



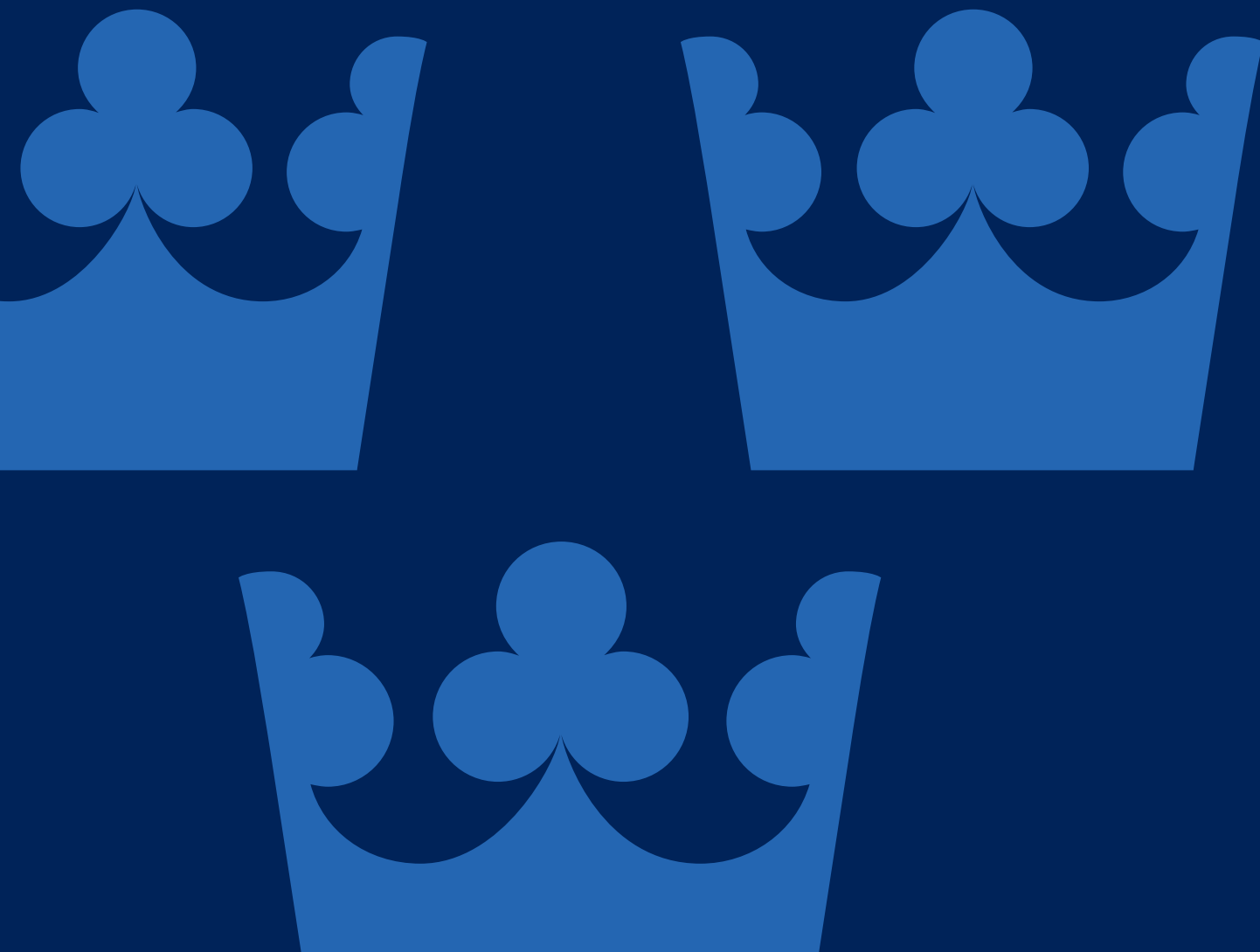
Stockholms
universitet

Företagsekonomiska institutionen

Akademien för ekonomistyrning i staten
Rapport 2018:1

Sociala relationer och digitala verktyg
– trafikinformation i samverkan

Eva Lindell



AKADEMIN FÖR EKONOMISTYRNING I STATEN 2018:1

Sociala relationer och digitala verktyg

— trafikinformation i samverkan

Eva Lindell

Sociala relationer och digitala verktyg

— trafikinformation i samverkan

Eva Lindell

©Eva Lindell, Stockholms universitet 2018
ISBN 978-91-981634-8-3

Tryckeri: AJ E-Print AB, Stockholm
Distributör: Akademin för ekonomistyrning i staten,
Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet

FÖRORD

Akademien för ekonomistyrning i staten (AES) är en mötesplats för forskning, studier och dialog om styrning i statliga miljöer. AES består av representanter från olika myndigheter som tillsammans med forskare vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet arbetar för att initiera, skapa och förmedla kunskap om styrning i staten.

AES övergripande syfte handlar om att undersöka hur styrning utformas i statliga myndigheter så att både effektivitet och medborgarintresse tillgodoses. Inom AES utvecklas teorier, modeller och begrepp så att de kan användas i statliga miljöer där politiskt ställda mål ska uppnås och de tre grundläggande värdena demokrati, rättssäkerhet och effektivitet får genomslag i hela förvaltningen.

AES riktar ett stort tack till Trafikverket som genom ekonomiskt stöd gjort denna studie möjlig. Vi tackar alla de personer som medverkat i studien. Vi riktar ett speciellt tack till förvaltningsledare Jörgen Frohm som möjliggjort kontakter med respondenter på Trafikverket och med samverkande parter samt till vår kontaktperson inom Trafikverket, Lars-Åke Eriksson.

Studien har genomförts av Eva Lindell, fil.dr

Stockholm i januari 2018

God läsning önskar Akademien för ekonomistyrning i staten

Maria Mårtensson, professor

Eva Wittbom, ekon.dr

SAMMANFATTNING

Trafikverket är en myndighet bland annat med ansvar för trafikinformation i Sverige. Men detta ansvar kräver samverkan med ett flertal andra organisationer inom offentlig och privat sektor. Syftet med rapporten är att diskutera hur trafikinformation bedrivs i samverkan mellan Trafikverket och offentliga och privata aktörer genom att använda ett sociomateriellt perspektiv. Sociomaterialitet innebär att det sociala och det materiella måste förstås som en helhet: det finns inget socialt som inte också är materiellt och det finns inget materiellt som inte också är socialt. De frågor som är vägledande för rapporten är: Hur görs trafikinformation i samverkan mellan organisationer när hänsyn tas till samverkan såväl genom sociala relationer som genom digitala verktyg? Vilka samhällsutmaningar synliggörs genom denna samverkan? Samverkan kännetecknas av ömsesidigt beroende där flera organisationers aktiviteter bygger på och är beroende av varandra, men i samverkan finns också ständigt en risk för ojämlika relationer där den ena eller andra parten kan uppleva nackdelar gentemot den andra. Förtroende blir därför särskilt intressant att uppmärksamma i styrning av komplexa interorganisatoriska relationer där uppdrag, mål och resultat är komplexa eller oklara.

Rapporten bygger på en intervjustudie med respondenter från Trafikverket och samverkande organisationer. I intervjumaterialet beskrivs uppdraget kring trafikinformation som komplext med många leverantörer och intressenter, sociala relationer och kommunikation genom digitala verktyg. Trafikverket beskrivs av samverkande parter som en myndighet som åtnjuter stort förtroende vad avser kompetens och erfarenhet. Däremot beskriver respondenter från samverkande parter bristande förtroende för att Trafikverket gör det som är bäst för den samverkande organisationens resenärer, vilket är särskilt tydligt vad gäller tågtrafiken.

