

# Ett nätverks betydelse

Hur påverkar kontakter en medieteknikers väg till drömjobbet?

SARA GABRIELSSON  
och JOHAN LUNDH HEINSTEDT



**KTH Datavetenskap  
och kommunikation**

# Ett nätverks betydelse

Hur påverkar kontakter en medieteknikers väg till drömjobbet?

SARA GABRIELSSON  
och JOHAN LUNDH HEINSTEDT

DM229X, Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng  
vid Programmet för medieteknik 300 högskolepoäng  
Kungliga Tekniska Högskolan år 2012  
Handledare på CSC var Daniel Pargman  
Examinator var Alex Jonsson

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/gabrielsson\\_sara\\_OCH\\_lundh\\_heinstedt\\_johan\\_K12087.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/gabrielsson_sara_OCH_lundh_heinstedt_johan_K12087.pdf)

Kungliga tekniska högskolan  
*Skolan för datavetenskap och kommunikation*

**KTH** CSC  
100 44 Stockholm

URL: [www.kth.se/csc](http://www.kth.se/csc)

## Sammanfattning

Detta arbete är till stor del inspirerat av teorier om hur vi människor kommer varandra allt närmare genom den ökade spridningen av sociala medier i vår vardag, dels av den amerikanske forskaren Granovetter, 1973 och dels genom statistik från SCB<sup>1</sup>. Dagens teknik underlättar upprätthållandet av ett brett och väloljat professionellt nätverk. Vi har valt att titta närmare på vilken betydelse detta får för människors karriärer.

Rapporten visar vilken nytta alumnerna från civilingenjörsutbildningen i medieteknik på KTH har haft av sina nätverk i sina karriärer. För att ta reda på detta har vi genom en enkät undersökt vilken faktiskt nytta alumnerna har haft av sina nätverk genom att skapa en kvantitativ tolkning av nytta som vi sedan analyserat baserat på befintliga teorier om hur sociala nätverk fungerar. Vi har använt oss av Granovetters teori om styrkan i indirekta kontakter (The strength of weak ties). Vi har också gjort intervjuer med såväl alumner som rekryterare för att få fram kvalitativ information som kompletterar enkäten.

Utifrån enkätresultaten och intervjuerna har vi sett att alumnerna har nytta av sina professionella nätverk och vi drar slutsatsen att nätverkande är viktigt. SCB:s statistik<sup>2</sup> säger att 7 av 10 arbeten förmedlas via kontakter, vår undersökning visade att 6 av 10 alumner fått sitt första arbete via nätverk/kontakter. Utöver arbetserbjudanden har nätverken också medverkat till att alumnerna fått viktiga karriärskontakter. Både alumnerna och rekryterarna anser att sociala medier har stor betydelse för upprätthållande av kontaktnät och att LinkedIn är det viktigaste redskapet för professionellt nätverkande.

---

<sup>1</sup> Statistiska Centralbyrån, <http://www.scb.se/>

<sup>2</sup> <http://www.dn.se/ekonomi/pension/kontakter-basta-vagen-till-nytt-jobb>

## Abstract

This thesis is mainly inspired by theories of how people connect through the ever-increasing proliferation of social media in our everyday lives, by the American scientist Granovetter, 1973 and by statistics from SCB<sup>3</sup>. Today's technology facilitates the maintenance of a broad and well-oiled professional network. We have chosen to take a closer look at the impact the professional networks have on people's careers.

The report shows what use the alumni of the MSc program in Media Technology at KTH have had of their networks in their careers. To be able to determine this we have carried out studies through a questionnaire, what actual benefit the alumni have had of their networks through creating a quantitative interpretation of the benefits, which we then analyzed, based on existing theories of the function of social networks. We have used the theory of Granovetter "The strength of weak ties". We have also done interviews with as well alumni as recruiters to obtain qualitative information to supplement the survey.

Based on survey results and interviews, we have seen that the alumni can benefit from their professional networks and we conclude that networking is important. SCB's statistics<sup>4</sup> say that 7 out of 10 jobs are provided through contacts, our study showed that 6 of 10 alumni got their first job through networks/contacts. In addition to job offers, the networks have also contributed with providing the alumni with important career contacts. Both alumni and recruiters believe that social media is very important for maintaining contacts and that LinkedIn is the main tool for professional networking.

---

<sup>3</sup> Statistics Sweden, <http://www.scb.se/>

<sup>4</sup><http://www.dn.se/ekonomi/pension/kontakter-basta-vagen-till-nytt-jobb>

## Innehållsförteckning

1	Introduktion .....	6
1.1	Syfte .....	6
1.2	Problemformulering.....	6
1.3	Avgränsningar .....	6
1.4	Arbetsfrågor.....	7
2	Bakgrund.....	9
2.1	Medieteknik.....	9
2.2	Nätverk.....	9
2.3	Sociala medier .....	10
2.3.1	LinkedIn .....	10
2.3.2	Facebook.....	10
3	Teori.....	11
3.1	Nätverk: Granovetters teori om “The strength of weak ties” .....	11
3.2	Nätverk och karriär: Granovetters utvärderar sin teori om “The strength of weak ties” .....	12
3.3	Övriga teorier om nätverk och karriär .....	12
4	Metod.....	13
4.1	Kartläggning.....	13
4.1.1	Informationsinsamling .....	13
4.2	Enkäten .....	14
4.2.1	Plattformen .....	14
4.2.2	Enkätfrågor .....	15
4.2.3	Undvika partiskhet .....	16
4.2.4	Pilottestning .....	16
4.2.5	Trovärdighet.....	17
4.2.6	Utskick.....	17
4.3	Kvalitativa intervjuer .....	17
4.3.1	Intervjuer med medieteknikalumnerna.....	17
4.3.2	Intervjuer med rekryterare .....	18
5	Resultat.....	19
5.1	Datahantering.....	19
5.2	Svarsfrekvens .....	19
5.3	Sammanställning.....	19
5.3.1	Vilka svarade på enkäten?.....	19
5.3.2	Vad gör medietekniker under sin utbildning?.....	20
5.3.3	Vad gör medieteknikalumnerna efter sin utbildning? .....	22
5.3.4	Hur använder alumnerna sina nätverk?.....	24
5.3.5	Hur använder alumnerna sociala medier i sitt nätverkande? .....	26
5.3.6	Resultat från intervjuer med medieteknikalumner .....	26
5.4	Vilken roll spelar då nätverk och sociala medier när det kommer till rekrytering? Resultat från intervjuer med rekryterare .....	28
6	Diskussion .....	30
6.1	Analys av enkätsvaren .....	30
6.2	Analys av alumnintervjusvaren.....	32
6.3	Övrig analys.....	32
7	Slutsats.....	33

8	Referenser .....	34
8.1	Litteraturreferenser .....	34
8.2	Internetreferenser .....	34
	Bilagor .....	35
1.	Enkät: .....	35
	• Enkätfrågorna .....	35
2.	Underlag för intervjuerna .....	35
	▪ Intervjuer med rekryterare .....	35
	▪ Intervjuer med alumner .....	35
3.	Intervjureferat - rekryterare .....	35
	▪ Andreas Persson, Netlight .....	35
	▪ Helene Hammarberg, NovaAgentum .....	35
4.	Intervjureferat - alumni .....	35
	▪ Kvinna 1 .....	35
	▪ Man 1 .....	35
	▪ Man 2 .....	35

## 1 Introduktion

*I detta kapitel beskrivs bakgrunden och hur vi blev inspirerade till vår idé, syftet med detta arbete, samt problemformuleringen som det baseras på. Här beskrivs även de avgränsningar vi valt att göra och vilka arbetsfrågor vi behandlat under projektets gång.*

Under våren 2011 skickades en förfrågan ut från CSC-skolan där man sökte studenter som var intresserade av att undersöka vad medieteknikalumnerna gör idag. Vi är två medieteknikstudenter som tyckte detta lät som en intressant uppgift och tog därför kontakt med den ansvarige läraren. Efter en del funderingar bestämde vi oss för att detta skulle vara lämpligt att utforska närmare inom ramen för ett kandidatexamensarbete.

Vår idé inspirerades vidare då vi under en lunchföreläsning introducerades till detta påstående: "7 av 10 tjänster förmedlas via kontakter". Ett påstående som blir allt mer vedertaget<sup>5</sup> och idag finns företag inom t.ex. rekryteringsbranschen vars affärsidé bygger på just detta. När vi diskuterade detta med vår handledare introducerade han oss för forskaren Granovetters väletablerade teori om styrkan i indirekta kontakter. Utifrån Granovetters teori och 7 av 10-påståendet funderade vi sedan om vilka faktorer som kommer påverka en medieteknikers karriärer i framtiden. Vi trodde t.ex. att sysselsättningar utanför en student studier påverkar den första delen av en nyutexaminerad students karriär så i detta kandidatexamensarbete ville vi undersöka t.ex. sommarjobbs påverkan på en medieteknikalumnens karriär. Den information vi hade om alumnernas karriärer efter sin utbildning när vi började detta arbete var väldigt begränsad. En undersökning kring detta trodde vi därför inte bara skulle vara intressant ur ett nätverk-kontra-karriärsperspektiv, utan även för de mediestudenter som ej ännu tagit examen.

### 1.1 Syfte

Syftet med detta kandidatexamensarbete är primärt att undersöka huruvida medieteknikalumnernas karriärmöjligheter har påverkas av deras nätverk. Sekundärt vill vi även undersöka hur de senaste decenniets expansion av sociala medier med nätverkande som sitt syfte har påverkat det samma.

### 1.2 Problemformulering

"Vilken nytta har medieteknikalumnerna haft av sina nätverk i sina karriärer?"

### 1.3 Avgränsningar

Vi har valt att avgränsa oss till att undersöka enbart alumnerna<sup>6</sup> från civilingenjörsutbildningen i Medieteknik från KTH, främst för att uppgiften som utannonserades var formulerad så men också för att den avgränsningen gjort uppgiften hanterbar inom ramen för en kandidatuppsats. Eventuellt kommer vårt resultat att påverkas av att medietekniker av uppenbara skäl (dvs. valet av

<sup>5</sup> <http://www.dn.se/ekonomi/pension/kontakter-basta-vagen-till-nytt-jobb>

<sup>6</sup> Till medieteknikalumnerna räknar vi de studenter som deltagit i kursen Innehåll och uttryck i media mellan vårterminen 2003 och 2009. Studenter som läst denna kurs har läst åtminstone till sitt sista år på KTH varför vi anser att de tillgodogjort sig tillräckligt stor del av utbildningen för att klassas som alumnerna. Vi tror att vi kan få ett missvisande resultat om vi bara räknar med dem som faktiskt tagit ut examen (och därmed avslutat det sista året) då endast drygt 60 % av KTH-studenterna tar ut sin examen.

utbildning) har ett extra stort intresse för sociala medier och därför är mer benägna än andra studenter att använda sådana. Detta diskuteras vidare i analysen av resultatet.

För att undvika att undersökningen påverkas av personliga tolkningar av begreppet nytta har vi definierat följande exempel som nytta:

- Fått jobberbjudande
- Startat eget företag tillsammans
- Fått befordran
- Fått stöd/hjälp med arbetsuppgift
- Hjälpt mig att få kontakt med personer som är/har varit viktiga för min karriär
- Förordat mig i något sammanhang

Vi har valt att inte ta med eventuella fördelar ett nätverk kan ge på det privata planet för att få ett tydligt fokus på de professionella aspekterna i undersökningen.

I undersökningen har vi delat upp de svarandes kontaktnätverk i följande fem kategorier beroende på hur de tillförskaffat sig kontakterna:

- Privata kontakter före studietiden (exempelvis familj och släkt)
- Studier på KTH (exempelvis kurskamrater och lärare)
- Ideellt engagemang i studentverksamhet under studietiden
- Extrajobb under studietiden (inklusive sommarjobb)
- Det första jobbet (efter avslutade studier)

På samma sätt som ovan har vi valt bort alternativ med privata kopplingar. Vi tog dock med alternativet ”Privat kontakter före studietiden (exempelvis familj och släkt)” för att inte riskera att få ett missvisande resultat genom att ta bort en troligtvis stor del av alumnernas nätverk.

De sociala medier vi valt att titta på är:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- Google+
- Myspace
- Maillistor
- Bloggar

Samt alternativet:

- Använder mig inte av sociala medier

#### 1.4 Arbetsfrågor

Arbetsfrågor under resans gång har t.ex. varit:

- Har medieteknikalumnerna fått karriärrelaterade erbjudanden pga. kontakter inom samma bransch (alltså andra medietekniker) eller andra kontakter?
- Kan man se skillnader gällande potentiella möjligheter till karriärsutveckling beroende på:
  - Om alumnerna har tagit examen eller ej?



- Om alumnerna har engagerat sig i aktiviteter genom t.ex. THS (studentkåren vid KTH) under sin studietid eller ej?
  - Om alumnerna har haft extrajobb under sin studietid eller ej?
- Har alumni använt sig av nätverkstjänster (LinkedIn etc.) för sitt nätverkande?
- Spelar nätverk och sociala medier någon roll ur rekryterares perspektiv?

## 2 Bakgrund

I det här kapitlet presenteras relevant bakgrundsinformation om de ämnesområden vi berör i rapporten, nämligen civilingenjörsutbildningen i medieteknik, nätverk och sociala medier.

### 2.1 Medieteknik

Utbildningen Civilingenjör Medieteknik vid KTH startades 1999 och sedan dess har 12 årskurser med i genomsnitt 79 studenter antagits på programmet. Av dessa har de studenter som började mellan 1999 och 2006 nu genomgått hela utbildningen och av dem har 257 examinerats, vilket innebär att 43 % av eleverna under denna period examinerats (mellan 1999 och 2006 började i snitt 75 studenter per år på utbildningen). När studenterna tar ut examen ombeds de fylla i en enkät om utbildningen där en av frågorna handlar om de fått jobb redan innan examen vilket över hälften anger att de har.<sup>7</sup>

Enligt utbildningsbeskrivningen på KTHs hemsida blir man som civilingenjör i medieteknik: *“en problemlösare med en mångsidig arbetsmarknad. Du är attraktiv både för den traditionella och den nya medieindustrin, men också för alla företag och organisationer som jobbar med information och kommunikation. Du kan till exempel arbeta inom tidnings- och förlagsbranschen, filmproduktionsföretag, grafisk industri, tv- och radioföretag, spel- och underhållningsbranschen eller med sociala media. Du kan även arbeta med inköp, utveckling eller driftsättning av tekniska lösningar, produktionssystem eller informationshanteringssystem för musik, film, audio och video. Många medieteknikingenjörer är konsulter eller egna företagare. Det finns även ett stort behov av medieteknikingenjörer som undervisar och forskar.”* I denna uppsats ställer vi oss frågan om detta verkligen är vad alumnerna arbetar med efter avslutade studier?

### 2.2 Nätverk

Nätverk är idag något av ett modeord och vart man än vänder sig (åtminstone som student) påminns man om vikten av att nätverka. Enligt boken "Bli en skicklig nätverkare" (Widoff, Gardner, 2008) handlar nätverkande om att "skapa, utveckla och upprätthålla kontakter". Aktivt nätverkande innebär enligt författarna att man träffar människor, delar erfarenheter, synpunkter, idéer samt utbyter information. Men även om man inte medvetet nätverkar så är det just det som menas när man talar om en individs nätverk – de människor som individen på ett eller annat sätt haft kontakt med ingår i dennes nätverk.

