6.3	Nätverkets kronologi	69
6.4	Distinktionen mellan syfte och funktion	70
6.5	Nätverkets duala syfte.....	71
6.6	Att åskådliggöra tillhörighet i nätverk	72
6.6.1	Nätverk ur individens perspektiv.....	72
6.6.2	Individer i nätverk.....	73
6.7	Retorik.....	74
6.7.1	Nova100 – ett socialt nätverk	74
6.7.2	Salongen – ett socialt nätverk.....	77
6.8	Förslag till framtida forskning	79
	KÄLLFÖRTECKNING	81
	Publicerade källor	81
	Böcker	81
	Artiklar	81
	Andra publicerade verk	81
	Elektroniska källor.....	82
	Muntliga källor	82
	Primära Intervjuer	82
	Stödjande intervjuer	82
	FIGURER	83
	BILAGOR	84
	Bilaga 1 – Frågor till primära intervjuer	84
	Bilaga 2 – Nätverksskattor.....	86

1 INLEDNING

I detta kapitel beskrivs bakgrunden till sociala nätverk och uppsatsens inriktning. Därefter redovisas uppsatsens problem och syfte vilket mynnar ut i uppsatsens ansats. Denna ansats återkommer regelbundet i uppsatsen och guider läsaren genom analys och slutsats. I kapitlet redogörs även för uppsatsens avgränsningar samt en kort genomgång av tidigare forskning om nätverk, utifrån olika discipliner. Avsikten med detta kapitel är att presentera forskningsområdet, skapa en överblick samt att sätta in uppsatsen i ett generellt sammanhang.

1.1 BAKGRUND

Människan är en social varelse och har länge organiserat sig på olika sätt och i olika konstellationer. Betydelsen av relationer och samarbete med andra människor för den enskilde individen har högst sannolikt varierat under historien; under människosläktets barndom kanske överlevnad var den primära orsaken, nu kanske fokus ligger mer på att må bra eller som medel att nå framgång.

Oavsett ovanstående resonemang pratas det regelbundet i olika sammanhang om olika former av interaktion. Detta kan ha orsakat en uppsjö av olika uppfattningar om vad som menas med dessa former av socialisering eller ”socialt strategiarbete”. Detta gäller i synnerhet begreppet nätverk och det medför några tråkiga effekter. För det första tröttnar människor i onödan på ett i sig förträffligt område att diskutera. Dessutom kan det uppstå en förvirring i diskussionen eftersom båda samtalsparter kanske använder samma begrepp för olika fenomen eller ståndpunkter.

Samtidigt växer antalet fenomen som gör begreppet nätverk högst intressant. Människor skapar formeringar, forum, grupper, klubbar, sällskap eller nätverk. Lärdomar kan dras av den utvecklingen men för att göra det måste det städas lite i verktygslådan, annars riskerar vi att tälja med slö kniv eller ännu värre låta bli att tälja för att vi inte orkar.

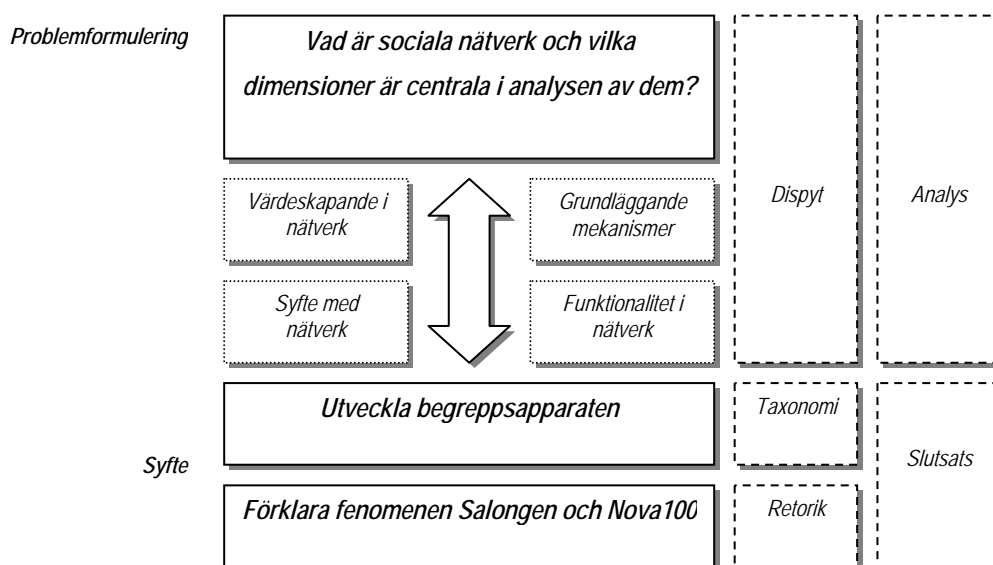
Med denna utgångspunkt startade vi arbetet med denna uppsats. Fullt medvetna om att ansatsen speglar en i bästa fall ambitiös, i värsta fall dumdristig, uppgift att ta sig an. Ibland har det känts svårt att gå vidare, som om vi har tappat både kompass och karta. Särskilt när en av våra primära intervjuobjekt direkt säger att hans nätverk egentligen inte alls är ett nätverk. Det är dock här utmaningen ligger. Definitionerna är så många att alla och inga definitioner stämmer. Detta kan

dock uppstå i vardagsspråk eftersom meningen ofta ges i sammanhanget; i akademiskt språk ligger betydelsen i ordet och det råder i idealfallen konsensus kring definitionen. Det är dags att begreppet nätverk får en tydligare och uppdaterad roll i det akademiska språket. Många fenomen som i dagsläget kallas nätverk egentligen borde heta något annat och att andra fenomen som inte kallas nätverk borde bli kallade det.

1.2 PROBLEM OCH SYFTE

Vi har valt att arbeta utifrån en problemformulering som är föremål för analysen och representerar undersökningsområdet. Under arbetets gång har vi dock upplevt att motivet bakom uppsatsen skiljer sig från problemformuleringen och därför arbetar vi utifrån ett syfte också.

Det problem som uppsatsen vill adressera är vad sociala nätverk är och hur vi på ett lämpligt och fruktbart sätt kan analysera och identifiera dem genom användbara analysdimensioner.



Figur 1- Ansats

Undersökningens syfte är tvådelat. Först och främst att försöka bidra till forskningens taxonomi genom att utveckla begreppen kring fenomenet sociala nätverk. Därefter använda denna taxonomi på fallföretagen Salongen och Nova100 genom att berätta hur de fungerar och därigenom skapa en retorik. Förhoppningsvis får läsaren en ökad kunskap om sociala nätverk om analysen är inriktad på detta sätt.

Eftersom begreppsapparaten är komplex och frågan är omfattande är avsikten inte att ge något definitivt svar utan snarare att skapa lite ordning bland begreppen och försöka bidra med formuleringar som skulle kunna underlätta en analys av sociala nätverk.

I analysen och slutsatserna måste bestå av en viss struktur och inriktning. Denna inriktning kommer under arbetet att ligga mot syftet med nätverk, det vill säga varför de uppstår och varför människor vill vara delaktiga i dem, samt funktionaliteten i nätverken, det vill säga hur de fungerar. Förklaringen av ansatsen, samt hur den har formats och utvecklats, återkommer närmare i metodkapitlet.

Redan här, så tidigt som möjligt, vill vi poängtera att all fortsatt användning av ordet nätverk menar sociala nätverk. Förmodligen verkar definitioner paradoxala för läsaren i det här skedet eftersom uppsatsens syfte är att arbeta med bland annat en taxonomi gällande sociala nätverk. Vad som ska poängteras är dock att den typen av nätverk som vi avser att studera förutsätter en kontakt mellan människor och på ett eller annat sätt skapar värde för inblandade parter.

1.3 AVGRÄNSNINGAR

Vad gäller en uppsats avgränsningar upplever vi att det är klokt att dela in dem i frivilliga och ofrivilliga avgränsningar. De frivilliga är högst medvetna och gjorda för att höja kvaliteten på uppsatsen genom att ägna tid och energi till kärnpunkterna och det egentliga problemområdet. I första hand gäller detta definitionen av nätverk. De ofrivilliga är däremot omedvetna och görs för att forskaren inte vet bättre eller inte har hittat bästa möjliga material. Således faller dessa avgränsningar in i kategorin ”det vi vet att vi inte vet”.

Vi har frivilligt och medvetet valt att enbart studera sociala nätverk i den bemärkelse som tidigare beskrevs. Uppsatsen hade inte kunnat handla om alla typer av nätverk och vi anser att sociala nätverk är mest intressanta och relevanta på det företagsekonomiska fältet.

En viktig avgränsning har gjorts. Medlemmarna i nätverken analyseras och behandlas ytterst lite. Detta kan tyckas vara märkligt men är relativt naturligt eftersom nätverket endast finns mellan medlemmarna, inte i dem. Självklart färgar också medlemmarna nätverkets olika dimensioner och då detta är uppenbart eller relevant behandlas det, i övrigt lämnar vi medlemmarna som individer därhän. Denna avgränsning kommer under läsningen förhoppningsvis att vara acceptabel och

genomföras på ett i läsarens ögon förståeligt sätt. Detta kan också tänkas vara ett intressant uppslag för framtida forskning; att vidare undersöka specifika implikationer av vissa individers medlemskap i nätverk.

Ett annat medvetet val är att lämna resonemanget om makt i nätverk efter analysen. Anledningen till detta var att det empiriska underlaget kändes för tunt för att producera en slutsats. Vi tror dock att det kan utgöra ett intressant uppslag för framtida forskning.

Tyvärr måste författarna någonstans dra en gräns för empiri- och teoriinsamling vilket skapar en tredje kategori: de medvetna ofrivilliga avgränsningarna. I detta fall drogs den gränsen när en vecka kvarstod till inlämning och analysen, slutsatsen och arbetet med formalia skulle påbörjas. Tyvärr erhöles inte svar från alla som har kontaktats om intervjuer eller tips på teoriavsnitt (uppskattningsvis 70 % av tillfrågade respondenter i kategorin stödjande intervjuer tackade nej eller lät bli att svara, motsvarande siffra för primära intervjuer är 20 %). Det är svårt att spekulera i hur uppsatsen sett ut om svarsfrekvensen varit högre och tillgång till data större. Eventuella resultat av detta kommer att diskuteras i framtida forskning.

1.4 TIDIGARE FORSKNING

Nätverk är ett begrepp som under senare åren blivit allt vanligare använt. Detta gäller såväl inom forskning, samhällsdebatt och i det privata livet. Begreppet har använts på olika sätt inom olika discipliner. Inom sociologisk forskning har man utvecklat avancerade metoder för att, kvantitativt, mäta och analysera ett nätverks former. Inom andra discipliner används begreppet mer yttligt, som en metafor. Gemensamt är dock att begreppet har många olika användningsområden beroende på vilket sammanhang och vilket perspektiv det blir belyst ur.¹

Inom företagsekonomi bedrivs forskning främst inriktad på nätverksanalys som relaterar till marknaden och konkurrens mellan företag. Men detta är enligt forskarna inte tillräckligt för att beskriva alla skeenden i ”det ekonomiska livet”², eftersom marknaden nödvändigtvis inte består av kortvariga förbindelser mellan aktörer som endast varar så länge relationen utgör det bästa alternativet på marknaden för båda parter. Snarare är det tvärtom, att företag försöker skapa relationer, att samarbeta och för att minska konkurrensens betydelse för företaget. Företagens

¹ Hasselberg, Y., (2003). *Spindeln i nätet – Erik Johan Ljungberg, Loyalitet och ingenjöridentitet på Domnarverket och Skutskär, 1875-1896*. sid. 8

² Ibid. sid. 8

intentioner att bygga långsiktiga relationer med såväl kunder och underleverantörer är det som förklarats med nätverk inom företagsekonomi.³

Under de senare åren har det pågått en del forskning och arbete med att utveckla begreppet nätverk som ett analysredskap. Vissa forskare fokuserar på begreppet analyser av förändringar, geografiska förklaringar eller mer kvantitativa matematiska studier. Andra har snarare försökt förklara begreppet utifrån en viss typ av interaktion mellan individer.⁴

Interaktionen i sig själv drar inga gränser mellan professionella och privata relationer. Därmed kan nätverksrelationer inte heller analyseras och förstås genom att enbart endera parten studeras, då dessa hör samman och inte går att särskilja. Nätverk kan därigenom ses som ett särskilt interaktionssätt som är jämlikt, ömsesidigt och informellt. Forskare särskiljer på en personlig relation, en marknadsrelation och en professionell relation, där den förstnämnda är relativt outforskad inom företagsekonomi. Detta beror förmodligen på svårigheten att studera en relation utan någon organisatorisk förankring.⁵

Grunden för den personliga relationen baserar sig på Marcel Mauss gåvologik, även kallad primitiva logiken. Den framhäver att i den personliga relationen är båda parter inställda på att ge, ta emot och återgälda. Föremålet för utbyte måste inte vara traditionellt ekonomiskt, utan kan vara såväl lojalitet, information, tjänster och andra varor.⁶

³ Hasselberg, Y., (2003). *Spindeln i nätet – Erik Johan Ljungberg, Lojalitet och ingenjörsideitet på Domnarverket och Skutskär, 1875-1896*. sid. 8

⁴ Ibid. sid. 9

⁵ Ibid. sid. 10

⁶ Ibid. sid. 10

2 METOD

I detta kapitel redogörs för hur uppsatsen genomfördes samt förklaringar och motiv för val och ställningstaganden. Därefter följer en kortare beskrivning av de två undersökningsobjekten och typen av källor som används. Kapitlet avslutas med metod- och teorikritik. Avsikten med kapitlet är att beskriva hur arbetet fortskredit så att läsaren kan bedöma uppsatsens kvalitet, validitet och reliabilitet.

2.1 VAL AV ÄMNE OCH UNDERSÖKNINGSOBJEKT

I den till uppsatsen uppkom efter att vi båda läst en artikel om det då nystartade Salongen i Stockholm. Samtidigt hade vi föreläsningar om Intellectuellt Kapital med Leif Edvinsson med fokus på bland annat humankapital och relationskapital. I diskussioner om relationskapital och liknande blev vårt medlemskap i Nova100 intressanta också. Vi upplevde att både Salongen och Nova100 var relevanta undersökningsobjekt dels eftersom vi inte känner till liknande företag eller organisationer men även dels för deras egenartade, nätverksbaserade organisationsformer.

Vi upplevde att nätverk i olika former fick mycket utrymme i många olika sammanhang men också att ämnet var långt ifrån genomarbetat. Efter handledning och många diskussioner oss emellan kom vi fram till den ansats som presenterades i förra kapitlet. Nu förklaras hur resten av arbetet gick till, vilka rätt och fel som gjorts och försöka till att belysa vilka implikationer detta kommer att få.

2.2 GRUNDANTAGANDE

När vi påbörjade denna uppsats förelåg ett för oss gemensamt grundantagande som föreföll vara generellt accepterat. Det grundas i att nätverk har potential att på ett eller annat sätt skapa värde. Värdet kan sedan förekomma inom olika perspektiv; individnivå, organisationsnivå eller samhällsnivå. Anledningen till detta antagande är byggt på dess motsats, alltså; om de inte hade skapat någon form av värde hade de inte funnits. Denna utgångspunkt måste klargöras tidigt eftersom vi under arbetets gång aldrig ifrågasatt den samtidigt som den är en förutsättning för

många av våra frågor till intervjuobjekt och tankesättet i analysen. Förhoppningsvis instämmer läsaren och kan acceptera detta antagande.

2.3 VAL AV ANSATS

Ett tidigt ställningstagande i undersökningsarbetet var huruvida ansatsen skulle vara normativ eller deskriptiv och vad undersökningen skulle grundas på främst; teori eller empiri. Uppsatsens ansats har varit att genom empiri och teori först försöka förstå nätverken, deras logik och funktion, utifrån ett antal tidigare använda samt egna identifierade dimensioner. På så sätt är ansatsen deskriptiv och abduktiv eftersom teori och empiri har samlats parallellt.

Generellt är avsikten att beskriva fenomenet nätverk och samla data om hur nätverk ser ut eller fungerar och hur människor i nätverken upplever dem. Teorierna har samlats på samma sätt, för att kunna förstå fenomenet nätverk.

Ansatsen, och kanske uppsatsen i sin helhet, kan tyckas sakna en klassisk eller åtminstone stark anknytning till det företagsekonomiska för att vara en företagsekonomisk uppsats. Detta kan mycket väl vara sant. Nätverk är ett begrepp som inte på något sätt är specifikt företagsekonomiskt. Sociala nätverk är dock, som tidigare poängterats, högintressant inom företagsekonomi.

2.4 VAL AV UNDERSÖKNINGSMETOD

Undersökningen består av intervjuer och en observation. Intervjuerna har skett som mötesintervjuer om möjligt eller över telefon. Vid intervjuerna har bandspelare inte används eftersom detta kan hämma respondenten och är ett relativt ineffektivt sätt att arbeta på. Istället har en av författarna intervjuat medan den andre har antecknat och i undantagsfall ställt kompletterande frågor.

Intervjuerna har varit ostrukturerade, trots att ambitionen var att de skulle vara ha mer struktur. Vi insåg dock tidigt att respondenterna hade olika åsikter om definitioner och gärna använde olika termer för ibland samma begrepp. Av den anledningen försökte vi hålla en dialog där respondenten fick berätta om sina synpunkter och erfarenheter.

Vi valda också att hålla intervjuer i två kategorier; en primär kategori som utgjordes av personer med anknytning till Salongen eller Nova100 och en stödjande som av någon anledning möjligtvis hade erfarenheter eller kunskap om nätverk och närliggande begrepp. Denna kunskap eller erfarenhet kunde ha varit av olika art men vi fick kontakt med enbart i huvudsak akademiskt aktiva respondenter. Eftersom de primära intervjuerna är inriktade mot medlemmar av nätverk snarare än åskådare medför detta förhoppningsvis inga större problem eller snedvridningar. De stödjande intervjuerna gav oss dessutom många tips på användbara teoriavsnitt.

Vår ambition var att hålla tio primära intervjuer men på grund av bristande tillgång till respondenter och bortfall av bokade intervjuer blev det intervjuer med sex personer, därav fyra med anknytning till Nova100 och två till Salongen. Avsikten var att ha fler respondenter i vår uppsats och en jämnare fördelning mellan undersökningsobjekten men det har tyvärr inte varit möjligt. I kategorin stödjande intervjuer ville vi ha fem som utgångspunkt men vi lyckades bara hålla intervju med två.

Empirin består även av en observation av Salongen vilken utfördes 26 april, 2006. Observationen innebar att vi fick närvara vid en upplaga av Salongen och på riktigt uppleva hur det går till och vad som händer i nätverket. Utan observationen hade insikterna om Salongen varit högst begränsade. Dessutom var det rent personligen en mycket intressant upplevelse som vi är glada att ha fått. Rent tekniskt var det inte mer komplicerat än att precis som övriga gäster iakttä och prata med andra besökare och medlemmar.

2.5 UNDERSÖKNINGSOBJEKT

2.5.1 NOVA100

Nova100 grundades 1997 av Fredrik Andersson som ett affärsområde i Universum AB. Sedan 2002 är det ett eget bolag och räknas som en del av Universumkoncernen. På Universums hemsida förklaras Nova100 som *”ett unikt nätverk med de allra främsta talangerna bland unga akademiker”*.⁷ Talangfulla studenter och partnerföretag bildar tillsammans ett nätverk i syfte att skapa långsiktiga relationer mellan studenter, young professionals och partnerföretag. Beroende på partnerföretagens behov genomför Nova100 olika typer av aktiviteter för att profilera eller rekrytera bland medlemmarna.

⁷ www.universum.se

För medlemskap i Nova100 görs en urvalsprocess baserad på tre olika kriterier; akademisk kvot, business kvot och emotionell kvot. Uppfyller en sökande en viss nivå på samtliga kan denne, efter intervju, bli medlem i nätverket. Genom denna urvalsprocess anser Nova100 sig kunna ”*särskilja nutidens och framtidens stjärnor bland studenter*”.⁸ Nova100 hymlar inte med att de söker sina medlemmar bland talangerna ute vid de ledande universiteten och tar in cirka 1 % av Sveriges toppstudenter i sitt nätverk.⁹ Nova100 är genom uppköp verksamma, förutom i Sverige, även i Danmark, Norge, Tyskland och beräknas ha 4000 medlemmar i Sverige samt ytterligare några hundratal internationellt.

2.5.2 SALONGEN

Salongen ska vara en mötesplats som rymmer diskussioner vilka fokuserar på kunskap och omvärldsanalys samtidigt som medlemmar underhålls av talare och musiker. Ledorden är kunskap, humor och underhållning. Mycket av verksamheten bygger på att hitta en intressant och bred mix av människor i kategorin moderna ledare. Grundaren, Peter Lilliehöök, har arbetat med konceptet i drygt ett och ett halvt år och lanserade den första Salongen på Nybrokajen 11 i februari 2006.¹⁰

Personer från olika industrier finns representerade, dock får bara fem personer från varje bransch vara med. Inte heller får vem som helst teckna ett medlemskap utan en intresserad person skickar en ansökan om att få besöka Salongen och därefter bli godkänd som medlem. Peter är noga med att påpeka att Salongen inte handlar om överklass och har svårt för klassindelningar generellt. Istället hoppas han att Salongen ska fylla det tomrum som dokusåpor och prat om väder och vind.¹¹

2.5.3 PRIMÄRA KÄLLOR

Fredrik Andersson är grundare av Nova100 och var en viktig del i uppsatsen på grund av sitt intresse och sin erfarenhet från nätverk. Intervjun ägde rum i Stockholm på ett lugnt café i strax under två timmar. Filip Alderin har läst civilekonomi i Lund i fyra år med inriktning mot redovisning. Sedan ett år tillbaka jobbar han som Management Trainee på Unilever i Helsingborg. Vi har valt att intervjua Filip på grund av hans många år som medlem i Nova100 och det senaste året som exnova. Intervjun ägde rum över telefon i ungefär en timme. Judith Wolst läser civilekonomi i Lund sedan fyra år tillbaka och tar sin magister i år. Vi har valt att intervjua Judith på grund av hennes medlemskap i Nova100. Intervjun ägde rum över telefon i nästan en timme.

⁸ www.nova100.se

⁹ Ibid.

¹⁰ Intervju med Peter Lilliehöök, Diego

¹¹ Ibid.

Johan Andrén studerar industriell ekonomi och ekonomiprogrammet i Lund sedan fyra år och är medlem i Nova100 sedan två och ett halvt. Intervjun ägde rum i respondentens hem i 40 minuter. Peter Lilliehöök är ursprungligen populärhistoriker och har senaste året grundat Salongen, vilket han numera driver. Intervjun ägde rum över telefon i två omgångar, sammanlagt en och en halv timme. Jan Jensen, medlem i arbetsgivaren i Salongen, är utbildad jurist vid Stockholms Universitet och Harvard Law School och jobbar nu på Setterwalls Advokatbyrå inom främst företagsförvärv, börsintroduktioner och andra finansiella tjänster. Intervjun ägde rum över telefon i en halvtimme.

2.5.4 STÖDJANDE INTERVJUER

Fernando Flores är lektor och studierektor vid Kulturvetenskapliga institutionen i Lund. Han är medlem i en mängd olika forskarnätverk rörande exempelvis Latinamerika och Spanien och var med och startade web- och maillistor redan 1996. Respondenten S valdes ut efter tips från handledare eftersom S bär medlemskap i flera olika typer av klubbar, sällskap och nätverk. Innan intervjun avslutades bad respondenten om anonymitet vilket självklart har respekterats. Intervjun ägde rum i en timme över telefon med S i sin bostad. Frågorna var tänkta att handla om medlemskap i sociala nätverk i allmänhet och intervjuguiden var relativt ostrukturerad.

2.6 VAL AV TEORI

Den teoretiska referensramen som byggts upp baseras på teoriavsnitt inom främst nätverksteori och mer moderna tillämpningar av mer klassisk nätverksteori, såsom Gunneriusson et als artiklar i vilka Marcel Mauss gåvologik används i stor utsträckning. Teorierna har valts på basis av dess tillämpbarhet på undersökningsobjekten och vad som för oss har varit tillgängligt. Mycket är också derivat av socialantropologisk, sociologisk och psykologisk forskning. Vissa teorier har handledarna tipsat om, medan i andra fall har andra forskare inom sina kompetensområden bidragit med litteraturrekommendationer.

Teorikapitlet har fått en disposition som tydliggör på största möjliga sätt vad som sägs var och av vem. Detta för att läsaren ska få en inblick i det materialet som bearbetats, del för del, och samtidigt ge ett sammandrag av hur forskningen ser ut och har sett ut. Anledningen till att vi medvetet har valt att inte skapa en för oss specifik referensram, var att detta ansågs ligga för nära analysen. Om teorierna behandlas, kategoriseras och sorteras i den utsträckningen riskerar vi att avslöjar vårt analysarbete för tidigt. Vi tror inte heller att detta drabbar läsaren på något sätt, utan

tvärtom att det skapar tydlighet i vårt arbete och vad som skrivits tidigare. En del teoriavsnitt tas dessutom upp för att redogöra för befintlig forskning inom området.

2.7 KÄLLKRITIK

Genom detta avsnitt belyses de fallgropar som har identifierat under arbetets gång och redogörs för hur vi har agerat för att undvika att de påverkar undersökningen. Det finns många orsaker som kan påverka en undersökning av denna karaktär negativt.

2.7.1 TEORIKRITIK

Under arbetets gång har vi försökt hitta så mycket relevanta teorier och infallsvinklar på nätverk som möjligt. Detta har med säkerligen misslyckats men förhoppningen är dock att de teorier som har används är av sådan art att våra slutsatser är acceptabla ur läsarens perspektiv. En stor risk är att vi har missat teoriavsnitt med liknande eller helt annan inriktning eller karaktär vilket i så fall vore en förlust.

Ytterligare svagheter i teoribehandlingen är att vi stundtals använt oss av böcker som i utbildningssyfte sammanfattar annan forskning eller litteratur. Framförallt gäller detta användningen av boken *Strategizing* i avsnitten om viss nätverksteori samt institutionell teori. Vi såg stora fördelar med att använda litteratur som sammanfattats av erfarna författare och akademiskt aktiva och är övertygade om vi tillgodogjort oss de väsentliga delarna av de teorierna som finns. Dessutom kunde tiden istället fokuseras på att försöka hitta mer teori än annars hade varit möjligt. Vi vill dock påpeka att ovan nämnda teorier refererats till från sammanfattande alster och inte originalkällorna. Läsaren får avgöra om detta är acceptabelt eller inte.

Vi har också medvetet valt bort teoriavsnitt som på olika sätt är centrala i diskussionen om nätverk. Så är fallet med *Intellektuellt kapital* och i synnerhet *relationskapital*. Teorin är högst aktuell och intressant men är på många sätt överordnat nätverk i den bemärkelsen att forskning om nätverk bidrar till teorier om *relationskapital*, inte tvärtom.