En tidigare känd problematik inom offentlig sektor är svårigheten att definiera vem som är kund eller avnämare av den service som en myndighet ska tillhandahålla, en problematik som accentueras ytterligare i samverkan. I offentlig verksamhet är den som levererar en tjänst också potentiell användare av samma tjänst. Detta tydliggörs i rapporten när flera respondenter både från Trafikverket och samverkande parter använder sig själva, sina jag, som resenärer för att beskriva svårigheter och utmaningar med trafikinformation. Användande av jaget är ett känt fenomen inom berättelseforskning när komplexa eller på annat sätt svåra situationer behöver begripliggöras.

Ett sätt för Trafikverket att öka förtroendet hos de samverkande parterna är att identifiera, tydliggöra och förkroppsliga resenären. Rapporten avslutas med förslag på ett designverktyg för att förkroppsliga, eller materialisera, resenären med hjälp av så kallade personas. Personas som metod har i tidigare designforskning beskrivits som ett användbart verktyg för att tydliggöra en mångfald av erfarenheter, behov, förväntningar och önskemål kring en tjänst. Utvecklingen av personas bygger på

kvalitativt baserad kunskap. I Trafikverkets fall innebär det ett behov att av utveckla kvalitativ empiri för effektiv styrning av trafikinformation i samverkan som skapar värde för kunder, brukare och samhällsutveckling.

ENGLISH SUMMARY

The Swedish Transport Administration is an authority with explicit responsibility for traffic information in Sweden. However, this responsibility requires cooperation with several other organizations in public and private sector. The purpose of the report is to discuss how traffic information is conducted in cooperation between the Swedish Transport Administration and public and private actors, using a sociomaterial perspective. Sociomateriality means including both social and material aspects in the study under the notion that there can be no social relations without material aspects and that no material aspects do not also include social relations. The guiding questions are: How is collaboration done between organisations when both social relations and digital tools are involved? What challenges occur in this collaboration?

Collaboration is characterized by mutual dependence where the activities of several organizations are based on and depend on each other, but in collaboration there is also a constant risk of unequal relationships where one or the other party can experience advantages over the other. Therefore social construction of trust is particularly interesting to draw attention to when studying governance of complex interorganizational relationships.

The report is based on an interview study with respondents from the Swedish Transport Administration and collaborative organizations. The interview material describes traffic information as complex with many suppliers and stakeholders, social relations and communication through digital tools. The Swedish Transport Administration is described by collaborating parties as an authority that enjoys great trust in terms of competence and experience. On the other hand, respondents from collaborating parties describe insufficient confidence that the Swedish Transport Administration is doing the best for the cooperating organization's travelers, which is particularly clear in the case of rail traffic.

A previously known public sector problem is the difficulty in defining who is the customer or the provider of the service that an authority should provide, a problem that is further accentuated in interorganizational collaborations. In public services, the person providing a service is also a potential user of the same service. This is evident in the report when several respondents, both from the Swedish Transport Administration and co-operating parties, use their own selves as travelers to describe difficulties and challenges with traffic information. Use of the self is a known phenomenon in narrative research when complex or otherwise difficult situations need to be understood.

One way for the Swedish Transport Administration to increase the trust of the cooperating parties is to identify, clarify and embody traveler. The report therefore concludes by proposing a design tool for embodying traveler using so-called personas. Personas is a design tool used to identify a variety of experiences, needs, expectations and wishes among users of a service. The development of personas requires

qualitatively based knowledge. In this case it emphasizes the need to develop qualitative empirical knowledge for effective traffic information management that creates value for customers, users and community development.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Inledning	1
Trafikinformatiön i en samverkande, social och digital kontext	2
Tillvägagångssätt	5
Sociomaterialitet	8
Det sociala och det materiella har betydelse i samverkan	8
Röster om trafikinformation i samverkan	10
Trafikinformatiön av och för en mångfald av intressenter	10
Digitala verktyg som underlättande och försvårande för samverkan	14
Förtroende som konsekvens	17
Status hos trafikinformatorer och resenärer	19
Det egna jaget som resenär	21
Samverkan som bygger förtroende i en social och digital kontext	24
Mångfald och jagets betydelse	26
Digital teknik kan skapa distans men också närhet till en mångfald av slutkunder ..	28
Använda det materiella för att utveckla det sociala – personas.....	28
Slutsatser och rekommendationer.....	31
Referenser	33
Bild 1 Intervjuunderlag	6

Inledning

Trafikverket har gett Akademin för ekonomistyrning i staten (AES) på Företagsekonomiska institutionen vid Stockholms Universitet i uppdrag att genomföra studier för att identifiera och diskutera problematiker kring myndighetens styrning i rollen som samhällsutvecklare. Samhällsutveckling är dock inget som Trafikverket kan åstadkomma på egen hand utan är något som sker i samverkan med andra offentliga och privata aktörer. Syftet med den här rapporten är att diskutera hur trafikinformation bedrivs i samverkan mellan organisationer vilket inbegriper både sociala relationer och digitala verktyg. Genom att använda ett sociomateriellt perspektiv förstås det materiella och det sociala som ömsesidigt meningsskapande i samverkan.

Rapporten är indelad i sex kapitel: Första kapitlet ger en bakgrund till hur Trafikverket arbetar med trafikinformation i samverkan med offentliga och privata aktörer i en social och digital kontext. Andra kapitlet visar hur studien genomförts, hur de intervjuer som ligger till grund för rapporten har genomförts och analyserats. I tredje kapitlet presenteras sociomaterialitet som utgör rapportens teoretiska ramverk. I fjärde kapitlet presenteras intervjumaterialet med respondenter från Trafikverket och samverkande organisationer tematiskt. I femte kapitlet analyseras dessa teman genom ett sociomateriellt perspektiv. I analysen diskuteras hur social och digital komplexitet i interorganisatorisk samverkan utmanar förtroende mellan de samverkande parterna. Slutligen presenteras personas som ett sociomateriellt verktyg för att hantera den komplexitet och mångfald som samverkan kring trafikinformation innebär. Personas kan också fungera som en väg för att utveckla förtroende i samverkan. Rapportens sjätte och avslutande kapitel sammanfattar rapportens slutsatser och rekommendationer.

Rapporten ingår som en del i ett treårigt forskningsprojekt där flera forskare från AES studerat Trafikverkets verksamhetsstyrning i rollen som samhällsutvecklare. I början av 2018 publicerades utöver föreliggande rapport, ytterligare en rapport i samarbete mellan Trafikverket och AES (Hedlin, 2018). En tidigare rapport visar hur begreppet samhällsutvecklare uppfattas inom myndigheten och hur det kan kopplas till verksamhetsstyrningen (Rämö och Wittbom, 2017). Projektets förstudie diskuterar svårigheterna att mäta aspekter av tillståndet i det svenska transportsystemet och att tydligt koppla detta till Trafikverkets verksamhet (Wittbom, 2015).

Trafikinformation i en samverkande, social och digital kontext

Samhället kan ses som en plats med flöden av människor, kapital, information och interaktion (Castells, 1996). För att dessa flöden ska fungera har trafikinformation en viktig samhällsfunktion för användning av infrastruktur och organisering av mobilitet i samhället (Knox m.fl., 2008; Urry, 2007). Trafikinformation underlättar orientering och instruerar var individen befinner sig, och när och hur hen ska röra sig.

Trafikinformation kan också beskrivas som en service till allmänheten och som en social företeelse med kollektiva förtecken, men därmed också som en praktik som omfattar uttryck för sociala hierarkier, normer och kontroll (Denis och Pontille, 2010). Trafikinformation är därför en praktik som, genom sin komplexitet, kräver samarbete mellan människor, organisationer och digitala verktyg.