En persons nätverk delas ofta upp i det personliga nätverket och det professionella nätverket. Det personliga nätverket sägs bestå av kontakter som t.ex. familj, släkt, grannar och vänner medan kontakter som t.ex. kollegor,

---

<sup>7</sup> "Har du redan före examen, genom anställning eller eget företag, säkrat en sysselsättning, relaterad till din utbildning, som du kan leva på?"

- 61% Ja  
- 17% Inte än, men snart  
- 22% Nej  
- 0% Vet inte

studiekamrater, chefer och leverantörer brukar klassas som professionella.<sup>8</sup> För den här undersökningen har vi gjort ett eget urval av vilka kontakter som i undersökningen skulle räknas till den svarandes nätverk (se introduktionskapitlet).

Kontakterna i ett nätverk kan även delas upp efter andra kriterier. I teorikapitlet presenterar vi bl.a. den amerikanske forskaren Mark S. Granovetters teorier om hur så kallade starka respektive svaga kontakter skiljer sig åt.

## 2.3 Sociala medier

Till sociala medier räknas tjänster som kombinerar teknik, social interaktion samt användargenererat innehåll. Några exempel på vanliga typer av sociala medier är bloggar, microbloggar, wikis, internetforum, sociala nätverkstjänster, platsbaserade sociala nätverk och sociala bokmärken. Några mycket kända exempel på sociala medier är Facebook (social nätverkstjänst), Twitter (microblogg) och LinkedIn (social nätverkstjänst). I det här arbetet har vi valt att fokusera på hur vår målgrupp använder de sociala nätverkstjänsterna men också tagit med t.ex. Twitter och bloggar då de är så pass stora att de även används till annat än sina ursprungliga syften.

### 2.3.1 LinkedIn

LinkedIn är en internetjänst där du som användare kan underhålla ditt professionella nätverk. Användaren fyller sin kontaktsida med information om sitt arbetsliv, som ett digitalt CV, och kan också ange vad syftet med den personliga sidan är: t.ex. nya karriärmöjligheter, konsulterbjudanden, expertförfrågningar, affärsmöjligheter eller referensförfrågningar. Genom LinkedIn kan användaren sen hålla kontakt med kollegor och samarbetspartners och genom dem hitta nytt jobb eller nya affärsmöjligheter. LinkedIn lanserades 2003 och har idag 150 miljoner användare i 200 länder. I Sverige finns 700 000 användare. KTH har två grupper där alumner från skolan kan diskutera med varandra, dessa har sammanlagt 12 000 medlemmar. Det finns även en grupp för Medieteknikalumner från KTH och denna grupp har 111 medlemmar men den har hittills inte varit speciellt aktiv.<sup>9</sup>

### 2.3.2 Facebook

Även Facebook är en internetjänst som bygger på att användarna skapar kontakter med andra användare. Facebook används huvudsakligen för privat nätverkande även om man också där kan ange uppgifter om karriär etc. Tjänsten har sedan lanseringen 2004 kraftigt ökat i medlemsantal, upp till dagens 900 miljoner användare.<sup>10</sup> Facebook har blivit en viktig del av människors vardag i dagens samhälle, som många använder för att hålla kontakten med sina vänner och bekanta. Men det har även blivit en plattform som många använder för att visa upp sitt "digitala jag" och visa vad som intresserar en eller vad man "gillar" (to "Like" something). Facebook har utvecklats till ett sorts digitalt vardagsrum, som blivit en naturlig del i dagens sätt att umgås.

---

<sup>8</sup> <http://www.pley.se/tips/natverk1.shtml>

<sup>9</sup> <http://press.linkedin.com/about>

<sup>10</sup> <http://www.nation.com.pk/pakistan-news-newspaper-daily-english-online/entertainment/25-Apr-2012/hits-900m-users-values-77b>

### 3 Teori

*I detta kapitel beskriver vi teorier kring hur nätverk fungerar och hur nätverk påverkar möjligheterna till karriär. Vi har valt att använda oss av Granovetters teori om styrkan i indirekta kontakter, dvs. en bekants bekant, då dessa är bland de mest citerade och använda teorierna inom detta område.*

#### 3.1 Nätverk: Granovetters teori om "The strength of weak ties"

Granovetters teori om styrkan i svaga länkar går kortfattat ut på att en person har såväl nära som mer avlägsna kontakter och trots att det kan verka motsägelsefullt så är det de avlägsna kontakterna som är mest givande när det kommer till t.ex. jobbmöjligheter etc. Granovetter motiverar detta med att de avlägsna kontakterna kan liknas vid broar som överlappar från personens krets (som även fungerar som personens informationsupptagningsområde) till andra kretsar/områden och utvidgar därmed en persons nätverk och därför ger tillgång till information man annars inte hade fått. Nära kontakter har enligt Granovetter troligen samma information som personen själv och bidrar därför inte lika mycket.

Vilken information som sprids genom ett nätverk beror alltså på vilka kontakter som finns inom nätverket, vilket gör att skillnaden mellan att sprida information genom nära kontakter jämfört med avlägsna kontakter kan mätas med hur fort informationen sprids. Granovetter föreslår att detta kunde göras med en "en person per tidsenhets-skala". Att all information inte når alla menar Granovetter var ett tecken på att man inom ett nätverk väljer med vilka man delar sin information och därmed att det finns faktorer som dämpar spridningen. Annars hade ju alla vetat allting eftersom få nätverk är helt isolerade.

Vidare skrev Granovetter att styrkan i en relation beror på en troligen linjär kombination av mängden nedlagd tid, den känslomässiga intensiteten samt det ömsesidiga förtroendet och tjänsteutbytet. Nära relationer bygger därför på en stor mängd positiva känslor vilket enligt Granovetter smittar av sig på personer som står nära personer som står nära dig. Dvs. om person A har en nära relation med person B, men också en nära relation med person C kommer relationen mellan person B och person C påverkas positivt av detta och sannolikheten att även de kommer få en nära relation är stor. Granovetter diskuterar överhuvudtaget inte negativa relationer eller kontakter men samma logik borde rimligen gälla om person A och B samt person A och C har negativa relationer med varandra. Avlägsna relationer påverkas inte av detta i samma utsträckning, enligt Granovetter.

Granovetter konstaterar också i sin artikel att det är anmärkningsvärt att många avlägsna yrkesrelaterade kontakter i mycket högre utsträckning än nära yrkesrelaterade kontakter bidrar med högkvalitativ information.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.

### 3.2 Nätverk och karriär: Granovetters utvärderar sin teori om "The strength of weak ties"

10 år efter att Granovetter presenterat sin teori om styrkan i svaga länkar publicerade han en ny artikel<sup>12</sup> där han baserat på ny forskning utvärderade huruvida hans teori stämt och om vidare forskning stödde eller stjälpde den. Han jämförde studier inom samma område som antingen på något sätt använde hans teori (både som grund eller som motsade den) eller som berörde samma ämnen som han tagit upp och vad de kommit fram till. Granovetter hävdar i denna nyversion att det är empiriskt bevisat att ju fler gemensamma nämnare två personer har desto mindre troligt att de är avlägsna kontakter (även om det såklart förekommer) och desto starkare borde bandet mellan dem att vara.

Vid utvärderingen av sina teorier konstaterade han också att de till stor del var relevanta även 10 år senare och förtydligade att för personer som har få avlägsna kontakter (s.k. weak ties) kan det komma att påverka dem negativt. Både på så sätt att de i allmänhet går miste om information och för att de i och med det kan hamna i underläge när det gäller arbetsmöjligheter. Granovetter menar nämligen i denna återblick att arbetsrelaterade frågor visat sig påverkas mer än andra, dessutom påstår han att det påverkar människor med hög status mer än de med låg status. Detta förklaras delvis med att de med hög status (dvs. som har jobb med status som t.ex. kontorstjänster, chefer etc.) ofta har tillgång till vidare nätverk vilket automatiskt fortsätter underlätta för dem medan människor med låg status snarare är mer isolerade i sitt nätverk av nära relationer och därför enbart kan utnyttja nära kontakter.

Till skillnad från i sin första artikel där Granovetter föreslog att det alltså var när de avlägsna kontakterna byggde broar till andra grupper som de var till nytta så menar han nu att det dessutom bör förtydligas att de yrkesgrupper som har störst nytta av de avlägsna kontakterna är de vars avlägsna kontakter kopplar dem samman med andra samhällsgrupper än sina egna. Vilket medför att grupper med lägre socioekonomisk status vars nätverk har mindre räckvidd inte kommer att ha full tillgång till de fördelar ett sådant nätverk kan ge.

### 3.3 Övriga teorier om nätverk och karriär

Under arbetet har vi även studerat andra teorier om hur nätverkande i olika former kan påverka karriären<sup>13</sup> och om karriärsutveckling via olika sorters mentorskap<sup>14</sup>. Vi ser i efterhand att vissa av dessa väl kunde ha kompletterat vårt arbete, men inom tidsramen för vår undersökning var detta inte möjligt.

---

<sup>12</sup> Granovetter, M. (1983). THE STRENGTH OF WEAK TIES : A NETWORK THEORY REVISITED. *Sociological Theory*, 1, 201-233.

<sup>13</sup> Wolff, H.-G., & Moser, K. (2009). Effects of networking on career success: a longitudinal study. *The Journal of applied psychology*, 94(1), 196-206. doi:10.1037/a0013350

<sup>14</sup> Blickle, G., Witzki, A. H., & Schneider, P. B. (2009). Mentoring support and power: A three year predictive field study on protégé networking and career success. *Journal of Vocational Behavior*, 74(2), 181-189. Elsevier Inc. doi:10.1016/j.jvb.2008.12.008

& Ensher, E. A., Thomas, C., & Murphy, S. E. (2001). COMPARISON OF TRADITIONAL, STEP-AHEAD, AND PEER MENTORING ON PROTEGES' SUPPORT, SATISFACTION AND PERCEPTIONS OF CAREER SUCCESS: A SOCIAL EXCHANGE PERSPECTIVE. *Spring*, 15(3), 419-438.

## 4 Metod

*I det här kapitlet förklarar vi hur vi jobbat med kartläggningen och informationssamlingen kring alumnernas karriärer. Vi lyfter även hur själva enkäten såg ut och hur upplägget för de djupintervjuer som gjordes såg ut.*

### 4.1 Kartläggning

Kartläggningen av alumnernas karriärer och deras användande av sina nätverk har utgjort en stor del av detta kandidatexamensarbete. Att få in kvantitativ information från alumnerna var från redan början utgångspunkten i arbetet. Det första steget för att kunna samla in informationen var att ta reda på hur man lättast kunde kontakta dem. Vi kom fram till att den mest praktiska kanalen var via KTH-mailadresserna som varje student får i början på sin utbildning. KTH har ett register över samtliga studenter som har börjat på programmet Medieteknik och genom det trodde vi att vi skulle kunna få tag på kontaktuppgifter till alla medieteknikalumnerna. Vi tog därför kontakt med Avdelningen för Verksamhetsuppföljning och studiedokumentation (VoS) inom Universitetsförvaltningen på KTH för att få dessa uppgifter. Detta urvalskriterium visade sig dock vara för brett för att matcha målgruppen, varför vi istället använde oss av kriteriet ”studenter som läst kursen *Innehåll och uttryck i media*”. Därigenom ringade vi in de alumner som börjat på Medieteknik mellan 1999 och 2006 och fortsatt åtminstone t.o.m. utbildningens sista år.

#### 4.1.1 Informationsinsamling

Nästa steg var att samla information om mediealumnernas karriärer och deras arbetsplatser. Detta gjordes nästan uteslutande genom att använda sociala medier som LinkedIn och Facebook. Informationen från KTH fick vi via en officiell informationskanal och informationen från sociala medier är tillgänglig för alla som ingår i deltagarna i målgruppens nätverk i de respektive forumen, vilket vi efter lite aktivt nätverkande gjorde. Arbetet för att därefter få fram aktuell information om varje alumns karriärsutveckling samt deras nuvarande arbetsplatser visade sig vara mycket tidskrävande då nämligen långt ifrån alla i målgruppen gick att hitta genom enkla metoder. Detta berodde dels på att några inte var exponerade inom sociala medier alls och dels på att vissa alumners namn var så pass vanliga att de inte gick att urskilja bland andra med samma namn, trots gediget sökningsarbete. Majoriteten av alumnerna gick dock att hitta online och vi fick till slut fram ett omfattande register med relevant information för vår undersökning, som t.ex. namn, kontaktuppgifter, födelsedata, studieinriktning, och för cirka 80 % av alumnerna även information om deras karriärer.

Förberedelserna och informationsinsamlingen för detta arbete påbörjades redan under hösten 2011, dvs. flera månader innan kandidatexamenskursens start. Från början var uppgiften främst fokuserad på att kartlägga medieteknikalumnernas karriärer men problemformuleringen modifierades under tiden för att bli mer relevant för ett kandidatexamensarbete. Den insamlade informationen om alumnernas arbetsplatser var innan vi omformulerade den till ett kandidatexamensarbete ensamt målet med uppgiften. Därefter omvandlades den till att vara tänkt att användas som grund för

enkätundersökningen men då ingen enkätmjukvara som matchade våra preferenser klarade av att hantera enkäter med personligt utformat innehåll kom den insamlade informationen i slutändan inte att användas i arbetet.

## 4.2 Enkäten

Nu startade arbetet med själva undersökningen. Under hösten hade vi som sagt omformulerat vår uppgift och i samband med det diskuterat olika potentiella metoder för informationsinsamlingen. Vi kom fram till att den bästa lösningen var ett enkätutskick, vilket framförallt var baserat på undersökningens omfattning. En annan utmaning var att få enkäten så precis och ändamålsenlig som möjligt för att undvika styrning och misstolkningar. Ett flertal omarbetningar gjordes för att säkerställa att rätt sorters frågor ställdes och att enkätens olika delar fyllde sitt syfte.

Upplägget av enkäten bestod av en tydlig struktur med frågor som vi ansåg inte kunde misstolkas. Enkäten blev i ett tidigt stadium väldigt stor och omfattande, så vi delade in frågorna i olika kategorier, dels för att upplägget skulle bli så lättförståeligt som möjligt för recipienten men också för att särskilja frågor med olika kontext.

Vi var noga med att den slutgiltiga enkäten skulle uppfattas som seriös, genomarbetad och relevant samt att målgruppen personligen skulle få ut någonting av att fylla i den. Något som vi själva har upplevt när vi blivit tillfrågade att fylla i längre enkäter är att de ofta saknar någon form av utbyte. Vårt sätt att motivera var att erbjuda att vi skulle återkoppla när arbetet var slutfört och där presentera en sammanställning av resultatet som troligen skulle vara av intresse för de som svarat på enkäten. Vi angav också att resultatet skulle presenteras för nuvarande studenter på utbildningen så det enligt våra planer skulle visa hur stor betydelse alumnerna anser att t.ex. extrajobb, ideellt studentengagemang och betyg har haft för dem i sina karriärer inom samma branscher som dagens studenter troligtvis kommer att etablera sig inom. Löftet om att delge recipienterna och medieteknikstudenterna den sammanställda informationen hoppades vi skulle öka svarbenägenheten hos recipienterna.