2.7.2 METODKRITIK

Angående metoden i uppsatsen och de val som har gjort är våra egna erfarenheter och åsikter av stor vikt. Självklart är det negativt för ett forskningsarbete färgas av implicita resonemang. I detta sammanhang ska nämnas att båda författarna är medlemmar i Nova100 och har varit det i ett antal år. Ett stort metodrelaterat problem har dock varit hanteringen av Nova100 eftersom båda

författarna är medlemmar och känner till fakta om nätverket sen tidigare. Detta blev uppenbart när arbetet med retoriken i slutsatsen skulle påbörjas. Plötsligt insåg vi att vi inte hade data att tillgå som var specifik för undersökningen och vi är tvungna att presentera denna i sista delen av slutsatsen. Implicit empiri ska självklart förekomma i mycket lite utsträckning i en uppsats, vi är mycket medvetna om det. Trots detta ombeds läsaren att acceptera våra erfarenheter från forum och events med Nova100 som ett inslag i slutsatsen. Det ska dock poängteras att dessa erfarenheter rymmer fakta om hur träffar går till och liknande. Det är därmed inte viktig eller avgörande empiri som avses: uppfattningar om vad som äger rum är hämtade från den undersökningsspecifika empirin och har därifrån gått genom analysen för att få utrymme i slutsatsen.

Vi tror dock att vår bild av Nova100 är relativt objektiv och att tidigare erfarenheter och insikter är en tillgång. Undersökningsobjektet i sig är fortfarande högintressant och viktigt, vår tillhörighet betyder inte att vi inte har varit mindre kritiska i granskningen eller motsvarande.

Vi vill också påpeka att vi inte är helt nöjda med alla våra insatser, framförallt gäller detta intervjuandet. Det är svårt att ställa bra frågor och att följa upp alla resonemang så att allt känns uttömt i en intervju. Ibland har vi upplevt i intervjuer att vi kan låta dumma om vi ställer vissa frågor och så vidare. Utan denna rädsla eller problematik kanske våra data hade varit av bättre kvalitet.

3 TEORETISK REFERENS RAM

I detta kapitel presenteras uppsatsens teoretiska referensram. Kapitlet inleds med en inledning och en historisk återgivning kring nätverksperspektivet och framväxten av nätverkssambället. Därefter läggs uppsatsens teoretiska grund utifrån olika perspektiv såsom företagsekonomi, ekonomisk historia och beteendevetenskapliga discipliner, samt vissa kompletterande teorier.

3.1 INLEDNING OM NÄTVERKSTEORI

Nätverksteori bygger på att ingen verksamhet är helt fristående eller isolerad från sin omgivning, utan att det finns länkar och relationen till andra verksamheter som har en avgörande roll. Dessa relationer skapar resurser som verksamheten vill kunna utnyttja och ju fler relationer man lyckas skapa desto fler resurser har man tillgång till.

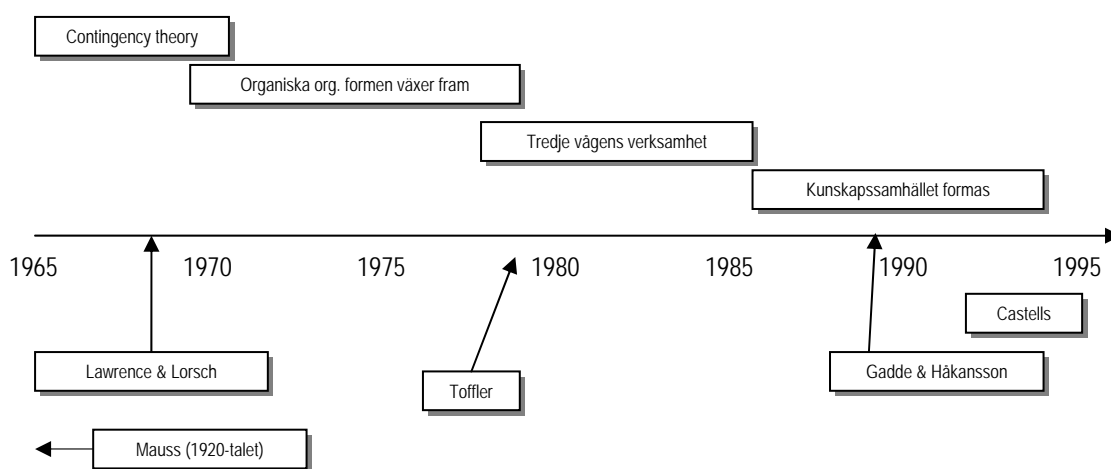
En stor nyhet som kom i samband med nätverksteorin var det faktum att det bröt mot tidigare etablerad neoklassisk ekonomisk teori om att marknaderna är anonyma. Detta var något som nätverksforskare dementerade och hävdade motsatsen till. Enligt forskarna består marknaden av aktörer (individer/verksamheter) till vilka andra individer och verksamheter skapar relationer och att denna relation är uppbyggd under tid och baseras på förtroende och tillit.¹²

Det förekommer ingen dominant nätverksskola eller en väl etablerad och accepterad nätverksteori vilket är fallet inom många andra områden. Teorin kring nätverk består istället av många teorier med olika ansatser varför det inte finns en heltäckande teoretisk referensram att beskriva. Därför har vi valt att försöka skapa oss en bild av många olika forskare för att därigenom bättre förstå teorierna om nätverk.

¹² Nygaard, C., Bengtsson, L., (2002). *Strategizing – en kontextuell organisationsteori*. sid. 218

3.2 NÄTVERKSPERSPEKTIVETS HISTORIK

Dagens nätverksteori anses ha sitt ursprung från 60-talet då forskning om situationsberoendet i organisationer lades fram. Det som på engelska kallas "Contingency theory" och innebär att omgivningen till en större grad påverkar organisationerna. Två av dessa var Lawrence och Lorsch som 1967 påvisade skillnaden med mekaniska och organiska organisationer i stabila respektive flexibla omgivningar. Vid organiska verksamheterna upptäckte de ett mer föränderligt relationsmönster, vilket idag kan ses som grunden till nätverksteorins fokus på just relationer.¹³



Figur 2 – Tidslinje över tidigare forskning

Under 70-talet fick den organiska organisationsformen ännu mer genomslagskraft, främst beroende på ett antal faktorer;¹⁴

- Den tekniska utvecklingen gjorde att man kunde producera snabbare och mer varierat än tidigare.
- Förändringsmönsterna på marknaderna blev snabbare.
- Oljekrisen tydliggjorde omvärldens påverkan på organisationernas verksamhet.

Detta ledde till att organisationer inte längre kunde ta omgivningen och relationerna till denna som självklar, utan flexibilitet blev en ny konkurrensfaktor. Instabiliteten i den allt mer globala ekonomin gjorde att företag började organisera sig utifrån nya modeller.¹⁵

¹³ Nygaard, C., Bengtsson, L., (2002). *Strategizing – en kontextuell organisationsteori*. sid. 219

¹⁴ Ibid. sid. 219

¹⁵ Ibid. sid. 219

Under 80-talet lanserade Alvin Toffler teorin om framtidens företag som ”tredje vågens verksamheter”. Det innebar att företag var organiserade som nätverk såväl internt som externt och det var först i samband med detta som nätverksperspektivet på riktigt fick se solens ljus.¹⁶

Kännetecken	Andra vågens verksamhet	Tredje vågens verksamhet
<i>Organisation</i>	Hierarki	Nätverk
<i>Fokus</i>	Organisation	Individ
<i>Stil</i>	Strukturer	Flexibilitet
<i>Styrekunderlag</i>	Stabilitet	Flexibilitet
<i>Ledning</i>	Dogmatik	Inspirerande
<i>Resurs</i>	Pengar	Information
<i>Fördel</i>	Större likhet	Meningsfull skillnad
<i>Motivation</i>	Att fullända	Att bygga

Figur 3 - Kännetecken för andra och tredje vågens verksamheter. Toffler 1980

Under 1990-talet intensifierades forskningen kring nätverk och detta resulterade i ett nytt uppslag. Forskare såg numera kunskap som organisationernas viktigaste resurs (kritiska resurs). Kunskap, till skillnad från kanske tidigare mer fysiska resurser, är mer mobila och flexibla med hjälp av teknologi, vilket gör att behovet att organisera verksamheterna på nya sätt uppkom. Dessa former skulle bättre klara av denna flexibilitet. Detta ledde i slutändan till distinktionen om kunskapssamhälle och kunskapsekonomi och i dessa begrepp poängteras verksamheternas beroende av relationer. Den viktigaste lärdomen och budskapet är att nätverksperspektivet är framhävandet av relationer för att skaffa sig kunskap, samtidigt som man måste organisera sig som nätverksorganisationer; vilket innebär hög flexibilitet, decentraliserad planering och kontroll samt hög samverkan över formella gränser.¹⁷

3.3 NÄTVERKSSAMHÄLLET

I turbulenta tider grupperar sig människor gärna kring primära identiteter; främst rör sig detta om religiös fundamentalistisk tillhörighet. Sökandet efter en identitet, både kollektiv och individuell, blir en central faktor i individers sociala mening och syfte. Denna gruppering sker också utifrån vad en individ är eller tror sig vara, inte utifrån vad människan gör. Samtidigt sker en in- och urkoppling av individer i det globala nätverket av instrumentella, till skillnad från personliga eller

¹⁶ Ursprungligen från Toffler, A., (1980). *Tredje vågen*.

¹⁷ Nygaard, C., Bengtsson, L., (2002). *Strategizing – en kontextuell organisationsteori*. sid. 220

mer humana, utbyten. I förlängningen resulterar detta, enligt Castells, i att ”*våra samhällen struktureras alltmer kring en bipolär motsättning mellan Nätet och Jaget*”.¹⁸ Vilka vi är, vad vi har för roll och i vilket sammanhang får en allt större mening; en dikotomi mellan funktion och mening. I denna situation blir kommunikationsmedel viktiga och när de saknas alieneras grupperingar och motsättningar uppstår.¹⁹

Den teknologiska utvecklingen i allmänhet och informationsteknologin i synnerhet blir en viktig utgångspunkt i detta resonemang om människans beteende och nätverkens framväxt. Samhället och teknologin utvecklas fristående från varandra men i intervention eftersom tekniken också är samhället och analyseras utifrån sin tekniska status och funktion. Internet och utvecklingen av informationsteknologi i framförallt Silicon Valley är tydliga exempel på detta. Dessutom fick teknologin en spridning som växte exponentiellt och till helt skilda kulturer över hela världen. Vidare har informationsteknologin varit en central faktor i kapitalismens förändring och genomslagskraft; den skapades inom ramen för dess syften men kan inte reduceras enbart till dess egna ändamål eller funktioner.²⁰

Vid sidan av industrialisering och kapitalismens som produktionsfaktor framhävs av Castells den nya ”informationalismen” i kontexten nya sociala strukturer. Teorin bakom detta knyts starkt samman med resonemang om att samhällen struktureras kring historiskt bestämda relationer mellan produktion (människans handlande gentemot materia i syfte att erhålla och konsumera en produkt), erfarenhet (människans handlande gentemot sig själv i relation till dess sociala miljö) samt makt (vissa subjekts handlande som påtvingar andras subjekt sin vilja, varvid också samhällets institutioner agerar förstärkande i denna process).²¹ I den symboliska kommunikation mellan individer samt relationerna som bestämmer produktionen, erfarenheten och maktförhållanden skapas genom historien kulturer och kollektiva identiteter.²² I detta nya informationella utvecklings sättet är, till skillnad från i det agrara eller industriella, behandling och bearbetning av kunskap och information samt symbolkommunikationens teknik källan till produktivitet. I en process där informationsteknologin bygger vägar för transport och överföring av kunskap växer både användningspotentialen av kunskap och kunskapen själv. Detta blir en självförstärkande process som utgör basen för ett nytt tekniskt paradig som är inställt på teknisk utveckling, med andra ord kunskapsackumulation och högre komplexitet i informationsbehandlingen. Historisk

¹⁸ Castells, M., (1999). *Informationsåldern: ekonomi, samhälle och kultur – Nätverkssamhällets framväxt*. sid. 27

¹⁹ Ibid. sid. 26-27

²⁰ Ibid. sid. 28 ff

²¹ Ibid. sid. 36 ff

²² Ibid. sid. 39

förändring och det som ger näring till samhällen och dess processer är samspelet mellan produktionssätt och utvecklingsätt.²³

Den informationella ekonomin är, enligt Castells, global i bemärkelsen att den fungerar som en enhet i realtid. Detta är, historiskt sett, helt nytt och manifesterades under slutet av 1900-talet. Mer specifikt definierar Castells den globala ekonomin på följande sätt:

”En ekonomi vars centrala komponenter har institutionell, organisatorisk och teknisk förmåga att arbeta som en enhet i realtid, eller på vald tid, i världsomfattande skala”²⁴

3.4 NÄTVERKSTEORI

3.4.1 NÄTVERKSSTRUKTUR & NÄTVERKSPROCESSER

”Begreppet relation beskriver den (sociala) kontakten mellan två aktörer. En enkel relation kallas också dyad. Begreppet nätverk använder vi för att beteckna eller beskriva en uppsättning relationer mellan flera aktörer.”²⁵

För att åskådliggöra band mellan människor kan relationer delas in i olika nätverkszoner för att visa vilka individer som har relation till andra verksamheter. Dessa indelningar brukar göras i primära, sekundära och tertiära zoner. Dessutom brukar dessa delas in i typ av relation: i personliga nätverket och verksamhetsnätverket (även kallat industriellt nätverk). Personliga innebär kopplingar mellan individer medan verksamhet är mellan olika företag och organisationer. Verksamhetsnätverket brukar sedan i sin tur innehålla ett personligt nätverk, eftersom det i grund och botten är individer inom verksamheterna som har relationer med varandra. Denna indelning görs främst för att man lättare ska kunna analysera nätverket, då antalet kopplingar blir för många och för komplexa utan indelningen.²⁶

Nätverksforskarna Håkansson och Snehota's nätverksanalys består av två huvudkomponenter; strukturanalys och processanalys, där strukturen står för form och process för innehållet. Strukturanalysen resulterar således i vilka som är med i nätverket och hur de har relationer till

²³ Castells, M., (1999). *Informationsåldern: ekonomi, samhälle och kultur – Nätverkssamhällets framväxt*, sid. 41

²⁴ Ibid. sid. 124

²⁵ Nygaard, C., Bengtsson, L., (2002). *Strategizing – en kontextuell organisationsteori*. sid. 221

²⁶ Ibid. sid. sid. 222

varandra. Processanalysen undersöker istället innehållet i en specifik relation. Deras forskning har resulterat i ett antal gemensamma drag och kännetecken för nätverk.²⁷

Nätverkets struktur kännetecknas av:²⁸

- 1) Kontinuerlig – det finns en långvarig stabilitet i relationen
- 2) Komplex – många relationer på olika nivåer i nätverken
- 3) Symmetrisk – Likartad resursinsats från alla i nätverket (Få fripassagerare)
- 4) Informell – Sällan kopplingar till avtal eller juridik inom ramen för samarbetet

Nätverkets process kännetecknas av:²⁹

- 1) Adaptiva – Hög grad av imitation mellan parterna
- 2) Samarbetspräglade – Aktörer samarbetar med varandra
- 3) Socialt grundade – personlighet och förtroende
- 4) Rutinpräglade – Institutionalisering av roller och lösningar

Utifrån ovanstående distinktion kan nätverk således klassificeras som svaga respektive starka nätverk. Ett starkt omfattar ovanstående punkter till hög grad medan det är motsatt förhållande i svaga nätverk.³⁰

3.4.2 SOCIAL EMBEDDEDNESS

För att förstå processerna i denna typ av nätverk, bör den sociala förankringen dessutom förtydligas. Alltså att relationerna i sig inte bara har ett ekonomiskt eller företagsbaserat innehåll, utan även en social kontext. Aktörer med ekonomiska intressen gör alltså affärer dels grundade på ekonomiska förhållanden, men även sociala baserade på till exempel förtroende. Teorin utvecklas i litteraturen genom ”*the social embeddedness of economic action*”³¹. Med detta inte sagt att organisationer har såväl ekonomiska och sociala relationer, utan snarare att deras ”ekonomiska relationer samtidigt är sociala”.³²

²⁷ Nygaard, C., Bengtsson, L., (2002). *Strategizing – en kontextuell organisationsteori*. sid. 225

Ursprungligen från Håkansson, H., Snehota, I., (1995). *Developing relationship in Business networks*.

²⁸ Ibid. sid. 227

²⁹ Ibid. sid. 227

³⁰ Ibid. sid. 228

³¹ Granovetter, M., (1985). Economic action and social structure – the problem of embeddedness

³² Ibid.

Den ekonomiska eller företagsmässiga relationen behöver inte endast bestå av monetära innebörder, utan kan likaväl vara information, kunskap, teknologi eller råvaror och där i regel innehållet kan jämföras med någon form av resurs.

3.4.3 SOCIALA NÄTVERK OCH FÄLT

I verket ”Sociala nätverk och fält” skriver Gunneriusson et al (forskare inom ekonomisk historia i Uppsala) om nätverk ur ett socialhistoriskt perspektiv och låter begreppet på samma sätt som *klass* och *organisation* utgöra nya grunder för förståelse. Verket ägnas främst åt nätverks innehåll, snarare än form. Författarna hävdar att begreppet hittills använts med antingen för stor eller för liten precision. Lite precision innebär att begreppet används för ett fenomen som annars är svårt att beskriva och för stor precision innebär att begreppet operationaliseras till en mätmetod.³³

Författarna skiljer mellan tre typer av sätt att organisera samhället: marknader, hierarkier och nätverk.³⁴ Marknaden som form för organisation är den konkurrensbetonade marknaden (Smith och den klassiska synen på ekonomin) som präglas av kortvariga sociala relationer vilka spelar en underordnad roll till utbytet och transaktionen. Priset sätts av utbud och efterfrågan och aktörerna är fria och oberoende.

En hierarki präglas av en heterogen maktstruktur, det vill säga en ojämn allokering av makten mellan olika aktörer. Makt korrelerar positivt med handlings- och beslutsfrihet och regler samt formaliserade styrinstrument spelar en avgörande roll. Skillnaden mellan reglerna vad gäller marknad och hierarki är graden av formalisering (regler är ju närvarande även på marknader).³⁵

Nätverk präglas å andra sidan av en platt struktur. De mest frekvent förekommande kontakterna eller relationerna är jämlika och utan auktoritetsinnehåll. En viktig distinktion mellan nätverk och marknad är tidsperspektivet på relationerna; i ett nätverk finns en annan långsiktighet i kontakten mellan aktörerna. Till skillnad från hierarkin är graden av formalisering relativt låg även om vissa normer och strukturer styr interaktion och relationer i nätverket. Centralt i sammanhanget om dessa typologier är att beskrivna fall är urtyper och att det främst rör sig om tre olika typer av *interaktionsätt*. Således finns alltså nätverk inom både marknader och hierarkier.³⁶

³³ Gunneriusson, H. et al. (red), (2002). *Sociala nätverk och fält*. sid. 9

³⁴ Ursprungligen från Powell, Walter W. i Thompson et al. (1991) *Markets, Hierarchies and Networks The Coordination of Social Life*.

³⁵ Gunneriusson, H. et al. (red), (2002). *Sociala nätverk och fält*. sid. 15

³⁶ Ibid. sid. 15

Vidare är nätverksbegreppet ibland tillämpat avseende alla typer av mänskliga interaktioner men lämpar sig bäst att användas för att karaktärisera relationer mellan människor som på ett eller annat sätt är jämlika och har frivilliga samt ömsesidiga relationer.³⁷

Liksom Powell menar Gunneriusson et al att nätverket är ”en specifik form av samhällsorganisation”.³⁸ I detta sammanhang vill författarna också skifta fokus från beskrivningen av nätverket till funktionen av detsamma. Funktioner som anges är: *utbyte* (distribution, det vill säga förmedling av resurser), *utestängning* (exklusion, det vill säga utestängning av vissa aktörer från ovan nämnda distribution) samt *sammanhållning* (inklusion, det vill säga nätverket blir en oberoende enhet med allmänt accepterade förhållningsregler bland aktörerna i nätverket).³⁹

3.4.3.1 Tillit och utbyte

I ett socialt nätverk är utbytet den viktigaste funktionen. Enligt företagsekonomi handlar detta till stor del om att minska transaktionskostnader. Därutöver kännetecknas även nätverksutbyte av långvariga relationer mellan aktörer, god personlig kännedom mellan inkluderade och således ömsesidig tillit.⁴⁰ Författarna menar också att nätverkets fördelar är svåra att kvantifiera.

Utbytet i nätverk förklaras genom Marcel Mauss⁴¹ teorier om den primitiva logiken och gåvoutbytet. Enligt Mauss teori sker ett upprepat utbyte av gåvor i nätverk. (Denna gåva kan vara ett faktiskt föremål, en tjänst, anställning eller en utmärkelse.) Det centrala är dock att en gåva förutsätter en gengåva och att därmed en tacksamhetsskuld uppstår. Detta kontinuerliga utbyte skapar, verifierar och återskapar ett förtroende mellan parterna i nätverket. Relationer av denna karaktär kan sedan i framtiden användas av personer i nätverket.⁴²

Gåvoutbytet skapar dessutom en viss hierarki, eller positionskarta, i nätverket. Mauss menar att gåvor och gengåvor måste vara jämförbara värdemässigt. Om så inte är fallet riskerar en part att känna sig lurad vilket rubbar deras ömsesidiga förtroende och tillit. På så sätt kan en aktör i nätverket inte ta emot en gåva utan att återgälda den på ett korrekt sätt och samtidigt behålla sin

³⁷ Gunneriusson, H. et al. (red), (2002). *Sociala nätverk och fält*. sid. 16

³⁸ Ibid. sid. 17

³⁹ Ibid. sid. 18

⁴⁰ Ibid. sid. 19

⁴¹ Marcel Mauss har bedrivit forskning inom sociologi och socialantropologi och har på många sätt påverkat även andra discipliner. Hans främsta bidrag inom forskningen är hans analys av gåvoinstitutionen vilken är beskriven i *Gåvan*. Originalverket utgavs 1925 och har sedan dess omtryckts 1950, översatts till engelska 1954 och på svenska 1997. Mauss verk tar upp gåvoutbytet i primitiva samhällen, men än idag kan man identifiera motsvarande utbyte. Vi har dock valt att använda Gunneriussons utvecklade syn på Gåvautbytet istället för Mauss, då vi anser att denna är mer applicerbar i dagens samhälle.

⁴² Gunneriusson, H. et al. (red), (2002). *Sociala nätverk och fält*. sid. 20

position i nätverket.⁴³ Det går däremot inte att avkräva en aktör att återgälda en gåva, utan gåvan återgäldas av aktören på grund av deras relation, därav är gåvan tillitsbaserad.⁴⁴

En annan viktig aspekt är att sociala nätverk fungerar väl där aktörer av olika anledningar har liten kontroll. Brist på kunskap om ett specifikt problem medför bristande kontroll, vilket tillit mellan aktörer kan ersätta.⁴⁵

3.4.3.2 Inklusion och exklusion

Sociala nätverk definierar sig själva genom att inkludera eller exkludera människor. Mekanismen bakom detta är även här tillit och förtroende. Utan tilliten kommer nätverken varken att utvecklas eller fortsätta existera.⁴⁶

Tilliten bestämmer alltså både formen för relationer i nätverket, utbyteslogiken samt vilka som inkluderas eller exkluderas i nätverket. Det finns dock andra faktorer som också påverkar formerna för sociala nätverk. En av dessa är klassaspekten. Det är betydligt mer vanligt att nätverk engagerar människor från samma samhällsskikt och bakgrund. En av anledningarna bakom detta är att det uppkommer många tillfällen för kontaktskapande mellan personer inom samma kategori eller klass (släktskap, skola, bostadsområde). Det finns dessutom fler jämförbara gåvor att utbyte, människor från samma klass eller bakgrund delar ofta samma logik och värderingar. Detta brukar kallas kulturella koder, ett begrepp som kan jämföras med smak. Människor från samma skikt i samhället tenderar också att visa lojalitet mot denna gemensamma smak, vilket förstärker tilliten och förtroendet parterna emellan.⁴⁷

Det finns också en tydlig tendens i sociala nätverk att socialisera med samma kön. Män har en större benägenhet att skapa manliga nätverk, kvinnor tenderar att bilda kvinnliga. Detta benämns homosocialitet och beskrivs bäst som en undermedveten vilja att umgås med människor som är lika en själv. Förståelse och tillit är lättare att uppbringa i relationer mellan människor som uppfattar varandra som lika.⁴⁸

⁴³ Gunneriusson, H. et al. (red), (2002). *Sociala nätverk och fält*. sid. 20

⁴⁴ Ibid. sid. 35

⁴⁵ Ibid. sid. 35

⁴⁶ Ibid. sid. 21

⁴⁷ Ibid. sid. 23

⁴⁸ Ibid. sid. 25

3.4.3.3 Fält och sociala nätverk

Skillnaden mellan fält och sociala nätverk består främst i att fältet ”beskriver ett antal positioners relativa förhållande till varandra medan nätverket beskriver kvalitativa sociala relationer”⁴⁹. I en förlängd definition ingår även det faktum att aktörer på fältet konkurrerar om något för dem gemensamt.⁵⁰ Fält kan till exempel vara de ekonomiska, akademiska eller diplomatiska fälten. Ett fält definieras generellt av de vinster som går att skapa i det. Ett socialt nätverk kan i viss mån påverka regler eller normer som gäller på ett givet fält eftersom aktörerna inom nätverket och fältet kan vara desamma. Däremot behöver inte alltid nätverken anses som legitima på fältet. Författarna menar att så är fallet inom det akademiska fältet men inte i lika stor utsträckning på det ekonomiska.⁵¹

En annan viktig skillnad mellan nätverk och fält är att nätverk bara behöver hävda sin existens för sig själva; ett fält å andra sidan behöver extern bekräftelse. För nätverket kan detta i vissa fall vara direkt skadligt.

3.4.3.4 Socialt och symboliskt kapital i nätverk

En aktör fogar över två strategiska resurser vilka samspelar i syfte att uppnå ett för aktören medvetet eller undermedvetet mål: symboliskt kapital samt socialt kapital.