Trafikverket är en organisation med uttalat ansvar för trafikinformation i Sverige. Men detta ansvar kräver samverkan med ett flertal andra organisatoriska parter både inom offentlig och privat sektor. Behovet av, och problematiken i, samverkan kring trafikinformationstjänster har också tidigare uppmärksammats internt i Trafikverket (Trafikverket, 2012). I Trafikverkets interna rapport Strategi för trafikinformation (ibid) betonas att trafikinformation är något som förutsätter samverkan. Vidare betonas att myndigheten måste styra detta arbete utifrån en effektiv användning av interna resurser. Trafikverket arbetar sedan 2010 med en verksamhetsidé som utgår från Trafikverket som samhällsutvecklare vilket innebär att verksamheten ska arbeta för för att underlätta livet för medborgare i Sverige. Men verksamhetsidén bygger på att myndigheten inte bara uppfyller detta själv, myndigheten ska också fungera som en möjliggörare. Trafikverket ska möjliggöra för *andra* aktörer att tillhandahålla samhällsutveckling och -nytta.

Genom samverkan med andra kan vi utföra mer med bättre kvalitet och till rätt kostnad och samtidigt skapa goda förutsättningar för marknadens aktörer att tillhandahålla samhällsnyttiga tjänster. (Trafikverket, 2012, s. 3)

Trafikverket levererar trafikinformation för trafikledning, planering, drift och underhåll av infrastruktur. Men Trafikverket ställer också till förfogande trafikinformationstjänster för gods- och persontransportörer, sociala medier och privatpersoner. Det innebär att trafikinformation inte bara spänner över trafikslag och geografiska områden utan också över en mångfald av behov, aktörer och intressen. Dessa aktörer omfattar i sig en mångfald av fordonsaktörer, kommunikationsaktörer, branschorganisationer, transportföretag, stationsförvaltare och tjänsteförmedlare (Trafikverket, 2012). Informationen kommer i sin tur från en lika stor mångfald av informationskällor: styrsystem, säkerhetssystem, telesystem, trafikcentraler, allmänheten, åkerier, taxibilar, SMHI, mätstationer, SOS Alarm, polisen, räddningstjänsten och andra samarbetsparter (Trafikverket, 2013, 2017c). Samtidigt

som trafikinformation innebär en daglig kontakt med samverkande parter, visar Rämö och Wittbom (2017) att trafikledning är den del av organisationen där samhällsutveckling nämns och diskuteras minst i det dagliga arbetet av Trafikverkets verksamhetsområden.

Interorganisatorisk samverkan inom offentlig trafikverksamhet bygger på höga krav vad gäller säkerhet, stabilitet, kvalitet och framförhållning (Dekker, 2004). Samtidigt kan trafikinformation som praktik beskrivas som heterogen, bräcklig och sårbar (Denis och Pontille, 2011). Den ökande användningen av digital teknik skapar utmaningar för efterfrågan på trafikinformation, både vad gäller att knyta samman trafikslagen, knyta samman trafikföretag och därmed effektivisera trafikledning men även effektivt nå ut vid trafikstörningar och incidenter (Trafikverket, 2012). Trafikverket erbjuder öppna datakällor för tåg och väg i linje med ambitionen att inte konkurrera med tjänster som andra aktörer vill utveckla och erbjuda till allmänhet och kunder (Trafikverket, 2012, 2017a). Samtidigt som den vardagliga, planerade trafikinformationen ska nå ut till resenärer i alla trafikslag ska också trafikinformation vid störningar och incidenter nå ut korrekt och snabbt via skyltar, informationstavlor, utropssystem, personliga möten, media och digitala verktyg (Trafikverket, 2014). Det innebär att Trafikverket siktar på att vara en trovärdig innehållsleverantör av trafikinformation som genom en helhetssyn ska stödja och stimulera tillgången till information till en mångfald av aktörer, både direkt till trafikanter och till olika aktörer som utvecklar tjänster för trafikanter (Trafikverket, 2012).

Resande som internationell och nationell företeelse växer, och förväntas också fortsätta växa (Urry, 2007). Det innebär också att behovet av aktuell, förutsagd och prognostiserad trafikinformation förväntas öka i samhället (Trafikverket, 2012). Samverkan mellan olika organisationer för att producera och leverera robust och användbar trafikinformation genom sociala relationer med hjälp av digital teknik är därmed något som kan förväntas öka. I den här rapporten diskuteras hur trafikinformation görs i relationen mellan Trafikverkets trafikledning och -information och samverkande aktörer, mellan människor och digitala verktyg. Rapporten utgår från de samverkande aktörernas uppfattningar om sig själva, om varandra och om den kontext som samspelet utförs i. Istället för gränsdragningar och ansvarsfördelning fokuseras trafikinformation som arena för samspel och iterativ, ömsesidig anpassning.

Trafikinformation innebär en ständig och komplex interaktion mellan fysiska artefakter och sociala relationer (Denis och Pontille, 2010, 2011). Beroende på syfte och perspektiv kan det vara omöjligt att dra gränser mellan dessa verktyg och relationer, det materiella och det sociala blir så att säga till och får mening i relation till varandra (Orlikowski, 2008, 2010). Syftet med den här rapporten är att identifiera samhällsutmaningar i samverkan kring trafikinformationstjänster. Det görs genom att anlägga ett sociomateriellt perspektiv där det materiella och sociala diskuteras som en helhet. Frågorna som är vägledande i rapporten är:

- Hur görs trafikinformation i samverkan mellan organisationer när hänsyn tas till samverkan såväl genom sociala relationer som genom digitala verktyg?
- Vilka samhällsutmaningar synliggörs genom denna samverkan?

Rapporten avslutas med en diskussion kring och förslag på hur de samhällsutmaningar som uppstår kan hanteras.

Tillvägagångssätt

Rapporten bygger på en intervjustudie som genomfördes under våren 2017. Inom ramen för projektet genomfördes 21 intervjuer varav 11 med personer inom Trafikverket och 10 med personer i med Trafikverket samverkande organisationer som är involverade i trafikinformationstjänster. Intervjupersoner hittades genom tre olika kanaler: genom projektets kontaktperson på Trafikverket, genom namngivna personer som hittades vid sökningar på internet på relevanta hemsidor och publicerade rapporter samt genom den så kallade ”snöbollsmetoden” där redan intervjuade personer ombads rekommendera lämpliga organisationer och personer att kontakta för fler intervjuer. Intervjuerna med personal på Trafikverket som på olika nivåer är involverade i trafikinformationstjänster genomfördes med två respondenter i Borlänge, en i Avesta, tre i Göteborg, tre i Stockholm och två per telefon i Malmö. Av respondenterna från samverkande organisationer var fyra från lokal kollektivtrafik (varav två var placerade i Trafikverkets lokaler), tre från tågbolag, en från åkeri, en från godstrafikbolag och en från Samtrafiken. Av dessa intervjuer genomfördes två i Stockholm, en i Göteborg, en i Västerås och sex per telefon med personer i Stockholm, Eskilstuna, Västerås, Örebro och Helsingborg. 18 av intervjuerna genomfördes av rapportens författare och tre genomfördes av två andra AES-forskare. Dessa tre kom även att omfatta andra frågeområden. Dessa tre intervjuer liksom de samtal som fördes vid observationerna har inte citerats i rapporten men använts av rapportförfattaren för att få förståelse för Trafikverket som organisation och dess samverkan kring trafikinformation.

De 18 intervjuer som genomfördes av rapportförfattaren genomfördes som samtal utifrån den bild eller de begrepp som visas nedan (bild 1). När intervjuerna genomfördes som fysiska möten placerades bilden nedan på bordet mellan respondent och intervjuare. När intervjuerna genomfördes per telefon inleddes intervjuerna med en noggrann beskrivning av intervjuens syfte och frågeområden i enlighet med bilden.