### 4.2.1 Plattformen

När enkäten börjat ta form försökte vi hitta en passande teknisk plattform som tillgodosåg de kriterier vi hade ställt upp. Vi hittade flera sorters plattformar för enkätutformning som alla hade sina för- och nackdelar. Vi hade dock en relativt inflexibel kravlista på saker som vår slutgiltiga enkät skulle uppfylla, vilket drastiskt minskade utbudet.

Ett av de främsta kriterierna för plattformen var att den var tvungen att vara gratis eftersom någon budget för kandidatexamensarbete inte funnits. Andra kriterier vi prioriterade var säkerhet och ett förtroendegivande intryck. Vi ville inte riskera att resultaten försvann eller att enkäten drabbades av kodfel under pågående undersökning. Dessutom ställde vi stora krav på designen och utformningsmöjligheterna för frågorna, vilket ofta endast fanns som alternativ hos de plattformar som kostade pengar.

Utifrån våra kriterier fann vi tre stycken alternativ:

*Google Forms* är ett välanvänt verktyg för online-enkäter. Plattformen erbjuder enkla och stilrena enkäter med tillfredsställande antal val inom både design och utformande, dessutom helt gratis. På grund av att detta verktyg är så etablerat bidrar det också till en igenkänningsfaktor hos recipienten men att *Google Forms* är så lättillgängligt och har en relativt simpel funktionalitet upplevde vi som faktorer som försvagar trovärdigheten. Detta var den främsta anledningen till varför vi valde att inte använda oss av *Google Forms*.

*Surveys-engine.com* är också en gratistjänst, med ett mer professionellt uttryck som erbjuder en del avancerade alternativ gällande frågeutformning och svarsalternativ med visningsvillkor. Här sjönk enkätens status för oss pga. att den hade reklam-banners i sidspalten samt en URL som var otydlig och inte speglade enkätens innehåll. Även detta trodde vi skulle bidra till en försvagad trovärdighet hos enkäten och valde därför att inte använda oss av denna plattform.

Slutligen fann vi plattformen *LimeSurvey* som är ett gratis open source-projekt skapat just för att tillgodose nästan alla tänkbara krav man kan ha på en online-enkät. Plattformen är skapad just för att laddas hem för eget bruk, där man själv ansvarar för att sätta upp på plattformen på en egen server efter sina behov. Stöd för komplex frågeutformning, många olika svarsalternativ, ett professionellt och seriöst uttryck, som även ger möjlighet att utforma URL:en efter eget tycke, var några av valmöjligheterna som var tillräckliga för att övertyga oss att använda plattformen.

#### 4.2.2 Enkätfrågor

Det var viktigt för oss att enkätrecipienterna inte upplevde att det var för jobbigt att ta sig igenom frågorna i enkäten. En tydlig och överskådlig struktur av frågorna var viktig, där frågorna skulle kunna misstolkas i så liten mån som möjligt. Vi delade upp frågorna i fyra stycken kategorier; Grundläggande frågor, Engagemang, Karriär, och slutligen Nätverk. Detta för att ge de som svarade på enkäten en tydlig överblick över frågorna samt att ge en större känsla av att komma närmare slutet på enkäten efter varje avklarat kapitel. Kategorierna delades även upp efter de områden som vi undersökte och även om de överlappade varandra till viss del så var engagemang, karriär och nätverk den avgränsande triangeln som ytterst definierade vår undersökning.

*Grundläggande frågor* - Detta avsnitt handlade om frågor som ålder, kön och inskrivningsår. Även frågor som "om" och "när" de hade avklarat examen inkluderades. Ett flertal frågor i de nästföljande sektionerna baserades utifrån svaren under denna sektion. Hade man t.ex. inte tagit examen, så hade irrelevanta svarsalternativ dolts under kommande frågekategorier.

*Engagemang* - Frågor om alumnen har engagerat sig under sina studier avhandlades här, med efterföljande frågor om varför de valde att engagera sig/avstå.



*Karriär* - Denna sektion behandlade frågor om extrajobb, sommarjobb, och hur alumni fick sitt första jobb efter avslutade studier. Här fanns även en något tolkningsbar, men ändå intressant, fråga om vilken betydelse betyg, ideellt engagemang respektive extrajobb hade haft för karriären efter studierna.

*Nätverk* - Detta var den största av de tre huvudkategorierna. Denna sektion innehöll frågor om hur deras kontaktnätverk har utvidgats eller om de har haft någon positiv inverkan på karriären utifrån studierna, ideella engagemang, arbete vid sidan om studierna, eller det första jobbet efter avslutade studier. Vi frågade även vilka sociala medier de använde sig av, och om hur stor roll dessa medier har spelat i deras karriärmässiga kontaktnätverkande.

En funktion hos plattformen som underlättade utformningen av frågorna var möjligheten att sätta villkor för var och hur en viss fråga ska visas, baserat på vilket svar användaren har gett på en tidigare fråga. Detta gav oss möjligheten att anpassa enkäten utifrån de individuella svaren som användaren gav.

Vi valde medvetet att i största möjliga mån undvika användningen av fritextsvar i enkäten eftersom det lätt skulle kunna ge en avskräckande känsla när recipienten får kravet att själv skriva konstruktiva svar utan avgränsande ramar. Detta är något vi själva upplevt när vi blivit ombedda att svara på enkäter av olika slag. Istället baserade vi majoriteten av frågorna på flervalssvar där varje alternativ redan var fördefinierat. Detta ställer krav på att svaren täcker samtliga alternativ men fortfarande håller sig till ett rimligt antal. En annan nackdel med fritextsvar är att de tar mycket tid i anspråk för utvärdering och analys av resultatet. Det är dessutom svårare att undvika misstolkningar. Efter ett antal finslipningar av enkätfrågorna ansåg vi att enkäten skulle kunna täcka in majoriteten av de olika svarsalternativen. En ruta för fritextsvar lades dock ändå till längst ner på varje kategorisida som gav recipienterna möjligheten att skriva kompletterande text om de ville.

#### **4.2.3 Undvika partiskhet**

Vid utformningen av frågorna lades mycket vikt på att få med samtliga av de olika nätverk-, karriär och engagemangsnivåerna. Vi fick mycket feedback av vår handledningsgrupp som gav oss perspektiv som vi troligtvis inte hade tänkt på annars. Tack vare det så trodde vi att vi fått med de flesta av de olika tänkta utfallen. Begrepp och termer som frågorna baserades på avgränsades noga och frågorna formades för att inte kunna misstolkas eller uppfattas som ledande. Detta i kombination med att det alltid fanns möjlighet till fritextsvar till de scenariobaserade frågorna samt generella fritextsvar till de olika frågekategorierna anser vi minskade risken för att svaren skulle bli oavsiktligt vinklade.

#### **4.2.4 Pilottestning**

För att finslipa enkäten valde vi sedan att pröva den på tre stycken personer som vi hade personlig kontakt med men som ändå ingick i den slutgiltiga målgruppen. Detta visade sig vara oerhört värdefullt för att säkerställa att frågorna var relevanta, lättförståeliga och för att se om det var uthärdligt att ta sig igenom enkäten. Responsen från de tre försökspersonerna var utförlig och konstruktiv,

vilket hjälpte oss att finjustera de sista frågorna innan enkäten slutligen gjordes redo för utskick till slutmottagarna.

#### **4.2.5 Trovärdighet**

Enkätens trovärdighet var en viktig faktor för oss och mycket arbete lades ned på att uppnå detta. Vi undersökte flera alternativ för att höja trovärdighetsfaktorn på vår undersökning och vi började utforska möjligheten att skicka ut enkäten genom KTH som myndighet istället för oss som studenter. Efter att ha pratat med vår handledare kom vi överens om att han kunde skicka ut enkäten, i egenskap av universitetslektor, med CSC-skolans kansli som avsändare. Detta trodde vi skulle öka trovärdigheten hos enkäten och leda till ökad svarsfrekvens.

#### **4.2.6 Utskick**

Det första enkätutskicket mailades iväg den 16:e april till 204 st. KTH-mailadresser. Detta var bara en del av vår målgrupp eftersom personlistorna inte var komplett med mailadresser till alla. Tack vare hjälp från vår handledare som manuellt sökte efter de återstående personernas mailadresser i KTH:s studentdatabas kunde vi skicka iväg enkäten till de nya adresserna. Det andra utskicket skickades iväg den 23:e april till 224 st. mailadresser, varav 68 st. av dessa var mailadresser som inte var KTH-adresser utan extra alternativa adresser till vissa av recipienterna.

I ytterligare ett försök att höja svarsfrekvensen skickade vi den 25:e april ut ett påminnelsemail till samtliga av mailadresserna. Detta gav dock ingen större ökning av svaren. När vi stängde enkäten den 2:a maj hade den legat ute i 2 veckor och 2 dagar och hade då gått ut till 360 st personer.

### **4.3 Kvalitativa intervjuer**

Utifrån de resultat som enkäten gav uppkom en del frågor kring alumnernas svar som vi kände behövde förtydligas. För att få in mer kvalitativ data, till skillnad från de kvantitativa enkätresultaten, valde vi att göra en djupare undersökning kring tre alumners svar. Vi valde också att göra ett par intervjuer med personer som arbetar inom rekrytering för att få med deras perspektiv i diskussionen.

Samtliga intervjuer följde, till stor del, en förberedd frågemall men utrymme gavs alltid om den intervjuade svävade ut kring ämnet eller om specifika följdfrågor dök upp.

#### **4.3.1 Intervjuer med medieteknikalumnerna**

Efter att vi fått in enkätsvaren pratade vi närmare med ett utvalt antal personer för att få mer ingående information om just deras studiesociala situation och erfarenheter vad beträffar nyttan av deras nätverk. Personerna till intervjuerna valdes baserat på resultaten från enkäten. Vi har strävat efter att göra intervjuer med personer som alla har olika uppfattningar om hur viktiga faktorer som engagemang, betyg, examen och extra arbeten har varit för deras karriärer.

#### **4.3.1.1 Upplägg**

Intervjuerna var telefonbaserade och pågick mellan 20-30 minuter. Det geografiska avståndet var den avgörande faktorn vid val av intervjuform, vilket inte spelade någon roll vid telefonintervjuer.

Alla tre fick ungefär samma frågor men beroende på vilken kategori av alumner i undersökningen de ska representera varierade frågorna ändå något. Alla tre intervjuer utgick också utifrån varje persons enkätsvar, och anpassades därefter för att få ut så mycket information om varje persons scenario som möjligt. Efter intervjun har de fått läsa vad vi påstår att de sagt för att kontrollera att inga missförstånd eller liknande dykt upp. Svaren från alla tre alumner kommer att redovisas anonymt i rapportens resultatdel.

#### **4.3.2 Intervjuer med rekryterare**

Vi har dessutom pratat närmare med ett par rekryterare för att få deras syn på vilken roll nätverk och sociala medier spelar vid tillsättning av tjänster. Vi valde två personer från olika sorters företag till intervjuerna för att få en bred representation från arbetsmarknaden. Vi har intervjuat rekryterare från ett konsultbolag och ett talangnätverk. Båda de intervjuade rekryterare bl.a. medietekniker. Vi hade även planerat en intervju med en rekryterare på ett produktbolag men personen ställde in det första intervjutillfället och därefter lyckades vi tyvärr inte komma överens om en ny lämplig tid innan detta arbete skulle lämnas in pga. rekryteraren var bortrest under en längre tid.

#### **4.3.2.1 Upplägg**

Vi har genomfört telefonintervjuer med de två rekryterarna. De fick frågorna mailade till sig ett par timmar innan intervjun för att kunna förbereda sig något. Efter intervjun har de fått läsa vad vi påstår att de sagt för att kontrollera så att inga missförstånd eller liknande dykt upp. Även en sammanställning av dessa presenteras i resultatkapitlet.

## 5 Resultat

I det här kapitlet presenteras resultatet från enkätundersökningen. Även resultatet från djupintervjuerna med såväl representativa alumni som personer som jobbar med rekrytering presenteras här.

### 5.1 Datahantering

Personlistorna som vi fick ut av VoS och CSC:s expedition kom i pappersformat, då de av säkerhetsskäl inte skickar ut sådan information digitalt. På grund av detta var vi tvungna att föra in samtliga listor för hand, inklusive mailadresser, i ett sammanställt excelark. Utifrån denna lista exporterade vi sedan mailadresserna som CSC fick för att göra enkätutskicket.

Enkätresultatet exporterades från LimeSurvey-plattformen till både ett excelark samt ett textdokument, där dokumenten hade olika sorters formatering på varje persons sammanställda svar. Excelarket gav störst användning och utifrån den överskådliga datan kunde vi göra en statistisk sammanfattning för samtliga frågor. Sammanställningen har illustrerats med grafer för att bli tydligare och presenteras senare i detta kapitel.

### 5.2 Svarsfrekvens

Vår enkät skickades till 360 medieteknikalumnerna varav 111 stycken svarade, dvs. cirka 31 %. Vi hade räknat med ett visst bortfall då alla alumner inte längre har tillgång till och/eller använder sina KTH-mailadresser, men vi hade helst sett en högre procentandel svarande. Sett till antalet enskilda svar, 111 stycken, är vi ändå nöjda med underlaget.

### 5.3 Sammanställning

I enkäten ställdes som sagt frågor i fyra kategorier; grundläggande frågor, engagemang, karriär och nätverk. Svaren kommer dock att redovisas i kronologisk ordning för att det ska bli tydligare att se vilken nytta de svarande alumnerna faktiskt haft av sitt nätverkande.

#### 5.3.1 Vilka svarade på enkäten?

Av 111 svar på enkäten var 105 svar fullständiga. Vi har valt att inte ta med de ofullständiga svaren i vårt resultat då det skulle kunna ge ett skevt resultat.

71 svarande angav att de är män och 34 att de är kvinnor, övriga angav inget kön. De svarande är alla mellan 25 och 39 år gamla och medelåldern är 28-30 år. De svarande skrevs in på KTH mellan 1999 och 2007 med en jämn spridning mellan åren.

77 % har tagit examen. Även examina är jämnt spridda över åren. För de som inte tagit examen är den största anledningen att de *"valde att börja jobba istället"* (39 %), de svarande anger även att de *"orkar inte ta de sista kurserna/exjobbet"* (28 %) och att de *"håller på att ta de sista kurserna/exjobbet nu"* (25 %). Ett par personer kommenterade sin avsaknad av examen med att *"CSN-pengarna tog slut"*. Av dem som inte tagit ut examen planerar 58 % att göra det i framtiden medan 33 % är osäkra och 8 % inte har några sådana planer.