Nätverksrelationer är personliga på så sätt att de inkluderar hela personen. Därmed ingår alltid aktörers professionella roller i nätverket eftersom utbyten sker inom ramen för vad varje person kan erbjuda i relationer i nätverket.⁵² Det sociala kapitalet är gångbart och värdefullt var än människor interagerar eller relationer uppstår.⁵³

Nätverksrelationer har en sådan betydelse i människors liv att det kontinuerligt uppstår behov av att reproducera dem. Dock är olika aktörer olika begåvade socialt och därigenom olika bra på att använda sociala relationer som en resurs. Detta medför att människor i nätverk prioriterar det sociala kapitalet⁵⁴, ett begrepp som ska ses i relation till andra former av abstrakt kapital (mer om dessa senare). Socialt kapital kan i detta sammanhang definieras materiellt eller mer immateriellt. Materiellt är socialt kapital summan av de människor en aktör har en utbytesrelation till. Immateriellt sett definieras det som alla relationer eller förbindelser till andra människor. Ytterligare

⁴⁹ Gunneriusson, H. et al. (red), (2002). *Sociala nätverk och fält*. sid. 36

⁵⁰ Ibid. sid. 50

⁵¹ Ibid. sid. 36

⁵² Ibid. sid. 25

⁵³ Ibid. sid. 34

⁵⁴ Ursprungligen härstammar begreppet från Pierre Bourdieu

en definition lyder: ”*summan av människor den aktuella aktören innehar rättigheter i*”⁵⁵ (med rättigheter menas här gengåvor). Med detta kan också sägas att det sociala kapitalet är ”*summan av potentiella möjligheter att utnyttja den reservoar av kapitalarter ... som en grupp tillsammans disponerar*”.⁵⁶

I näringslivet, i bemärkelsen fält, kan aktörer öppet deklarerat att en av deras främsta tillgångar är en inflytelserik bekantskapskrets eller nätverk. Således är det på det ekonomiska fältet legitimt att nyttja sitt sociala kapital och därmed nätverk. I förlängningen, har det visat sig, att nätverkets logik kan bli gällande på fältet. Om aktörerna upplever sin situation som stabil och ohotad på fältet innebär detta att deras sociala kapital är legitimt. Då detta kan strida mot fältets logik kan aktörer finna sig i komplicerade situationer med misstroende och liknande som följd. Många förtroendekriser kan spåras till att ett nätverk har ignorerat fältets logik och istället agerat i enlighet med nätverkets logik.⁵⁷

Symboliskt kapital är verksamt i de sammanhang de tillerkänns värde.⁵⁸ Det symboliska kapitalet har den stora fördelen att kapitalet verkar utan att aktören agerar eller använder det, till skillnad från socialt kapital. Symboliskt kapital är däremot inte gångbart överallt där människor interagerar, vilket socialt kapital är.⁵⁹

I vissa fall kan kapitalformerna konverteras till andra former. I fallet med till exempel en VD-titel (symboliskt kapital) kan vederbörande uppleva att fler vill lära känna honom/henne (en ökning i det sociala kapitalet). På samma sätt kan socialt kapital omsättas i symboliskt kapital; en person som umgås intensivt med en väl ansedd person kan få motta vissa fördelar eller titlar på grund av sitt umgänge.⁶⁰

Framgång för en aktör definieras som summan av aktörens kapital: ekonomiskt, socialt och symbolisk (med tonvikt på det ena eller andra beroende på vilket fält personen agerar). Marknaden är mest lämplig för ackumulation av ekonomiskt kapital, akademien för symboliskt kapital och så vidare. Gränserna mellan fälten kan vara flytande och därigenom kan kapitalformer bytas och omvandlas. Enligt samma logik som aktörer omvandlar kapital kan de själva flytta till andra fält. En framgångsrik vetenskapsman kan bli ekonom till exempel.⁶¹

⁵⁵ Gunneriusson, H. et al. (red), (2002). *Sociala nätverk och fält*. sid.28

⁵⁶ Ibid. sid. 67

⁵⁷ Ibid. sid. 44

⁵⁸ Ibid. sid. 53

⁵⁹ Ibid. sid. 34

⁶⁰ Ibid. sid. 27

⁶¹ Ibid. sid. 90

Dessa kapitalformer samlas eller aggregeras hos en person som är framgångsrik på ett fält. Den mest kapitaltäta delen av ett fält är vad som brukar kallas elit: den styrande eller inflytelserika delen av ett fält. De som dominerar ett fält har ofta också makt, det vill säga en vilja och förmåga att utöva en auktoritet eller ett inflytande.⁶² Målet är dock sällan total makt utan snarare starkt inflytande eftersom total makt lätt skapar motreaktioner.⁶³

3.4.3.5 Vad är föremål för utbytet?

En sak som gäller både på fält och i nätverk är den stora betydelsen och värdet av information. På fältet är information en väg till framgång; i nätverket en möjlighet att ge och därmed få. Således är information på fältet ett konkurrensmedel medan det i nätverket är en förutsättning för att ingå i nätverket och därmed i förlängningen är information en förutsättning för att nätverk ska existera. Information är dock inte den enda viktiga faktorn, kunskap är också en betydelsefull faktor. Det finns en viktig distinktion mellan kunskap och information.⁶⁴ Begreppen ligger nära varandra men skillnaden uppenbarar sig om man använder ordens motsvarighet i verbform: att kunna och att informera. Att informera förknippas med någon form av förmedling, lagring eller återgivning och är något objektivt som kan finnas utanför våra hjärnor. Att kunna förknippas å andra sidan med en förmåga att utföra eller göra något och är därmed något som bara blir aktuellt i relation till handlande. Därför är en distinktion mellan information och kunskap som extern och intern tänkbar.⁶⁵

Informationens nytta är inte omedelbar. Kunskap behövs ofta för att tillgodogöra sig information. Kunskap kan också ses som ett resultat av bearbetning om information betraktas som rådata och kunskap som sorterad och analyserad information.⁶⁶ En annan tänkbar distinktion blir synlig om begreppen ”know-how” och ”know-that” användes.⁶⁷

En central fråga i ekonomiska resonemang om information är informationens exklusivitet. I detta sammanhang blir dessutom nätverk centralt. Den exklusiva informationen är avgörande för framgång och den stora mängden information är istället lätt tillgänglig, vilket är typiskt för ekonomiska fält.⁶⁸

⁶² Gunneriusson, H. et al. (red), (2002). *Sociala nätverk och fält*. sid. 39

⁶³ Ibid. sid. 40

⁶⁴ Ibid. sid. 73

⁶⁵ Ibid. sid. 76 f

⁶⁶ Ibid. sid.79

⁶⁷ Ibid. sid. 80

⁶⁸ Ibid. sid. 86

Information som förmedlas muntligt över luncher, telefon eller annan korrespondens har per definition en exkluderande karaktär. Det är samtidigt den typ av information som vanligtvis förknippas med sociala nätverk i det ekonomiska fältet. Utbytet av information kan därmed förstås i sammanhanget exklusion i nätverk.⁶⁹

3.4.4 SPINDELN I NÄTET

En grundpelare i Jan Gletes (forskare inom ekonomisk historia vid Uppsala Universitet) forskningsarbete, baserat på företagsekonomisk nätverksforskning, är att kontaktnät eller nätverk kan fungera som grund för vilket beslut ett företag fattar i en viss valsituation.⁷⁰ Nätverk innehåller och förmedlar viktig information samtidigt som det lagrar tidigare erfarenheter, vilket utifrån tillgänglig information beslut fattas. Detta är applicerbart på alla typer av personliga nätverk, men är framförallt betydelsefullt på lednings- och ägarnivå.⁷¹

Intressanta frågeställningar inom nätverksforskning är hur en VD:s personliga nätverk förhåller sig till dennas professionella roll, eller i vilken mån kompetens en är konsekvens av ett skickligt utnyttjande av företagets och företagarens sociala kapital.⁷²

*”Ett välutvecklat kontaktnät kan ge uppslag till intressanta affärer och utvecklingsprojekt och det underlättar deras förverkligande. När kontaktnätet fungerar väl ger det även upphov till stark lojalitet i kund- och säljrelationerna.”*⁷³ Nackdelen med ett fungerande nätverk är de problem som kan uppstå vid för snabb rörlighet och förändring på marknaden som antingen hotar att riva upp kontaktnätet, flytta domängränserna eller slå ut en del personer ur nätverket för att ge plats åt nya medlemmar. Vid dessa situationer tenderar lojalitet och etablerade relationer att fungera som hinder för information och etablerandet av nya kontaktnät.⁷⁴

⁶⁹ Ibid. sid. 87

⁷⁰ Hasselberg, Y., (2003). *Spindeln i nätet – Erik Johan Ljungberg, Lojalitet och ingenjörsideitet på Domnarverket och Skutskär, 1875-1896.* sid. 6

Ursprungligen hämtat från Glete, J., (1987). *Ågande och industriell omvandling.*

⁷¹ Hasselberg, Y., (2003). *Spindeln i nätet – Erik Johan Ljungberg, Lojalitet och ingenjörsideitet på Domnarverket och Skutskär, 1875-1896.* sid. 6

⁷² Ibid. sid. 5

⁷³ Hasselberg, Y., (2003). *Spindeln i nätet – Erik Johan Ljungberg, Lojalitet och ingenjörsideitet på Domnarverket och Skutskär, 1875-1896.* sid. 6

Ursprungligen hämtat från Glete, J., (1987). *Ågande och industriell omvandling.*

⁷⁴ Hasselberg, Y., (2003). *Spindeln i nätet – Erik Johan Ljungberg, Lojalitet och ingenjörsideitet på Domnarverket och Skutskär, 1875-1896.* sid. 6

Den vanligaste hypotesen är att nätverk är en positiv resurs. Sociala nätverk i vissa specifika situationer ”får närmast rollen av en forskningsens sesamportal till framgångsrik företagsutveckling”⁷⁵. Sällan diskuteras de eventuella negativa effekterna av sociala nätverk där relationen blir för stark och växer fast. Glete anser därför att sociala nätverk kan vara ett institutionellt hinder för verksamheten.⁷⁶

3.4.5 MEET ME AT MY CLUB

En klubb kan definieras som en samling eller organisation av människor med samma gemensamma intresse som träffas på en specifik plats. Förr var det gemensamma intresset förmodligen socialt, politiskt, artistiskt, filosofiskt. Idag handlar intresset nästan uteslutande om affärsmöjligheter, på ett eller annat sätt. Begreppet klubb är inte vanligast men faktum är att nätverk har exakt samma avsikt. Denna breda definition av begreppet och de många olika formerna av klubbar vidgar det ännu mer.⁷⁷

Många klubbar eftersträvar att på något sätt omfatta en elit. Ju mer elitistisk en klubb är desto mer status, prestige och respekt skapar den till sina medlemmar. Trots detta är inte exklusivitet alltid huvudmålet för nätverk. Många nätverk hävdar istället motsatsen att öppenhet är att föredra; alltså öppenhet och många medlemmar är bättre.⁷⁸

Däremot innebär exklusivitet inte samma sak idag som det gjorde förr. Då var en exklusiv klubb endast öppen för välbärgade, vita män. I dagens affärsorienterade samhälle innebär diskriminering på grund av ras, kön eller religion en förlust av en potentiell kund. Den förändrade fokusen har även reflekterats i klubbar. Klubbar och nätverk är definitivt en social företeelse men det är också en modell för att attrahera morgondagens kunder, vilket kan vara en lönsam affär.⁷⁹

Framförallt var det under den nya ekonomin som dagens nya klubbar växte fram. Det var i dessa sammanhang som entreprenörer och riskkapitalister insåg att värdet ökade i korrelation till antalet relationer. Löst sammanhållna nätverk blev klubbar och resulterade slutligen i affärer. Dock finns det de som anser att denna typ av lösa nätverk inte är en klubb eftersom de anser att exklusivitet är en del av själva begreppet klubb. Nätverk är en sak, medan ett exklusivt nätverk är en helt annan.

⁷⁵ Hasselberg, Y., (2003). *Spindeln i nätet – Erik Johan Ljungberg, Lojalitet och ingenjöridentitet på Domnarverket och Skutskär, 1875-1896.* sid. 7

⁷⁶ Hasselberg, Y., (2003). *Spindeln i nätet – Erik Johan Ljungberg, Lojalitet och ingenjöridentitet på Domnarverket och Skutskär, 1875-1896.* sid. 6

Ursprungligen hämtat från Glete, J., (1987). *Ägande och industriell omvandling.*

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Dearlove, Des, ”Meet me at my club”, *Business Strategy Review*, 2003, Vol 14 Issue 2

⁷⁹ Ibid.

En av de stora fördelarna med klubbar av detta slag är att deras medlemmar kan träffas och ”rub shoulders” med likasinnade, elitister eller inte. Men det faktum att de kan träffas informellt ökar värdet av relationen. Inom affärslivet är parterna oftast bundna i sin relation till andra av någon form av kontrakt eller transaktion, varför relationer utanför dessa ramar är sällsynt. Samtidigt byggs relationens längd i princip på fortsatta kontrakt. I klubbarna är det annorlunda eftersom relationen där kan bli långvarig och informell utan några begränsningar av transaktioner eller formalitet.⁸⁰

Klubbar är baserade på gemensamma intressen, vare sig det gäller profession, hobby, filosofi eller annat så binds klubben ihop på grund av detta gemensamma band. Därigenom får medlemmarna också en önskan att träffas vilket skapar naturliga mötesplatser eller marknadsplatser för att tillfredställa detta behov. Här får fysiska klubbar en roll att fylla, samtidigt som nya strukturer har trätt fram; den virtuella klubben. Med hjälp av Internet behövs inte längre den fysiska mötesplatsen i samma utsträckning, utan istället för att gå till klubben, så kommer klubben hem till medlemmen.⁸¹

3.4.6 SOCIAL NETWORK ANALYSIS

Social Network Analysis är ett tillvägagångssätt för att kartlägga sociala nätverk genom att analysera noders kontakter med andra noder. Begreppet är skapat av ett forskningsföretag som licensierar ut egen mjukvara och utbildar inom analys av sociala samt organisatoriska nätverk. Genom mjukvaran är det möjligt att visuellt och matematiskt rita ett aktuellt nätverk och bättre förstå till exempel maktstrukturer och hur de utvecklas.⁸²

Teorin identifierar främst tre faktorer, *degree centrality*, *betweenness centrality* och *closeness centrality*, som bestämmer hur fördelaktig en nods läge i ett nätverk är. *Degree centrality* bestäms av hur många kontakter en nod har, det vill säga till hur många andra noder det finns relationer, med relation menas regelbunden kontakt av något slag.⁸³

Vad gäller *degree centrality* har G i särklass bäst position i nätverkskartan nedan eftersom G har flest aktiva kontakter. Detta gör G till en ”hub” i nätverket, med andra ord en nod som sammanför andra noder. Detta kan tolkas som det bästa läget i nätverket, men det behöver inte vara hela

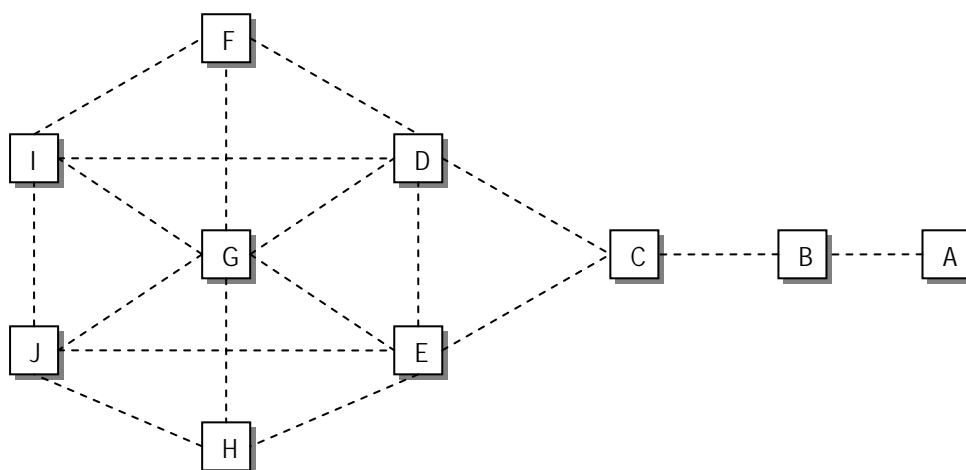
⁸⁰ Dearlove, Des, ”Meet me at my club”, *Business Strategy Review*, 2003, Vol 14 Issue 2

⁸¹ Ibid.

⁸² www.orgnet.com

⁸³ Ibid.

sanningen. Istället är det väldigt viktigt vilka noder man har kontakt med. G sammanför bara noder som redan har kontakter med varandra.⁸⁴



Figur 4 - Social Network Analysis karta

Utan att ha många direkta kontakter har C ett mycket bra läge i nätverket. C är nämligen placerad mellan de två viktiga delarna i nätverket. Detta är ett exempel på hög *betweenness centrality*. Genom sitt läge har C hög kontroll över den information som flödar i nätverket och har skapat en överlägsen relation till A och B. Utan C är de nämligen helt avskurna från resten av nätverket.⁸⁵

D och E har också fördelar genom att de har närmst relation till flest noder i nätverket. Detta kallas *closeness centrality* och möjliggör insikt i vad som händer i nätverket och vilken information som flödar.⁸⁶

Diskussionen om nätverk avgörs också av dess totala räckvidd och hur starka banden eller relationerna mellan noderna faktiskt är. Vissa forskare som har bidragit till Orgnet.com vill framhäva att det krävs direkta eller andrahandsrelationer för att influenser eller tjänster ska kunna verkställas.⁸⁷ (I detta sammanhang blir det också intressant att belysa hur många steg världens innevånare finns från varandra, somliga hävdar sex steg, andra hävdar att det bara är tre.)

⁸⁴ www.orgnet.com

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ Ibid.

Enligt matematiska beräkningar som görs är de mest värdefulla placeringarna belägna mellan nätverk, där man både kontrollerar och övervakar informationen mellan nätverken.⁸⁸

3.5 RELATIONSKAPITAL

3.5.1 VALUE NETWORK PERSPECTIVE

Enligt Verna Allee handlar framgång idag helt och hållet om relationer. I hennes senaste bok förklarar hon hur kunskap kommer att leda till framgång genom Value Networks.⁸⁹ Hon antyder att samhället ibland är förblindade av teknologin och hur denna hjälper till att utföra saker. Men i grund och botten handlar affärer och näringsliv om utbyten och transaktioner som faktiskt äger rum mellan människor. Value Network återtar fokuset till individerna och åskådliggör deras ansvar i sina relationer.⁹⁰

En av grundpelarna är att se organisationer som ett levande, komplext system, eller åtminstone att nätverk uppträder som levande system. Detta är något som de mer traditionella och konservativa forskare inte instämmer i. Verna Allee anser dock att det kommer att bli än mer så i framtiden. Därför är det extra viktigt att redan idag förstå detta.⁹¹ I varje system är helheten större än summan av dess beståndsdelar. Det innebär att varje transaktion endast skapar mening i relation till nätverket som helhet. Likaväl är en aktör endast meningsfull i relation med en annan aktör.⁹²

Ett kännetecken för systemtänkande är respekt och olika typer av integritet. Först och främst är det förståelsen av helhetstänkandet. Medvetenheten och förståelsen för beroendet av delarna leder till större respekt för systemet och för begränsningarna med att förstå helheten. Det är lätt att tro att individen förstår mer än vad den gör och att individen är smartare än vad den egentligen är.⁹³

Nätverk är så beroende av sina relationer att en förändring av en nod eller en relation kan omkullkasta hela systemet. Aktörer måste förstå ett nätverks principer för att kunna hantera sin egen situation i systemet. Aktörerna måste regelbundet försöka öka värdet i utbytet i deras relation till andra aktörer; alltså vad det bidrar med inom systemet. En förutsättning för att hälsosamt

⁸⁸ www.orgnet.com

⁸⁹ Allee, V., (2002). The future of knowledge

⁹⁰ <http://www.vernaallee.com>

⁹¹ Ibid.

⁹² Ibid.

⁹³ Ibid.

nätverk är att det finns förtroende och tillit samt att kunskap eller andra immateriella utbyten berikas och förekommer mer frekvent.⁹⁴

Dessa nya nätverksprinciper driver utvecklingen av framtidens ledare där integritet blir allt viktigare. I den föråldrade, konkurrensbaserade marknaden kunde ledarskapet behandla sin omgivning dåligt och ändå förbli framgångsrika. I det nya systemet kommer den typ av beteende att förstöra relationerna.⁹⁵

3.6 KOMPLETTERANDE TEORI

3.6.1 INSTITUTIONELL TEORI

Institutionell teori behandlar strategiska val och möjligheter i en miljö som består, påverkas eller kan karaktäriseras med olika institutioner. Med institution och institutionalisering menas ”*stabila samhällsskapade spelregler för strategizing*”⁹⁶. På så sätt kan många olika fenomen som genom allmän acceptans i samhället, det vill säga som genomgår en institutionalisering, bli så kallade institutioner. Institutioner av den här arten påverkar företag, exempelvis genom ökade krav på ekologisk hänsyn, och kan i vissa situationer vara ett användbart begrepp i strategiarbete.⁹⁷

Institutioner vilar på begreppet legitimitet. En verksamhet kan inte endast på effektivaste sätt uppnå ett mål, den måste nå detta mål genom ett legitimt tillvägagångssätt. Detta, i sin tur, definieras av omgivningen och kan tolkas som att tillvägagångssättet är giltigt och acceptabelt. Legitimitet är ett ”*samhällsmässigt grundvillkor för vilken aktivitet som helst*”⁹⁸. Således beskriver institutionell teori de förhållanden som möter aktörer på en marknad när de ska företa sig något.⁹⁹

Legitimitet står i relation till förväntade beteenden och beslutsfattande, samt motiven som ligger bakom.¹⁰⁰ De grundläggande förväntningarna består ofta av värderingar och olika typer av värden som är gemensamma för medlemmarna i en grupp eller situationsspecifik konstellation. När väl

⁹⁴ <http://www.vernaallee.com>.

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ Nygaard, C., Bengtsson, L., (2002). *Strategizing – en kontextuell organisationsteori*. sid. 197

⁹⁷ Ibid. sid. 197

⁹⁸ Ibid. sid. 198

⁹⁹ Ibid. sid. 198

¹⁰⁰ Ibid. sid. 199

institutionsbegreppet används om ett fenomen vittnar detta om att dessa värderingar är så stabila att de kan sägas fungera som regler för vissa beteenden.¹⁰¹

3.6.1.6 Institutionalisering

Som nämndes tidigare är institutionalisering en process där något blir så stabilt och allmänt accepterat att vi kan kalla det en institution. Sociologer menar att just denna institutionaliseringsprocess av värderingar och mönster är nödvändig för att sociala gemenskaper ska överleva.¹⁰²

Man kan också anlägga ett mer rationalistiskt synsätt på institutionaliseringen och illustrera valen mellan olika grupper och individers handlande som en institutionaliseringsprocess. Då blir istället institutionaliseringen manifesterad som omgivningens rationella val mellan de mest effektiva och lämpade sätten att genomföra transaktioner eller behandla relationer. I beteendeteorin är institutionaliseringen istället en kamp mellan olika individer och grupper om att leda eller företräda verksamheten.¹⁰³

Institutionalisering är således en stabiliseringsprocess som kan karaktäriseras antingen som kamp, rationella val, en omedveten eller politisk process, beroende på vilket område eller vilken kontext som analyseras.¹⁰⁴

3.6.2 MAKT I RELATIONER

Andrew Cox, verksam vid University of Birmingham, har producerat otaliga artiklar på temat inköp och relationer mellan köpare och säljare. En av Cox matriser visar attribut för hur maktrelationen kan se ut mellan köpare å ena sidan och säljare å andra.¹⁰⁵

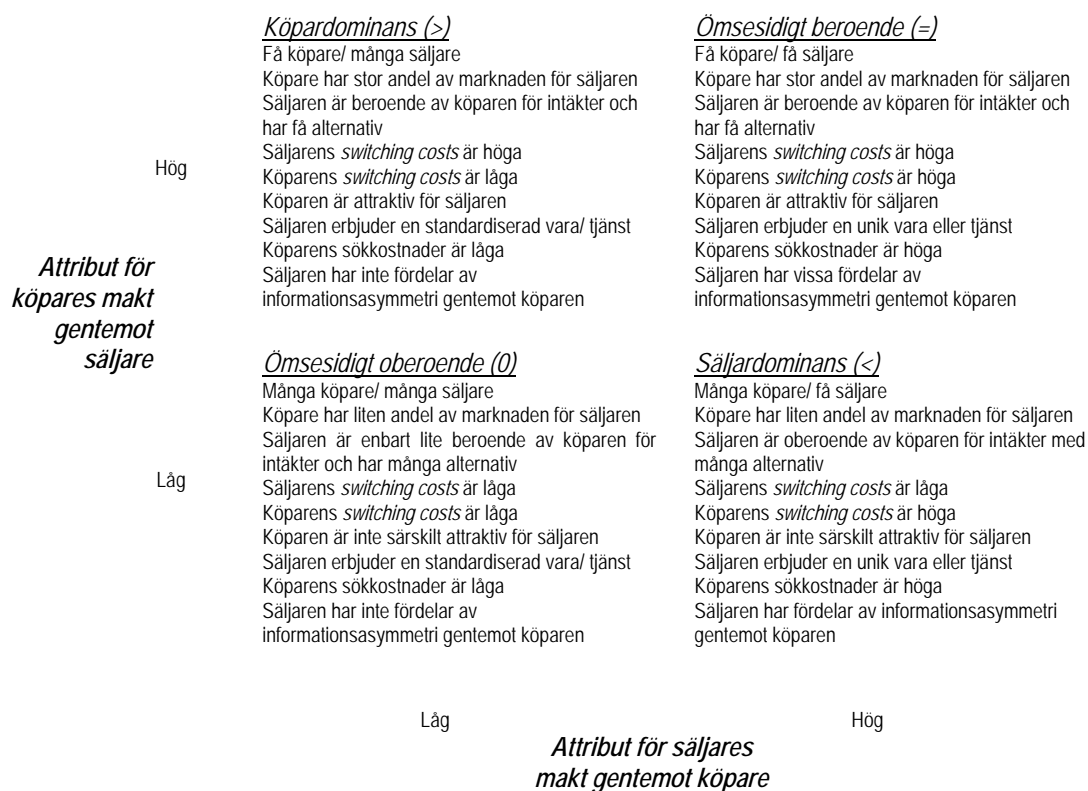
¹⁰¹ Nygaard, C., Bengtsson, L., (2002). *Strategizing – en kontextuell organisationsteori*. sid. 199

¹⁰² Ibid. sid. 206

¹⁰³ Ibid. sid. 206

¹⁰⁴ Ibid. sid. 206

¹⁰⁵ Cox, A., (2004) "The art of the possible: Relationship management in power regimes and supply chains." *Supply Chain Management Journal*. Vol 9 No. 5



Figur 5 - Maktstrukturer enligt Cox

3.6.3 BEHOVSHIERARKI

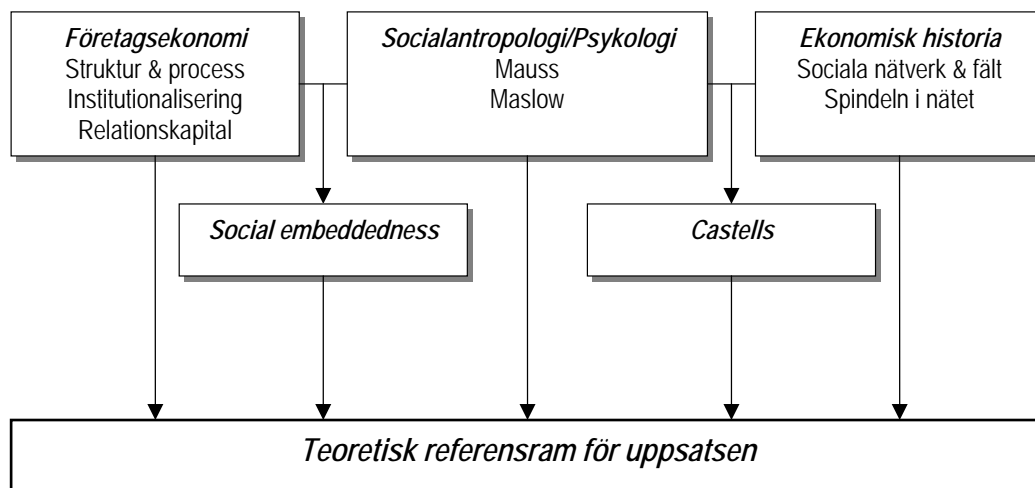
Maslow, en amerikansk psykolog verksam under främst 1950-talet, presenterade sin motivationsteori med den nu allmänt kända behovshierarkin. Enligt Maslow är människans behov ordnade i fem nivåer: 1) fysiologiska behov, 2) trygghetsbehov, 3) gemenskaps- och tillgivenhetsbehov, 4) behov av uppskattning samt 5) behov av självförverkligande. Enligt teorin måste behoven tillfredställas i nämnd ordning; det är först efter att ett behov i nedre delen av hierarkin som ett högre ordnat behov blir uppenbart.¹⁰⁶

3.7 SAMMANFATTNING AV TEORIKAPITEL

Den teoretiska referensram som byggts upp hittills är till stor del baserad på teorier, inte främst förknippade med företagsekonomi, utan ofta hämtade från andra discipliner. De övriga discipliner som främst täcks in i denna uppsats är studier inom ekonomisk historia,

¹⁰⁶ http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_sect_id=125644

sociologi/socialantropologi och psykologi. Vissa studier är dessutom tvärvetenskapliga och kan vara svåra att placera i en disciplin. Genom att ta till vara på de teorier som är mest relevanta för denna uppsats skapas en egen teoretisk referensram. I nedanstående figur åskådliggörs huvuddragen, men det finns andra teorier som även har påverkat referensramen, såsom Social Network Analysis och Cox maktstrukturer.