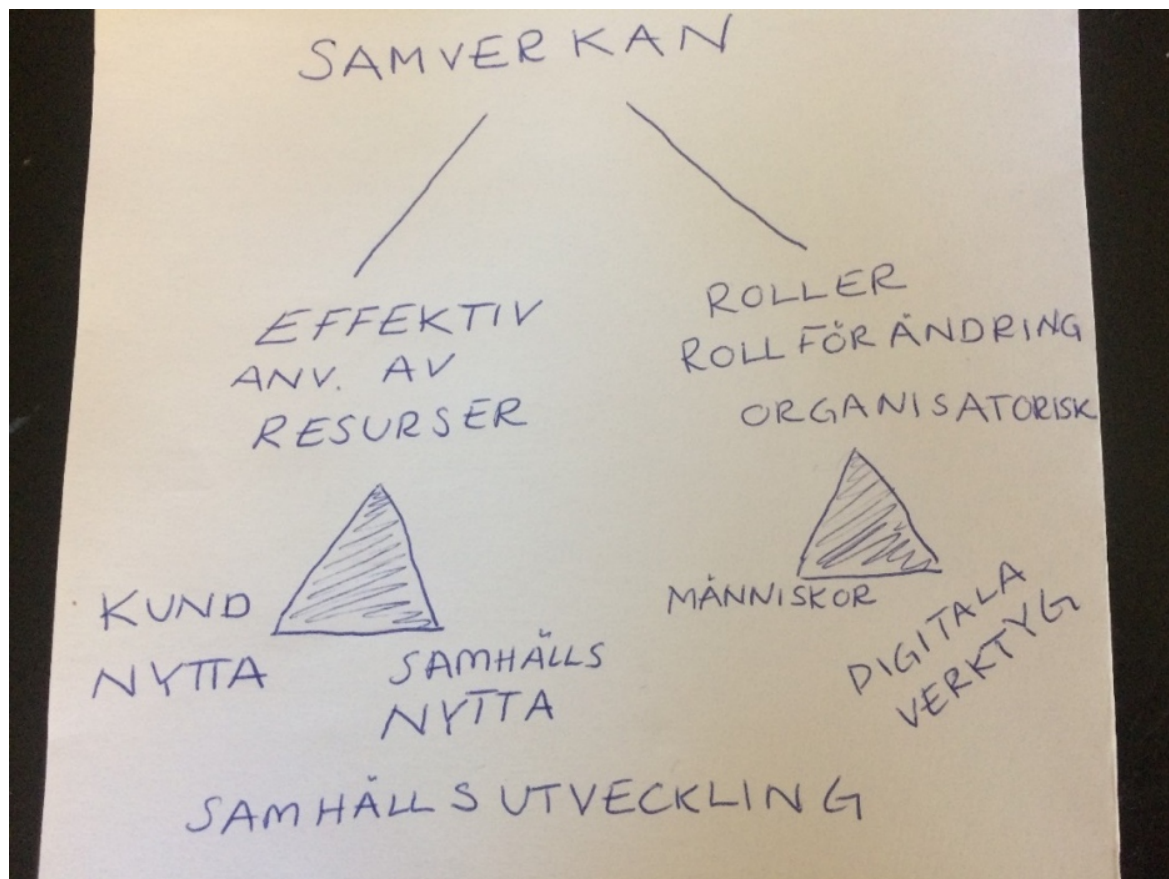


Bild 1. Intervjuunderlag.

Därutöver genomfördes en arbetsdag av observationer på trafikinformation för väg, trafikinformation för tåg och med trafikinformationsledare. Vid observationerna fördes noggranna anteckningar som fyllde knappt 60 sidor handskrivna text.

Samtliga intervjuer transkriberades ordagrant. Den utskrivna empirin kodades induktivt vilket innebär att forskaren försöker förhålla sig öppen för teman som lyfts av respondenterna i materialet och hur dessa teman formuleras. Kodningen resulterade i drygt 300 kodade citat som kunde härledas till samverkan kring trafikinformation. Dessa extrakt sorterades tematiskt och analyserades på innehåll. De teman som sorteringen resulterade i presenteras i följande kapitel under rubrikerna: Trafikinformation av och för en mångfald av intressenter, Digitala verktyg som underlättande och försvårande för samverkan, Förtroende som konsekvens, Status hos trafikinformatorer och resenärer och Det egna jaget som resenär.

Under varje rubrik i det kommande empirikapitlet har citat klippts in från de transkriberade intervjuerna. Citaten är valda för att de på olika sätt illustrerar innehållet i temat och för att visa transparens i analysen gentemot läsaren. De citat som presenteras i rapporten har varsamt "tvättats" från upprepningar, hummanden och längre pauser för att öka läsbarheten. Text inom hakparenteser [] i citaten är förtydliganden som lagts till av författaren. Hakparenteser med punkter [...] visar att

ett kortare stycke text tagits bort. Material från observationerna presenteras i löpande text.

I rapportens senare kapitel analyseras och diskuteras, med hjälp av ett sociomateriellt perspektiv, hur innehållet i dessa empiriska teman förstås och vad de kan få för konsekvenser för Trafikverkets samverkan kring trafikinformationstjänster. I rapportens sista kapitel används de insikter som det sociomateriella perspektivet gett för att föreslå ett praktiskt verktyg för Trafikverkets arbete med trafikinformationstjänster.

Sociomaterialitet

Det sociala och det materiella har betydelse i samverkan

Interorganisatorisk samverkan kännetecknas av ömsesidigt beroende där interagerande organisationers aktiviteter bygger på och är beroende av varandra (Dekker, 2004).

Men samverkan sker inte bara mellan människor utan också med hjälp av digitala verktyg. Utvecklingen och implementeringen av digitala verktyg och gränssnitt har på många sätt förändrat organisationers sätt att arbeta och skapat nya förutsättningar för samarbete. Utvecklingen av informationsteknologi (IT) har förflyttat fokus från insamling av information till vad som kan *åstadkommas* med hjälp av information (Zammuto m.fl., 2007). Digitala verktyg har skapat nya möjligheter för kontroll av processer och medarbetare, men har samtidigt rivit hierarkier inom politik, kultur och i organisationsstrukturer, eftersom de har gjort det enklare att kommunicera (Snickars, 2014).

I tidigare organisationsforskning är det ändå vanligt att teknik tillskrivs alltför liten eller alltför stor betydelse (Orlikowski, 2010; Orlikowski och Scott, 2008). Digitala verktyg, även om de förekommer i princip i alla verksamheter, tas ofta för givna alternativt förbises ofta helt i forskares beskrivningar av organisationer (Latour, 1992; Orlikowski, 2010; Orlikowski och Iacono, 2006; Zammuto m.fl., 2007). I andra forskningstexter läggs fokus helt på det digitala och digitala verktyg beskrivs som den faktor som driver ett skeende eller en utveckling (Blau m.fl., 1976; Frey och Osborne, 2013; Orlikowski, 2010). I detta senare perspektiv beskrivs digital teknik som objekt (datorer, maskiner, instrument) som är separata från människor men som direkt påverkar människors beteende inom och mellan organisationer.

Ett sociomateriellt perspektiv innebär att se på det materiella som något som samexisterar, blir till och ges mening i organisatoriska och sociala processer, i organisationer och mellan organisationer. Det innebär samtidigt att det materiella, tekniska eller digitala uppmärksammas som närvarande i alla sociala relationer och aktiviteter (Suchman, 2007). Allt som sker inom och mellan organisationer görs i samspel mellan det sociala och det materiella. Det innebär att det sociala och det materiella inte kan separeras, istället måste de förstås som så sammantrasslade att de måste studeras tillsammans (Orlikowski, 2007; Orlikowski och Scott, 2008). Det sociala och det materiella ges mening av varandra. Ett sociomateriellt perspektiv innebär att digitala verktyg inte ses som användbara i sig utan att de *blir* användbara när de används eftersom det är när och hur de används som konstruerar den mening som tillskrivs dem. Både människor och ting blir till genom sina relationer (Orlikowski, 2010). Det finns därmed inget materiellt som inte också är socialt och det finns inget socialt som inte heller är materiellt (Orlikowski, 2007; Orlikowski och Scott, 2008). Det materiella ses därmed inte heller som något fast eller beständigt. Liksom det sociala är det materiella föränderligt eftersom varje ny användning och

varje ny relation konstruerar en ny förståelse som bygger på tidigare lager av sociokulturella och historiska aspekter.