### 5.3.2 Vad gör medietekniker under sin utbildning?

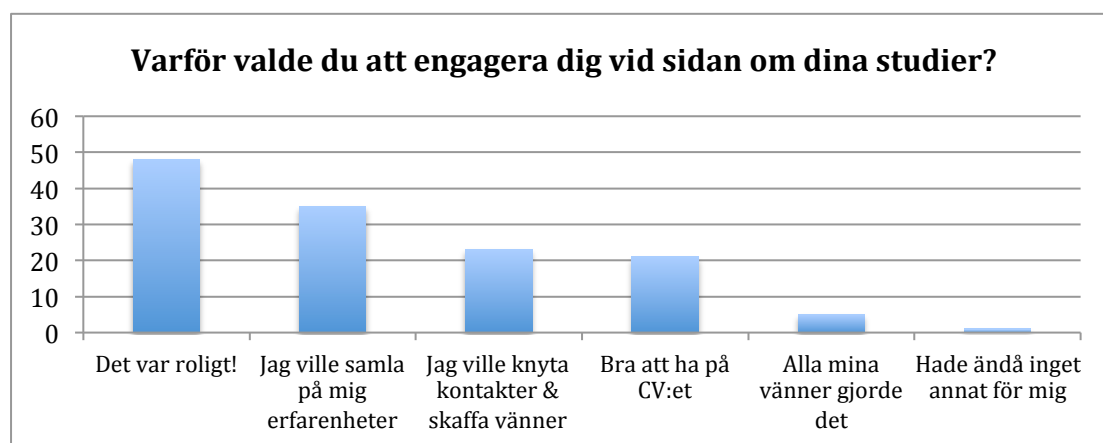
Under sin studietid har de svarande i hög utsträckning ägnat sig åt annat än sina studier. Majoriteten har sommarjobbat (99 av 105), nästan lika många har arbetat extra vid sidan om studierna under terminerna (77 av 105) och fler än hälften har engagerat sig i ideell studentrelaterad verksamhet (64 av 105). Nedan följer grafik som förtydligar de sysselsättningar alumnerna haft parallellt med sina studier.



#### 5.3.2.1 Om engagemang

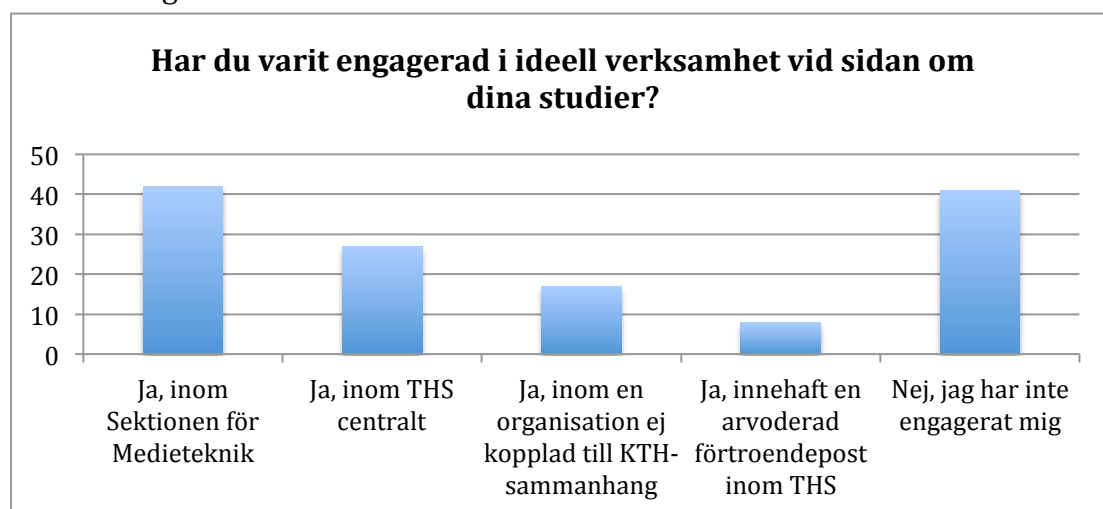
Som figur 1 visar har över hälften av de svarande alumnerna alltså engagerat sig i ideella verksamheter under sin studietid. Det vanligaste är att man engagerat sig inom Sektionen för Medieteknik. Det är t.o.m. vanligare att man deltagit i sektionsengagemang än att man inte engagerat sig alls. De flesta har deltagit i olika aktiviteter parallellt och/eller kontinuerligt under sin studietid.

Figur 1



Figur 2: Grafen visar anledningen till varför vissa alumner engagerat sig i ideell studentverksamhet.

Anledningarna till engagemanget varierar men det vanligaste svaret är "för att det var roligt".



Figur 3: visar antalet alumnerna som sysslat med i respektive ideella studentengagemang. Med alternativet "Ja, innehaft en arvoderad förtroendepost inom THS" menar vi de roller som erhåller viss ekonomisk kompensation för den (i förhållande till arvodet) stora insatsen man gör.

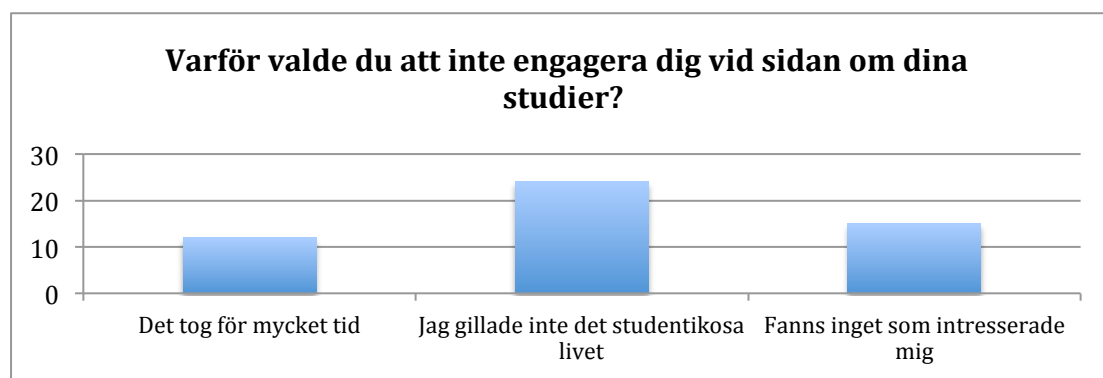
Baserat på våra fritextsvar var det vanligast att engagera sig inom (i ordning):

- Mottagningen
- Näringslivsgruppen
- Klubbmästeriet
- Inom studienämnden som SNO eller PAS<sup>15</sup>

Alla ovanstående är delar av sektionsverksamheten. Utöver dem har även följande lockat extra mycket:

- Kårspexet
- THS Styrelse (som heltidsarvorderad)
- Excitera

Enstaka personer har även valt att engagera sig inom diverse idrottsföreningar, både kopplade till KTH och fristående, politiska föreningar och partier samt diverse av THS kårföreningar och kulturverksamheter.



Figur 4: Grafen visar anledningen till varför vissa alumner inte engagerat sig i ideell studentverksamhet.

I figur 4 ser man att bland de som valde att inte engagera sig var orsaken främst att de "inte gillade det studentikosa livet". I fritextsvaren framkommer även att några istället för att engagera sig inom ideella verksamheter har engagerat sig i att starta kommersiella verksamheter, en recipient skrev "Startade ett företag med studiekompisar som slukade tid." I efterhand ser vi alltså att starta eget företag borde varit med som svarsalternativ.

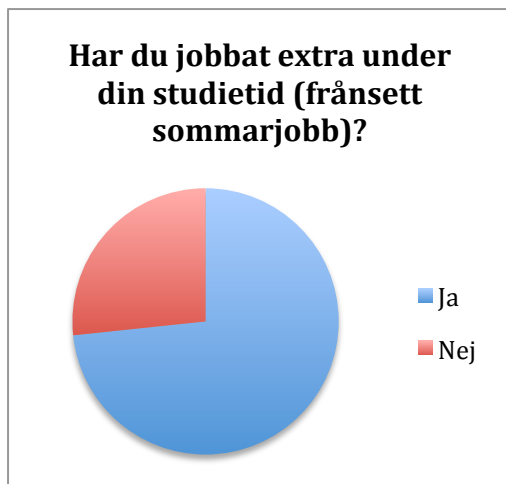


Figur 5

#### 5.3.2.2 Om sommar- och extra jobb

Nästan alla alumner har sommarjobbat under sin studietid, 94 %, se figur 5. 70 % av sommarjobben har inneburit okvalificerade uppgifter. Bland de okvalificerade arbetena har t.ex. brevbärare, butiksbiträde och receptionist varit vanliga sysselsättningar. De kvalificerade sommarjobben, resterande 30 %, har huvudsakligen inneburit IT-relaterade uppgifter som t.ex. webbutveckling eller teknisk support.

<sup>15</sup> StudieNämndens Ordförande eller ProgramAnsvarig Student



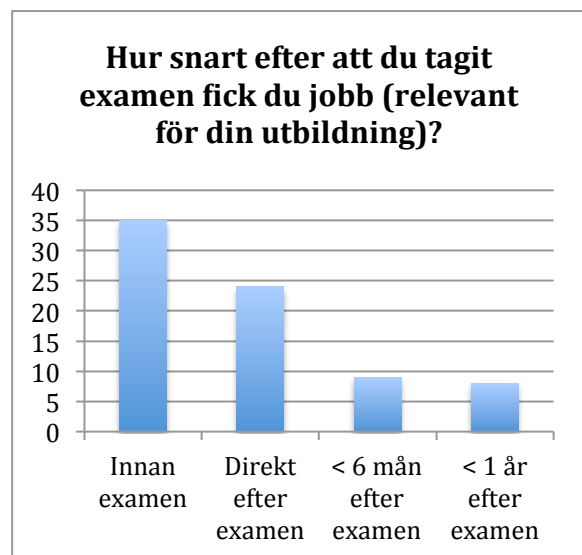
Figur 6

Majoriteten av alumnerna har även jobbat extra under sin studietid, se *figur 6*. Extra jobben har i större utsträckning än sommarjobben bestått av kvalificerade arbeten, 46 % uppger att de haft ett arbete relevant för deras utbildning. Även här är de IT-relaterade uppdragen i majoritet men många har även uppgett att de jobbat extra via egenstartade företag. Hela 12 % av extra jobben har inneburit drift av egna företag - att jämföra med en knapp procent av sommarjobben.

### 5.3.3 Vad gör medieteknikalumnerna efter sin utbildning?

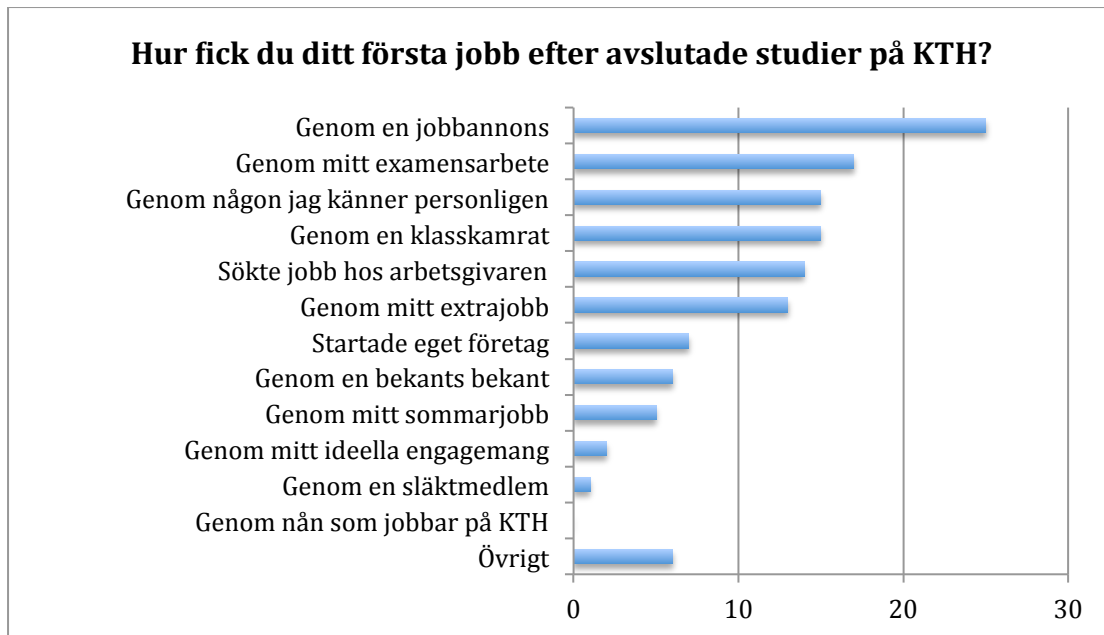


Figur 8: visar hur många personer som svarade på enkäten som tog examen respektive år.



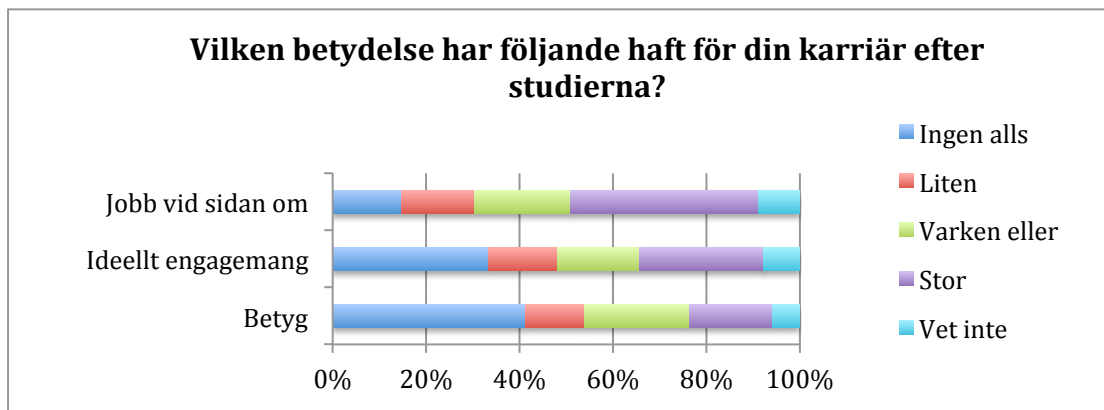
Figur 7: visar antalet personer som fick jobb vid respektive tidpunkt.

Av de 105 svarande har 81 alumner tagit ut sin examen. De flesta (73 %) fick jobb innan eller direkt efter examen, se *figur 8*, vilket stämmer väl överens med (och t.o.m. något överträffar) uppgifterna vi fick från institutionen baserat på enkäten nyexaminerade medietekniker fyller i när de tar ut sin examen.



Figur 9: Antalet personer fördelat på de olika alternativen kring hur man fått sitt första jobb efter KTH.

Det första jobbet efter examen har 60 % fått via en kontakt som enligt vår definition ingår i deras personliga nätverk. 6 % har startat eget företag, 31 % har fått jobb via traditionell ansökan (genom arbetsförmedlingen eller som svar på en jobbannons etc.) och 3 % avslutade inte sina studier när de tog ut sin civilingenjörsexamen. En alumn svarade att hen fått sitt första jobb "Via en gammal medietekniker, som jag fick kontakt med i och med ett studiebesök i kursen Prosam."<sup>16</sup>



Figur 10

På frågan, se figur 10, vilka delar av studentlivet som spelat roll för deras fortsatta karriärer har alumnerna svarat att jobb vid sidan om studierna haft stor påverkan, därefter värderar man ideellt engagemang och minst betydelse anser man att betyg haft.

<sup>16</sup> Enligt vår definition tillhör svarsalternativen "Genom mitt examensarbete", "Genom någon jag känner personligen", "Genom en klasskamrat", "Genom en bekants bekant", "Genom mitt ideella engagemang", "Genom en släktmedlem", "Genom mitt extrajobb", "Genom mitt sommarjobb" samt "Genom någon som jobbar på KTH" till en alumns nätverk. De täcker in de fem områden vi delat in ett nätverk i: Privat kontakter sedan innan studietiden (exempelvis familj och släkt), Studier på KTH, Ideellt engagemang under studietiden, Extrajobb under studietiden (inklusive sommarjobb) samt Det första jobbet (efter avslutade studier).