Figur 6 - Teoretisk referensram

4 EMPIRI

I detta kapitel presenteras uppsatsens empiri som bygger på åtta intervjuer och en observation. Först följer sex primära intervjuer, varav fyra kan hänföras till Nova100 och två till Salongen. Kapitlet avslutas med en observation av Salongen.

4.1 PRIMÄRA INTERVJUER

4.1.1 INTERVJU MED FREDRIK ANDERSSON

Intervjun inleds med att Fredrik bestämt påstår att Nova100 inte är ett nätverk utan istället en plattform. Ett nätverk är människor som möts, medan Nova100 istället är ett redskap som möjliggör att människor träffas. (Hädanefter när vi använder ordet nätverk menar vi de nätverk som uppstår genom Nova100.) Han jämför med en tratt som smalnar av och därmed förenklar för själva kontaktskapandet. Nova100 är alltså en plattform som möjliggör kontaktskapande och nätverk mellan människor. De organiserade nätverken uppstår först när man betraktar dem i efterhand.

Allt nätverksbyggande har en liknande struktur enligt Fredrik. Främst syftar han på vissa gemensamma karaktärsdrag som ska identifieras, såsom;

- Idioten i botten
- Återkommande, repetitiva aktiviteter
- Möteslokalen
- Kunskap & kontakt
- Intressanta människor

Ett av de mest centrala dragen, något som Fredrik återkommer till flera gånger under intervjun, är vad han kallar ”idioten”. Detta är personen som jobbar och sliter för nätverksbyggandet och som därigenom offrar sig själv. Idioten är ofta bra på att visualisera den kommande vinsten och är därför beredd att offra sig.

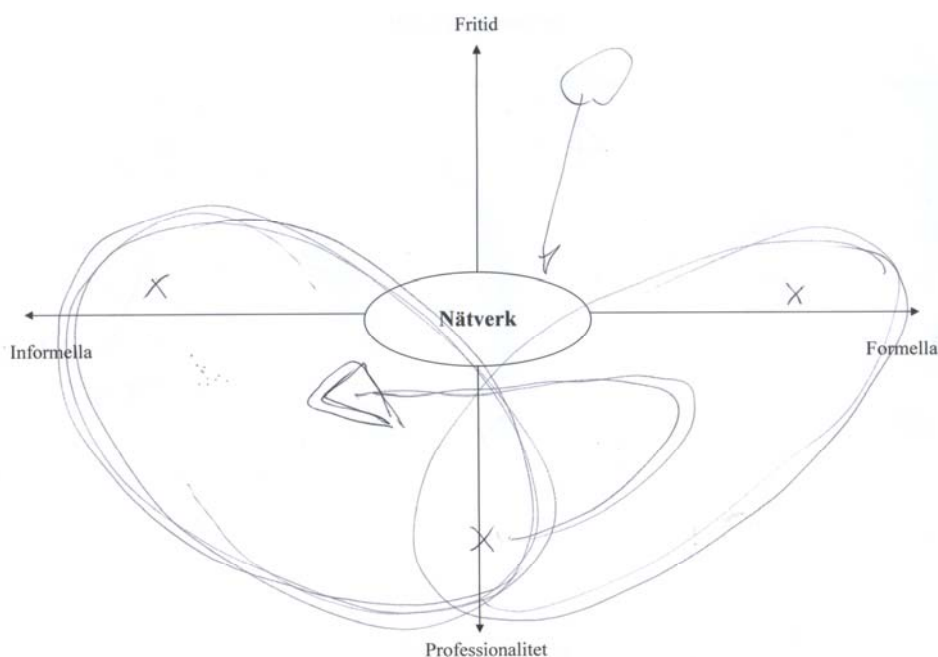
Ett nätverk måste ha återkommande och repetitiva aktiviteter för att skapa trygghet och för att bygga upp ett mönster för hur nätverkandet och kontaktskapandet ska uppstå. Att tillhandahålla

någon form av mötesplats är viktigt, för annars kommer inget utbyte kunna ske när människorna träffas. Däremot, vilket är tvärt emot vad många tror, så skall nätverket ha ganska få aktiviteter. Inom nätverket byggs annars en förväntan om att nästa aktivitet ska vara bättre än den förra, vilket kan bli svårt att fortsätta överträffa. Hellre ha aktiviteter sällan och bra, än ofta och mindre bra.

Fredrik hävdar att vid nätverksbyggandet skapas något som han tror att många vill ha, vilket vanligtvis är kunskap. Kunskap skapas dock mellan oss människor. Om inte människor träffas kommer inget kunskapsutbyte att ske.

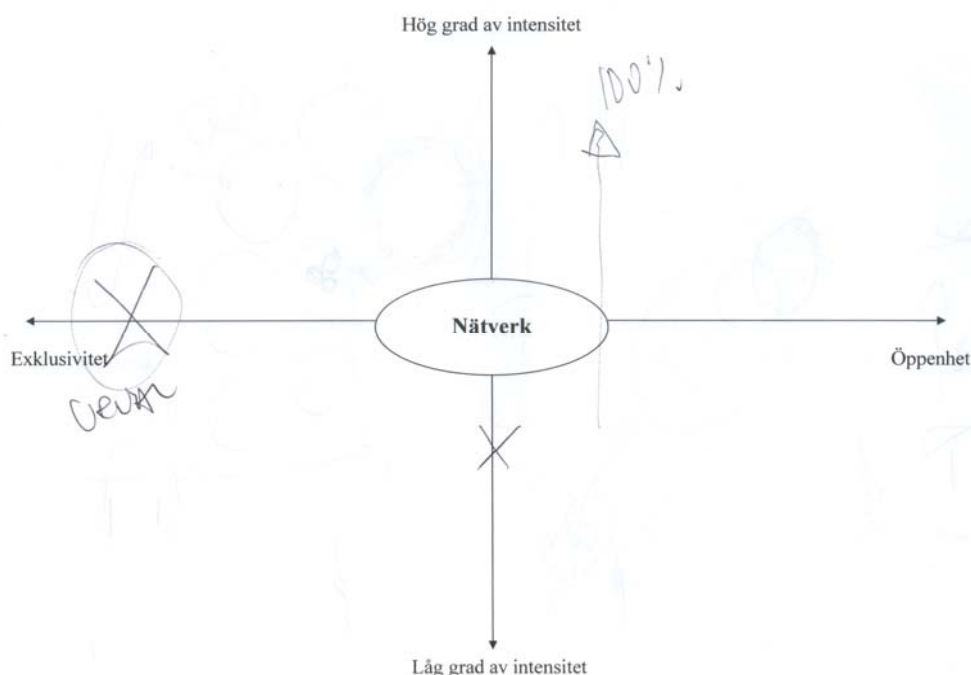
Att nätverket består av intressanta människor anser Fredrik är viktigt, varför det bör vara någon form av urvalsprocess för att garantera detta. Ju fler intressanta människor, desto större möjlighet till att spännande kunskapsutbyten sker mellan dem. Det mest centrala och som Fredrik trots allt ser som det viktigaste är kontakt och kunskap. Att förmedla kontakt och möjliggöra att människor träffas så att det uppstår ett kunskapsutbyte är essensen.

Under intervjun bad vi Fredrik att rita ut och berätta var på en skala Nova100 befann sig utifrån följande perspektiv; formell/informell, fritid/professionalitet, exklusivitet/öppenhet, hög intensitet/låg intensitet, personorientering/rollorientering och egenintresse/allmänintresse.



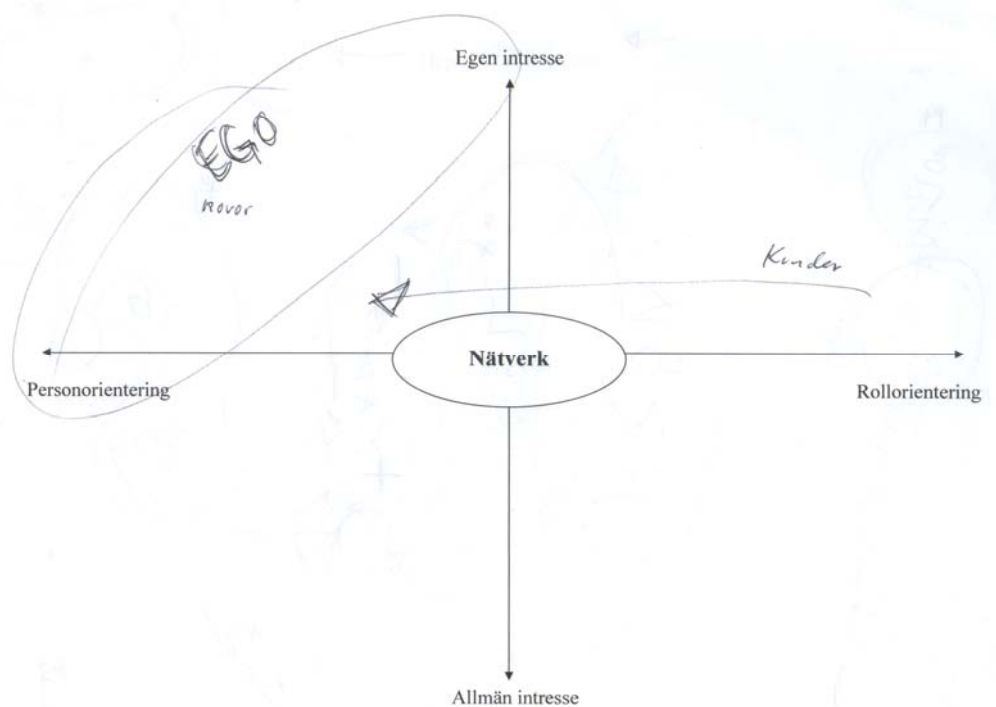
Figur 7 - Nätverkskarta 1, Fredrik Andersson

Enligt Fredrik tenderar professionella och formella nätverk att vara olycksamma och dö relativt snabbt eftersom dessa saknar dynamik. Nova100 är mycket mer baserat på professionalitet än fritid. I början är det formellt, varför man hela tiden måste försöka få det mer informellt.



Figur 8 - Nätverkskarta 2, Fredrik Andersson

Som Fredrik tidigare under intervjun poängterade så ska sociala nätverk inte ha för många aktiviteter då kvalitetsnivån kan vara svår att upprätthålla så han rekommenderar en låg grad av intensitet. Nätverket bör även vara exklusivt, eller ha ett urval som Fredrik föredrar att säga. Urvalet garanterar att personerna är intressanta och kan tillföra något till nätverket. Till viss del korrigeras urvalet även efter medlemskap och det är ett antal medlemmar som inte får eller vill vara med varje år. Öppenhet gör att spänningen försvinner och att intresset dör, vilket leder till att nätverket inte kommer bli lyckligt. Av samma anledning anser Fredrik att det inte ska finnas vare sig en medlemsartikel eller chatmöjlighet på hemsida. Människor är delaktiga i nätverk enbart på grund av egen del, varför det både blir egenintresse och personorienterat. Det handlar om att uppfylla sina egna mål.



Figur 9 - Nätverkskarta 3, Fredrik Andersson

”Hela livet handlar om nätverkande” säger Fredrik apropå att uppfylla sina egna mål och en egocentrisk bild av nätverk. Enligt Fredrik har alla en vision, även om många inte vet om det. Visionen kan vara så enkel som att ”må bra”. Utifrån visionen följer vissa mål och för att nå dessa signalerar man ett budskap. Dessa mål nås bäst genom att utnyttja kanalerna via sitt nätverk.

Enligt Fredrik är en bra medlem i ett nätverk en person som hela tiden kan bidra med värde. Han förtydligar genom att förklara att medlemmen måste vara konstruktiv i sitt bemötande och först delta och sen bedöma. Medlemmen måste dessutom förstå vad nätverk går ut på, vilket många inte har gjort. Men Fredrik hävdar bestämt att de som tjänar mest på ett nätverk är den som är mest central. Spindeln i nätet får ut störst värde, men måste även vara den som ger mest. Medlemmen måste ge mer än den tar, samtidigt som medlemmen måste behålla ett långsiktigt perspektiv på tagandet. Det är farligt att förvänta sig att få tillbaka något omgående utan ibland kan det ta lång tid innan individen får tillbaka det den har gett. De som inte har tålamod att vänta, utan vill ta ut vinsten snabbt spelar ett högt spel.

Rörande möjligheten att vissa nätverk institutionaliseras anser Fredrik att novor kan signalera vissa saker. Till viss del blir nätverket och själva novan ifrågasatt, men att omgivningen engagerar sig och bryr sig anser Fredrik är positivt även om det oftare är negativa kommentarer från samhället i stort.

De som är mest positiva är naturligtvis de företag som är partnerföretag, även många andra företag är positiva till novor vid till exempel anställningsintervjuer.

Fredrik hävdar att nätverket överlever endast på lång sikt om alla involverade får ut något av det. Alltså måste det ge något till dem som är medlemmar. Den viktigaste aspekten är att nätverkets medlemmar tycker att det är bra. Utvecklingen av Nova100 drivs av dess 4000 medlemmar och det är i denna mängd som kraften ligger. Fredrik ser sig själv som en av dessa 4000 och styr på sitt sätt, medan andra medlemmar styr på ett annat. Det finns några nystartade nätverk med sitt ursprung ur Nova100 och dessa kommer därför att påverka och förändra Nova100, även om de alltid kommer vara en del av det. På lång sikt tror Fredrik att endast det interna perspektivet på nätverket är viktigt för nätverkets utveckling. På kortare sikt är det även intressant med ett externt perspektiv för att veta vad ett partnerföretag tyckte om ett visst arrangemang. Det är viktigt för utvecklingen att den följer nätverkets åldersutveckling och anpassar sig till denna hela tiden och därigenom fortsätter att skapa värde. Fredrik själv styr nova genom att säga idag hur han tror och vill att det ska se ut i framtiden.

Grundpelarna i Nova100 är att människor ska mötas vilket i själva mötet kan omvandlas till kunskap. Dessa fundament ska bestå, trots utvecklingen av nätverket. För att få ut värdet i själva mötet tror Fredrik att man måste vara ”närvarande” till 100 %. Han säger att motsats till vad många tror så är det den som bidrar mest som i längden tjänar mest. Bidra mest gör man genom att vara närvarande vid mötet, lyssna och hela tiden försöka hjälpa till. Däremot är det en konst att ”gå in i nätverk och ta över dessa” enligt Fredrik, men de som lyckas med detta kan vinna mycket.

Fredrik återkommer till diskussionen om att alla har en vision och ett mål. Att nå sina mål görs enklast genom att sända ut budskap via sitt nätverk och därigenom nå resultat. Fredrik talar sig varm om teorin ”att så ett frö”, som innebär att ett frö planteras, vilket sedan kan växa till en relation. Det ultimata i nätverkshänseende är att behålla relationen med många. En relation kan växa ytterligare och förstärkas och då kanske skapa ett kamratskap eller en arbetspartner eller liknande. Dock leder detta stadium till en förväntan att ständigt ”vattna” kamratskapet och om detta inte görs tenderar den att vissna och då dör även relationen. Fredrik gör en jämförelse med att novor är frön som sedan kan växa till relationer och att det är då som dessa tenderar att ge tillbaka något.

Alla har, enligt Fredrik, olika mål och agenda. Alla gör allt för egen vinning och för att försöka uppfylla sina egna mål. Av denna anledning är det omöjligt att tala om en gemensam agenda för ett nätverk. Utan istället förekommer flera agendas inom nätverket och då kan jämföras med ett

nätverk i nätverket, såsom Executive inom Nova. Dessa personer hade likartade mål och på så sätt uppstod ett subnätverk. Detta kommer säkerligen att fortsätta inom Nova och bli allt vanligare.

Som det är idag anser inte Fredrik att Nova100 har så stor roll i samhället. Men med tanke på nätverkets utveckling hoppas och tror han att Nova100 kommer få en större roll i framtiden. Allt fler novor med framgångsrik karriär kan kanske möjliggöra att Nova100 och Fredrik Andersson kan spela en stor roll.

4.1.2 INTERVJU MED FILIP ALDERIN

Filip definierar nätverk som någon form utav forum, med kopplingar till en eller flera kontakter, och dessa kontakter är på något sätt bundna till varandra. Filip poängterar att det är viktigt att dessa kontakter på något sätt bidrar med värde till medlemmarna i nätverket.

På en förfrågan om vad som är skillnad mellan nätverk och forum anser Filip att själva forumet oftare innebär att man fysiskt träffas, eller träffas via Internet, och att det då sker ett utbyte av tjänster eller erfarenheter eller ett socialt utbyte. Det finns egentligen inget värde i sig i själva nätverket utan uppstår när det utnyttjas. Först då skapas värdet. Samtidigt kan du inte ta bort själva nätverket, eftersom det finns mellan individerna på ett eller annat sätt. En klubb å andra sidan är det själva klubben som är central. Försvinner klubben så försvinner människorna.

Det Filip tycker är mest intressant är själva utbytet mellan människor. Som medlem i nätverket är denne beredd att ge och att få. Interaktionen och själva utbytet är nyckeln till nätverket. Det finns inget värde om inte relationerna i nätverket utnyttjas. Exempelvis om du letar jobb, boende eller resetips och använder personerna i ditt nätverk, då skapas värde.

Utvecklingen och anledningen till att nätverk är aktuellt nu tror Filip delvis beror på tekniska framsteg. Samtidigt har människan inte tid idag att umgås på samma sätt som innan, utan livsstilen påtvingar oss vårt nätverk för att underhålla våra relationer. Filip tror även att prestige har bidragit till att nätverk är så populärt just nu. Han kan även tänka sig att många försöker skaffa sig någon form av ”försäkring” genom att ha många kontakter i sitt nätverk, för att därigenom förenkla processen för att till exempel få ett jobb.

Filip ser egentligen inte Nova100 som ett nätverk, utan anser att det är ett företag som sysslar med bemanning och rekrytering. Filip likställer stora delar av Nova100 med ett rekryteringsföretag, såsom Academic Search. Skillnaden är att Nova100 arrangerar olika forum eller mötesplatser för att kunna skapa vissa typer av nätverk. Dessa nätverk uppstår endast under korta tillfällen vid

interaktionen och sen dör nätverket eftersom Nova100 inte delar med sig av kontaktuppgifterna eller dylikt. Det är på dessa forum som människor träffas och skapar ett utbyte.

Nova100 bidrar med värde till sina medlemmar genom att agera rekryteringsföretag. Många av Novas medlemmar är där för att underlätta rekryteringsprocessen, så i detta fall lyckas Nova skapa värde för de medlemmar som får jobb. Mellan de olika novorna skapas däremot inget värde enligt Filip, såvida inget nätverk mellan de olika medlemmarna etableras. Vanligtvis uppstår forumet under en kort tid och sen dör. Vanligtvis sker interaktionen med enkla och raka kanaler, men interaktionen är för lite mellan medlemmarna.

Filip anser att det är viktigt att nätverk har en öppenhet och en bredd. Hellre ett stort nätverk och att medlemmen därifrån själv väljer de personerna anses vara intressanta, än ett litet nätverk med få intressanta personer. Det finns alltid en möjlighet i att människor förbises om någon annan gör urvalet. Filip vill inte låta någon annan göra bedömningen om vad och vem som är intressant för honom. Som ett exempel på ett stort och öppet nätverk nämner Filip LinkedIn. Även om det är öppet för alla, förekommer det visst bakomliggande urval. I princip alla är förmodligen akademiker av olika slag och använder nätverket på samma sätt. Angående huruvida nätverket är roll- eller personorienterat anser Filip att i många nätverk är själva rollen en förutsättning medan personen är det som är avgörande för medlemskapet. Det är din roll som är kravet, men alla som inte uppfyller kravet blir ju inte medlemmar. Samtidigt kan det vara tvärtom, men dessa uppfyller inte de grundläggande kraven. Med roll i detta avseende menar Filip den roll han har som en ”talangfull student” för att passa in i Nova100.

Filip anser att den som tjänar mest i ett nätverk är den som har störst utbyte inom nätverket. Det är inget värde i sig att ha många kontakter utan värdet uppstår vid utbytet. Den som får mest utbyte ifrån sina kontakter får mest värde. Filip förtydligar genom att säga ”*att den som har högst frekvens på utbytet är den som tjänar mest och utnyttjar sina kontakter.*” Att ha många kontakter är inget självändamål för de ger inget värde i sig självt, men däremot ger många kontakter ett högre potentiellt utbyte och därmed ett högre potentiellt värde.

Angående institutionalisering tror Filip att nätverk som ställer krav skapar en bild som förstärks och skapar fördomar, av såväl medlemmar som omgivning. Förekommer ett urval eller exklusivitet skapar folk sig en speciell bild av nätverket.

4.1.3 INTERVJU MED JUDITH WOLST

Judith definierar ett nätverk som ett antal personer som är sammankopplade av någon gemensam anledning, till exempel arbetssökande eller ett intresse för hamstrar. Fördelen med nätverk är att medlemmen på ett effektivare sätt kan nå fram till sitt syfte, eftersom de flesta samlas kring samma mål. Medlemmarna kan hjälpa varandra och kunna gå mer rakt på sak inom ett nätverk. Dessutom anser hon att ju mer du själv ger desto mer får du förmodligen tillbaka. Inom nätverk finns det inte plats för snyltare. Judith ser nätverk lite som en annan social form, vilket kanske kan behövas framförallt i Sverige.

Forum och nätverk anser hon inte vara samma sak. Nätverk handlar om en bestämd tid, bestämd plats och vissa människor. Forumet är mer anonymt och uppmuntrar till spontanbesök. Ett forum kan besökas, medan i ett nätverk förekommer medlemskap.

Nätverk som Nova100 uppfyller ett socialt behov och möjliggör ett sätt att effektivare nå dit medlemmen vill. Det skapar värde genom att svenskar blir ”icke svenskar” och agerar på ett rakare sätt. Nätverk består ofta av en viss typ av relation som inte är en vänskapsrelation. De är inte så djupa utan mer användbara. Dessa relationer måste inte vårdas lite mycket som till exempel en vänskapsrelation.

Utvecklingen inom ett nätverk tror Judith beror väldigt mycket på att det finns en stark ledare eller en stark grupp som har ett syfte med det, eller som ser en potentiell vinning. Nova100 utan Fredrik Andersson hade nog inte fungerat, eller i alla fall inte sett ut som det gör idag. Enligt Judith är det viktigt att det finns något exklusivt för att behålla moroten inom nätverken. Om alla ekonomer var med i Nova hade medlemskapet inte gett något, utan det måste finnas någon urvalsprocess. Judith poängterar dock att det finns nätbaserade nätverk som är ett annat fenomen där öppenheten är viktigare. Samtidigt anser Judith att det måste finnas viss bredd inom Nova100. För egen del hade Judith sett Nova100 ännu mer intressant och lärorikt om de hade tagit in studenter från fler utbildningar, men inser att det förmodligen skulle vara en nackdel för nätverket.

Anledningen till att nätverk är aktuellt tror hon beror på situationen i samhället och övergången till ett kunskapssamhälle. Kunskapen sitter i människor och därför är behovet av relationen till människor med kunskap allt större. Judith tror, förutom att det naturligtvis kan vara praktiskt, att nätverk kan vara lite status och en trend att känna mycket människor.

Om Nova100 säger Judith att medlemmar idag bidrar med värde genom att vara potentiell framtida arbetskraft, vilket partnerföretagen är beredda att betala för. Men medlemmarna skapar förmodligen ännu mer värde för Nova100 om några år. Genom att vara medlem i Nova100 har hon träffat och lärt känna människor som hon annars inte hade gjort och som hon försöker ta till vara på och införliva i sitt eget privata nätverk.

Den som tjänar mest inom nätverk är enligt Judith den som är mest engagerad. Hon jämför här med Nova100 och säger att Fredrik Andersson måste vara den som tjänar mest. Han har lyckats knyta till sig alla och sitter i en bra position. Inom nätverket har han fått mycket respekt för det han har gjort och har en hög status inom Nova100. Mer generellt menar Judith att den som är mest engagerad är den som kommer få ut störst värde. Med engagerad menar hon någon form av ”spindel i nätverket” som har många kontakter som denne ger och tar av. Värdet uppstår när medlemmarna hjälper varandra.

Judith påstår att Nova100 har fått en viss stämpel i samhället som attraherar en viss typ människor. Folk söker sig dit medvetet, kanske för att det är prestigefullt eller för att testa om sin nivå. Dock anser hon att det är positivt att värderingar finns, även om det kan skapa en skev bild. Judith tror att många ser ett medlemskap i Nova100 som användbart när de ska söka jobb, medan hon själv snarare ser det som användbart i framtiden för att det finns många intressanta personer som hon träffat via Nova.