Men är det verkligen möjligt att fånga alla sociala och materiella aspekter i en organisation eller i samverkan mellan flera organisationer? Bara det materiella kan i sig beskrivas som en oändlig palett av möjligheter:

It should be quickly evident that a considerable amount of materiality is entailed in every aspect of organizing, from the visible forms – such as bodies, clothes, rooms, desks, chairs, tables, buildings, vehicles, phones, computers, books, documents, pens, and utensils – to the less visible flows – such as data and voice networks, sewage infrastructures, electricity, and air systems.(Orlikowski, 2007, s. 1436)

Citatet av Orlikowski (2007) visar att det är lika omöjligt att fånga alla materiella aspekter i samverkan kring trafikinformationstjänster som att fånga alla sociala aspekter och relationer. Lika lite som alla människor som deltar i samverkan inkluderas i studien, lika lite inkluderas *alla* hus, fordon, digitala system osv. som används för trafikinformation i samverkan. Istället är det studiens vägledande frågor liksom studiens empiriska nedslag som banar vägen för de sociomateriella aspekter som inkluderas.

Tidigare forskning visar hur samverkan mellan organisationer kan fungera som en viktig källa till lärande och som ett sätt att skapa effektiv användning av respektive organisations interna resurser (Ireland m.fl., 2002). Kravet på samverkan mellan myndigheter och mellan myndigheter och andra offentliga och privata aktörer ökar i samhället på grund av föreställningen att resultat av samverkan mellan parter överskrider de individuella insatserna (Holmgren Caicedo m.fl., 2013). Men genom att överskrida den juridiska organisationens gränser utmanas managementpraktiker som att planera och kontrollera verksamhet. Dessa utmaningar riskerar att leda till störningar och problem att leverera och skapar utmaningar att koordinera uppgifter och fördela kostnader och intäkter (Dekker, 2004; Ireland m.fl., 2002). Med ett sociomateriellt perspektiv utmanas antagandet att material, teknik, arbete och organisationer skulle vara separata enheter, istället betraktas de som interagerande, sammanflätade och ömsesidigt meningsskapande i samverkan. Människor och teknik betraktas i det här perspektivet som ömsesidigt beroende genom pågående interaktion (Jarzabkowski och Pinch, 2013). Det materiella har därmed betydelse för hur samverkan mellan organisationer genomförs i tid och plats (Bjørkeng m.fl., 2009). Samtidigt kräver samverkan mellan organisationer som inbegriper sociala och digitala dimensioner ett fokus på hur snarare än vem och vad – *hur* samverkan bedrivs och beskrivs snarare än vem som samverkar och vad denna samverkan syftar till (Westergren, 2011).

Röster om trafikinformation i samverkan

Här följer citat ur och resonemang om det empiriska materialet från intervjuer och observationer. Materialet är sorterat under fem rubriker: *trafikinformation av och för en mångfald av intressenter, digitala verktyg som underlättande och försvårande för samverkan, förtroende som konsekvens, status hos trafikinformatorer och resenärer och det egna jaget som resenär*. Under var och en av dessa fem rubriker inkluderas både sociala och materiella aspekter av samverkan. Avsnittens innehåll bygger på en induktiv sortering av rapportens empiriska material (se kapitel Tillvägagångssätt). Under varje citat från intervjuerna står angivet om respondenten kommer från Trafikverket eller från samverkande organisationer.

Rämö och Wittbom (2017) visar att samhällsutveckling som begrepp har fått minst fäste inom trafikledning (trafikinformation) i det dagliga arbetet i Trafikverkets verksamhet. I intervjumaterialet påtalar respondenter från Trafikverkets trafikinformation en distans mellan visionen att vara samhällsutvecklare och deras dagliga arbete. Själva begreppet samhällsutvecklare beskrivs som modeord eller floskel. Men samhällsutvecklaruppdraget kan också, av samma respondenter, beskrivas som något som är självklart i det dagliga arbetet med trafikinformation. Att dagligen arbeta med människors mobilitet kan i sig beskrivas som samhällsutveckling. Flera av de respondenter som intervjuats från trafikinformation påtalar att de gör skillnad, varje dag, för miljontals människor. Denna skillnad är, enligt dem, samhällsutveckling, samhällsnytta eller samhällsbyggnad.

Genomgången av det empiriska materialet syftar till att visa hur denna skillnad för miljontals människor görs: hur trafikinformation i samverkan mellan organisationer görs när hänsyn tas till såväl sociala relationer som digitala verktyg samt vilka samhällsutmaningar som synliggörs genom denna samverkan.

Trafikinformation av och för en mångfald av intressenter

Trafikinformation skapas, som tidigare nämnts, genom en mångfald av intressenter, organisationer och digitala system. Samverkan mellan grupper och organisationer som arbetar med trafikinformationstjänster och olika digitala system beskrivs på flera ställen i det empiriska materialet som avgörande för att kunna bedriva verksamheten. Användning av digitala verktyg underlättar samverkan men kan också skapa distans.

Av respondenter på Trafikverket beskrivs samverkan både som något internt mellan avdelningar inom Trafikverket (Planering, Underhåll osv.) och som samverkan med externa organisationer. Att samverka med olika parter är vad hela verksamheten bygger på.

Samverkan [...] den absolut viktigaste ingrediensen och framgångsfaktorn i allt vårt jobb [...] det här är ju någonting som är nästan mer viktigt än de interna mötena i den egna organisationen faktiskt. (Respondent Trafikverket, intervju A7)

En respondent på Trafikverket tar upp samverkan mellan gamla Banverket och Vägverket, där gränsdragningar i delar av verksamheten fortfarande lever kvar mellan trafikslagen. Roller och ansvarsfördelning beskrivs som flytande och ofta personberoende. Även om samverkan utan tvekan är nödvändig beskrivs samverkan också av flera respondenter som komplex, tungrodd, tidsslukande och ”tjafsigt” med många involverade parter, intressen och viljor i varje process och beslut. Liknande beskrivningar görs både av respondenter på Trafikverket och av respondenter från samverkande organisationer.

Men det kan ju ta tid för det är mycket folk som blir inblandade. Otroligt mycket folk blir det. (Respondent Trafikverket, intervju A1)

Kommunen tycker att man ska göra en sak och Trafikverket tycker en sak och så tänker man att kan inte vi bara enas i den här frågan, tänker jag. Det är lite sådana saker ibland som är lite tjafsigt. (Respondent Samverkande organisation, intervju B2)

Den fråga som särskilt lyfts i relation till trafikinformation är vilken part eller vilka samverkande parter som ska äga den information som går ut till olika kunder, intressenter och samverkande parter. Information skrivs och delas på fysiska och digitala skärmar, sidor, på papper och muntligt vilket i sig innebär komplexitet där vissa medel är statiska (t.ex. fysisk trafikinformation som tidtabeller och kartor) och andra mer flyktiga (t.ex. tillfällig information på hemsidor). Dessa olika medel för att nå ut med trafikinformation måste sys ihop till en helhet utan synliga sömmar, vilket är en del i hela utmaningen i samverkan om trafikinformationstjänster. Därför behöver också frågan om vilken part, om någon, som ska vara den som leder samverkan och därmed också ansvarar för sömlösa gränssytor mellan leverantör och kund eller brukare belysas

Vi brottas ju fortfarande med en fråga som ”Vem äger informationen?” det har vi fortfarande inte satt riktigt än. Om det är järnvägsföretaget, om de äger det vad innebär det för slutresultatet, eller om det är Planering som är den första instansen att ta emot den och de äger det. Eller om det är vi som faktiskt kör ut det som äger det. Och det där ser vi ju, om vi ska komma vidare så måste vi spika en sådan fråga för att veta vilka möjligheter vi har att förändra. (Respondent Trafikverket, intervju A2)

Hur de samverkande parterna beskriver Trafikverket blir, i sammanhanget hur trafikinformation ska ledas, intressant. En fortsatt diskussion kring det följer under nästa rubrik.