### 5.3.4 Hur använder alumnerna sina nätverk?

Därefter svarade alumnerna på frågor kring vilken nytta de haft av sina nätverk.



**Figur 11:** Antalet fall då de svarande har varit med om att deras nätverk bidragit till en positiv påverkan på deras karriärer visas ovan.

De flesta recipienterna har som ses i *figur 11* haft någon nytta<sup>17</sup> av sitt nätverk. De vanligaste fallen av nytta som alumnerna varit med om har inneburit att de fått en kontakt som varit viktig för sin karriär förmedlad via någon i sitt nätverk (120 fall<sup>18</sup>) eller att de blivit erbjudna jobb via någon i sitt nätverk (117 fall). Många har även varit med om att någon i sitt nätverk förordat dem i något sammanhang (85 fall) eller att de fått stöd med en arbetsuppgift från någon i sitt nätverk (82 fall). Mindre vanligt har varit att alumnerna startat företag med någon i sitt nätverk (26 fall) eller att de blivit befordrade pga. någon i sitt nätverk (17 fall). 35 personer har uppgett att de inte haft någon nytta av sina nätverk.

<sup>17</sup> Vår definition av nytta är alltså om de fått någon av fördelarna som redovisas ovan via sitt nätverk.

<sup>18</sup> Fall = ett tillfälle förmedlad nytta, en student kan alltså ha varit med om flera eller inget fall.

Nedan redovisas även från vilken del av nätverken nyttan kommit:

### Har ditt kontaktnätverk haft någon positiv påverkan på din karriär?

**Ja, fått jobberbjudande**



**Ja, startat företag tillsammans**



**Ja, blivit befodrad**



**Ja, förordat mig i något sammanhang**



**Ja, fått stöd/hjälp med arbetsuppgift**



**Ja, förmedlat viktiga karriärskontakter**

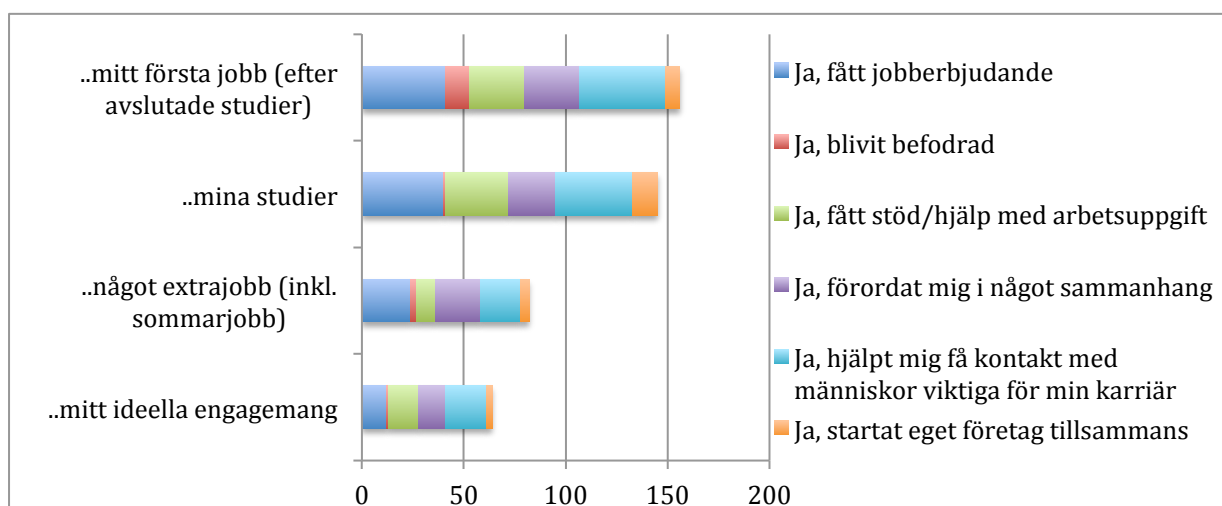


**Figur 12:** visar fördelningen av svaren på frågan "Har ditt kontaktnätverk haft någon positiv påverkan på din karriär?".

Vanligast är att man har haft nytta av den del av sitt nätverk man skaffade under sitt första jobb (156 fall) och av den del av nätverk som härstammar från studietiden (145 fall), se *figur 12*. Kontakter från extra jobb eller sommarjobb har gett 82 fall av nytta medan kontakter från ideellt engagemang varit det minst fruktsamma nätverket och resulterat i 64 fall av nytta.

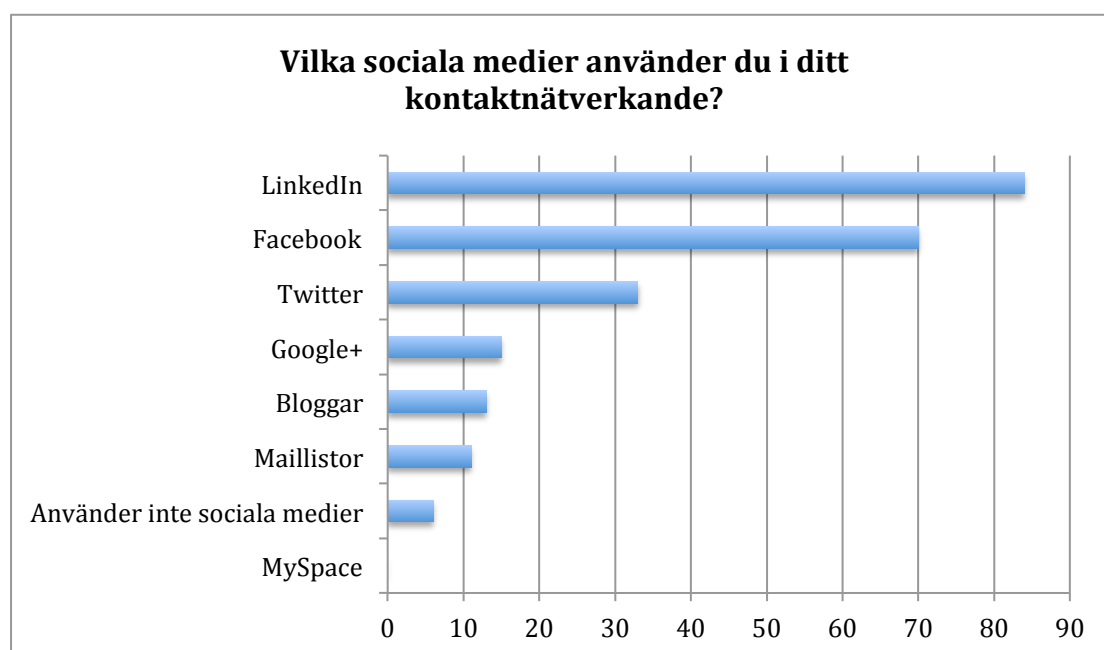
- Från kontakter jag fått under mina studier
- Från kontakter jag fått från något extra jobb (inkl. sommarjobb)
- Från kontakter jag fått under mitt första jobb
- Från kontakter jag fått från mitt ideella engagemang

### Jag har haft nytta av det kontaktnätverk jag skaffat mig under..



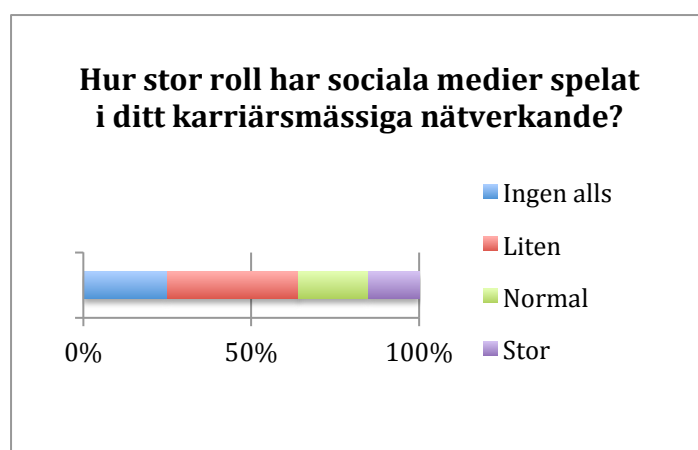
**Figur 13:** är en ihopslagning av *figur 11* och *figur 12*.

### 5.3.5 Hur använder alumnerna sociala medier i sitt nätverkande?



Figur 14: visar antalet alumnerna som använder respektive svarsalternativ.

I figur 14 ser man att flesta alumnerna använder sociala medier för sitt kontaktnätverkande. Vanligast är att man har en profil på LinkedIn, 84 personer (80 %), tätt följt av Facebook, vilket 70 svarande (67 %) uppger att de använder för kontaktnätverkande.



Figur 15

Dock, enligt figur 15, upplever alumnerna det inte som att sociala medier spelar en betydande roll för deras nätverkande. 64 % av de som använder sociala medier anser att sociala medier spelat "Ingen alls" eller "Liten" roll jämfört med 36 % som tycker att sociala medier spelar "Normal" eller "Stor" roll.

### 5.3.6 Resultat från intervjuer med medieteknikalumnerna

De tre alumnerna som vi intervjuade, Man 1 & 2 samt Kvinna 1, hade alla tre kommit en lång bit på deras karriär. De började alla samma år på medieteknik, men deras profiler skiljer sig ganska mycket från varandra. Några gemensamma nämnare finns dock.

När det kommer till betyg är åsikterna blandade. Kvinna 1 menar på att betygen har spelat större roll än vad hon förväntade sig, i början på hennes karriär, samtidigt som både Man 1 och 2 aldrig har upplevt betyg som något avgörande. Dock så har betygen i viss mån fungerat som filtreringsprocess inom anställningsprocesser med högt söktryck, enligt Kvinna 1. Gemensamt för Kvinna 1 och Man 2 var att de tror att man tittar mindre och mindre på betygen ju längre man har varit verksam i arbetslivet.

Alla tre personer har hållit med om att det finns ett stort värde i att engagera sig ideellt pga. de kontakter och erfarenheter man kan skaffa sig utifrån det, trots att Man 1 och 2 aldrig varit delaktig i någon sådan verksamhet. De menar att det framförallt för nyutexaminerade kan verka som ett bevis på driv och initiativförmåga. Kvinna 1 nämner som exempel ett par företag som nästan enbart rekryterar människor som har varit engagerade i en ideell studentförening. Man 1 anser dock också att denna sorts engagemang många gånger tillskrivs allt för stor betydelse. Man kan skaffa sig samma sorts erfarenheter och lärdomar genom t.ex. extrajobb men det lyfts inte fram lika ofta enligt Man 1.

Jobb vid sidan om studierna är något som varit väldigt viktigt för Man 1 och det har även varit hans främsta forum för att knyta värdefulla kontakter. Hans nuvarande karriär har direkt påverkats av hans tidigare extrajobb, då han redan under studierna kunde utforska den bransch han idag jobbar inom. För de andra två har sidjobben inte alls betytt lika mycket. Kvinna 1 har drygat ut ekonomin tack vare jobben, men hon har aldrig känt att de har varit väsentliga under en arbetsintervju. Man 2 arbetade heller inte särskilt mycket under studietiden eftersom inget behov fanns, förutom under sabbatsåret då han istället jobbade heltid.

Utbildningen har fått goda omdömen från samtliga intervjuade, mycket på grund av den välanpassade kompositionen av vitt skilda ämnen. Alla tre har dessutom fått stor användning av antingen specifika kurskunskaper eller färdigheter som kommer utifrån dessa, som t.ex. god problemlösningsförmåga. Man 1 berättar att han i början av sitt jobsökande att hade stor nytta av läst på KTH då rekryteraren ifråga själv hade gjort samma sak och därför visste vad det innebär att ta sig igenom en civilingenjörsutbildning. Man 2 poängterar dock att själva utbildningen spelar mindre och mindre roll ju längre tid man jobbat.

En examen från KTH har för både Kvinna 1 och Man 2 varit avgörande för karriären då de sannolikt inte skulle fått de jobb de ville ha utan den. Man 1 har däremot aldrig upplevt att hans arbetsplats värderat en examen från KTH så högt som han tror att andra företag kanske gör. För honom är en examen endast "ett papper och en ring", inte något attraktivt.

Samtliga av de intervjuade har på något sätt dragit nytta av sitt kontaktnätverk i karriären, eller hjälpt någon annan på liknande sätt. Man 1 anser att det är lättare att ta sig fram i karriären ju större kontaktnätverk man har och att det har blivit mycket lättare att underhålla sitt nätverk sedan sociala medier slagit igenom.

#### 5.4 Vilken roll spelar då nätverk och sociala medier när det kommer till rekrytering? Resultat från intervjuer med rekryterare

En av rekryterarna som vi intervjuade var Andreas Persson, Talent Manager på IT-konsultbolaget Netlight. Andreas har sedan 2007 jobbat med rekrytering främst inom IT-sektorn, innan han började på Netlight har han jobbat med rekryteringar till framgångsrika företag som bl.a. Accenture, IBM, och Google. Den andra intervjun hölls med Helene Hammarberg från NovaAgentum. Helene har titeln Network and Communications Consultant och jobbar med rekryteringar till talangnätverket Nova 100.

Båda tycker att nätverk är en central del av sina arbeten. Helene berättar att på såväl den renodlade rekryteringsdelen av företaget hon jobbar på som talangnätverksdelen använder man sig av referensbaserad rekrytering som helt och hållet bygger på kontakter. Pga. detta har de för rekryteringsverksamheten byggt nätverk med "agenter" vars uppgift är att vid varje tillsättning rekommendera lämpliga personer ur sina egna nätverk. För nätverksrekryteringen innebär det att den vanligaste kanalen att bli medlem är via en befintlig medlems rekommendation. Även om man idag kan söka utan en rekommendation är det helt klart en fördel att blivit rekommenderad.

Andreas berättar också att han i sin nuvarande roll framför allt håller på med uppsökande verksamhet där de antingen genom tips eller via rekryteringsaktiviteter "headhuntar" rekryterna. "Vi ser att det är så vi hittar de bästa. Det är t.ex. personer som i dagsläget är nöjda med sin nuvarande situation men inte vet att de kan få det bättre hos oss, så då måste vi ju hitta dem. Det gör vi via tips, både från personer vi träffar på employer branding-aktiviteter eller från interna aktiviteter. Vi har byggt en kultur som gör att man naturligt funderar på vilka av mina vänner och bekanta jag skulle vilja jobba med." Förutom några enstaka försök att annonsera ut tjänster har headhunting alltid varit det vanliga sättet att rekrytera förklarar Andreas som dock menar att vissa tjänster lämpar sig bättre för att annonsera ut än andra, t.ex. tjänster som rör administration eller ekonomi. Vi frågar även Helene om processen sett likadan ut sedan starten 1997 vilket hon svarar att den har det för rekryteringsdelen av företaget (Agentum – som startades först 2005) men inte för nätverket (Nova 100). Nätverket har alltid använt rekommendationer men tidigare använde man sig även av uppsökande verksamhet vilket man slutade med 2001.