Nätverk som Nova100 anser Judith är väldigt rollbaserat. Hon är på Nova100s aktiviteter som ”Business-Judith” och för att spela den rollen. Utifrån de människor medlemmar sen träffar plockas vissa ut till de privata nätverken och därigenom uppstår personorienterade relationer.

4.1.4 INTERVJU MED JOHAN ANDRÉN

Johan anser att nätverk är en sammanslutning, en grupp av människor, där det sker ett utbyte eller där medlemmar hjälper varandra. Alla bidrar med något till andra, och utbytet sker troligtvis oftast i form av information eller kunskap. Johan nämner forum som något som är mer organiserat och indelat än ett nätverk.

Johan anser att det som gör nätverk intressanta beror främst på två saker. Dels är det ett utbyte av kunskap för att ge och få hjälp av andra. Han medlemmar ett problem så kan ett nätverk underlätta och bidra med hjälp för att lösa problemet. På detta sätt är nätverk användbara. Johan tillägger att det är intressant att se och höra hur andra personer ser på saker och ting vilket gör det lärorikt att

dela med sig av erfarenhet. Den andra sidan handlar om att nätverk skapar mervärde i livet genom den sociala sidan som kan uppstå med vänner inom nätverk.

Johan framhäver att nätverk även handlar till viss del om identitet och tillhörighet. Den egen identiteten påverkas av vilket nätverk individen är med i och tenderar att bli allt mer lik nätverkets identitet. Att känna tillhörighet till gruppen är viktigt.

Värdet inom nätverk beror, enligt Johan, på vilket typ av nätverk det är. Inom det personliga nätverket skapas värde mer genom vänskap och den relation som finns. Inom nätverk som Nova100 skapas värdet i det tilltänkta utbytet. Johan förklarar Nova100s syfte med att knyta kontakter inför arbetslivet och att även få information om arbetsgivare och arbetsliv från andra novor. Enligt Johan måste Nova100 ge något med konkret för att skapa värde, jämfört med mer personliga nätverk.

Utbyten inom nätverk kan ske både arrangerat och spontant. Inom personliga nätverk handlar det mer om grundläggande värderingar medan det i mer formella nätverk beror på vad medlemmen kan bidra med i kunskapsväg. I Nova100 bidrar studenterna med värde via egna erfarenheter genom att förmedla detta till andra.

Urvalsprocessen är viktig för Nova100 eftersom det ger viss tyngd att alla inte kommer med. Annars hade Nova100 inte skiljt sig från något utöver det vanliga. Genom urvalsprocessen positionerar sig Nova100 bättre mot sina partnerföretag.

Johan hävdar dessutom att det alltid finns en urvalsprocess i nätverk, oavsett om det är formella eller informella. Även i kompisgäng förekommer en urvalsprocess, om än inte lika tydlig i sin process. Urvalsprocessen sker mer naturligt och automatiskt. Efter visst funderande säger Johan att urvalsprocessen nästan är en grundläggande förekomst för att ett nätverk ska uppstå.

Johan förtydligar sitt resonemang med att det dessutom är viktigt att ha bredd inom nätverk. Människor måste även komplettera varandra. ”*Ett nätverk med 300 Johan Andrén skulle inte fungera så bra, för då skulle inget utbyte kunna ske*” säger Johan. Utan bredden går medlemmarna miste om utbytet och nätverket kommer att försvinna.

För att få ut maximalt utbyte från nätverket måste medlemmen först och främst tycka att det är kul att delta i utbytet och uppleva att det finns en vinning. Medlemmen måste vara villig att delta och dela med sig samt ta in synpunkter från andra.

Johan tror generellt sett att företag och studenter har en positiv bild av Nova100 och dess medlemmar. Mest positiva är såklart de företag som rekryterar novor, men även många andra företag har en positiv bild. Vissa ser det dock som en ”klubb för inbördes beundran”, vilket han anser är negativt. Denna bild skapas förmodligen av urvalsprocessen.

Avslutningsvis tror inte Johan att ett nätverk måste ha en gemensam agenda, utan medlemmarna kan ha olika mål och ändå skapa värde inom nätverket.

4.1.5 INTERVJU MED PETER LILLEHÖÖK

Peter börjar med att berätta att han är nöjd med senaste arrangemanget (vilken var densamma som utgör vår observation). Han anser att det flöt på bra och att talkshowen var mer avslappnad än tidigare.

På frågan hur Salongen kan definieras förklarar Peter att den initiala tanken var att försöka skapa en sorts allmänbildning som det var förr i tiden. Idag finns inte tid och ork för att upptäcka en annan värld utan han vill få folk att försöka göra en mental resa. Det som är det viktiga är själva kunskapen: ”*Vi lever i en dokusåpavärld som jag vill slippa*”. Dessutom anser Peter att utbildningsnivån idag är nästan katastrofal. Därför drivs Peter av folkbildning, eller i alla fall ett försök att sprida allmänbildningen genom Salongen. Målgruppen är någon han kallar ”moderna ledare” som får i uppgift att föra allmänbildningen vidare.

Han menar att Salongen till viss del handlar om nätverk, då det handlar om att träffa och interagera med människor. Fast i Salongen är det viktigt att träffas och diskutera om annat än kanske just exempelvis arbete. Peter berättar att i kommande Salongen kommer det dessutom bli ännu mer interaktion och debatt med publiken.

Peter anser att Salongen skiljer sig från många andra nätverk utifrån det perspektivet att Salongen består av en ”*mer heterogen och kosmopolitisk samling människor*”. Värdet uppstår i blandningen av människor från olika världar vilket förbättrar chansen för allmänbildning och förkovring. Många nätverk är uppbyggda på en viss branschstruktur där till exempel IT-människor samlas och träffas för att prata IT. På Salongen från medlemmen en möjlighet att träffa folk från andra branscher för att diskutera saker deltagarna annars inte gör, och på detta sätt bryta ner gängse normer och andra tillhörigheter. Peter hävdar att det har hänt något, som han inte närmare kan förklara, de senaste tio åren som gör människor mer homogena. Alla ser likadana ut och det är mycket lättare att placera folk i fack, ”*Bara genom att titta på kläderna kan en betraktare i princip avgöra var i Stockholm människor*

bor". Detta faktum gör att behovet att bryta ner dessa normer är ännu större och att börja kommunicera med människor.

Peter anser att det är viktigt att det är "*intressanta människor*" som är medlemmar och som gästar Salongen. Peter har i ett initialt skede bjudit in personer och försökt sälja in konceptet och medlemskap till intressenter. Angående urvalskriterier berättar han att medlemmarna måste försöka hitta själva till Salongen, men att han har sagt nej till vissa av dem som velat vara med. Målet är att maximalt ha fem personer representerade från varje bransch. Peter nämner flera gånger att medlemmarna ska vara så kallade "moderna ledare", och menar då personer som ska kunna tänka fritt utanför sin värld och som har en möjlighet att föra vidare och sprida den allmänbildning eller kunskap som har genererats.

Ursprungligen var tanken på ett medlemskap där medlemmar betalade en klumpsumma för hela årets aktiviteter. Det förslaget kommer förmodligen att ändras, eftersom Peter har märkt att många inte är beredda att betala då de inte vet om de kan/kommer att närvara på alla. Människor vill inte betala för sex gånger i förväg, utan bara för de gånger man verkligen går. Många har för mycket annat som de inte kan ändra på.

Det är inte alla som har förstått själva konceptet och Peter tror själv att det kan ta ytterligare ett år innan det är helt etablerat. Nackdelen för Peters sida är att det är relativt dyrt att arrangera så hans förhoppning är att det etablerar sig så snabbt som möjligt. Peter anser samtidigt att det hade varit mycket lättare att starta och etablera något motsvarande Salongen i London än i Stockholm eftersom folk är lite rädda i Sverige. I London är människor mer van vid den typen av forum och att föra sig.

Angående begreppet nätverk hävdar Peter att det är en teknisk term och att ord lätt blir uttjatade. Forum handlar mer om en gammaldags salong, men innebörden är väl egentligen densamma, eller näst intill. Det handlar om folk som vill träffas för att på något sätt utbyta tjänster, eller kanske ragga: "*En skillnad skulle kunna vara att nätverk är mer businessorienterat eller kanske branschanknutet, medan forum snarare handlar om debatt*". Peter hävdar att hans Salong snarare handlar om att kombinera dessa två innebörder och att alla sinnen uppmärksammas.

Angående huruvida Salongen är roll- eller personorienterat menar Peter att en person alltid spelar en roll. Däremot har människor olika roller eller masker i olika situationer och beroende på vem som betraktar. Så även om medlemmar spelar olika roller vill Peter helst att maskerna försvinner från Salongen.

Att medlemmar inte vet vilka de kommer att träffa förstärker spänningen ytterligare, varför tankegången om att hålla Salongen relativt exklusivt förstärks. Varje medlem får ta med en ny gäst varje gång vilket ger lite variation och spänning i besökandet. Peter anser dessutom att idén med långa ståbord till maten gör att medlemmar inte känner sig fast utan att de kan gå omkring lite mer, vilket underlättar diskussionen mellan människorna.

Kärnpunkterna i Salongen har Peter hämtat utifrån sig själv; vad det är som han vill se, göra, höra och uppleva. De viktigaste strategiska aspekterna i Salongen framhäver Peter att det är att attrahera rätt människor. Salongen ska inte vara ett societetsnätverk, samtidigt som någon form utav utgallring måste ske. I samma sammanhang nämner Peter mixen och kombinationen av olika människor. Det får till exempel inte bli för gubbigt eller för dominant från en viss bransch. Peter framhäver att det är viktigt att det finns ett visst flöde. Med detta syftar han på att det ska kännas fritt och avslappnat. Gästerna måste kunna känna sig komfortabla och kunna andas.

4.1.6 INTERVJU MED JAN JENSEN

På frågan vilka nätverk han ansåg att han var medlem i uppkom redan här distinktionen på vad som är nätverk och vad som är en organisation. Jan ansåg dock att han främst var medlem i det Svenska Advokatsamfundet, vilket han måste vara i sin yrkesroll. Dessutom är han frivilligt medlem i det internationella advokatsamfundet.

Jans definition av ett nätverk är de personliga kontakter en individ har och använder. I denna bemärkelse är nätverk ett brett begrepp, enligt honom själv, och innefattar inte enbart en definierad del av kontaktnätet, såsom arbetskamrater, utan en betydligt större krets av människor.

Syftet med nätverk varierar men rent generellt handlar det om att generera affärer, anser Jan. Nätverk kan även handla om att effektivisera, rationalisera och att koppla ihop andra människor i intressanta grupperingar och diskussioner. Jan säger också att ett syfte för en person kan vara att fungera som bollplank i olika situationer.

Rörande Salongen berättar Jan att han tycker idén är rolig eftersom det är en blandning av många olika personer med olika bakgrund. Som advokat träffar Jan mest andra advokater och på Salongen är det skönt att veta att endast ett ytterst begränsat antal advokater närvarar och att istället många med annan bakgrund kommer. Till Salongen går medlemmar för att ha roligt, för att äta gott och för att träffa andra och nätverka i ett brett perspektiv. Detta nätverkande hyser dock en förhoppning om att i framtiden kunna generera en affär eller motsvarande och det är denna

möjlighet som gör Salongen spännande menar Jan. Visserligen kan en medlem träffa spännande människor i London på en konferens för advokater, men bredden på människorna på Salongen gör det ännu mer spännande.

Huruvida kontakterna kommer att kunna generera en affär beror, enligt Jan, på personkemi. *”Det börjar vanligtvis med att man står och pratar och om det känns bra och kemin stämmer så kanske man kommer överrens om att träffas igen. Det behöver dock inte alltid leda till så mycket, men om man gör ett gott intryck så kanske man finns kvar på radarn och blir ihågkommen vid ett senare tillfälle och då kan det bli affärer”*, säger Jan.

Enligt Jan behöver människor alltid nätverka, oavsett hur duktig en person är inom sitt område. Kemin spelar dessutom alltid en stor roll samtidigt som det ursprungliga behovet måste finnas. Jan anser att han ofta får uppdrag från någon han aldrig eller sällan har träffat, men där någon inom hans personliga nätverk har rekommenderat honom.

Enligt Jan är den stora utmaningen med Salongen att på rätt sätt hitta intressanta personer att prata med, förutsatt att medlemmen inte går dit med en gäst: *”Antingen letar man aktivt eller så ser man vad som händer. Vissa personer letar alldeles för mycket med en bunt visitkort i handen, medan andra är mer passiva”*. Jan anser att en risk med Salongen är att det blir *”för mycket fokus på att det är ett nätverk och att man är där för att nätverka”*, vilket han tror kan ha en motsatt effekt. Samtidigt tror Jan att vissa går till Salongen för talkshowen och artisten för att det ger dem den största behållningen.

Salongens koncept funkar nog bättre efter ett antal gånger eftersom medlemmar känner igen de som återkommer och det blir allt lättare att skapa relationer till dessa. Om en medlem går till Salongen varje gång och inte känner igen någon så tror Jan att medlemskapet relativt snart uppstår. Jan anser även att det tar lite tid innan själva formatet för Salongen finner sig till rätta, det vill säga hur de olika delarna med föredrag, talkshow, artist, mat och mingel ska kunna förenas på bästa möjliga sätt.

Jan anser att rollen på Salongen varierar beror på vilket fokus betraktaren har. Visserligen är en medlem där som representant för sitt jobb och den medhavda gästen kanske är en kund, vilket gör att det är lätt att ta på sig en yrkesroll. Jan upplever dock inte att han gör det för mycket tycker att det är obekvämt att vara för mycket i sin yrkesroll på Salongen.

Avslutningsvis säger Jan att han kommer att återvända till Salongen, men att det beror på vilka medlemmar som går dit men lika mycket vem som är där som gäst i talkshowen och som artist.

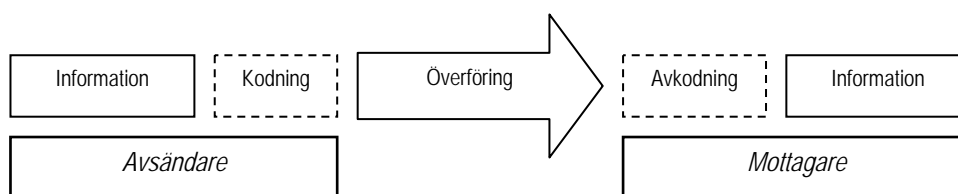
4.2 STÖDJANDE INTERVJUER

4.2.1 INTERVJU MED FERNANDO FLORES

Enligt Fernando omfattas begreppet nätverk i ett större perspektiv av kommunikationslära. Det finns flera olika perspektiv att se på begreppet nätverk: tekniskt, socialt eller kulturellt. I grund och botten handlar det dock om kommunikation ur ett kulturellt- och samhällsperspektiv. Fernando vill även betona att nätverk handlar om identitet.

Nätverk är ett underordnat begrepp om inte sammanhanget specificeras. Begreppet är enligt Fernando underordnat flera olika typer av begrepp, såsom; kultur-, samhälls-, social- och kommunikationsbegrepp.

Ur ett kulturellt perspektiv menar Fernando att den viktigaste skillnaden är informationsbegreppet, vilket är vanligt i andra discipliner. Istället handlar det i kulturen om koder, och att känna igen dessa koder i olika målgrupper.



Figur 10 - Generisk kommunikationsmodell

Nätverk bygger till stor del på känslor och innehåller därför inte bara ren information, fenomenet är mycket mer komplext än så. Enligt Fernando råder det viss distinktion mellan olika begrepp. En klubb anser han är den inre cirkeln, där känslorna är starkare och innehåller närmare relationer, medan nätverk har en lösare koppling.

Det mest centrala inom nätverk hävdar Fernando är teorin om den primitiva logiken, främst utvecklad av Marcel Mauss. Den handlar om att ge varandra tjänster och gentjänster, något som är så självklart att det inte reflekteras över. Att hjälpa någon gör att de blir skyldig dig något, vilket kan ses som grunden inom nätverk.

Vissa nätverk har en mer uttalad agenda menar Fernando. Det måste visserligen finnas en gemensam nämnare för att kunna organiseras, men syftet kan vara olika starkt. Vissa nätverk går

individer medvetet med i medan i andra sker medlemskapet automatiskt oavsett man egentligen vill eller inte. Andra nätverk har en mer uttalad agenda såsom vissa feminister som aktivt vill förändra sin situation i samhället. Det vanligaste är nog att nätverk uppstår mer spontant, där den gemensamma beröringspunkten kan vara jobb, boende, nationalitet eller kanske språk. I nätverket söker medlemmen efter en viss sak att enas kring.

Enligt Fernando handlar delar av värdet som skapas i nätverk om igenkännande och identitet. Ju mer specifikt nätverket är desto viktigare är identiteten och nätverket blir en form av socialt erkännande. Som medlem i en viss kulturgrupp upplevs dessutom värdet utifrån gruppen och kulturen påverkar hur värdet upplevs utifrån grupptillhörigheten.

Fernando argumenterar för att varje samtal han gör är en investering på längre sikt. Genom kommunikation skapas en länk till vad som kan komma att bli en relation i ett möjligt nätverk. Kontentan är att han aldrig riktigt vet vad det kan leda till, men att det alltid är värt ett samtal med någon.

Fernando säger att en institutionalisering kan uppstå rent spontant kring olika typer av nätverk. Vanligtvis är de påverkade av media eller samhället. Trots det försvinner aldrig det ursprungliga, men medlemmarna kanske inte känner igen det på samma sätt. I ett nätverk känner alla sig delaktiga men det finns alltid några som är mer inne och skapar subgrupper, detta kan resultera i att vissa medlemmar plötsligt inser att de inte hör hemma. Det är vanligt att medlemmar känner sig delaktiga i en grupp, men att de andra i gruppen inte anser att de är det.

Anledningen till att nätverk är ett populärt begrepp idag tror Fernando beror på den moderna tiden som har påverkat hela bilden av samhället. Sedan mitten av 80-talet har tekniken utvecklats och främst framtagandet av PC, telefon och satellit har påverkat bilden av informationssamhället, vilket har bidragit till aktualiteten av nätverk. Självklart har även globaliseringen haft stor inverkan på utvecklingen av nätverk. Den tekniska utvecklingen och våra behov går hand i hand och driver varandra framåt i en spiral.

4.2.2 INTERVJU MED RESPONDENT S

S nämner tidigt i samtalet att han är med i uppskattningsvis ett 40-tal klubbar. Anledningen bakom detta är breda intressen och en praktisk sida; det kan vara lättare att få hjälp med vissa saker genom dessa klubbar (S tar upp motorklubbar som exempel). När vi frågar hur det är möjligt att hålla allt vid liv svarar S att det inte är nödvändigt och att bredden på engagemanget är betydligt viktigare.

S väljer själv att prata utifrån en simklubb. S blev inbjuden i egenskap av granne och träffar nu simklubben på torsdagar för att simma, dricka kaffe och prata. Incitamentet bakom sitt medlemskap och det stora nöjet i klubben beskrivs med att det är kul, klubben har en stor åldersbredd (vilket respondenten uppskattar på ett personligt plan), intressanta människor i anknytning till den äldre och egna generationen samt bilaterala intressen. Genom simklubben, berättar S, har ett jaktsällskap och ett skidsällskap bildats och resor med kulturellt innehåll har utgått till bland annat Finland. S berättar också att det kontinuerligt sker ett informationsutbyte i mer affärsrelaterade områden på träffarna. Det är just i detta menar S som tjusningen ligger: de bilaterala kontakterna.

S beskriver vidare nätverkens utveckling som organisk och att den kräver drivande personer som bidrar med förnyelse (S berättar om hur han började ta med damer på vissa träffar) och sen se till att varje bidrag förstärks.

Medlemmarna i simklubben tillhör samma sociala grupp berättar S. Den geografiska koncentrationen syns i Östermalm och i vissa av Stockholms villaförorter. Medlemmarna beskrivs också som borgerliga, etablerade och ofta medlemmar i andra sällskap.

Generellt finns många fördelar med att vara medlem i en klubb eller sällskap; det finns alltid ett kontaktnät att ta upp vid behov, individen visar att denne förtjänar förtroende genom sitt medlemskap, det ger en viss status att visa klubbhuset eller motsvarande för inresta gäster exempelvis. På så sätt skapas också en struktur över vem som får vara med eller inte och en säkerhet uppstår i och med att alla medlemmar visar sig vara bärare eller ägare av vissa attribut.

Samtalet med S avslutas med mötets betydelse för ett nätverk. Angående huruvida nätverkets forum påverkar värdeskapande i nätverket menar S att i hans värld är forum och nätverk så synonymt att det är svårt att hålla isär dem. S instämmer dock om att det finns en dimension av statiskhet i nätverk som är lite falsk. Kontakter är levande i forumet, inte i varandras telefonböcker. I diskussionen pratar dock S om atmosfären och nämner sherryrum på en av klubbarna han är med i. I S ögon är också plattformen och atmosfären tätt knuten till strukturen och de regler eller normer som präglar nätverkets umgänge.

4.3 OBSERVATION AV SALONGEN

Som en del av empiriinsamlingen fick vi möjlighet att närvara och delta i en av Salongens medlemsträffar. Onsdagen 26 april anordnades den tredje Salongen på Nybrokajen 11 i Stockholm. Vid ankomsten skedde en snabb avcheckning från listan med anmälda och därefter visades vi in. Ett glas champagne på vägen in, samtidigt som värden Peter Lilliehöök hälsade oss välkomna och anvisade oss vidare uppför trapporna där kvällens finansiella partner skulle lansera sin Sverigepremiär. Vi kom precis i tid, men för de som kommit tidigare hade det funnits lite tid för mingel innan presentationen. Presentationen, i en konsertliknande sal, varade i dryga halvtimmen och gav inte utrymme för någon annan interaktion än att lyssna på dem. Därpå erbjöds mat, dryck och mingel en trappa ner där flertalet större, avlånga ståbord med plats för 8-10 personer på varje var uppdukade. Fri placering och faktumet att det var ståbord gjorde att medlemmarna träffade såväl tidigare kända samt många nya medlemmar. En uppskattning var att denna Salong hade kommit omkring 120 personer. Antalet som var medlemmar och antalet gäster var tyvärr omöjligt att uppskatta, dessutom fick den finansiella partnern bjuda in ett större antal gäster, vilket försvårade uppskattningen ännu mer. Människorna åt och pratade, vissa personer stod vid sina bord hela tiden, medan några andra cirkulerade lite för att hinna träffa flera personer. Tiden som var avsatt för mat och mingel avlöpte snabbt, varpå klockan ringde in till föreställning. Åter i konsertsalen satt alla enligt en placeringslista gjord av Peter själv, för att eventuellt kunna påverka interaktionen. Denna Salong gästades av Carl Douglas och Björn Hagberg, vilka höll ett föredrag om hur de upptäckte den försvunna DC3:an. Kvällens artist var Simone Moreno. Föreställningen avslutades med en gemensam talkshow med Peter som värd, där han har haft Parkinson som förebild. Resultatet var underhållande, intressant och engagerande. Peter själv förklarade vid ett senare tillfälle att interaktionen med publiken kommer att öka på de kommande arrangemangen.

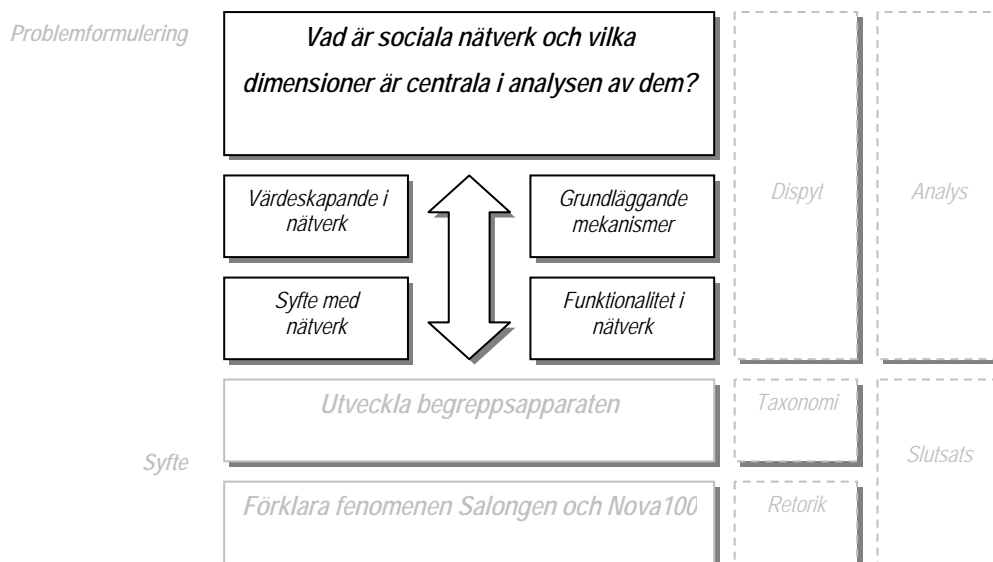
Besöket på Salongen har bidragit med värdefulla synpunkter och reflektioner som gjorts såväl under som efter själva besöket. Först och främst har det varit viktigt att få en tydlig bild över hur själva träffen, eller forumet, går till. Att träffa medlemmar och gäster och prata med dem har bidragit med förståelse över diversifieringen inom Salongen. Att vara där som gäst och ta del av den trivsel som många medlemmar anser är så viktig inom sociala nätverk var också en värdefull lärdom.

5 ANALYS

I detta kapitel sammankopplas den teoretiska referensramen och den empiriska studien utifrån den ursprungliga ansatsen. Först analyseras sociala nätverks dimensioner, vilket följs av en analys av dess syfte och funktioner. Utifrån detta förs en diskussion kring uppsatsens problemformulering och syfte.

5.1 ANALYS

V i tror självklart att nätverk kan vara ett mycket bra verktyg, inom flera akademiska fält samt i praktiken, men begreppsapparaten är, som nämnts ett flertal gånger tidigare, något haltande. I arbetet hitintills har vi stött på flera definitioner och fenomen som anses falla in under rubriken nätverk. Samtidigt har vi upptäckt underrubriker till fenomenet nätverk och identifierat andra begrepp som är mycket användbara inom ramen för arbetet. För att försöka skapa en följsam struktur i analysen har vi valt att utforma den efter vår ursprungliga ansats. Det innebär att analysen kommer att inledas med vad ett socialt nätverk är och vilka dimensioner som är centrala; något vi valt att kalla ”nätverkets natur”. Därefter kommer en närmare analys av nätverks syfte och dess funktioner.



Figur 11 - Ansats anpassad till analys

Som förklarades tidigare i inledningen anser vi att definitionerna av nätverk är så många att alla eller inga stämmer. Genom upplägget i analysen skapas förhoppningsvis ordning bland begreppen med följden att det tydligare går att skilja på fenomenen för att därigenom kunna diskutera de intressanta insikter som studier av nätverk kan ge upphov till.