Vem som ska leda, styra eller driva arbetet med trafikinformationstjänster är alltså en fråga med många svar. Frågan leder till ett cirkelresonemang där styrning, ledning och vem som är kund integreras i intervju svaren. Lika väl som Trafikverket kan beskrivas som en part som kan leda arbetet, kan frågan om vem trafikinformation är till för besvaras med kunden, det allmänna såsom medborgarna, kommunerna och staten, departementet och därmed i förlängningen Trafikverket. Departementet kan beskrivas både som kravställare och som representant för samhället och därmed kunderna. På samma sätt är också de samverkande parterna kunder till varandra. Kundbegreppet, vem som är kund och vad det valet får för konsekvenser, blir i materialet en central fråga. För samverkande parter kan resenären enkelt beskrivas som den vars behov styr, och måste styra, utbudet av trafikinformation i Sverige.

Så det som styr det är ju, det är ju resenärernas önskemål kan man ju säga. (Respondent samverkande organisation, intervju B9)

För flera av de samverkande organisationerna uttrycks slutkundens, trafikantens eller resenärens behov som det mest centrala för den egna verksamhetens överlevnad. Därmed uttrycks också slutkunden som det centrala navet där samverkan kring trafikinformationstjänster kretsar. Här syns återigen i materialet hur digitala system möjliggör samverkan, men också skapar glapp när olika organisationers system och information inte alltid överensstämmer.

Så i min värld så är det att få företagen att förstå vikten av att de behöver vänta in alternativt ta hand om resenärer som är försenade på den första förbindelsen. Att det finns en förståelse däremellan i alla fall, för kunden som har bokat biljetten på ett ställe men det kanske är fem olika aktörer med i hela den här biljetten som resenären har köpt. Så det är lite samverkan för mig. (Respondent samverkande organisation, intervju B6)

Men i och med att det är en mångfald av parter som samverkar om trafikinformation i Sverige beskriver också de samverkande parterna en mångfald av (möjliga) kunder. Det kan röra sig om de individer som reser på vägar och järnvägar, men också om de som betalar skatt vilket även inkluderar dem som inte reser. Det kan handla om kommuner, företag, polis och räddningstjänst. Flertalet respondenter från Trafikverket uttrycker dock en annan ståndpunkt som innebär att kundbegreppet problematiseras. Kundbegreppet inom offentlig verksamhet är problematiskt eftersom det inte bara är den som aktivt använder myndighetens tjänster som betraktas som kund utan även

medborgaren som betalar skatt men sällan använder den aktuella tjänsten. Framför allt i relation till järnväg är svaren på frågan om vem som är kund, och ska betraktas som kund, från Trafikverkets personal delade. Kundbegreppet beskrivs som enklare vad gäller väg (bilister, cyklister, godstrafik på väg, polis, räddningstjänst osv.) medan det är mer problematiskt vad gäller järnväg. Den som beskrivs som kund av respondenterna från Trafikverket i relation till trafikinformationstjänsterna i järnvägen kan antingen definieras avtalsmässigt som järnvägsbolagen (persontrafik och godstrafik), eller leveransmässigt som slutkunder (resenärer, men även företag som är beroende av pendlare anställda, industrier som är beroende av godsleveranser, skolor och förskolor som är beroende av hämtande föräldrar som kommer i tid osv.).

Samverkan, då tänker man ju både internt och inom Trafikverket men så klart också externt. Och då har vi ofta diskuterat vem som är våra kunder. Vi har haft olika GD som har sagt olika saker, men för oss är järnvägsföretagen kund. Sedan är resenären kundens kund, fast vi tänker ju så klart på resenären och bilisten när vi ska annonsera och få framkomlighet. (Respondent Trafikverket, intervju A5)

Det är någonting som vi blir osams om, folk här på Trafikledning, vilka som är våra kunder. Men det är inte så lätt. För våra kunder det är ju de som köper den här tjänsten egentligen, det förstår ju jag också. Alltså är det järnvägsföretagen som, de som kör passagerartrafik, de ansvarar för sina kunder, det vill säga resenärerna. [...] [Men] de som står där ute på perrongen, de skiter ju fullständigt i om informationen kommer från oss eller från järnvägsföretagen. De vill ju bara veta när de kommer fram. Och därför tänker jag och mitt gäng, vi tänker ju oftast eller alltid ”slutresenär”, alltså resenären, slutkunden. (Respondent Trafikverket, intervju A2)

Respondenter från Trafikverket beskriver hur myndigheten arbetar aktivt med kommunikation till de som definieras som kunder, t.ex. järnvägsbolagen. Men det bedrivs också ett aktivt arbete både från Trafikverkets sida och från flera av de samverkande parterna med att följa upp resenärernas behov och önskemål genom så kallade nöjd-kund-index (NKI).

Vi mäter ju mycket med nöjd-kund-index, bland annat, då är det resenärerna vi mäter, vad de tycker om när vi har störda lägen och normala lägen. (Respondent Trafikverket, intervju A5)

Men samtidigt löser inte kundbegreppet problematiken som gäller den stora mängden möjliga kunder.

Men har vi bestämt ”Vad är kvaliteten?”, vi har 10 miljoner medborgare som kan ha 10 miljoner uppfattningar om vad kvalitet är. Då får vi göra något demokratiskt beslut att ”Det här bestämmer vi är kvalitet”, och så styr vi mot det. Men det har vi inte riktigt och då tycker jag att det kan bli lite luddigt. Och då är det svårt att försvara att man faktiskt jobbar utifrån den största nyttan. Ja, för vem bestämmer vad det är? (Respondent Trafikverket, intervju A3)

Utmaningen i samverkan kring trafikinformationstjänster kan enklast sammanfattas med en komplexitet vilket även inkluderar behov, intressen och kundgrupper. Därför kommer beskrivningar också från respondenter från Trafikverket om behovet av att, genom att definiera och utveckla synen på kunden, konkretisera den annars mycket komplexa verksamheten kring trafikinformationstjänster.

Digitala verktyg som underlättande och försvårande för samverkan

Som redan har beskrivits kan sociala relationer och digitala verktyg inte separeras i det empiriska materialet. Det som är av intresse är istället hur sociala relationer och digitala verktyg ges mening i relation till varandra. Trafikinformation bedrivs ständigt genom interorganisatoriska, sociala relationer och digitala verktyg. Ett exempel är det arbete som trafikinformatörer bedriver internt på Trafikverket där informatören får information genom kameror eller digitala gränssnitt om hur trafiken på väg respektive järnväg flyter. Vissa operatörer är då anställda av Trafikverket medan andra (med samma arbetsuppgifter och arbetande i samma rum) är anställda av samverkande parter. Samverkan mellan operatörerna i rummet görs genom muntlig kommunikation men också genom digitala anslagstavlor och chattfunktioner där information kan delas. Operatörernas respons levereras i sin tur ut till samverkande parter, digitala väg- och järnvägsskyltar, trafikenu, GPS:er osv. genom digitala gränssnitt. Kommunikation med väghållare, räddningstjänst, polis osv. sker främst genom muntlig kommunikation medan kommunikation med t.ex. tågbolag främst sker genom digitala meddelanden.