Helene förklarar också att när man väl blivit intagen i en process hos dem fortsätter den efter intaget som en traditionell rekrytering: Personligt brev, CV, betyg lämnas, därefter sker intervjuer och tester osv. Referenser tas även efter intervju etc. men då på "vanligt" vis, en persons nätverk hjälper helt enkelt endast till att öppna dörren.

Eftersom NovaAgentum bygger en stor del av sin affärsidé på att själva ha rätt personer i sitt nätverk frågar vi om det spelar det någon roll vilka de sökande har i sina nätverk. Helene svarar att egentligen inte spelar så stor roll. Visst kan man ha nytta av att veta att man har en gemensam bekant med någon för att ha ett samtalsämne vid t.ex. ett event men ur deras perspektiv är storleken på ett

nätverk inom sociala medier ett för osäkert mått på kvaliteten på nätverket för att det ska säga något om hur starkt det är.

Andreas säger att sociala medier varit centralt under hela hans arbetsliv. Redan 2007 när han började arbeta med rekrytering prioriterade han att bygga ett bra nätverk på t.ex. LinkedIn och med åren tycker han att plattformen utvecklats mycket. "Idag interagerar användarna mer och tjänsten används mer för kommunikation än tidigare."

LinkedIn är den tjänst han använder mest och används framför allt för att hitta information om personer de fått tips om eller för att söka efter personer med rätt kompetens. Andreas säger att det är viktigt att "connecta" med många andra på LinkedIn eftersom det utvidgar hans eget nätverk så att han får fler träffar vid nästa sökning. Enligt honom är det färre och färre som inte har sitt CV på LinkedIn vilket gör tjänsten till ett mycket användbart verktyg. Helene håller med om att hur en individ presenterar sig i sociala medier i allmänhet och LinkedIn i synnerhet blivit viktigare och viktigare. Hon säger att det utkristalliserat sig mer tydligt på senare år hur viktigt det är att ha en välgjord LinkedInprofil. "Förut var det vanligt att folk delat ut sitt nummer medan man idag snarare delar med sig av länken till sin LinkedInprofil".

Sociala medier använder Helene främst för att göra research om potentiella kandidater. "Det finns inte en rekryterare i Sverige idag som inte googlar sitt objekt inför en intervju" säger hon. I deras segment, mycket talangfulla studenter, har dock få idag en öppen profil på Facebook medan profilerna på LinkedIn oftast är välfyllda. Helene använder LinkedIn för att verifiera det inskickade CV:t och för att vara påläst om den sökande vid intervju. Också Andreas upplever LinkedIn som den mest användbara plattformen för headhunting i stora delar av världen, framförallt i Norden och Europa. Enda undantaget är den tyska marknaden där motsvarigheten "Xing" är större.

Andreas tycker dock att Facebook är användbart ur ett rekryteringsperspektiv då man i viss mån kan hitta tekniknätverk där som inte finns på LinkedIn, gå med i dem och på så vis komma i kontakt med ännu fler potentiella rekryter. "Personer som är medlemmar i ett .NET-programmeringsnätverk är troligen personer som är bra på sånt."

Helene avslutar med att konstatera att sociala medier är användbara och bra men att det till syvende och sist ändå är vad folk säger om varandra som spelar roll för dem, referenser har alltså väldigt stor betydelse.

## 6 Diskussion

*I det här kapitlet kommer vi diskutera de resultat vi har kommit fram till. Vad säger resultatet och kan något ha påverkat det?*

### 6.1 Analys av enkätsvaren

Under arbetets gång gav vi uttryck för en önskan om att få in åtminstone 50 % av medieteknikalumnernas åsikter via vår enkät och lade därför också stor möda t.ex. på att få tag på alla mailadresser vi kunde. Nu nådde vi bara upp till en svarsfrekvens på 29 % (31 % om man inkluderar de ofullständiga) så sett till procentandel tycker vi att det känns lite lågt men sett till antalet enskilda svar är vi ändå ganska nöjda då vi efter samtal i vår handledningsgrupp kommit fram till att 105 svar är en lagom mängd svar att analysera för ett kandidatexamensarbete. Det spelar dessutom stor roll att vi haft en mycket jämn spridning bland de som svarade vilket tyder på att svaren ändå är tillförlitliga. De kommer alumner från jämnt antal olika årskurser som dessutom tagit examen med någorlunda jämn spridning. Om vi istället hade haft 50 svarande som började 2002 och 50 som började 2003 hade vi sett den låga svarsprocenten som ett större problem.

Den låga svarsfrekvensen innebär dock att vi bör lägga stor vikt vid att resonera kring vilka som faktiskt svarat på enkäten och om någon grupp är över- eller underrepresenterad. Vi anser det vara ett rimligt antagande att personer som är intresserade av de ämnen vår undersökning berör i större utsträckning svarat på enkäten än de som personligen är helt ointresserade av dem. I vårt resultat har vi t.ex. sett att många som svarat varit intresserade av och engagerade i näringslivsfrågor under sin studietid, det skulle därför kunna vara så att dessa individer fortfarande är mer intresserade av det än andra och därför i högre utsträckning svarat. Det skulle innebära att vi har ett överskott av näringslivsintresserade personer i vårt resultat vilket i alla fall överensstämmer med hur sektionens verksamhet ser ut i dag. Enligt vår undersökning ser det ut som att fler personer sysslat med näringslivsgruppen under sin utbildning än med t.ex. mottagning vilket vi vet inte kan stämma då mottagningsgruppen på sektionen varje år är större än näringslivsgruppen.

Vi tycker också att det är också intressant att fundera på hur medieteknikalumnernas internetvanor skiljer sig från övriga KTH-alumner då vi pga. av deras utbildningsval förmodar att de har ett grundläggande intresse för sociala medier vilket kanske inte andra KTH-alumner har. Om vi hade gjort samma undersökning på en helt annan skola eller en annan icke-teknisk utbildning hade vi nog också fått ett resultat som visade på lägre intresse och användning av sociala medier. Vi tycker också att det är intressant att vi inte kan se några trender i användningen av sociala medier bland medieteknikerna själva vilket skulle kunna innebära ännu större skillnader i jämförelse med andra grupper.

Vad gäller resultatet att det är kontakter man fått från en viss del av sitt nätverk som varit mest betydelsefullt vill vi lyfta frågan kring hur personerna som svarat

på enkäten delat in sina kontakter i de olika kategorierna. Vi kanske borde angett tydligare riktlinjer för de alternativen, t.ex. förklarat att en kontakt ska räknas till den del av ens kontaktnät där man först kom i kontakt med denna men å andra sidan kan ju en klass på KTH innehålla upp till 200 personer så det händer säkert att man träffar personer man studerat med under lång tid först när man genom gemensamma bekanta träffas i ett socialt sammanhang. Man skulle då kunna uppleva det som att man fått sina kontakter ifrån flera kategorier samtidigt vilket gör vårt resultat något mindre tillförlitligt.

Vi tycker också att det är ett rimligt antagande att det är stor skillnad på betydelsen av extra/sommarjobb och vilken nytta man haft av nätverken från dessa beroende på om de varit kvalificerade och/eller inom en bransch som är relevant för utbildningen jämfört med om de varit okvalificerade och/eller inom en icke relevant bransch. Nätverk från kvalificerade jobb borde ge fler relevanta kontakter och därmed ha haft större betydelse för fortsatt karriär än okvalificerade jobb. Detta antagande strider något mot Granovetters teori där han menar att nätverk mellan olika sorters kretsar är mest givande. Å andra sidan kan man nog i många fall hävda att de okvalificerade jobben tillhör samhällsgrupper med lägre socioekonomisk status vars nätverk enligt Granovetter har mindre räckvidd och då följs teorin och resultatet åt mer. Även här kunde vi haft tydligare alternativ i enkäten för att lättare kunna tolka resultatet. Nu har vi istället för att få ett samlat resultat i dessa frågor varit tvungna att manuellt gå igenom den information vi fick och sortera in i olika kategorier vilket definitivt inte var det mest effektiva upplägget.

En annan intressant faktor som framkommit är att alumnerna inte värderat hur deras kontakter presterat under sin skoltid särskilt högt. Kurskamrater och liknande fyller en viktig funktion just som kontakter men huruvida de har gjort bra ifrån sig eller inte i skolan har inte spelat någon roll för om man rekommenderar någon, det har snarare varit personligheten man brytt sig om. Enligt Granovetter menar att ju mer likasinnade människor är desto större är chansen är de är nära kontakter tycker vi att stödjer detta resultat då en person bör anses vara mer än hens prestationer i skolbänken. Vi tror visserligen att detta i större utsträckning gäller för arbeten där man inte har direkt användning för specifika kunskaper från utbildningen.

Ytterligare en intressant aspekt som vi missat i vår enkät är att fråga om alumnerna är med i några formella nätverk, t.ex. Nova 100 och vilken nytta de i så fall haft av dem jämfört med de andra delarna av sina nätverk. Vårt fokus har nog i alla fall omedvetet legat mer på studierelaterade nätverk men det hade ändå varit en intressant aspekt och det hade absolut passat in under vår avgränsning till det professionella nätverket.

Enligt undersökningen har alumnerna haft minst nytta av sina nätverk när det gäller att starta eget och att bli befördrad. Vi tror att det beror på att det är mycket ovanligare att människor startar egna företag än att de får en anställning samt att befordran kommer senare i karriären, inte under de första åren där den största delen av de svarande i undersökningen fortfarande befinner sig. Alltså borde resultatet i fråga inte anses vara så lågt som det verkar. 6 % respektive 4



% av nyttofallen anser vi vara resultat som visar att även dessa sorters nytta faktiskt ges av medieteknikalumnernas nätverk.

På liknande sätt kan resultatet över vilken del av det professionella nätverket som alumnerna har haft främst nytta av delvis härledas till att det i alla fall i den näst största gruppen, alltså kontakter från studierna, dels finns en mycket stor rekryteringsbas för just denna grupp samt att tiden du spenderar med denna grupp är betydligt längre än ett genomsnittligt projekt eller en genomsnittlig anställning under studietiden.

## 6.2 Analys av alumnintervjувaren

Studien tyder på (och fick starkt stöd av intervjuerna) att det i början av karriären är väldigt svårt att förstå arbetsmarknadens uppbyggnad utan att ha jobbat extra under studierna. Detta verkar bero på att man under utbildningen inte får någon vidare inblick i vare sig arbetsmarknaden eller branschen. För många svarande har dessa jobb därför varit avgörande för den vidare karriären och denna eventuella inblick har lett till fördelar och större möjligheter inom karriären/branschen. Detta ser vi som konkreta argument för att man kan ha många bollar i luften och ändå prestera resultat som räcker. Att arbeta samtidigt som man studerar innebär i många fall en kombination av två olika världar och huruvida detta påverkar studieresultatet negativt har till och från diskuterats i bl.a. intervjuerna. Vårt resultat tyder dock på att arbete under studietiden mestadels är positivt, i alla fall så länge inte utbildningen erbjuder samma förberedelser.

Vi förväntade oss nog att de lärdomar och erfarenheter man får från ideellt engagemang skulle ansetts vara viktigare än vad som framkom. Enligt det samlade resultatet av vår undersökning är det snarare sekundärt eller i alla fall inte något som framlyfts speciellt. Snarare pekar undersökningens resultat på att ideellt engagemang framförallt bidrar till en roligare studietid samt kontakter.

## 6.3 Övrig analys

Under arbetet har vi som tidigare nämnt även studerat andra teorier om hur nätverkande i olika former kan påverka karriären<sup>19</sup> samt om karriärsutveckling via olika sorters mentorskap<sup>20</sup>. Vi ser i efterhand att vissa av dessa väl kunde ha kompletterat vårt arbete, men inom tidsramen för vår undersökning var detta inte möjligt. Vi anser att det vore relevant och intressant med vidare studier kring detta ämne. Framförallt när målgruppen varit yrkesverksam fler år, vilket skulle kunna ge bredare underlag för t.ex. om nätverk faktiskt kan bidra till befordran eller om mentorskap och liknande nätverkande påverkar vilka möjligheter som erbjuds.

---

<sup>19</sup> Wolff, H.-G., & Moser, K. (2009). Effects of networking on career success: a longitudinal study. *The Journal of applied psychology, 94*(1), 196-206. doi:10.1037/a0013350

<sup>20</sup>Blickle, G., Witzki, A. H., & Schneider, P. B. (2009). Mentoring support and power: A three year predictive field study on protégé networking and career success. *Journal of Vocational Behavior, 74*(2), 181-189. Elsevier Inc. doi:10.1016/j.jvb.2008.12.008

& Ensher, E. A., Thomas, C., & Murphy, S. E. (2001). COMPARISON OF TRADITIONAL, STEP-AHEAD, AND PEER MENTORING ON PROTEGES' SUPPORT, SATISFACTION AND PERCEPTIONS OF CAREER SUCCESS: A SOCIAL EXCHANGE PERSPECTIVE. *Spring, 15*(3), 419-438.

## 7 Slutsats

*I det här kapitlet kommer vi presentera de slutsatser vi kommit fram till baserat på vår undersökning.*

Nätverken har för samtliga svarande inneburit nytta. Vi kan alltså konstatera att svaret på vår problemformulering ”Vilken nytta har medieteknikalumnerna haft av sina nätverk i sina karriärer?” varierar något men t.ex. så har 6 av 10 fått sitt första jobb efter examen via en kontakt ur sina professionella nätverk. Andra typer av nytta har t.ex. varit att få kontakt med personer som är viktiga för karriären, att få hjälp/stöd med en arbetsuppgift samt att bli förordad i något sammanhang. Om vi hade formulerat vår frågeställning som en ja- eller nej-fråga hade svaret varit ett tydligt: JA!

Det är främst de delar av de svarandes professionella nätverk som kommer från någon slags arbete som gett alumnerna fördelar även vidare i karriären.

Hur alumnerna har skaffat sina nätverk har varierat. Dock är det inte lika intressant för oss eftersom det viktigaste resultatet av vår undersökning är ATT de har ett nätverk som ger dem nytta. Personligen tycker vi att det är intressant att resultatet tyder på att nätverkets kvalitet och effekt inte har påverkats i någon vidare utsträckning av hur det införskaffats.

De två största fördelarna med ideellt engagemang är enligt studien att det framförallt bidrar till en roligare studietid samt kontakter.

Betyg verkar inte ha påverkat alumnernas karriärer eller nätverk i någon större utsträckning. I de flesta fall har de snarare fungerat som en filtreringsprocess i början av rekryteringsprocessen, vilket t.ex. det ena rekryteringsbolaget vi intervjuade uppgav att de gjorde. Betygen verkar således spela varierande roll beroende på var man vill arbeta, i alla fall när studenten är nyutexaminerad och young professional.

Slutsatser vi kan dra från intervjuerna med alumner är bl.a. att när det kommer till karriärens utveckling och rekrytering så har ambition och drivkraft lönat sig främst. Enligt intervjuerna anställer många arbetsgivare utifrån den sökandes personlighet eller utifrån goda rekommendationer från någon bekant till rekryteraren. Kontaktnätverk uppfattades även i intervjuerna som något väldigt värdefullt som man ofta drar nytta av utan att vara aktivt medveten om det.

Rekryterarna anser att det är viktigt att ha en profil på LinkedIn och alumnerna verkar i mycket hög utsträckning hålla med. Andra sociala medier som t.ex. Facebook använder de flesta alumnerna som ett komplement till LinkedIn men det är ovanligt att man har en offentlig profil på Facebook eftersom tjänsten snarare ses som ett verktyg för privat nätverkande än professionellt nätverkande.