5.2 NÄTVERKETS NATUR

Vad är då ett nätverk, eller annorlunda formulerat; vad är inte ett nätverk? När nätverk diskuteras generellt likställer många respondenter fenomenet med hela bekantskapskretsen, eller alla personer vars visitkort man har. Andra syftar snarare på mer organiserade förekomster av organisationer. Att begreppet nätverk är odefinierat märks klart och tydligt i empirin då åsikterna om vad ett nätverk är varierar. Fredrik Andersson anser att Nova100 inte är ett nätverk utan snarare en plattform för att skapa nätverk. Detta är något medlemmar i Nova100 däremot inte instämmer i, utan anser att Nova100 är ett nätverk. Lika otydlig är synen på Salongen där Peter Lilliehöök anser att Salongen har inslag som kan liknas vid nätverk eftersom människor träffas och interagerar. Merparten av respondenterna är dock överrens om att ett nätverk inte är samma sak som bekantskapskretsen eller kontaktnätet.

För att kunna föreslå en bra definition och kartlägga nätverk blir vi därför tvungna att identifiera beståndsdelarna med hjälp av teori och empiri och därefter skapa en ordning och ett sammanhang i konceptet.

5.2.1 INKLUSION OCH EXKLUSION

Flertalet av respondenterna anser att nätverk innebär en bestämd utvald gruppering eller en sammanslutning av människor. I och med detta öppnar sig diskussionen om ett nätverks exklusivitet. Vem väljer vilka som ska ingå i ett särskilt gruppering och hur går själva valet till? Detta resonemang leder fram till en beståndsdel som är befintlig i alla sociala nätverk, nämligen urvalsprocessen. Johan Andrén drar detta resonemang längst och hävdar att ett urval sker i alla typer av grupperingar, direkt eller indirekt. Även inom bekantskapskretsar eller kompisgäng sker en automatisk och naturlig urvalsprocess. Fredrik Andersson hävdar att det är viktigt att ett nätverk består av intressanta människor och därför är en urvalsprocess nödvändig. Ett urval av intressanta människor är, enligt Fredrik, en garanti för att det ska uppstå någon form av utbyte för medlemmarna. Enligt Judith Wolst är exklusiviteten viktig för att nätverket ska särskilja sig. Om alla får vara med, förloras själva poängen med nätverket. Filip Alderin ser annorlunda på urvalsprocessen, då han hävdar att det alltid finns en risk att nätverket missar, för honom

intressanta människor, om han själv inte är inblandad i urvalsprocessen. Därför föredrar Filip öppna nätverk där han själv är ansvarig för den urvalsprocess som krävs. Gunneriusson et al framhåller att sociala nätverk tenderar att definiera sig själva genom inklusion och exklusion och att detta är en central funktion i sociala nätverk. Genom inklusion och exklusion får nätverket ”rätt” människor eller ”intressanta” människor, alltså den bredd eller den spets som nätverket har som ambition att ha.

5.2.2 FORUM

I diskussionen om begreppet nätverk har andra underbegrepp framkommit. Ett sådant begrepp är forum, vilket många respondenter på olika sätt förknippar med nätverk. För flera respondenter tenderar forumet att vara kontaktytan i nätverket. Enligt Filip Alderin uppstår ett forum när människor träffas och det är i detta ögonblick som ett utbyte av kunskap, tjänster eller erfarenheter uppstår. Filip poängterar att det inte finns något värde i själva nätverket om medlemmarna inte via ett forum kan utnyttja relationen. Även Judith Wolst anser att forumet är mer fysiskt när hon säger att ett forum kan besökas medan ett nätverk har medlemmar. För Peter Lillehök är innebörden av forum snarlik ett nätverk; att träffas och utbyta tjänster. Däremot anser han att forum har en starkare koppling till en debatt. Forum är lättare att applicera på Salongen enligt Peter.

Empirin ger en bild av att nätverk bildas genom exklusiva forum, vilket både Nova100 och Salongen är goda exempel på. På forum tenderar dessutom trösklarna för kontakt att vara relativt små. Befinner medlemmarna sig i samma situation på samma plats uppstår en upplevelse av gemensamma nämnare, vilket skulle kunna skapa en grad av homosocialitet. Respondenterna verkar alltså anse att forumet består av interaktion med andra människor och därigenom sker ett utbyte av något slag och att det därmed i exklusiva forum finns en oerhörd potential för medlemmarna.

5.2.3 UTBYTE

Gemensamt för alla respondenter är att de anser att någon form av utbyte måste förekomma inom ett nätverk. Formen för utbytet kan naturligtvis variera och Fredrik Andersson framhåller främst kunskapsutbytet mellan medlemmar inom nätverket, vilket många andra respondenter också gör. Men kunskapsutbytet kan ta olika form; för Peter Lillehök handlar kunskapsutbytet mer om en allmänbildning, medan det för novor handlar mer om affärsmöjligheter och jobb. Förekomsten av ett utbyte bekräftas väl i den teoretiska referensramen, där främst Marcel Mauss har diskuterat det han kallar gåvologiken. Enligt hans teori måste individen vara beredd på att ge, ta emot samt att återgälda gåvan senare. Detta resonemang ligger nära tillhands att konvertera till nätverkstänkandet där medlemmen inom ett nätverk kan ta emot en ”gåva” för att sedan återgälda givaren. En filosofi

som kännetecknas av ”om du hjälper mig nu, så hjälper jag dig med något annat vid ett senare tillfälle” kan förekomma inom vissa nätverk.

I teorierna om sociala nätverk ges en bild av aktören som är skrämmande lik ”the Economic Man”, där samlandet av ekonomiskt kapital är den enda egentliga drivkraften. Detta synsätt är förlegat och kan behöva omprövas. Empirin med respondent S i spetsen stärker detta resonemang avsevärt; kontakter med kapitalvinster är i många fall ett sekundärt mål.

Peter Lilliehöök och andra respondenter från Salongen framhäver att nätverk till stor del handlar om att ha kul när de träffas. Det är viktigt att det är hög trivselfaktor inom nätverket. Om trevnaden saknas kommer medlemmarna inte att återkomma, vilket resulterar i att nätverket dör. På grund av detta faktum anser Peter Lilliehöök att underhållningen är en central del av Salongen; medlemmarna måste i första hand tycka om att gå dit. Respondent S instämmer i ovanstående resonemang eftersom incitamenten för hans medlemskap är baserade på att ha kul.

5.2.3.1 Transaktion och relation

Dikotomin mellan å ena sidan något transaktionsbaserat och å andra sidan något relationsbaserat är traditionell och allmänt vedertagen. Den ställer dock till med problem i vissa avseenden i analysen av nätverk.

Mycket tyder på att nätverk kännetecknas av relationer. Empirin föreslår detta och forskare tycks vara rörande överens. Vi instämmer men ställer oss frågan: förlorar transaktionerna i relationerna sin betydelse? Om utbytet i nätverk, det vill säga transaktionerna av kunskap eller motsvarande, är det mest basala i ett nätverk bör detta faktum inte gömmas genom användningen av ett annat kvalitativt annorlunda begrepp. Å andra sidan är det relativt uppenbart att relationer syftar på upprepade transaktioner, vilket motiverar en dikotomi. Det kan dock vara förtjänstfullt att understryka detta faktum eftersom utbytet är så grundläggande i analysen av nätverk, kanske på ett annorlunda sätt än i affärssammanhang. Sker inte transaktionen enligt överenskomna normer och konventioner dör också relationen eventuellt tidigare i nätverk eftersom tilliten ersätter monetära medel och kontroll.

5.2.4 KAPITAL

Diskussionen om kapital och dess funktion i nätverk får stort utrymme i vissa teoriavsnitt. Eftersom kapital, i den bemärkelsen som det används i teorin, är ett begrepp som innefattar värden som vanligtvis inte benämns som kapital, är vi inte förvånade över att det helt och hållet saknas i empirin. I empirin återfinns dock stundtals begrepp som påminner om begreppet kapital. Fredrik

inleder med att prata om betydelsen av bland annat kunskap, kontakt och intressanta människor. Han säger också att den som tjänar mest är "idioten", den person som sliter mest i början och är bra på att visualisera den framtida vinsten. Vinsten motsvarar kapital enligt vår tolkning; en avkastning på aktörens satsning. Senare under intervjun diskuteras också att nätverk är en viktig faktor när det gäller att uppnå visioner i livet. För att uppnå en vision krävs att denna bryts ner i mål. En aktör i ett nätverk ska sedan signalera att dessa mål är viktiga för honom eller henne för att på så sätt komma i kontakt med andra aktörer i nätverket som kan underlätta måluppfyllelsen. Detta skulle kunna liknas vid det sociala kapitalet; relationer till individer i nätverket som det förekommer ett utbyte med, där utbytet på sikt genererar önskat slag av kapital.

Fredrik menar att en bra medlem är någon som hela tiden bidrar med värde och det är viktigt att bidra med värde länge för att sedan kunna kamma hem vinsten. Johan Andrén säger samma sak: alla måste bidra med något till de andra. Det är ibland lite för enkelt att säga att en medlem bidrar med kunskap. En mycket väl ansedd person skulle förmodligen inte behöva besitta enormt mycket kunskap för att äga tillträde till vissa nätverk. Personen och kapitalet hade med stor sannolikhet räckt.

En viktig skillnad mellan empiri och teori skulle kunna vara igenkännandet av nyttan att ha redskap, det vill säga kapitalet för att uppnå ett mål, agenda eller vision med. Respondenterna tycks vara överens om att utbytet sker med kunskap och tjänster och att nätverken de är medlemmar i hjälper dem att uppnå sina mål. Således borde nätverkens utbyten vara viktiga för måluppfyllelse och därigenom är alltså även kapitalet en viktig komponent i sammanhanget, även utifrån empirin.

Ett annat värde som skapas i Nova100 är värdet för individen som medlemskapet innebär i exempelvis anställningssituationer. Definitionen av symboliskt kapital är således användbart när vi vill studera medlemskapet i Nova100. Vikten av symboliskt kapital är dock svårt att avgöra. Är det ett primärt mål att ackumulera symboliskt kapital eller mer sekundärt? Beror det på vilken typ av nätverk som studeras? För medlemmar i Nova100 är det med stor sannolikhet viktigare med det symboliska kapital som uppstår i och med medlemskapet än motsvarande för Salongen. I Salongen kanske det sociala kapitalet är betydligt viktigare som kapitalform. På så sätt hjälper kanske också nätverken sina medlemmar med att nå respektive mål, eller lösa respektive problem. Det är också intressant att fundera på huruvida detta hänger ihop med nätverkens utveckling. Måste det i nätverk genereras både socialt och symboliskt kapital för att medlemmarna ska vara nöjda eller räcker det med den ena eller andra sorten?

En annan viktig aspekt på de olika formerna av kapital är också konverteringen mellan kapitalformerna. I dagens samhälle syns vissa tecken på att socialt kapital omsätts direkt till symboliskt kapital, i den bemärkelsen att socialt kapital är lika med status. Detta kan exemplifieras med hetsen att samla visitkort och diskussioner om vem som känner vem. Detta borde dock inte kvalificera sig som symboliskt kapital på samma sätt som en doktors- eller VD-titel.

I de teoriavsnitt som behandlar socialt kapital poängteras det faktum att aktörer kan vara olika bra på att hantera och därigenom reproducera sitt kapital. (Vi vet inte om vi kan översätta reproducera till att generera.) Att så är fallet är inte alls omöjligt, vi kan till exempel dra en parallell till diskussionen om social kompetens och EQ (Emotional Quote). Empirin föreslår liknande fenomen; Fredrik Andersson nämner att den som tänker mest långsiktigt är den som tjänar mest i nätverket, det finns alltså olika sätt att hantera andra aktörer som fungerar olika bra.

5.2.5 TILLIT

För att relationen ska bestå och nätverket fortleva är tillit något av det mest centrala begreppet inom sociala nätverk. Om medlemmarna saknar tillit till varandra kommer transaktioner mellan dem att upphöra och utbytet likaså. Få av respondenterna har tagit upp behovet av tillit inom sociala nätverk, men Gunneriusson et al diskuterar detta ingående. Ömsesidig tillit är en förutsättning för att skapa bestående relationer och utan dessa relationer kommer utbytet inte att äga rum. Tillit skulle även kunna ses som en accelerator till utbytet. Ju större tillit som förekommer, desto större och snabbare skulle utbytet kunna ske.

5.3 SYFTE OCH FUNKTION

5.3.1 SYFTET MED NÄTVERK

Syftet med nätverk visar sig i empirin vara något skiftande. Fredrik Andersson upplever att anledningen till varför människor väljer att gå med är att de söker kunskap i olika former. I detta ingår också att sätta människor inom nätverket i kontakt med varandra så att ytterligare kunskapsutbyten uppstår. Filip Alderin nämner tjänster och gentjänster. För Judith Wolst handlar nätverk mer om att tillfredställa ett socialt behov och att mer effektivt uppnå mål genom andra människor i nätverket. Johan Andrén nämner utbyte, identitet och tillhörighet. För Peter Lilliehöök är syftet att likställa med interaktionen med andra människor. För Jan Jensen är istället syftet att generera affärer. För Fernando Flores handlar motivet bakom medlemskap i nätverk om känslor och tillhörighet, och för respondent S är syftet att ha ett kontaktnät och att visa att ett förtroende

förtjänas. Syftet med nätverk kan, enligt både respondent S och Johan Andrén, också handla om att lösa problem. Vad är då generellt i dessa resonemang? Alla respondenter nämner, med olika ordval dock, någon form av interaktion mellan individerna i nätverket. Det sker också enligt respondenterna ett utbyte mellan aktörerna i denna interaktion som består av något värdefullt eller eftertraktat enligt de inblandade. Uppfattningarna om vad som är föremålet för utbytet är dock relativt svårt att utreda; vissa belyser kunskap medan andra poängterar tjänster i en mer allmän bemärkelse. Har detta i så fall att göra med kapital? Att göra någon en tjänst är ekvivalent med att en fordring uppstår, det vill säga recipienten har en skuld till givaren. Att göra tjänster till inflytelserika personer, vilket skulle kunna vara detsamma som aktörer med mycket socialt och symboliskt kapital, är jämförbart med att investera i en relation. Ett annat sätt att betrakta situationen kan vara att likna förhållandet vid ett lån. Om detta resonemang är hållbart i läsarens ögon blir resultatet att utbytet sker genom transaktioner av kunskap och kapital. Detta förutsätter dock att kapitalet verkligen är något som för aktören är nyttigt i processen att uppnå ett specifikt mål.

Teorierna belyser också i första hand utbytet. Mauss och senare Gunneriusson et al vill hävda att människor byter saker och tjänster med varandra enligt oskrivna men allmänt vedertagna normer. Denna bild nyanseras sedan med resonemang om olika former av kapital och hur dessa ackumuleras och genereras och här hamnar fokus på tillitens betydelse för utbyte. Gunneriusson et al menar också att nätverk är en metod att organisera samhället vilket beror på funktionerna utbyte, utestängning och sammanhållning.

I empirin saknas uttalanden om att nätverk är en viss garanti för att samtliga medlemmar genomgått eller uppfyllt samma krav och prövningar för att få delta i nätverket. Detta skulle kunna vara ett syfte eftersom en medlem automatiskt kan känna en viss grad av tillit till övriga medlemmar, även dem han eller hon inte har hunnit lära känna än. Detta påminner dock till viss del om resonemangen i teorin om homosocialitet, det vill säga att människor lättare umgås med likasinnade. I Gunneriusson et als fall tenderar resonemanget att handla mer om förutsättningar än rent explicit som syfte. I samma tankegång kan paralleller dras till Groucho Marx klassiska uttalande ”*Jag kan inte tänka mig att vara med i en klubb som är villig att ha mig som medlem*”. Motiv att vilja gå med i nätverk kan i så fall ha att göra med att tillhöra en viss skara människor som individen på ett eller annat ser upp till och beundrar.

5.3.2 MEKANISMER OCH FUNKTIONER I NÄTVERKET

Vilka funktioner är mest centrala för att uppnå syftet med nätverk? Som tidigare nämnts identifierar Gunneriusson et al utbyte, utestängning och sammanhållning. De diskuterar också,

vilket nämnts ovan, att homosocialitet är en viktig förutsättning. Sociala nätverk förutsätter en interaktion och i så fall även det som gör interaktionen möjlig. Respondent S pekar på betydelsen av förnyelse som en förutsättning för att nätverk ska fungera. Fredrik Andersson påpekar att intressanta människor är centralt för nätverkets överlevnad eftersom den upplevda potentialen i eventuella framtida möten är en viktig funktion för medlemmens vilja att bidra och delta i nätverket. Aktörerna måste interagera någonstans också varför ett forum på ett eller annat sätt är en förutsättning för att utbytet av kapital och kunskap ska fortlöpa. Detsamma gäller tilliten mellan aktörerna. Kanske räcker medlemskapet inledningsvis men aktörerna måste enligt teorin bevisa sig för varandra och därigenom förtjäna den tillit som möjliggör utbyte. Tilliten kan dock beroende av en positiv stämning eller trevliga samtal och diskussioner som med fördel inte berör det aktuella eller kommande, och kanske mer instrumentella, utbytet. Respondent S nämner flera gånger just detta. Många gånger är kanske också trevnaden huvudsyftet. Trevnad skulle kunna vara synonymt med jämlikt också, det vill säga att alla i nätverket deltar på samma villkor. Jämlikhet i ett nätverk och generellt i alla mänskliga relationer, påverkar på något sätt.

5.4 BESTÅND OCH FLÖDE

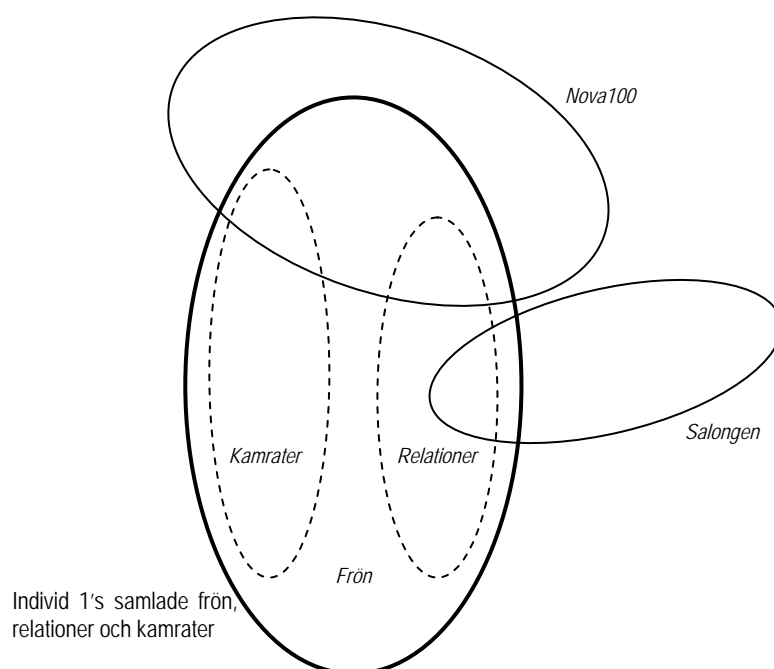
I vissa fall kan nätverk ge en bild av att vara ett statiskt fenomen, vilket vissa respondenter håller med om. Detta innebär att relationerna i nätverk, eller det sociala kapitalet, är beständiga utan underhåll. Ett organiserat nätverk med en tydlig och fungerande inklusion och exklusion, där kollektivet faller avgörandet om medlemskap, kan anses som ett bestånd. Fredrik Andersson är den respondent som främst diskuterar relationernas utveckling och hållfasthet.

I detta sammanhang spelar tiden en avgörande roll men tidsdimension är generellt sett sällsynt förekommande i empiri och teori. På samma sätt är tiden en intressant faktor i diskussionen om information och kunskap; med tiden blir information obsolet eller allmängiltig och därmed förlorar den sitt värde.

Bestånd eller flöde kan i sig vara centrala begrepp i dissektionen av sociala nätverk som inte hittills har stött på i litteratur eller empiri. Frågan är också om gåvans logik gäller i både bestånd och flöde och i så fall om tid är en faktor att ta hänsyn till. Består nätverk karaktäriserade av flöde eller bestånd av samma beståndsdelar?

5.5 INDIVIDENS INORDNING I NÄTVERK

Nätverk är ett begrepp med många definitioner och tillämpningar. De olika typerna av innebörd i sociala nätverk och ordets användning i vardagen borde kunna gestaltas genom modeller eller kartor. Med stor sannolikhet finns det också en uppsjö av potentiella kartor och modeller. Dessa skiljer sig säkert till viss del eftersom de olika tillvägagångssätten har byggt in olika antaganden. Den karta som används i Social Network Analysis är situationsbunden, det vill säga en individs relationer i en specifik situation eller roll.

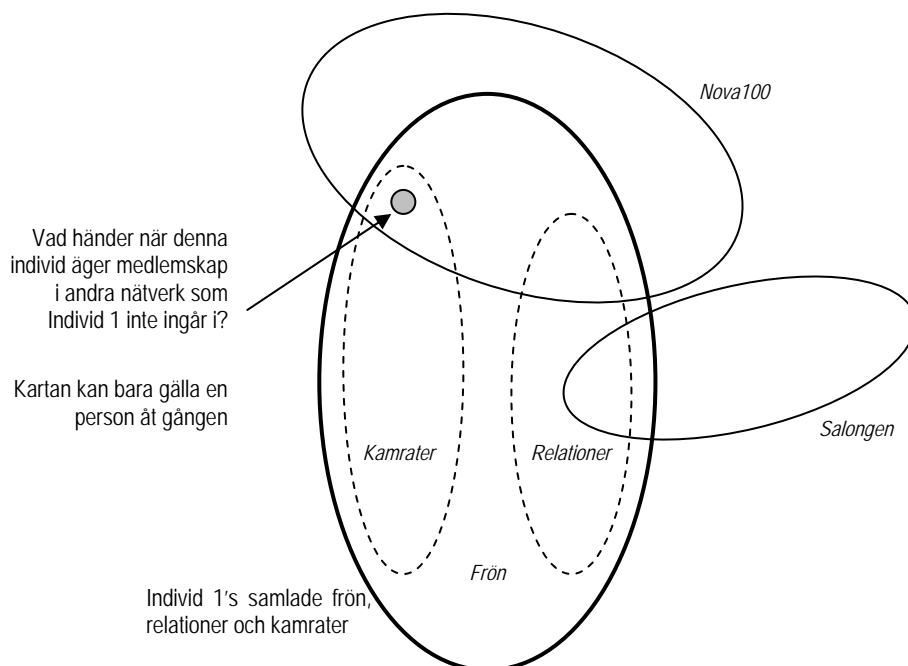


Figur 12 - Individens "personliga" nätverk

En alternativ illustration av nätverk representeras i modellen ovan. Kartan visar individ 1 och dennes samtliga kontakter eller band till andra människor. Individ 1 kan vara medlem i Nova100 men kan också på andra vägar känna medlemmar i nätverket. Detsamma gäller Salongen. Kartan visar dock också en kvalitativ indelning av individens kontakter; kartan gör skillnad på frön, relationer och kamrater i enlighet med Fredrik Anderssons bild av nätverk.

En karta på det här sättet innebär dock en del problem; det ger ett sken av att huvudpersonen "äger" relationer till andra och att dessa "ingår" i "mitt nätverk" eller bekantskapskrets. Detta är en något skev bild av verkligheten. Det är sällan någon äger ett nätverk eller grupp med människor, åtminstone känns det orimligt att anta (oavsett maktrelationer äger ingen ett nätverk – detta hade

gjort att andra kanske hade gått ur). På samma sätt "ingår" en person inte passivt i någon annans nätverk utan det är en ömsesidig relation där personerna antingen har en egen specifik relation (egen ellips) eller ingår i samma nätverk tillsammans. Dessutom uppstår problem när en individ som ingår i det aktuella nätverket är medlem i andra nätverk som huvudpersonen inte är medlem i. Detta innebär är att kartan endast kan ritas för en huvudperson i taget vilket gör att kartan förlorar en viktig poäng: vilka känner individerna indirekt? Vilka kan de komma i kontakt med genom de nätverk de är med i?



Figur 13 - Individens "personliga" nätverk

5.6 VÄRDERING AV SOCIALA NÄTVERK

Värdering av sociala nätverk är ett komplext åtagande. Grunden till komplexiteten ligger i statiskheten och effekten av inklusionen samt exklusionen i nätverk, alltså om nätverket påminner om ett flöde eller ett bestånd. Ett nätverk som liknas vid ett bestånd är inte lätt att värdera men teoretiskt möjlig att kartlägga och mäta. De personer som ingår i nätverket och deras samlade erfarenheter, titlar och relationer går att räkna. Allt detta ingår i medlemmarna och därmed i det totala nätverkets aggregerade sociala, symboliska och ekonomiska kapital. Ett socialt nätverk kan dock präglas av andra logiker och inklusionen och exklusionen kan styras av enskilda människor. I detta fall är det fråga om en bekantskapskrets eller liknande (oavsett om grunderna till bekantskaperna är fritidsorienterade eller professionella) och i så fall kännetecknas strukturen av ett flöde, vilket gör värderingen ännu svårare än tidigare. Vid en värdering kan alltså endast värdet

beräknas vid ett speciellt ögonblick, då flödet kan ha ändrat värderingen sekunden efteråt. Detta får konsekvenser i diskussionen om sociala nätverk i företagsvärdering och redovisning av Intellektuellt Kapital, vari relationskapital är en viktig del.

5.7 MAKTSTRUKTURER

I och med transaktions- och relationsnaturen i nätverk som diskuterats ovan kan teorier om makt tillämpas även på nätverk. Cox matris över maktstrukturer identifierar attribut hos köpare och säljare som avgör om relationen kan kännetecknas som dominerad av endera parten. Detsamma skulle kunna tänkas gälla i nätverk om vi byter ut orden köpare mot mottagare av gåva och säljare som givare av gåva.