Digital teknik används således i stor utsträckning för att förmedla trafikinformationstjänster i Sverige. Både för att samla, sortera och förmedla information. Dessa digitala verktyg och system kan ses som del i, eller skapande kontext kring, samverkan på samma sätt som individer, grupper och organisationer. Digitala verktyg beskrivs i materialet både som något som underlättar samverkan, men också som något som försvårar samverkan. En aspekt som nämns i ett par intervjuer på Trafikverket är svårigheten att ha personal som är anställda i andra organisationer men som ska sitta i Trafikverkets lokaler och använda Trafikverkets system. Respondenterna beskriver olika sätt att ”lura” digitala system, t.ex. att skriva in nonsenstext i rätt rutor, för att komma in eller komma åt information. Digitala system används som gränssnitt mellan de samverkande organisationerna och som gränssnitt mellan leverantörer och kunder. Ett exempel är hur trafikinformatörerna sitter framför

skärmar som visar hur tågen rör sig i relation till stationerna. Bilden på skärmarna är då gränssnittet där trafikinformatören ser en avbild av både järnvägsbolagets och resenärens verklighet. I intervjuerna finns exempelvis beskrivet hur informatören bakom skärmen på Trafikverket anger att utropssystemet Gerda ska meddela resenären tågets ankomsttid. Men på stationen dundrar det samtidigt förbi ett godståg som gör att järnvägsbolagets kund, resenären eller slutkunden, inte hör utropet. Men utmaningarna kan också ligga i de digitala systemens oförmåga att samverka med varandra. Följande citat är ett exempel på hur digitala system kan beskrivas som både stödjande och som en utmaning i samverkan:

Systemen för avläsningspunkterna för vilket klockslag ett tåg passerar en viss signal och får in en indikation, de sitter ändå ihop med det här annonseringssystemet vi har och så vidare. Det är ju ett eget system, men de pratar ju med varandra de här systemen. Sedan har vi ju naturligtvis järnvägsföretagen som har en himla massa egna system som kanske inte riktigt pratar med våra system. (Respondent Trafikverket, intervju A6)

Genom utveckling av digitala verktyg förändras förutsättningar för samverkan, samverkande parter och sätt att samverka. Exempelvis beskrivs nya digitala system för kommunikation som både underlättande och försvårande för samverkan i intervjuerna. I det empiriska materialet beskrivs både hur digitala verktyg underlättar för att få ut samma information till många parter – både samverkande organisationer och trafikanter – på kort tid, men också att digitala verktyg skapar ett avstånd mellan informatören och trafikanten. Vid en observation beskriver en respondent på Trafikverket hur skärmarna som trafikinformatörerna på järnvägen sitter framför i sitt arbete ger ”TV-spelsvarning”. Den bild som trafikinformatörerna ser visar varje tåg som streck i en förenklad illustration utan information om mängden resenärer, förhållanden på perrongen osv. En annan respondent beskriver trafikinformatörernas arbete vid datorskränningar för trafikinformation till resenärer i tågtrafiken på följande sätt:

Och där ser jag en liten fara också. Att det tenderar lite mer att bli ett dataspel av alltihopa. [...] Man är inte så nära kunden och järnvägen inne på trafikcentralen ju. (Respondent Trafikverket, intervju A6)

Av Trafikverkets samverkansparter beskrivs digitala verktyg som både välfungerande redskap för samverkan men också som utmaningar, t.ex. när olika appar ger olika information till samma resenär vid en trafikstörning. Här är ett par exempel från Trafikverkets samverkansorganisationer på hur digitala verktyg kan beskrivas som stödjande ...

Tekniken ger oss möjligheter. Tekniken ger oss jättebra möjligheter till att hitta någonting nytt, tror jag. Och i samverkan också, att hitta delar som är smartare, enklare prognoser. (Respondent samverkande organisation, intervju B7)

... och som splittrande vad gäller samverkan.

Så våra resenärer kan få information från tre håll då och egentligen skulle de kunna gå in till oss också och titta. Fyra då. Och du, det där samstämmer inte alltid, eller ganska långt ifrån alltid. (Respondent samverkande organisation, intervju B5)

Även i intervjumaterialet om digitala verktyg diskuteras slutkunden, främst av respondenter från de samverkande organisationerna. Digitala verktyg som gränssnitt gentemot slutkunden beskrivs som något som är viktigt för alla samverkande parter kring trafikinformation i dag, men som kommer att bli ännu viktigare i framtiden. Trafikinformation beskrivs som något som är på väg att utvecklas från *information* till *kommunikation*, från en enkelriktad information från leverantör till resenär till en dubbelriktad dialog där resenären oavsett transportslag har, eller vill ha, en röst.

Jag tror att tidigare har man alltid traditionellt sysslat då med att informera, marknadsföra, TV-reklam, radioreklam, reklam, statisk. Det fungerar inte i dag, i dag är det fråga om kommunikation på annat sätt, vad som är bättre att kommunicera. I dag vill kunden ha en dialog och det är väldigt, väldigt mycket svårare. Det är liksom... det tar väldigt mycket mera resurser. Och det är ingen tillfällighet att vår kundtjänsts kommunikationsavdelning också är den som ökar snabbast här. (Respondent samverkande organisation, intervju B4)

Flera respondenter tar upp nya trender för trafikinformation där utmaningen är att hitta ett tilltal till slutkunden som individ.

Nu standardiserar vi väldigt mycket, samtidigt så går ju samhället mot att man vill ha en personlig relation, så det är också det jag började med, tonaliteten med hur ska man få in en personlig touch i det här istället för att det bara är en myndighet eller ett företag som kommunicerar med mig. (Respondent samverkande organisation, intervju B7)

Kunskaperna om vem som reser i olika trafikslag förefaller gedigen inom det svenska transportsystemet. Samtidigt som en problematik som gäller för mycket information beskrivs, uttrycks också önskemål om att i större utsträckning använda sig av såväl kvantitativa som kvalitativa data för att rikta kommunikation till slutkunder och

resenärer. I intervjuerna framkommer att information finns i de samverkande organisationerna angående till exempel resenärers ålder, kön, funktionshinder osv. Denna information beskrivs framför allt som ett resultat av kvantitativa undersökningar (bland annat tidigare nämnda NKI:er) men även fokusgrupper och sociala medier, där både personlig interaktion men också digitala verktyg används för att samla in information om resenärer.

En utmaning för Trafikverket, och samverkande organisationer, är digital oro som uttrycks av flera respondenter i materialet. Digital oro innebär här rädslan för att det egna arbetet, eller hela arbetsmarknaden, ska påverkas av användningen av digitala verktyg.

De kommer att bli påverkade för att det kan vara så att visst jobb som de gör i dag, trafikinformatörerna, kommer att finnas i det där systemet, och då vet man inte. Det här tror jag är en oro för trafikinformatörsrollen. (Respondent Trafikverket, intervju A1)

Alltså min roll i [organisationen] – vad ska folk göra i framtiden? Jag har hört att digitaliseringen skulle kunna ersätta 60 procent av arbetsmarknaden om den liksom slog igenom fullt ut i dag. Om allt funkade som det skulle. Det är lite oroande tycker jag.
(Respondent samverkande organisation, intervju B6)

Den digitala utvecklingen får här mening genom sociala föreställningar om förändringar på arbetsmarknaden. Denna oro kan, om den inte hanteras, vara hämmande för utvecklingen och användningen av digitala verktyg i verksamheten.

Förtroende som konsekvens

Synen på Trafikverket lyfts i flera intervjuer med de samverkande parterna. I flera intervjuer beskrivs Trafikverket som myndighet som en stabil partner. Som samverkande part finns det därför en trygghet i att samverka med Trafikverket.