## 8 Referenser

### 8.1 Litteraturreferenser

Blickle, G., Witzki, A. H., & Schneider, P. B. (2009). Mentoring support and power: A three year predictive field study on protégé networking and career success. *Journal of Vocational Behavior*, 74(2), 181-189. Elsevier Inc. doi:10.1016/j.jvb.2008.12.008

Ensher, E. A., Thomas, C., & Murphy, S. E. (2001). COMPARISON OF TRADITIONAL, STEP-AHEAD, AND PEER MENTORING ON PROTEGES' SUPPORT, SATISFACTION AND PERCEPTIONS OF CAREER SUCCESS: A SOCIAL EXCHANGE PERSPECTIVE. *Spring*, 15(3), 419-438.

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.

Granovetter, M. (1983). THE STRENGTH OF WEAK TIES : A NETWORK THEORY REVISITED. *Sociological Theory*, 1, 201-233.

Widoff, K., Gardner, J. (2008). Bli en skicklig nätverkare – mingla dig till framgång. *GML-förlag*

### 8.2 Internetreferenser

*Granovetter's Theory of the Strength of Weak Ties*,  
<http://www.analytictech.com/networks/weakties.htm>  
Besökt: 7/5-2012

*Kontakter bästa vägen till nytt jobb*,  
<http://www.dn.se/ekonomi/pension/kontakter-basta-vagen-till-nytt-jobb>  
Besökt: 2/4-2012

*Personligt nätverk*,  
<http://www.pley.se/tips/natverk1.shtm>  
Besökt 05/6-2012

*About LinkedIn*,  
<http://press.linkedin.com/about>  
Besökt: 23/4-2012

*Hits 900 m users, values \$ 77b*,  
<http://www.nation.com.pk/pakistan-news-newspaper-daily-english-online/entertainment/25-Apr-2012/hits-900m-users-values-77b>  
Besökt: 8/5-2012

## Bilagor

### 1. Enkät:

- *Enkätfrågorna*

### 2. Underlag för intervjuerna

- *Intervjuer med rekryterare*
- *Intervjuer med alumner*

### 3. Intervjureferat - rekryterare

- *Andreas Persson, Netlight*
- *Helene Hammarberg, NovaAgentum*

### 4. Intervjureferat - alumni

- *Kvinna 1*
- *Man 1*
- *Man 2*

# Bilaga 1.

## Enkätfrågor

*Förklaring:*

(1) Envalsfrågor

(\*) Flervalsfrågor

(text) Fritextfrågor

[Annat] Kortare fritextsvar

### Grundläggande frågor

1. Kön (1)
  - [Man]
  - [Kvinna]
2. Åldersgrupp (1)
  - [<25]
  - [25-27]
  - [28-30]
  - [31-33]
  - [34-36]
  - [37-39]
  - [>39]
3. Inskrivningsår (text. Ex. 2004)
4. Har du tagit examen genom Medieteknikprogrammet? (1)
  - [Ja]
  - [Nej]
  - [Annan examen/utbildning]
5. Varför har du inte tagit examen? (\*)
  - [Valde att börja jobba istället]
  - [Tog ledigt från studierna]
  - [Programmet intresserade mig inte längre]
  - [Flyttade utomlands]
  - [Började på en annan utbildning istället]
  - [Passade inte min livssituation just då]
  - [Orkar inte ta de sista kurserna/exjobbet]
  - [Jag håller på att ta de sista kurserna/exjobbet nu]
  - [Annat]
6. Planerar du att ta examen i framtiden? (1)
  - [Ja]
  - [Nej]
  - [Vet inte]
7. Vilket år tog du examen? (text. Ex. 2007)
8. Hur snart fick du jobb (relevant för din utbildning) efter att du tagit examen? (1)
  - [Innan examen]
  - [Direkt efter examen]
  - [Mindre än 6 månader efter examen]
  - [Mindre än ett år efter examen]
  - [Har fortfarande inget jobb]
  - [Annat]

### Engagemang

9. Har du varit engagerad i ideell verksamhet vid sidan om dina studier? (\*)
  - [Förening/nämnd inom Sektionen för Medieteknik]
  - [Förening inom THS centralt]

- [Förening/organisation ej kopplad till KTH-sammanhang]
  - [Arvoderad förtroendepost inom THS-/KTH-sammanhang]
  - [Har inte engagerat mig]
  - [Annat]
10. Varför valde du att inte engagera dig vid sidan om dina studier? (\*)
- [Tog för mycket tid]
  - [Jag gillade inte det studentikosa livet]
  - [Fanns inget som intresserade mig]
  - [Dyrt]
  - [Annat]
11. Du får gärna skriva kort vad du engagerade dig inom. (text)
12. Varför valde du att engagera dig vid sidan om dina studier? (\*)
- [Roligt]
  - [Bra att ha på CV:et]
  - [Samla på mig erfarenheter]
  - [Alla mina vänner gjorde det]
  - [Hade ändå inget annat för mig]
  - [Knyta kontakter/skaffa vänner]
  - [Annat]
13. Valfri kommentar om engagemang vid sidan om studierna? (text)

#### Karriär

14. Har du jobbat extra samtidigt som du studerade (inte sommarjobb)? (1)
- [Ja]
  - [Nej]
15. Skriv gärna inom vad du jobbade extra som. (text)
16. Har du jobbat sommarjobbat någon gång? (1)
- [Ja]
  - [Nej]
17. Skriv gärna vad du har sommarjobbat som. (text)
18. Hur fick du ditt första jobb efter att du avslutat dina studier? Genom... (\*)
- [...mitt examensarbete]
  - [...någon jag känner personligen]
  - [...en klasskamrat]
  - [...en bekant till någon jag känner personligen]
  - [...nån jag lärde känna genom mitt ideella engagemang]
  - [...en släktmedlem]
  - [...mitt extrajobb vid sidan av studierna]
  - [...mitt sommarjobb]
  - [...nån som jobbar på KTH]
  - [...eget företag]
  - [Annat]
19. Vilken betydelse har följande haft för din karriär efter studierna?  
(Ingen alls, Liten, Varken eller, Stor, Vet inte/Inget svar)
- [Betyg]
  - [Ideellt engagemang]
  - [Jobb vid sidan om studierna]
20. Valfri kommentar om din karriär efter studierna? (text)

#### Nätverk

21. Har det kontaktnätverk du skaffade under dina studier haft någon positiv påverkan på din karriär? (\*)
- [Fått jobberbjudande]

- [Startat eget företag tillsammans]
  - [Fått befordran]
  - [Fått stöd/hjälp med arbetsuppgift]
  - [Hjälpt mig få kontakt med människor viktiga för min karriär]
  - [Förordat mig i något sammanhang]
  - [Annat]
22. Har det kontaktnätverk du skaffade under ditt ideella engagemang haft någon positiv påverkan på din karriär? (\*)
- [Fått jobberbjudande]
  - [Startat eget företag tillsammans]
  - [Fått befordran]
  - [Fått stöd/hjälp med arbetsuppgift]
  - [Hjälpt mig få kontakt med människor viktiga för min karriär]
  - [Förordat mig i något sammanhang]
  - [Annat]
23. Har det kontaktnätverk du skaffade under ditt extrajobb (inkl. sommarjobb) haft någon positiv påverkan på din karriär? (\*)
- [Fått jobberbjudande]
  - [Startat eget företag tillsammans]
  - [Fått befordran]
  - [Fått stöd/hjälp med arbetsuppgift]
  - [Hjälpt mig få kontakt med människor viktiga för min karriär]
  - [Förordat mig i något sammanhang]
  - [Annat]
24. Har det kontaktnätverk du skaffade under ditt första jobb (efter avslutade studier) haft någon positiv påverkan på din karriär? (\*)
- [Fått jobberbjudande]
  - [Startat eget företag tillsammans]
  - [Fått befordran]
  - [Fått stöd/hjälp med arbetsuppgift]
  - [Hjälpt mig få kontakt med människor viktiga för min karriär]
  - [Förordat mig i något sammanhang]
  - [Annat]
25. Vilka sociala medier använder du i ditt kontaktnätverkande? (\*)
- [Facebook]
  - [Linkedin]
  - [Twitter]
  - [Google+]
  - [Myspace]
  - [Maillistor]
  - [Bloggar]
  - [Använder mig inte av sociala medier]
  - [Annat]
26. Hur stor roll har sociala medier spelat i ditt karriärsmissiga kontaktnätverkande? (1)
- [Ingen alls]
  - [Liten]
  - [Normal]
  - [Stor]
27. Hur mycket känner du att ditt kontaktnätverk har utvidgats utifrån...
- [...dina studier?]
  - [...ditt ideella engagemang?]
  - [...ditt första jobb efter avslutade studier?]

- [...jobben du haft efter ditt första?]

28. Valfri kommentar om ditt karriärmässiga nätverk? *(text)*

**Sist men inte minst**

29. Vi vore tacksamma om vill skriva din mailadress nedan. *(text)*

30. Har du någon övrig kommentar kring enkäten eller undersökningen? *(text)*



## Bilaga 2.

### Intervjufrågor till intervjuer med rekryterare

Hur ser din bakgrund ut?

Vad gör du idag?

Kan du berätta kortfattat om hur er rekryteringsprocess ser ut? (ex. använder ni annonsering + ansökan, headhunting etc.)

Har processen sett likadan ut sen start?

Använder ni er av sociala medier i era rekryteringsprocesser?

- Om ja, hur & varför?
- Om ja, hur länge har ni gjort det?

Har ni era internetvanor förändrats i.o.m sociala mediers uppkomst?

Har ni märkt av att era rekryters internetvanor förändrats i.o.m sociala mediers uppkomst?

### Intervjufrågor till intervjuer med alumner

Har du något att tillägga kring dina enkätsvar?

Planerar du att examen? Varför/varför inte? [*relevant endast i en intervju*]

Varför har betyg/ideellt engagemang/jobbsidans betydelse för din karriär?

Vad har detta gett dig?

Hur kom det sig?

Vad har det lett till?

Spelade detta endast roll för första jobbet, eller även för fler jobb efter det första?

Varför inte ideellt engagemang/jobbsidan av studierna?

Hur har jobberfarenheten eller kontakter som skaffat från jobb spelat roll i karriären?

På vilket sätt har utbildningen/en examen spelat roll för din karriär?

Vad är det viktigaste som du har fått ut från själva utbildningen?

## Bilaga 3.

### Intervjureferat från intervjuer med rekryterare

#### ▪ Andreas Persson, Netlight

En av rekryterarna som vi intervjuade var Andreas Persson, Talent Manager på IT-konsultbolaget Netlight. Andreas har sedan 2007 jobbat med rekrytering främst inom IT-sektorn, innan han började på Netlight har han jobbat med rekryteringar till framgångsrika företag som bl.a. Accenture, IBM, och Google.

Andreas säger att sociala medier varit centralt under hela hans arbetsliv. I sin nuvarande roll på Netlight håller rekryteringsteamet framför allt på med uppsökande verksamhet där de antingen genom tips eller via employer branding-aktiviteter "headhuntar" rekryterna. "Vi ser att det är så vi hittar de bästa. Det är t.ex. personer som egentligen är nöjda med sin nuvarande situation men inte vet att de kan få det bättre hos oss, så då måste vi hitta dem. Det gör vi via tips, både från personer vi träffar på employer branding-aktiviteter eller från interna aktiviteter. Vi har byggt en kultur som gör att man naturligt funderar på vilka av mina vänner och bekanta jag skulle vilja jobba med."

Netlight startades 1999 och förutom några enstaka försök att annonsera ut tjänster har headhunting alltid varit det vanliga sättet att rekrytera. Andreas menar dock att vissa tjänster lämpar sig bättre för att annonsera ut än andra, t.ex. tjänster som rör administration eller ekonomi.

LinkedIn är som sagt en väldigt central del av Andreas arbete och används framför allt för att hitta information om personer de fått tips om eller för att söka efter personer med rätt kompetens. Andreas säger att det är viktigt att "connecta" med många andra på LinkedIn eftersom det utvidgar hans eget nätverk så att han får fler träffar vid nästa sökning. Enligt Andreas är det färre och färre som inte har sitt CV på LinkedIn vilket gör tjänsten till ett mycket användbart verktyg.

Andreas upplever LinkedIn som den mest användbara plattformen för headhunting i stora delar av världen, framförallt i Norden och Europa, förutom på den tyska marknaden där motsvarigheten "Xing" är större.

Facebook är också användbart ur ett rekryteringsperspektiv då man i viss mån kan hitta tekniknätverk där som inte finns på LinkedIn, gå med i dem ett och på så vis komma i kontakt med ännu fler potentiella rekryter. "Personer som är medlemmar i ett .NET-programmeringsnätverk är troligen är personer som är bra på sånt."

Facebook och Twitter används även för att slänga ut krokar genom meddelanden som "Nu söker vi en XX person till en tjänst" snarare än för att söka specialkompetens.

Andreas tror att mognaden och därmed även utnyttjandet av sociala medier inom rekrytering bara kommer bli större och större. "Vi expanderar själva vår

användning av sociala medier och vill använda det ännu mer då vi där ser stor potential. Det finns så stora möjligheter att vi har en lång väg att vandra men i jämförelse med många andra organisationer har vi ändå kommit en bit på vägen.”

Redan 2007 när Andreas började arbeta med rekrytering tyckte han att det var viktigt att bygga ett bra nätverk på t.ex. LinkedIn och med åren tycker han att plattformen utvecklats mycket. ”Idag interagerar användarna mer och tjänsten används mer för kommunikation än tidigare.”

#### ▪ **Helene Hammarberg, NovaAgentum**

Den andra intervjun hölls med Helene Hammarberg från NovaAgentum. Helene har titeln Network and Communications Consultant och jobbar med rekryteringar till talangnätverket Nova 100. På rekryteringsdelen av företaget, Agentum, använder man referensbaserad rekrytering eftersom de tror att de är mer tilltalande att få en jobbmöjlighet presenterad för sig via någon man känner än på något annat mer opersonligt vis. Pga. detta har de byggt nätverk med ”agenter” vars uppgift är att vid varje tillsättning rekommendera lämpliga personer ur sina egna nätverk.

Även till Nova 100 jobbar de idag referensbaserat vilket innebär att den vanligaste kanalen (och tidigare den enda) att bli medlem är via en befintlig medlems rekommendation. Även om man idag kan söka utan en rekommendation är det helt klart en fördel att blivit rekommenderad.

När man väl blivit intag i processen fortsätter den som en traditionell rekrytering: Personligt brev, CV, betyg lämnas, därefter sker intervjuer och tester osv. Referenser tas även efter intervju etc. men då på ”vanligt” vis, vad ditt nätverk kan göra för dig när det kommer till NovaAgentums verksamheter är alltså helt enkelt att ge dig en biljett in innanför de annars ganska slutna dörrarna.

Vi frågar Helene om processen sett likadan ut sedan starten 1997 vilket hon svarar att den har för rekryteringsdelen av företaget (Agentum – som startades först 2005) men inte för nätverket (Nova 100). Nätverket har alltid använt rekommendationer men tidigare använde man sig även av uppsökande verksamhet vilket man slutade med 2001.