Attribut för mottagarens makt gentemot givaren	Hög	<u>Mottagardominans (>)</u> Få mottagare/många givare Givarens <i>switching costs</i> är höga Mottagarens <i>switching costs</i> är låga Mottagaren är attraktiv för givaren Givaren erbjuder en standardtjänst eller -kunskap Mottagarens sökkostnader är låga Givaren har inte fördelar av informationsasymmetri gentemot mottagaren	<u>Ömsesidigt beroende (=)</u> Få mottagare/få givare Givarens <i>switching costs</i> är höga Mottagarens <i>switching costs</i> är höga Givaren är attraktiv för mottagaren Givaren erbjuder en unik tjänst eller kunskap Mottagarens sökkostnader är höga Givaren har vissa fördelar av informationsasymmetri gentemot mottagaren	
	Låg	<u>Ömsesidigt oberoende (0)</u> Många mottagare/många givare Givarens <i>switching costs</i> är låga Mottagarens <i>switching costs</i> är låga Mottagaren är inte särskilt attraktiv för givaren Givaren erbjuder en standardtjänst eller -kunskap Mottagarens sökkostnader är låga Givaren har inte fördelar av informationsasymmetri gentemot mottagaren	<u>Givardominans (<)</u> Många mottagare/få givare Givarens <i>switching costs</i> är låga Mottagarens <i>switching costs</i> är höga Mottagaren är inte särskilt attraktiv för givaren Givaren erbjuder en unik tjänst eller kunskap Mottagarens sökkostnader är höga Givaren har fördelar av informationsasymmetri gentemot mottagaren	
	Låg	Attribut för givarens makt gentemot mottagarens		Hög

Figur 14 - Maktstrukturer baserat på Cox

Följande scenario är enligt modellen möjligt: En givare är relativt ensam om sin kunskap och sitt kapital och mottagaren har inte heller tillgång till någon annan med det eftersökta kapitalet eller kunskapen. Här kommer tjänsten i mottagarens ögon att värderas högre än annars vore fallet eftersom tjänsten var svår att få tag på. Frågan är om motsatt gäller: en givare är istället bara en i mängden av givare av en viss tjänst och vill väldigt gärna hjälpa övriga medlemmar i nätverket. För att kunna ackumulera kapital måste således utbyte ske med övriga medlemmar.

Byteskostnader (switching costs) kan tänkas vara ett intressant inslag eftersom en upprepning av transaktioner tenderar att utvecklas till en relation. Om en relation fungerar är sannolikheten att en part byter ut den andra parten mindre. Ovanstående gäller alltså när en relation (utbyte) i nätverket har inletts men inte fungerar tillfredställande och byteskostnaden inte överstiger den eventuella vinsten med bytet. Motsvarande resonemang borde också i så fall gälla för sökkostnader i nätverk med ett större antal medlemmar, och i synnerhet för helt nya medlemmar som inte navigerar särskilt väl i det nya nätverket.

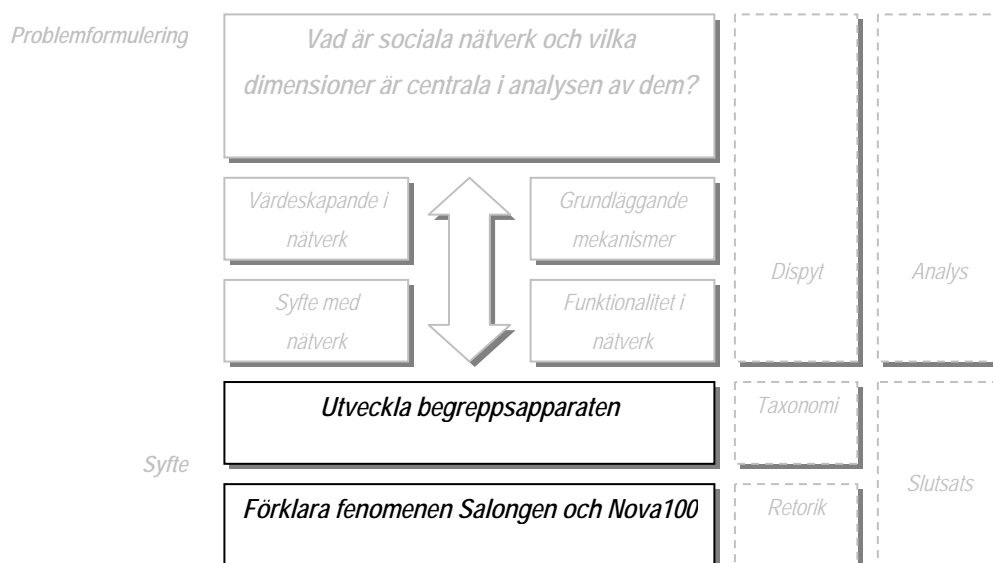
Sammantaget gäller kanske alltså teorin om makt i bytesrelationer också. Eftersom det inte förekommer något uppslag kring detta i empirin redogörs detta resonemang enbart i analysen. Vi kommer därför heller inte att ta upp det i slutsatsen, utan endast återknyta till resonemanget i förslag till framtida forskning.

6 SLUTSATS

I detta kapitel sammanfattas analysen och en del insikter som uppsatsen har lett fram till. Här presenteras även ett antal modeller som skapats för att illustrera och förenkla begreppsapparaten kring sociala nätverk. Därefter förklaras fenomenen Salongen och Nova100 utifrån taxonomin. Kapitlet avslutas med förslag till framtida forskning.

6.1 TAXONOMI

Slutsatserna i denna uppsats består av tillägg till taxonomin kring sociala nätverk och en deskriptiv exemplifiering genom Nova100 och Salongen. Insikter har främst vuxit fram angående nätverks beståndsdelar, kronologi, distinktionen mellan funktion och syfte i nätverk samt hur det är möjligt att åskådliggöra tillhörighet i olika nätverk.

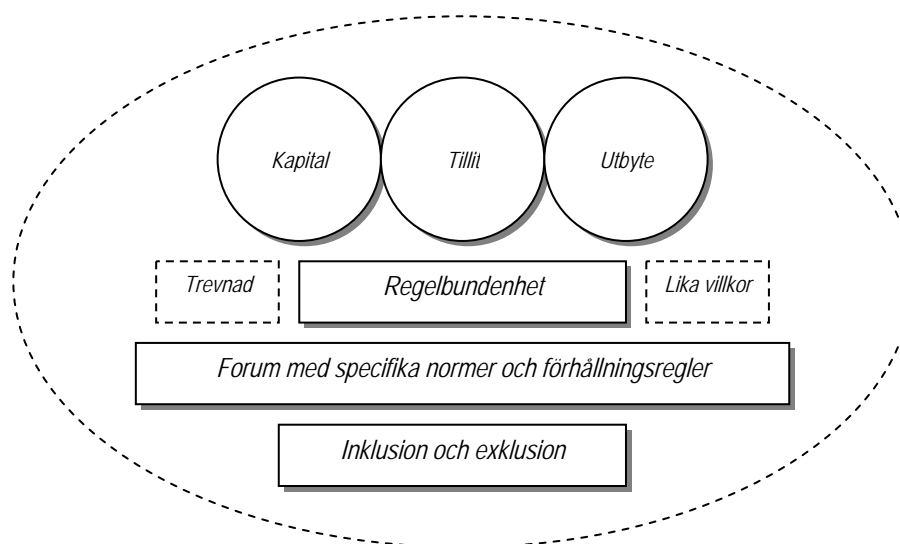


Figur 15 - Ansats anpassad till slutsats

6.2 DEFINITION OCH BESTÅNDSDELAR I SOCIALA NÄTVERK

Sociala nätverk är levande och i ständig evolution. På samma sätt som en cell består dock nätverk av vissa delar som var och en har en speciell uppgift eller fyller en specifik funktion. Det är svårt att

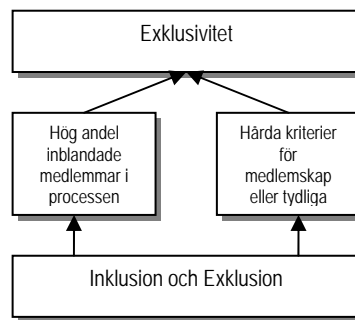
värdera de olika funktionerna; alla är, eller kan vara, essentiella beroende på situation eller sammanhang. Nedan visas beståndsdelarna i ett socialt nätverk och dessa utgör basen i vår definition av sociala nätverk. Varje beståndsdel behandlas i en egen avdelning vilket avslutas med en del av den definition som sedan presenteras för sociala nätverk.



Figur 16 - Nätverkets beståndsdelar

6.2.1 INKLUSION OCH EXKLUSION

Ett nätverk består av en viss skara människor och förutsätter således en process som antingen utesluter eller innefattar eventuella medlemmar. I likhet med tidigare författare och forskare anser vi att inklusion och exklusion är en bra benämning på denna process. Inklusion och exklusion avgör nätverkets exklusivitet, ett begrepp som i detta sammanhang skall tolkas neutralt eller objektivt, det vill säga som huruvida det är ett mer öppet eller mer stängt nätverk och stundtals huruvida det är svårt att bli medlem eller inte. Värderingarna bakom exklusiviteten ligger alltså i nätverket och är inte generella. Inklusion och exklusion bestäms av alla, grundare eller vissa utsedda (eller rentav självutnämnda) medlemmar i nätverket. Det viktiga är här att den mall som används speglar nätverkets allmänna uppfattning och skulle kunna tolkas som ett representativt demokratiskt beslut. När ”fel” människor får medlemskap kommer sannolikt äldre medlemmar gå ur nätverket. Samtidigt sker processen utifrån en viss normativ eller regulativ mall, det vill säga en mer eller mindre formell process äger rum. Vi har uppfattningen att exklusiviteten också beror på antalet inblandade medlemmar. Svårigheten att bli accepterad ökar med att bli godkänd av fler människor. Detta är åtminstone grundförhållandet. Modellen nedan illustrerar detta.



Figur 17 - Exklusivitet

Existensen av inklusions- och exklusionsprocessen vittnar också om att nätverk inte är statiska. Antalet medlemmar varierar och uppfattningar om vem som ska vara med eller inte skiftar också med stor sannolikhet. Således bör nätverk kännetecknas som flöden snarare än bestånd, framförallt för att uppfattningar, normer och medlemsskara skiftar.

Ovanstående resonemang leder fram till början av definitionen på sociala nätverk:

"Ett socialt nätverk består av en specifik grupp människor som innefattar och utesluter varandra"

6.2.2 FORUM

För att ett socialt nätverk ska existera måste medlemmarna kunna interagera på något sätt. Detta kräver i sin tur en fysisk plats för detta ändamål och eventuellt tid, som är specifik för nätverket. Forumet innebär att medlemmarna träffas och umgås, istället för att sköta interaktionen via ett virtuellt forum eller liknande. Detta ger alltså nätverket ett mycket mer centralt inslag av det sociala.

Ett mycket centralt resonemang i detta sammanhang är relationen mellan nätverket och forumet. Forumet kan sägas vara den fysiska aspekten i fenomenet medan nätverket i sig är en metafysisk aspekt, det vill säga: nätverket är *vad* som händer och forumet är *där* det händer. Denna relation mellan nätverk och forum, och som många respondenter har vittnat om, är så fundamental och förklarar varför begreppen ofta inte går att skilja på. Därmed inte sagt att ett nätverk uppstår om ett forum existerar, eller tvärtom. Istället är de förutsättningar för varandra och kräver ömsesidigt underhåll.

För att fungera som forum krävs en viss regelbundenhet som avgör och påverkar intensiteten och specifika implicita normer eller förhållningsregler som underlättar interaktionen mellan medlemmar. I forumet finns en beteendemall och förväntningar på hur en medlem uppför sig och tjänar som uppfostran för nya medlemmar. Dessutom visar en medlem dels att förväntningarna på beteendet har internaliserats och accepterats, dels att medlemmen är förmögen att uppfatta och

hantera förväntningarna. Detta skapar en grund för tillit mellan medlemmar samtidigt som de medlemmar som inte på ett korrekt sätt uppför sig eller internaliserar kraven på beteendet blir föremål för en eventuell exkludering.

Den andra sidan av myntet med socialisering är egennyttan i att ha trevligt och prata med människor. Detta är ett basalt mänskligt behov och tillfredställer önskan om att tillhöra en grupp och gör det lättare att identifiera sig själv. I många fall tror vi också att det kan röra sig om rent självförverkligande att delta i sammanhang som medlemmen i sitt värdesystem upplever som eftersträvansvärt och upphöjt. Därför är också trevnaden viktig och avväpnande i annars stela och instrumentella sammanhang.

Trevnaden bygger också på att utbyte och interaktion sker på lika villkor i nätverket. Det kan te sig som en självklarhet men ska poängteras likväl; nätverk ska inte vara hierarkiska utan platta i och med att medlemmarna är jämbördiga.

Utifrån analysen ovan byggs definitionen på med nedanstående mening:

"Medlemmarna interagerar på ett bestämt och för medlemmarna tillgängligt och regelbundet förekommande forum med för nätverket allmänt vedertagna normer och förhållningsregler"

6.2.3 UTBYTE

Utbytet är den centrala och grundläggande logiken i ett socialt nätverk både enligt vår empiri och teori. Ett utbyte sker alltid mellan medlemmar i ett fungerande nätverk, dock varierar föremålen för utbytet. Utbytet bygger på medlemmarnas acceptans på tre punkter: att kunna ge, ta emot och återgälda tjänster eller kunskap. Anledningen till att en medlem ska acceptera detta är att en medlem måste vara öppen för utbytet i nätverket, annars tillför eller tillförs han eller hon ingenting. När en medlem ger en annan medlem något eller gör någon annan i nätverket en tjänst uppstår en skuldsituation som innebär att tjänsten skall återgäldas. Därför måste en medlem alltså även vara beredd att ta emot och på så sätt acceptera sin skuldsituation.

Detta sammanfattas enligt följande:

"I ett socialt nätverk sker ett kontinuerligt utbyte av för medlemmarna värdefulla tjänster eller kunskap"

6.2.4 KAPITAL

En medlem väljs in på basis av karaktär och kapitalbas, det vill säga sina förutsättningar för lyckade utbyten i nätverket. Återigen ska det faktum att föremålen för utbytet varierar mellan olika nätverk

poängteras. Kapitalet är alltså den valuta medlemmarna i nätverket utför transaktioner med och även det måttssystem som används i nätverket. Innebörden av detta är att medlemmens totala kapitalbas avgör medlemmens attraktivitet eller pondus i nätverket.

Det finns två typer av kapital som är relevanta i sociala nätverk: socialt och symboliskt kapital. De definitioner som tidigare har producerats genom sociologiska och antropologiska studier är väl användbara. Det vill säga, det sociala kapitalet är summan av de människor en människa innehar rättigheter i och det symboliska kapitalet består av något som är verksamt i de sammanhang där det tillerkänns värde.

En interaktion mellan två medlemmar skapar möjligheter för generering av nytt kapital. Låt säga att en individ utför en tjänst å en annan aktörs vägnar. Direkt uppstår ett socialt kapital i form av en skuld. Tjänsten kanske dock genererade ett symboliskt kapital till mottagaren. Socialt kapital uppstår dock även om inte symboliskt kapital skapas eftersom en tjänst kan bestå av att sätta någon i kontakt med en betydelsefull person i en viss fråga. Det räcker alltså med att tjänsten skapar en potential till nytt socialt eller symboliskt kapital för att tjänsten ska vara värdefullt och därmed vara ett utbyte.

Följande tillägg är dock befogade: 1) socialt kapital kan vara både direkt och indirekt samt 2) att socialt kapital kan påverka det symboliska kapitalet positivt. Med det första tillägget menas att en person som innehar rättigheter i en annan person kan få sin gengäva genom en av den andre personens sociala kapitalbas. Gåldenären kan alltså kvitta två skulder mot varandra genom att sätta två personer som innehar rättigheter i honom i kontakt eller byta en skuld mot en annan genom att be en tredje aktör utföra gentjänsten i sitt ställe.

Det andra tillägget innebär att en stor bas av socialt kapital är respektingivande och gångbart i många sammanhang. Självklart gäller dock att det sociala kapitalet ska omfatta individer som anses vara respekterade i det aktuella sammanhanget, precis som gäller i vanliga fall för det symboliska kapitalet. Med andra ord ska de som ska erkänna det sociala kapitalet värdera relationen tillräckligt mycket för att en automatisk konvertering ska ske till symboliskt kapital. Här spelar roller, titlar och övriga symboler stor roll.

Definitionen växer utifrån ovanstående resonemang med följande mening:

”Den kunskap eller de tjänster en medlem bidrar med till ett nätverk benämns kapital och växer i takt med lyckade interaktioner med andra medlemmar”

6.2.5 TILLIT

Potentiella utbyten måste ses som en självklarhet i ett nätverk så fort inträdet är avklarat. I annat fall finns ingen tillit mellan medlemmarna vilket kommer att kompenseras med mer kontroll av varandra. Detta är inte positivt för nätverket och försvårar för utbyten medlemmar emellan.

Det centrala med tilliten i nätverk är att den istället för kontroller och avtal reglerar relationen mellan medlemmarna i nätverket. I detta ligger därmed en sanktion: den medlem som bryter ett förtroende och missbrukar tillit omintetgör framtida möjligheter att genomföra utbyte till dess att han eller hon bevisat att tilliten förtjänas.

Resonemanget resulterar i följande:

”Utbytet förutsätter i sin tur tillit vilket ersätter funktionen av kontroll och avtal mellan medlemmarna”

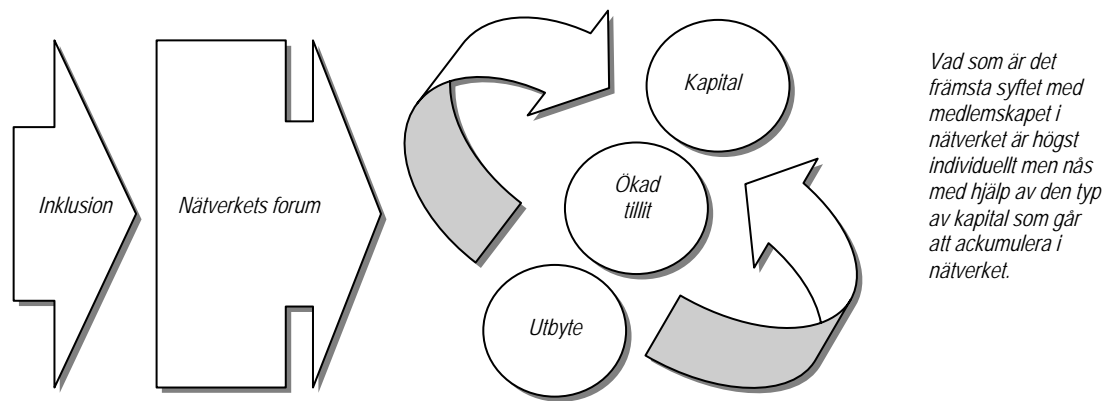
6.2.6 SLUTGILTIG DEFINITION

Våra sammantagna iakttagelser och insikter har genererat följande förslag till detaljerad definition av sociala nätverk:

”Ett socialt nätverk består av en specifik grupp människor som innefattar och utesluter varandra. Medlemmarna interagerar på ett bestämt och för medlemmarna tillgängligt och regelbundet förekommande forum med för nätverket allmänt vedertagna normer och förhållningsregler. I sociala nätverk sker ett kontinuerligt utbyte av för medlemmarna värdefulla tjänster eller kunskap. Den kunskap eller de tjänster en medlem kan bidra med till ett nätverk benämns kapital och växer i takt med lyckade interaktioner med andra medlemmar. Utbytet förutsätter i sin tur tillit vilket ersätter funktionen av kontroll och avtal mellan medlemmarna.”

6.3 NÄTVERKETS KRONOLOGI

Som kompletterande bild av nätverket och dess funktion och sammansättning presenteras nu också den modell som vill åskådliggöra i vilken ordning och följd medlemmar interagerar och vad som kännetecknar olika steg. Modellen är alltså densamma som modellen över beståndsdelarna men försöker även lyfta in tidsperspektivet och kronologi i sammanhanget.



En ny person blir inbjuden till nätverket och erbjuds tillträde till nätverkets forum. Detta innebär inledande tillit som möjliggör utbyten med nätverkets övriga medlemmar.

Medlemmen går in i nätverket och påbörjar utbytet vilket resulterar i ökad tillit mellan den nya medlemmen och de äldre. Föremålen för utbytet ökar i värde och parallellt med detta ökar medlemmens ackumulering av socialt och symboliskt kapital.

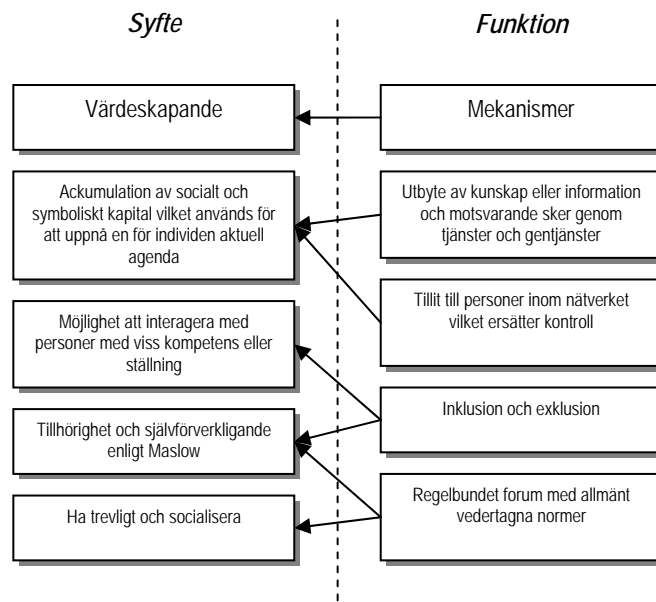
Vad som är det främsta syftet med medlemskapet i nätverket är högst individuellt men nås med hjälp av den typ av kapital som går att ackumulera i nätverket.

Figur 18 - Nätverkets kronologi

6.4 DISTINKTIONEN MELLAN SYFTE OCH FUNKTION

En viktig aspekt i diskussionen är också vad som är syfte och vad som är en funktion i nätverk. Med andra ord är det viktigt att utreda varför nätverk finns å ena sidan och å andra sidan hur de skapar detta värde eller hur det är möjligt. Empirin visar detta tydligt. Genom frågor om varför medlemskap i nätverk kan vara attraktivt eller önskvärt samt vad i nätverk som är eller skapar värde. Dessa syften är tagna ur ett individperspektiv, det vill säga vad nätverket tillför människan. Som tidigare angivits i uppsatsen var svaren på detta att uppnå mål, lösa problem, träffa intressanta människor, tillhörighetsbehov, självförverkligande och att ha trevligt.

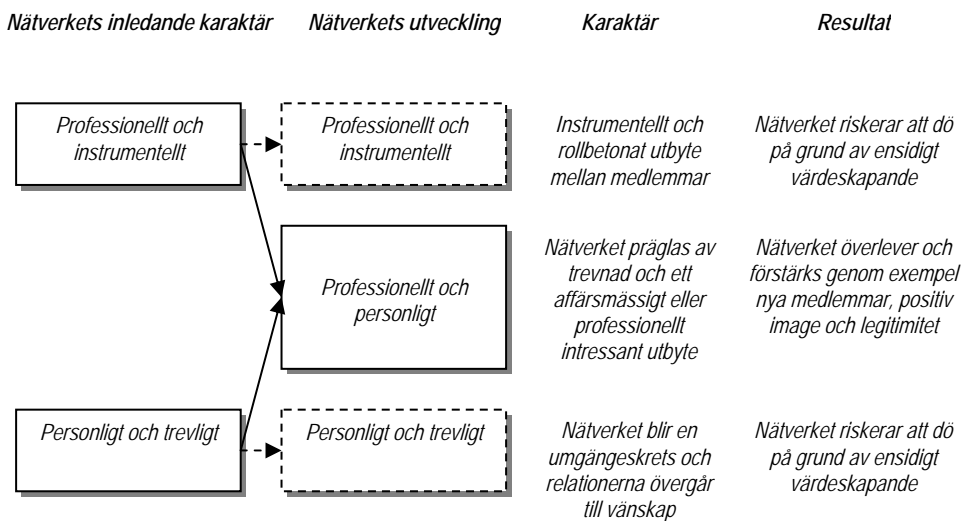
Det innebär också att funktioner i nätverket bidrar till skapandet av dessa värden och det är viktigt att visa just distinktionen mellan funktionen och syftet av den anledningen. Detta åskådliggörs med nedanstående modell.



Figur 19 - Distinktionen mellan syfte och funktion

6.5 NÄTVERKET'S DUALA SYFTE

I sammanhang med syftet med nätverk och i tidigare resonemang har vi rört vid det faktum att nätverk måste uppfylla flera syften, eller annorlunda uttryckt skapa mer än en typ av värde, för att kunna överleva. Det verkar enligt empirin finnas en synergieffekt mellan att ha trevligt och att vara professionell som medför att desto mer affärer som kan göras desto trevligare har medlemmarna och tvärtom. Nätverkens duala syfte åskådliggörs nedan.



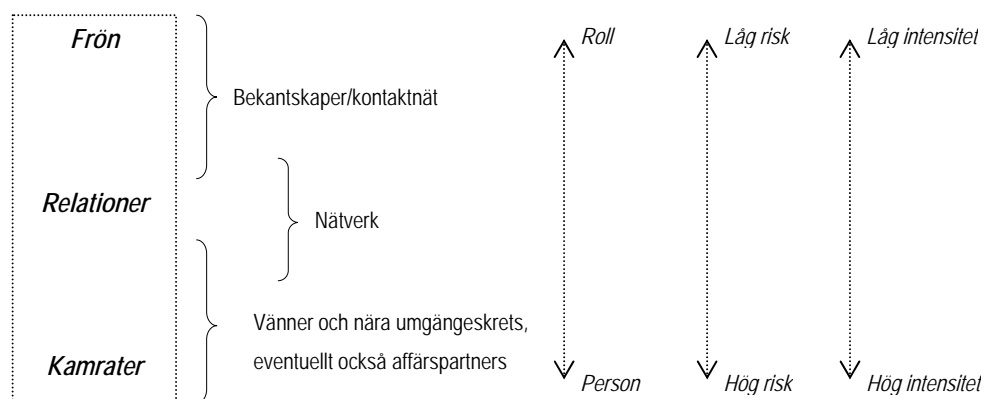
Figur 20 – Nätverkets duala syfte

Implikationerna som detta medför är att nätverket ständigt måste återskapa sig självt för att överleva och ständigt kunna erbjuda nya utbyten och en för medlemmarna upplevd potential till framtida utbyte. Chansen att medlemmarna tar sig till forumet är dock mycket större om två motiv finns: att ha trevligt och möjliggöra en affär eller motsvarande. Är så inte fallet är risken stor att nätverket dör ut på grund av bristande engagemang från medlemmarnas sida.

6.6 ATT ÅSKÅDLIGGÖRA TILLHÖRIGHET I NÄTVERK

6.6.1 NÄTVERK UR INDIVIDENS PERSPEKTIV

Att tillhöra sociala nätverk är inte ovanligt. Det är dock svårt att göra inordningar av individer i olika nätverk och på ett fruktbart sätt illustrera hur medlemskap överlappas. Till att börja med måste dock nätverkens roll ur individens perspektiv klargöras. Självklart är risken för en alltför grov generalisering uppenbar eftersom tidigare teori och empiri saknas men våra studier har visat tecken på att människor interagerar enligt nedan.