Sociala medier använder de främst för att göra research om potentiella kandidater. ”Det finns inte en rekryterare i Sverige idag som inte googlar sitt objekt inför en intervju” säger hon. I deras segment, mycket talangfulla studenter, har få idag en öppen profil på Facebook medan LinkedInprofilerna oftast är välfyllda. Helene använder LinkedIn för att kolla om det de skrivit där stämmer med det de skrivit på sina inskickade CV, för att vara påläst om den sökande samt för att

På deras egen hemsida lägger de upp vissa uppdrag efter att exklusivitetstiden gått ut, men det är bara publika uppdrag som kunden vill att det ska synas på hemsidan. På LinkedIn har de en stängd alumnigrupp där de personer som blivit utsedda till Årets Nova (intern utmärkelse inom nätverket) kan ha kontakt med

varnadra. De hade tidigare en Facebookgrupp men den lades ner då den blev för ohanterlig. Nu använder de istället mest sociala medier för att marknadsföra sig.

Helene tycker att de var något för sena med att utveckla sin identitet i sociala medier "skämmigt nog var vi inte igång förrän 2009 och fick ordning först till slutet av 2010".

Hela NovaAgentum använder sig av nyhetsbrev för att kommunicera med sina medlemmar, rekryter, agenter, etc. "Vi har väldigt utvecklade nyhetsbrev som visserligen skickas ut segmenterat efter vilken del av oss de korrelerar mot men tillsammans når de nästan 20 000 personer!" Nyhetsbrev har de använt sedan starten och Helene säger att de anser dem vara deras främsta marknadsföringsverktyg.

Eftersom NovaAgentum bygger en stor del av sin affärsidé på att själva ha rätt personer i sitt nätverk frågar vi om det spelar det någon roll vilka de ansökande har i sina nätverk. Helene svarar att egentligen inte spelar så stor roll. Visst kan man ha nytta av att veta att man har en gemensam bekant med någon för att ha ett samtalsämne vid t.ex. ett event men ur deras perspektiv är storleken på ett nätverk inom sociala medier ett för osäkert mått på kvaliteten på nätverket för att det ska säga något om hur starkt det är.

Helene avslutar med att konstatera att sociala medier är användbart och bra men att det till syvende och sist ändå är vad folk säger om varandra som spelar roll för dem.

## Bilaga 4.

### Intervjureferat från intervjuer med alumni

#### ▪ Kvinna 1

*Kvinna 1 valdes på grund av hennes breda engagemang inom ideella studentorganisationer vid sidan om studierna, samt hennes åsikter kring hur jobb vid sidan om studierna inte spelat någon större roll i hennes karriär men att betyg har varit av större betydelse än vad hon från början hade trott. Hon är 31 år gammal, skrevs in på medieteknik år 2000 och tog examen år 2005.*

I gymnasiet hade Kvinna 1 väldigt bra betyg, där stora krav ställdes från hennes omgivning att hon skulle prestera bra. När hon sedan kom till Medieteknik så fortsatte hon att studera med samma inställning, men fick då höra från flera olika håll att betygen inte egentligen spelar så stor roll ute i arbetslivet. Men när hon väl kom ut i arbetslivet så blev hon i flera fall bortsållad just pga. att hennes betyg inte nådde vissa krav, vilket var raka motsatsen till vad som hade sagts på KTH.

Dock uppfattar hon det som att de som anställer tittar mindre och mindre på betygen ju längre man har verkat i arbetslivet. De första tre åren efter examen var betygen avgörande i hennes jobbsökande, men efter det så har hon inte upplevt att betyg har varit av större vikt. På den tiden då hon sökte jobb var det många medietekniker som sökte sig till väldigt eftertraktade jobb, vilket hon tror resulterade i att arbetsgivarna ställde högre krav på betygen. Betygen ofta fungerar som en filtreringsprocess för att sälla bland de sökande, säger hon.

När vi kommer in på ämnet ideellt engagemang nämner hon att det finns ett par företag som nästan uteslutet rekryterar folk som engagerat sig i en specifik kårforening. När hon sökte sitt första jobb så hade hennes ideella engagemang inte bidragit särskilt till hennes anställning, men för det andra jobbet hon sökte var en kontakt hon hade skaffat sig under sitt engagemang i kårforeningen till stor hjälp i ansökningsprocessen.

Dock kan kontaktnätverkanet genom det ideella engagemanget ibland ha en negativ effekt på vissa personers jobbsökande. Om personer som engagerat sig, av någon anledning inte varit särskilt populära inom gruppen eller t.ex. inte visat på drivkraft, så har hon sett att de personerna sedan har haft svårt att få jobb. Ideellt engagemang för henne ser hon som något mycket positivt, förutsatt att man passar in i sammanhanget och att man ger en bra bild av sig själv, annars så kan det snarare stjälpa än att hjälpa.

För de jobben som hon har sökt har det varit viktigt att visa upp att hon besitter någon form av ledaregenskaper. Dessa färdigheter är typiska saker som man kan skaffa sig via olika former av engagemang, oavsett om det man gjort har varit betalt eller ideellt. För henne så har engagemanget gett henne fler fördelar än vad extrajobben vid sidan om studierna gjorde. Hon nämner att hon aldrig har hört någon fråga specifikt om extrajobb under anställningsintervjuer.

Att ha drivkraft och ambition är enligt henne ett självklart krav vill man komma någonstans i livet. Som ett exempel så berättar hon om hur hennes första arbetsplats inte ville anställa henne pga. att hennes betyg inte levde upp till kraven. Men att hon fortsatte tjata och ta kontakt med företaget, och det slutade med att hon fick jobbet. Vill man ta sig förbi ett hinder så går det, om man vill tillräckligt mycket, hör av sig mycket och nätverkar mycket, säger hon. När hon gick på KTH trodde hon att de flesta av hennes studiekamrater hade liknande ambitionsnivåer, men när de senare tog examen och började jobba visade det sig att ambition och drivkraft skiljde sig mycket mellan dem.

Extrajobben för henne har varit väldigt roliga och det har också varit henne till stor nytta för den ekonomiska situationen man har som student. Extrajobben fyller också någon funktion i att det visar på att man tar ansvar för sig själv under studietiden, även om själva arbetsuppgifterna eller arbetslivserfarenheterna inte har varit särskilt utvecklande för henne eller har varit relevanta för hennes framtida jobb.

Hon tyckte väldigt mycket om medieteknikutbildningen, eftersom det var en bra blandning mellan design, humanistiska ämnen, teknik och matte. Den abstrakta matematiken samt programmeringen utvecklade problemlösningsförmågan, och detta har varit väldigt viktigt för hennes senare konsultkarriär. Utbildningen gav förmågan att hela tiden kunna se två olika dimensioner av en verksamhet; problemlösningen samt kommunikationen. Det är jätteviktigt för ett kundorienterat tänkande, och man förstår kundens mål bättre och kan på så sätt hjälpa dem att uppnå dessa, säger hon. Kring utbildningen så jämför hon ekonomer med folk som läst matte, och att det är stor skillnad på deras sätt att ta sig an problem, detta pga. det matematiska tänket som är typiskt hos ingenjörer.

Examen har varit väldigt viktigt i det avseendet att hon troligen inte hade fått ett enda riktigt jobb utan den. Själva programriktningen spelar nog mindre roll, men hon tror att själva utbildningen i medieteknik kan ha påverkat hennes karriär något eftersom hon jobbar inom telecom-branschen. Hon har upplevt en stor respekt från kunden om man visar att man förstår teknik, vilket är en fördel hos ingenjörer.

När det kommer till det som var avgörande under hennes första jobbsökande upplevde hon att den tekniska kompetensen var av underordnad betydelse, och hon tror att de tittade mest tittade på betygen i de tekniska ämnena för att få ett intryck av hennes tekniska kompetensgrund samt den generella ambitionsnivån. Utöver det var det framförallt engagemanget, problemlösningstänket och personligheten som företaget ansåg som viktigast.

#### ▪ **Man 1**

*Man 1 valdes, som en tydlig kontrast, på grund av hans höga prioritering av extrajobb vid sidan om studierna samt att han var väldigt representativ för den gruppen av alumner som inte hade engagerat sig ideellt. Han är 34 år gammal, skrevs in på medieteknik år 2000 och har inte tagit examen.*

Man 1 har inte tagit de två resterande tentorna som krävs för examen eftersom tiden inte funnits, och hans nuvarande jobb gör det svårt att få ledigt den tiden som skulle krävas. På den arbetsplats han jobbar på inom mediebranschen hade dock en examen inte varit av någon större betydelse, då han inte upplevt att en civ.ing-examen har värderats särskilt högt där han jobbar. Personligen ser han examen endast som "ett papper och en ring". Hittills har han varit väldigt nöjd med sin karriär. Det som däremot har spelat roll för karriären är främst hans egen prestation inom arbetet. Dock så spelade utbildningen ändå roll när han sökte till sitt jobb då även rekryteraren hade studerat på KTH, och visste vad en KTH-utbildning innebar, vilket gav honom en fördel.

Extrajobben vid sidan om studierna har för honom varit av stor betydelse. Han fick jobb på den arbetsplats han sedan fortsatte jobba på redan ett halvår innan han började på medieteknik. Detta har resulterat i att han har fått en stor inblick i mediebranschen, vilket gav honom ett försprång i hans framtida karriär inom nämnda bransch, men har också bidragit till att han lättare kunde välja vad han ville prioritera under sin utbildning på KTH. Han anser att KTH kan upplevas som mycket abstrakt om man helt saknar arbetslivserfarenhet och/eller branscherfarenhet. Men jobbar man parallellt med sina studier får man en större förståelse och blir bättre förberedd på arbetslivet.

Han ser dock positivt på utbildningar från KTH; vad han har läst under sin utbildning har varit av relevans för hans karriär. Han nämner att de två första åren på skolan brukar kräva en hel del, men att detta i sin tur ger en utvecklad problemlösningsförmåga och att man lär sig att hantera många bollar i luften. Det skapar ett större självförtroende eftersom man kan sätta sig in i svåra uppgifter och även veta hur man ska ta sig an dessa. Detta är det han ser som det värdefullaste med utbildningen.

Gällande kontaktnätverkandet så har hans olika jobb under och efter studierna bidragit till att han kunde knyta kontakter som verkade inom flera olika områden, vilket gav en bra mångfald i nätverket. Han menar att ju större kontaktnätverk man har desto lättare är det att ta sig framåt.

Ända sedan LinkedIn och andra sociala medier tillkommit har det blivit avsevärt enklare att kontaktnätverka, säger han. På grund av det kräver de personliga kontaktnätverken mindre arbete att underhålla, samtidigt som det blir allt lättare att leta reda på folk.

Studentengagemang där man skapar en vänskapskrets och skaffar sig erfarenheter ser han som positivt, och det målas ofta upp för honom som något väldigt värdefullt. Men han menar att man kan skaffa sig samma erfarenheter och förutsättningar genom arbetslivet samtidigt som man studerar. Där tycker han att det är för lite fokus på att uppmuntra studenter till att jobba samtidigt som de studerar, och att det ofta för stort fokus på att man måste engagera sig.

Gällande utnyttjandet av hans egna nätverk från KTH så nämner han att när hans kurskamrater började söka jobb efter sina examina så hade han redan jobb. Han rekommenderade då sina kamrater att söka de jobböppningar som då fanns på

hans arbetsplats, vilket också ledde till att de fick jobbet. Sedan dess har dock hans kontaktnätverk från KTH gradvis försvunnit på senare år.

Den viktigaste faktorn kring varför han rekommenderade sina kamrater jobböppningarna var för att han först och främst hade en personlig uppfattning om dessa människor, de besatt bra social kompetens och hade också "allt det där andra som man värderar". Han känner att det är tryggt att rekrytera någon från KTH, generellt pga. att folk därifrån ofta är högutbildade och väldigt duktiga.

#### ▪ **Man 2**

*Man 2 valdes på grund av att han ansåg att varken betyg, extrajobb eller ideellt engagemang har varit av betydelse för hans karriär. Han anser dock att en examen från KTH har varit väldigt värdefullt. Han är 32 år gammal, skrevs in på medieteknik år 2000 och tog examen år 2007.*

Under studietiden var Man 2 inte speciellt engagerad i någon ideell verksamhet. Han säger att han tyckte att mottagningen visserligen var rätt kul men att han därefter aldrig riktig kom in i klassen på det sättet. Mycket tror han beror på att han själv kommer från Stockholm och därför till stor del fortsatte att umgås med sina kompisar han hade sen innan KTH, snarare än att söka nytt umgänge på skolan. Han säger att det är lite olyckligt att man inte riktigt kommer in i studentlivet om man börjar på högskolan i sin egen hemstad och att det därför kanske är bättre att gå någon annanstans.

Å andra sidan behövde han till skillnad från många av sina klasskamrater inte arbeta extra under sin studietid, i alla fall inte av ekonomiska skäl. I början av utbildningen bodde han dessutom hemma. Han säger att han nog gärna hade haft såväl extrajobb som sommarjobb men att han nog var lite för kräsen när han letade eftersom han ville ha något som var relevant för utbildningen och egentligen inte "behövde" jobbet.

2002/2003 tog han ett sabbatsår och jobbade som IT-tekniker på ett kongressföretag. Jobbet fick han via en gammal gymnasiekompis som börjat jobba där direkt efter gymnasiet. Första gången Man 2 jobbade ute i arbetslivet var efter gymnasiet, därefter jobbade han (förutom under sabbatsåret) sporadiskt under studietiden vid tillfällen då det passade honom. Efter examen jobbade han först på en webbyrå med ca 10 anställda och därefter på ett konsultbolag om ca 30 personer.

Han angav i enkäten att han "har hittills aldrig stött på en arbetsgivare som varit intresserade av betyg. Däremot har det varit viktigt att jag har en examen från KTH". Till de första två jobben efter examen har han skickat in betyg, men att arbetsgivaren bara öppnat mappen snabbt, sett examensbeviset och sen varit nöjda. "Om jag inte hade haft examen hade de kanske kollat mer på betygen." Han tillägger också att ju mer arbetslivserfarenhet man får så spelar utbildningen och vad man presterade där allt mindre roll.



Idag jobbar han som utvecklare av mjukvara på en bank i ett annat land, där rekryteringsprocessen ser något annorlunda ut jämfört med Sverige. I konsultbranschen där han jobbar har man t.ex. bara en intervju innan man tar in en konsult. På pappret är han anställd men egentligen fungerar arbetsgivaren som ett konsultparaplyföretag, något som är vanligt i det landet då enskild firma eller liknande inte finns.

Det viktigast han tycker att han fått ut från själva utbildningen är framförallt vissa specifika kurser som han haft stor användning för i sitt yrkesliv. Han hade som ambition att börja jobba med webbaserade tidningar och han började också sitt första jobb på en webbyrå vilket var väldigt mycket i linje med de inriktningar som han hade läst. Därefter gled han dock mer och mer in på det tekniska och sysslar nu med renodlad teknik.

Som sista kommentar vill han poängtera att han tycker att det viktig att engagera sig i studentlivet och att det också är något som arbetsgivarna frågar efter, framför allt när man är nyutexaminerad. Som tur var för honom så kunde han styra in arbetsintervjuerna på annat men han tror definitivt att engagemang är ett plus när man kommer ut på arbetsmarknaden.