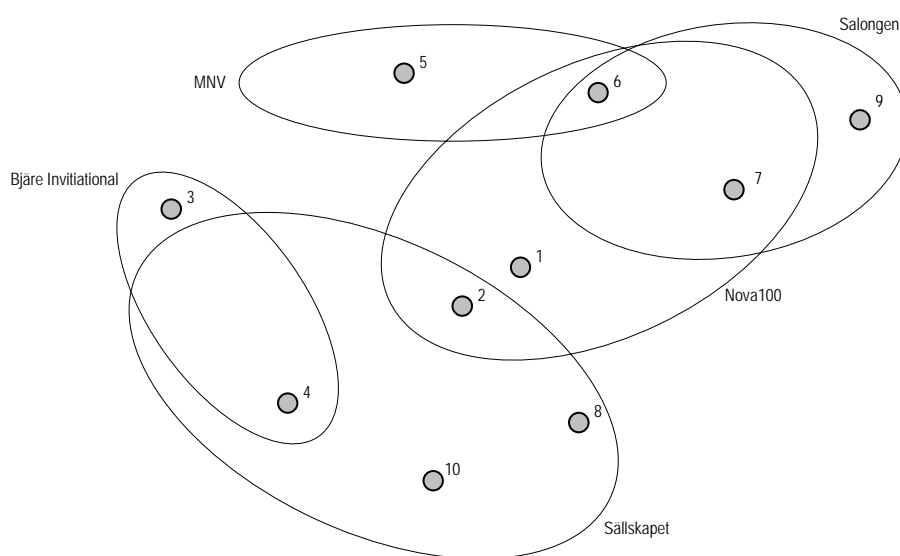


Figur 21 - Nätverkets inordning i individens sociala liv

Essensen är att individer är olika nära varandra och att en rangordning är möjlig att göra när nätverk och deras roll i individers liv analyseras. Nätverk omfattar sällan i huvudsak en individs bästa vänner eller familj utan mer perifera kontakter och individer där relationerna är mer rollbetonade än vad som brukar vara gällande med vänner. Samtidigt är risken i förhållandet mindre eftersom individerna inte är lika nära varandra och inte är personliga i full utsträckning. Detta medför också att intensiteten i relationen är lägre.

6.6.2 INDIVIDER I NÄTVERK

I analysen diskuterades detta och flera problem identifierades, bland annat att liknande kartor tenderar att utgå från endast en individ. Därför förefaller det vara så att människor har "egna" nätverk vilka i många fall består av nätverk som på samma sätt kan anses tillhöra någon annan. Därför föredrar vi istället illustrera tillhörigheten i nätverk på nedanstående sätt där perspektivet är istället att individerna ingår i nätverk. Grå runda fält symboliserar individerna ett till tio och ringarna symboliserar olika nätverk. Befinner sig en individ inom nätverkets ring innebär detta att individen är en fullvärdig medlem.



Figur 22 - Individens inordning i nätverk

En individ har alltså mer eller mindre direkta kontakter inom de nätverk han eller hon är medlem i. Således har personen också flera indirekta kontakter till nätverk som han eller hon inte är medlem i. Detta är en viktig kvalitet med detta sättet att åskådliggöra medlemskap i nätverk. Person 1 och 2 är till exempel båda medlemmar i Nova100. Därmed har de både indirekta kontakter till person 9, som är medlem i Salongen, via person 6 och 7. På samma sätt är person 2 en länk för 1, 6, 7 och 9 till Sällskapet eftersom individen är medlem både där och i Nova100. Angående frön, relationer och kamrater anser vi att det är mer fördelaktigt att dra linjer mellan individer, eventuellt olika starka beroende på relationens kvalitet. Annars tenderar vänskapskretsarna att överlappa varandra vilket är mindre bra för förståelsen av nätverken. Kartan är på intet sätt perfekt men tjänar syftet att illustrera medlemskap och indirekta relationer och kan dessutom i det syftet användas tillsammans med de kartverktyg som finns i Social Network Analysis.

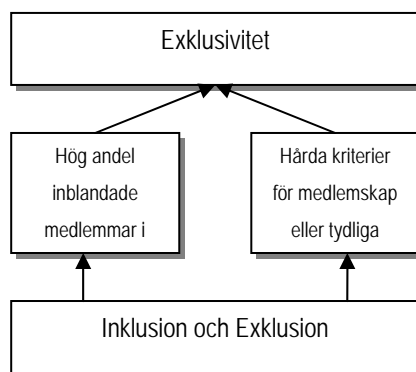
6.7 RETORIK

6.7.1 NOVA100 – ETT SOCIALT NÄTVERK

"Ett socialt nätverk består av en specifik skara människor som innefattar och utesluter varandra"

Nova100 har en mycket tydlig process för inklusion och exklusion. Medlemmar rekommenderar vänner att bli nya medlemmar via hemsidan och därefter testas de ansökande av personal på Nova100 eller deras samarbetspartners. Det första steget består av registrering av CV samt personligt brev, därefter ska den ansökande skicka in dokument som styrker påstådd erfarenhet samt intyga betygsnivåer. Ansökanden screenas sedan på en intervju utifrån tre perspektiv: 1) *Business Quote* (hur mycket drivkraft och entreprenörskap en person besitter samt erfarenheter från näringsliv eller liknande), 2) *Academic Quote* (relevans i utbildning och kurser och nivå på betyg) samt 3) *Emotional Quote* (personlig mognad och empati). I processen ska de sökande nå upp till åtminstone sju poäng i varje perspektiv, poängskalan går från ett till nio. Därefter måste den antagne medlemmen regelbundet uppdatera sin profil via hemsidan och hålla en viss nivå på arbeten och studier för att behålla sitt medlemskap i nätverket.

Nova100s antagningsprocess är rigorös. Exklusiviteten är obestridbar så länge som processen är vad den utger sig för att vara. Det beror dock på att det finns i hög utsträckning en formell process för inklusion och exklusion, inte att många medlemmar är inblandade i processen. Däremot är sannolikheten stor att många medlemmar upplever att kraven ska vara höga för att nätverket ska innehålla så mycket intressanta människor som möjligt samt förstärka bilden av novor som talangfulla individer.



Figur 23 - Exklusivitet i Nova100

"Medlemmarna interagerar på ett bestämt och för medlemmarna tillgängligt och regelbundet förekommande forum med för nätverket allmänt vedertagna normer och förhållningsregler"

Nova100 regisserar flera forum, varav vissa är årligen återkommande och andra är ad hoc och specialbeställda av partners. Det främsta och mest besökta forumet är dock Nova Forum och Nova Galan som hålls under en heldag i februari varje år. Samtliga novor, exnovor och representanter från alla partnerföretag är inbjudna att närvara och träffa varandra genom workshops, casetävlingar, gruppdiskussioner och liknande. Förhoppningen är till stor del från både novor och företag att någon slags rekrytering ska ske, eller åtminstone att en kontakt med en potentiell rekrytering i framtiden ska uppstå. Angående detta förfarande råder ingen tvekan för någon inblandad och beteendet motsvarar den interaktionen. Utbytet består alltså av arbetskraft och arbetstillfälle och både parter är mycket nöjda med situationen och möjligheten. Det finns dock ett näraliggande och mycket viktigt tillägg här. Många besökare, oavsett om de är novor eller tillhör företagen, upplever att Nova Galan och Nova Forum är speciellt bra på grund av den mycket mer personliga kontakten som är möjlig i och med det låga antalet deltagare och de många potentiella kontaktytorna. Forumet möjliggör med andra ord den trevnad som saknas på arbetsmarknadsdagar på olika högskolor och universitet och medlemmarna erbjuds en möjlighet att lära känna varandra. Självklart är dock roller, som empirin påvisar, fortfarande närvarande och påtagliga. Hur utvecklingen ser ut i framtiden gällande balansen mellan det instrumentella och personliga är därför mycket centralt, som modellen över nätverkens duala syfte visar (Figur 20).

Forumet är dessutom både regelbundet och har sina specifika och vedertagna normer och förhållningsregler. Om en medlem inte efterföljer dessa är risken stor för exklusion. Trevnaden spelar också en central roll och har gjort att Galan och Forumet är populärt.

"I ett socialt nätverk sker ett kontinuerligt utbyte av för medlemmarna värdefulla tjänster eller kunskap"

Utbytet av arbetskraft och arbetstillfälle är det mest centrala i Nova100. Hela verksamheten i företagssidan av organisationen vilar på detta och det är också vanligtvis därför deltagare söker sig till Nova100. Reglerna för utbytet är dock mindre uppenbara men fortfarande närvarande. Om en medlem blir erbjuden att närvara vid ett forum eller events förväntas också att medlemmen närvarar. På samma sätt gäller att företagen förväntas rekrytera vid ett tillfälle för eller senare, annars kommer i framtiden inga medlemmar att närvara vid företagets events. Värdet i utbytet är tämligen uppenbart. Det typiska partnerföretaget är ett kunskapsintensivt företag som är beroende

i allra högsta grad av högpresterande personal och den typiske medlemmen har varit ambitiös i skolan under sin utbildning för att få ett utmanande och relativt välbetalt arbete.

"Den kunskap eller de tjänster en medlem bidrar med till ett nätverk benämns kapital och växer i takt med lyckade interaktioner med andra medlemmar"

Det sociala kapitalet består, i enlighet med definitionen, av rättigheter i andra aktörer i nätverket (och ibland utanför). Här råder ingen tvekan om fördelarna med att ha mycket socialt kapital: nätverket Nova100 bygger i stor utsträckning om att bli rekommenderad eller presenterad för rätt människor i rätt positioner. Innehar en medlem rättigheter i andra aktörer uppnår medlemmen lättare sina mål, exempelvis att få ett arbete i ett visst företag.

Självklart spelar dock det symboliska kapitalet en mycket avgörande roll i sammanhanget också. Medlemmen måste kunna visa upp rätt erfarenheter, nivå på betyg och liknande för att kunna göra utbyten med för medlemmen intressanta företag. Denna aspekten är mycket viktig i nätverket och alla medlemmar samt företagsrepresentanter är medvetna och överens om att rätt bakgrund och erfarenhet är viktigt. Medlemskapet i Nova100 kan också utgöra ett symboliskt kapital även utanför nätverkets forum och partners förutsatt att omgivningen i det aktuella sammanhanget har en positiv bild av nätverket.

"Utbytet förutsätter i sin tur tillit vilket ersätter funktionen av kontroll och avtal mellan medlemmarna"

Angående tilliten i nätverket är denna mindre uppenbar i teorin. Medlemmar screenas fortfarande efter ett godkänt medlemskap och eventuella arbetsgivare låter novor gå igenom samma rekryteringsprocess som övriga ansökande. På detta sätt räcker alltså inte medlemskapet i sig som tillitsbaserande faktor. Däremot är tilliten med stor sannolikhet av stor vikt i all annan form av interaktion i nätverket. Novor litar på varandra till stor grad och har lättare att utbyta tips eller kunskap och ur den typen av relationer växer i många fall vänskap eller motsvarande fram. Tillitens betydelse växer däremot sannolikt med tiden och mängden forum medlemmen eller företagsrepresentanten närvarat vid och med tiden kan kanske därför tilliten ersätta kontroll och avtal mellan parterna.

6.7.2 SALONGEN – ETT SOCIALT NÄTVERK

"Ett socialt nätverk består av en specifik skara människor som innefattar och utesluter varandra"

Salongen har en process för inklusion eller exklusion som är mindre formell än i Nova100. I princip bestämmer Peter själv vilka som kommer att erbjudas tillträde till Salongen utifrån kriterier som är relativt diffusa jämfört med Nova100s urvalsprocess. En likhet är dock att båda nätverkens inklusion och exklusion styrs av grundaren av nätverket, eller dennes direkt underordnade. I Salongen är kraven att medlemmen ska vara en modern ledare, ett i sig diffust begrepp, samt relativt ensam representant från sin bransch (Peter menar att detta kanske kommer att förändras senaste gången vi talas vid). Med detta som utgångspunkt skapas ett extremt heterogent nätverk med många perspektiv och kompetenser representerade. Det är också därför kravbilderna på medlemmar ser ut som den gör.

"Medlemmarna interagerar på ett bestämt och för medlemmarna tillgängligt och regelbundet förekommande forum med för nätverket allmänt vedertagna normer och förhållningsregler"

Salongen är ett forum och nätverk på samma gång och det är svårt att skilja dem åt. Forumet är den fysiska aspekten, nätverket den metafysiska. Med andra ord är forumet vad som finns och nätverket vad som händer.

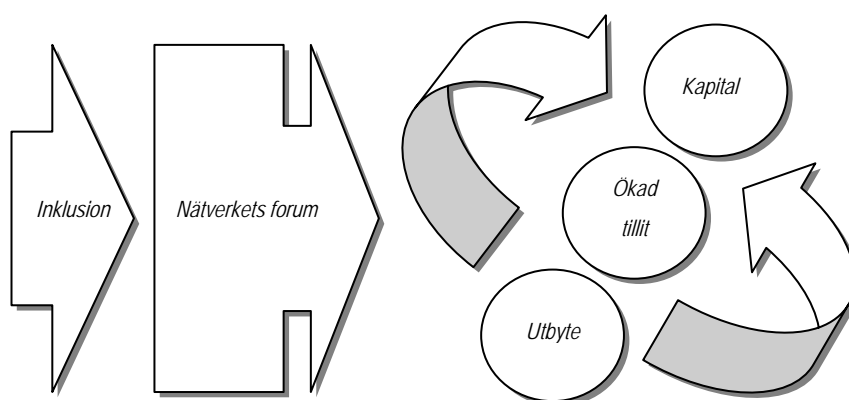
I Salongen träffas medlemmarna på en specifik plats en bestämd dag och interagerar efter förväntningar och på hur Salongen beskrivs i media och i utsagor av Peter och medlemmar. I och med att nätverket är nystartat kan normerna vara mindre vedertagna än i exempelvis Nova100 men institutionaliseringen av dessa normer är säkerligen igång.

"I ett socialt nätverk sker ett kontinuerligt utbyte av för medlemmarna värdefulla tjänster eller kunskap"

Formerna för utbytet enligt Peter är mycket klara och tydliga: medlemmar ska närvara, byta kunskap, ha trevligt och ta del av underhållning. Frågan är dock om detta är vad som förväntas. I och med kravbilderna förväntar sig medlemmarna att träffa unga ledare med ett visst kapital. Förmodligen hoppas sen många på ett utbyte med dessa också. Här kan eventuellt besvikelser

uppstå om det enbart finns möjligheter att socialisera. Medlemmarna vill göra affärer, åtminstone enligt Jan Jensen. Som vi föreslog tidigare är vikten av duala utbyten av största vikt.

Salongen präglas i dagsläget av i störst utsträckning tillitsbyggande och inledande utbyten. I takt med att tilliten i nätverket ökar kommer säkerligen föremålen för utbyte i nätverket att öka i värde och medlemmarna kommer därmed således att värdera nätverket och dess forum högre.



Figur 24 - Nätverkets kronologi

Om modellen ovan används för att illustrera detta resonemang kan sägas att Salongen inte har hunnit genomgå flera omgångar i spiralen i modellens högra sida. Med andra ord har inte tilliten och utbytet nått en sådan nivå att kapital av stort värde är föremål för transaktioner.

"Den kunskap eller de tjänster en medlem bidrar med till ett nätverk benämns kapital och växer i takt med lyckade interaktioner med andra medlemmar"

Salongens medlemmar förefaller inneha en stor mängd socialt och symboliskt kapital. Dock är arten av kapitalet och dess karaktär svårt att diskutera med anledning av den begränsade empirin om Salongen. Vi vet helt enkelt inte vilken form av kapital som är viktig eller viktigast i utbyten mellan medlemmar i Salongen. Vi är dock frestade att tro att det ena inte är viktigare än det andra. Trevnaden och kunskapsutbytet spelar kanske däremot en större roll i Salongen och är mer ett motiv bakom ett besök än i Nova100.

"Utbytet förutsätter i sin tur tillit vilket ersätter funktionen av kontroll och avtal mellan medlemmarna"

Som diskussionen tidigare handlade om tror vi inte att tilliten nått en så hög nivå att kontroll och avtal kan ersättas mellan medlemmarna. Vi är dock benägna att tro att så kommer att ske i framtiden, förutsatt att medlemmarna upplever nyttan med olika former av utbyten inom nätverken.

6.8 FÖRSLAG TILL FRAMTIDA FORSKNING

Det finns många områden som inte täcks eller behandlas i denna uppsats. Läsaren har säkerligen identifierat flera. Här presenteras förslag på uppslag för kommande forskningsstudier om sociala nätverk.

- Består sociala nätverk av andra beståndsdelar än de som identifieras här? Kan begreppen kompletteras mer kvalitativt?
- Stämmer de modeller som presenteras i denna uppsats? Kan förekomst och samband säkerställas statistiskt och presenteras kvantitativt?
- Kan de olika beståndsdelarna värderas utifrån i vilken utsträckning de tillför värde? Säkerligen finns situationsberoenden och andra inslag av tillfälligheter men förekomsten av generella tendenser är inte omöjligt. Det är kanske till och med möjligt att utifrån dessa tendenser ytterligare klassificera olika former av nätverk.
- Är makt eller dominans centrala begrepp i studier av sociala nätverk? Vilka besitter i så fall makt? I analysen presenterades en av Cox modeller som anpassats, rent spekulativt, till sociala nätverk. Går det att bygga vidare på denna? Finns det andra teoretiska avsnitt som belyser begreppet bättre? Vilka insikter kan utvinnas genom nya teoretiska perspektiv? Teorier om dissipativa strukturer och system kan med stor sannolikhet bidra till forskningen om nätverk i olika former.
- Ett mer externt perspektiv kan anläggas i analysen av nätverk. Nätverkets relation till omgivningen kan omöjligt vara utan betydelse. Framöver kan dessutom denna kraft växa i styrka om Intellectuellt Kapital får ett brett genombrott i redovisningssammanhang. I ett sådant scenario ska relationskapitalet värderas och redovisas vilket innebär att nätverken kommer att synas, mätas och värderas i stor utsträckning.
- Tidsdimensionen är ett område som också förtjänar mer uppmärksamhet eftersom föränderligheten i nätverken är stark. Hur utvecklas nätverken och varför?

- Vem är egentligen bäst i nätverk? En mycket intressant aspekt är social förmåga och intelligens och vad det innebär i nätverkssammanhang. Skapar människor med mycket social kompetens mer värde eller vinner de mer på sitt medlemskap än andra?
- Institutionalisering, vilket vi initialt trodde skulle vara ett centralt teoretiskt perspektiv, har fallit ur analysen och slutsatserna och kan utgöra grunden till intressanta studier måhända.

KÄLLFÖRTECKNING

PUBLICERADE KÄLLOR

BÖCKER

Allee, V., (2002). *The future of knowledge*

Castells, M., (1999). *Informationsåldern: ekonomi, samhälle och kultur – Nätverksamhällets framväxt.*

Daidalos, Göteborg.

Edvinsson, L., Malone, M. S., (1998) *Det intellektuella Kapitalet*. Liber Ekonomi, Malmö.

Glete, J., (1987) *Ägande och industriell omvandling*. SNS, Stockholm.

Gunneriusson, H. (red), (2002). *Sociala nätverk och fält*. Uppsala Universitet, Uppsala

Hasselberg, Y., (2003). *Spindeln i nätet – Erik Johan Ljungberg, Lojalitet och ingenjöridentitet på Domnarverket och Skutskär, 1875-1896*. Universitetstryckeriet, Uppsala

Mauss, M., (1997). *Gåvan*. Argos, Lund

Nygaard, C., Bengtsson, L., (2002). *Strategizing – en kontextuell organisationsteori*. Studentlitteratur, Lund.

Toffler, A., (1980). "Tredje vågen". Esselite Info, Stockholm

ARTIKLAR

Cox, A., (2004) "The art of the possible: Relationship management in power regimes and supply chains." *Supply Chain Management Journal*. Vol 9 No. 5

Dearlove, Des, "Meet me at my club", *Business Strategy Review*, 2003, Vol 14 Issue 2

Håkansson, H., Snehota, I., (1995). Developing relationship in Business networks i Strategizing

Granovetter, M.,(1985). "Economic action and social structure – the problem of embeddedness", *The American journal of sociology*, Vol.91, No.3. pp 481-510

Krebs, Valdis, "Power in Networks", www.orgnet.com

ANDRA PUBLICERADE VERK

Diego, Mars 2006

ELEKTRONISKA KÄLLOR

<http://www.universum.se/> 2006-05-08

<http://www.nova100.se/> 2006-05-08

<http://www.salongen.info> 2006-04-20

<http://www.orgnet.com> 2006-05-15

<http://www.vernaallee.com> 2006-05-19

<http://www.weightlesswealth.com/>

<http://www.alleetoolkit.com/>

<http://www.emeraldinsight.com/info/journals/jic/jic.jsp>

<http://www.intellectualcapital.nl/>

MUNTliga KÄLLOR

PRIMÄRA INTERVJUER

Fredrik Andersson – 2006-04-25

Peter Lilliehöök – 2006-05-03

Filip Alderin – 2006-05-04

Judith Wolst – 2006-05-04

Jan Jensen – 2006-05-14

Johan Andrén – 2006-05-16

STÖDJANDE INTERVJUER

Respondent S – 2006-04-24

Fernando Flores – 2006-04-25

FIGURER

Figur 1- Ansats.....	2
Figur 2 – Tidslinje över tidigare forskning.....	14
Figur 3 - Kännetecken för andra och tredje vågens verksamheter. Toffler 1980	15
Figur 4 - Social Network Analysis karta	28
Figur 5 - Maktstrukturer enligt Cox.....	32
Figur 6 - Teoretisk referensram	33
Figur 7 - Nätverkskarta 1, Fredrik Andersson.....	35
Figur 8 - Nätverkskarta 2, Fredrik Andersson.....	36
Figur 9 - Nätverkskarta 3, Fredrik Andersson.....	37
Figur 10 - Generisk kommunikationsmodell.....	48
Figur 11 - Ansats anpassad till analys.....	52
Figur 12 - Individens ”personliga” nätverk.....	60
Figur 13 - Individens "personliga" nätverk	61
Figur 14 - Maktstrukturer baserat på Cox	62
Figur 15 - Ansats anpassad till slutsats.....	64
Figur 16 - Nätverkets beståndsdelar.....	65
Figur 17 - Exklusivitet	66
Figur 18 - Nätverkets kronologi.....	70
Figur 19 - Distinktionen mellan syfte och funktion	71
Figur 20 – Nätverkets duala syfte	71
Figur 21 - Nätverkets inordning i individens sociala liv.....	72
Figur 22 - Individens inordning i nätverk.....	73
Figur 23 - Exklusivitet i Nova100.....	74
Figur 24 - Nätverkets kronologi.....	78

BILAGOR

BILAGA 1 – FRÅGOR TILL PRIMÄRA INTERVJUER

Inledande

- Jobb, Akademisk bakgrund, medlem i något nätverk?

Definition av ordet nätverk

- Hur skulle du vilja definiera ett nätverk?
- Kan du ur ett kulturellt perspektiv förklara fenomenet nätverk?
- Var ligger skillnaden och likheter mellan nätverk och organisation?
- Är det skillnad mellan klubbar, sällskap och nätverk? Var ligger denna skillnad enligt dig?
- Kan man prata om en verksamhet för nätverk? Måste nätverk ha en given agenda?
- Varför är nätverk intressanta?

Fenomenet nätverk

- Vad är det grundläggande syftet med nätverk?
- Vad i nätverk kan inte förklaras med att det är ett nätverk?
- Vad är värde i nätverk? Finns olika värden?
- På vilka nivåer skapas värde? Individ – företag – samhälle?
- Är institutionalisering relevant vad gäller nätverk? Hur?
- Är kunskap, kultur och kapital centrala aspekter och värdegrunder i nätverket? Är något viktigare än något annat? Varför? Samspekar de? Driver den ena något annat?
- Vilka typer av nätverk skapar värde i samhället? Vilka nätverk skapar å andra sidan en maktposition i samhället?
- Är man densamma i olika nätverk? Är person och roll samma?

Utveckling av nätverk och nätverkens historia

- Vad driver nätverkens utveckling? Vilka externa processer går att identifiera?
- Varför tror du att nätverk har blivit allt viktigare eller har upplevts som viktiga på senare tid?
- Hur lång tid tillbaka kan vi urskönja begreppet nätverk?
- Hur tror du att nätverk har utvecklats de senaste åren? Finns skillnader? Var finns de?
- Kan nätverk ”försvinna” eller ”dö”? Hur dör ett nätverk?
- Lämnar medlemmar nätverk? Varför och när?

Strukturen eller formerna för relationer

- Hur ser strukturen ut i nätverket? Vad bygger denna på? Är strukturen beroende av något speciellt?
- Vilka utbyten är mest centrala i nätverket? Hur underlättas det för dessa i o m strukturen? Finns det hinder i strukturen?

- Är Nova100 hierarkiskt?
- Är Nova100 flexibelt?
- Är Nova100 demokratiskt? Utveckla gärna...
- Vill man ha bredd i nätverk? Varför? Vad är effekten?

Nätverket som verksamhet

- Vad är det grundläggande syftet med nätverket?
- Var ligger skillnaden mellan nätverk och organisation?
- Vad är värde i nätverket? Finns olika värden?
- Hur bidrar du med värde i Nova100? Hur tror du det ser ut i andra nätverk?
- Hur uppkom idén? Varför var ett nätverk lösningen på idén eller problemet?
- Vem i Nova100 tjänar mest på sitt medlemskap?
- Är monetära medel centralt i verksamheten? Tjänar någon pengar? Är detta ett syfte?
- Hur intensivt är Nova100? Är intensitet ett relevant begrepp? Frekvens?
- Hur utvecklas Nova100? Växer det? Skiftar inriktning? Kan du eller medlem styra detta?
- Vilka aspekter ser du till i arbetet med Nova100 och vilka är avgörande för strategiska val?
- Vad händer när grundaren eller representanter från nätverket träffar medlemmar?

Medlemmar och medlemskap

- Hur bidrar medlemmarna med värde i Nova100?
- Finns det olika typer av medlemmar i nätverket?
- I vilken utsträckning är nätverket exklusivt? Är det viktigt med exklusivitet?
- Vem i nätverket tjänar mest på sitt medlemskap?
- Vad signalerar ett medlemskap? Hur manifesterar sig detta? Vad påverkar den signalen? Hur många variationer finns av den signalen?
- Vad är gemensamt hos medlemmarna? Vad är gemensamt mellan grundare och medlemmar? Vad skiljer sig åt mellan medlemmar? Vad skiljer sig åt mellan grundare och medlemmar? Vilken roll spelar strukturen i dessa fall?
- Hur utmärker en medlem sig? Är detta bra? Är det vanligt?
- Vill man ha bredd i nätverk? Varför? Vad är effekten?
- Är man privat i nätverk? Var går gränsen mellan person och roll?
- Är nätverket person- eller rollorienterat?
- Vad händer när medlemmar träffas?
- På vilket sätt skiljer sig vanliga novor, ex-novor och executive?

BILAGA 2 – NÄTVERKSKARTOR