Trafikverket till exempel som är en myndighet, de har ju väldigt hög säkerhet och de säger nej till mycket saker. Och det gör ju att man kanske inte kan vara den ballaste i stan alla gånger. Man kan inte bara hoppa på en fluga, för det har med rikets säkerhet att göra.
(Respondent samverkande organisation, intervju B2)

Trafikverket har ju sina policys som man ska följa. På gott och ont. På gott för att det är bra att det finns ett regelverk, och ont för att ibland så blir man fången av det och kan då inte göra snabba grejor.
(Respondent samverkande organisation, intervju B10)

Vidare beskrivs Trafikverket som en organisation som har kompetens och engagemang att ta tag i angelägna, gemensamma frågor. Trafikverket som myndighet beskrivs som en organisation som både har ekonomiskt utrymme och ordning men också som genom sin storlek har förmåga att hantera problem som mindre samarbetspartners inte mår med.

Det är ingen som liksom räcker upp handen och säger det här tar jag tag i. För oftast om man räcker upp handen och säger att jag tar tag i det, så är det förknippat med kostnader och det är ingen som vill ta dem. [...] Så blir det när någon annan, ofta då Trafikverket [...] men det blir på något sätt eftersom de är störst så skickar man över alla frågorna dit. (Respondent samverkande organisation, intervju B5)

Trafikverkets styrka i samverkan kan därför beskrivas som den stabilitet och trygghet som myndigheten ger. Trafikverket beskrivs vidare som en organisation med stor samlad kunskap och kompetens.

Samtidigt uttrycks en problematik av några respondenter från de samverkande organisationerna. På samma gång som Trafikverket beskrivs som en organisation som är en stabil, kompetent och trygg samarbetspartner, så beskrivs Trafikverket också som en samverkanspartner som i vissa fall tar sina beslut oberoende av sina samverkanspartners behov och intressen, när den samverkande organisationens behov och intresse är att tillgodose bästa möjliga trafikinformation till sina slutkunder. Problematiken som rör kundbegreppet får konsekvenser i materialet där några av de samverkande organisationerna uttrycker oro för att inte synas och höras tillräckligt i relation till Trafikverket. Denna oro uttrycks i relation till den egna kunden. Det är den samverkande organisationens kunders behov och intressen som också är den samverkande organisationens behov och intresse.

Och sen tror jag också att man måste liksom öka på något sätt förståelsen kring att jag är faktiskt kund hos Trafikverket. Det är också en viktig aspekt, att de ser mig som kund. [...] Neej, ibland får man ju faktiskt påtala det här, att vi är kund. [...] Ser de inte ens mig som kund, då ser de ju inte min kund som kund. (Respondent samverkande organisation, intervju B3)

Flera respondenter uttrycker sig på följande sätt för att diskutera synen på vem som är kund i relation till den egna verksamheten:

Jag tycker att vi har pratat lite för mycket att vi kör ett tåg och det är det att vi kan ställa in ett tåg om det är noll kunder på tåget [...] Alltså det är liksom ett mindset, det är inte ett tåg, det spelar ingen roll om det går tåg med en kund i, då är inte det ett bra tåg utan det är kunderna på tåget som räknas. (Respondent samverkande organisation, intervju B7)

Sen är det ju naturligtvis resenären den som ska vara i centrum, vilka behov som är det viktiga, annars har vi inga resenärer, då kan vi köra hur mycket trafik vi vill. (Respondent samverkande organisation, intervju B4)

Kundbegreppet, vem som ska betraktas som kund och vems behov de samverkande parterna därmed ska styra mot, är en central fråga i intervjumaterialet som också får konsekvenser för förutsättningarna för samverkan.

Status hos trafikinformatorer och resenärer

Trafikinformation beskrivs i materialet av flera respondenter på Trafikverket som en del av Trafikverkets verksamhet som har låg status. Att tåget går i tid beskrivs som hög status, men att resenärerna får den information de behöver för att komma ombord beskrivs som låg status. I en intervju beskrivs att tåget ska gå i tid som ”hårt” och ”manligt” medan informationen, eller kommunikationen, associeras med det som är ”mjukt” och ”kvinnligt”. Det arbete som bedrivs med trafikledning och trafikinformation beskrivs därmed också i relation till Trafikverkets ”fyrstegsprincip”. Trafikinformation beskrivs som en verksamhet som aldrig blir uppmärksammas, där ”kungen aldrig bjuds in för att klippa band”. En respondent från Trafikverket säger under en observation att hon och hennes kollegor inte bygger något utan istället löser problem för medborgarna dygnet runt. Att vara problemlösare beskrivs av dessa respondenter som en stolthet och som något meningsfullt. Men samtidigt finns flera beskrivningar av en upplevelse av låg status i organisationen. En Trafikverksmedarbetare säger följande:

Sedan är det också lite svårt alltid att få gehör för vikten av trafikinformation. Det är fortfarande lite så här att ”Ja, ja, men det viktigaste är väl att tågen kommer fram”. (Respondent Trafikverket, intervju A2)

En respondent från en samverkande organisation som sitter i Trafikverkets lokaler beskriver trafikinformation utifrån status på följande sätt.

Den [trafikinformationen] är lite osexig och den har haft lite lågt anseende. För jag fick många gånger frågan där ”Varför ska du ... vad ska du göra där? Varför ska du dit och varför vill du jobba med dem för?” Ja, men återigen, tillbaka till det här, att det är ju den kommunikationen som möter våra slutkunder egentligen dygnet runt. Det kan ju liksom inte vara ... så illa kan det väl inte vara.
(Respondent samverkande organisation, intervju A11)

Ett liknande sätt att tala om trafikinformation används av en respondent i en annan samverkande organisation. Citatet visar samtidigt återigen på förtroende för Trafikverkets personals kompetens (se rubrik *Förtroende som konsekvens*, ovan).

Trafikverket glömmer också av sin egen trafikledning ibland. Här sitter jättebra kompetent personal som kan få ut information snabbt till berörda människor och medborgare som bor i staden med omnejd, och alla de här sakerna. Men man glömmer oftast av det.
(Respondent samverkande organisation, intervju B2)

Men det är inte bara trafikinformation i sig som beskrivs i relation till status. Även resenärerna, slutkunderna, delas i intervjuerna in i kategorier som tilldelas olika status. En respondent från kollektivtrafiken beskriver synen på resenärerna på följande sätt:

Jag tror också att traditionellt i den här branschen så har man sett oss lite grand som något som katten har släpat in. Det är bara fattiga och pensionärer som åker... har jag hört faktiskt av höga kommunpolitiker. (Respondent samverkande organisation, intervju B4)

En liknande beskrivning, men av en annan typ av transport, görs av en respondent som beskriver frakt av gods:

Då vi hade problemet med Södra stambanan, där var det väldigt, väldigt detaljerade meddelanden om persontrafik, var de här pendeltågen vänder och vart man ska åka buss emellan och godstrafik nämns inte över huvud taget. [...] Man är väldigt duktig på att beräkna persontrafikståg, att det här tåget kommer att bli försenat 20 minuter. Men jag får ingen information, mina tåg beräknar de inte.
(Respondent samverkande organisation, intervju B3)

Slutligen finns också beskrivningar i intervjuerna av samverkande organisationer som kategoriserar sina slutkunder utan att explicit beskriva status.

Det är ju ungdomar och det är många äldre och det är medelålders och det är kvinnor och män och svenskar och icke-svenskar. Det är väldigt brett. (Respondent samverkande organisation, intervju B9)

Fortfarande är det så att en majoritet av våra passagerare är kvinnor, därför att gubben tar bilen. (Respondent samverkande organisation, intervju B10)

För vi inser att de här liksom vita fyrtiotalistmännen som åker omkring i en suv, dem har vi otroligt svårt att få att ställa bilen och åka kollektivt. Det blir för resursineffektivt, så vi koncentrerar oss på andra målgrupper. (Respondent samverkande organisation, intervju B8)

Det egna jaget som resenär

Trafikinformation beskrivs alltså i materialet som en komplex verksamhet med en mångfald av utförare och intressenter som samverkar genom olika sociomateriella relationer. Ett återkommande sätt att hantera denna komplexitet och mångfald av relationer är att i intervjuer och vid observationer använda sig själv för att exemplifiera en medborgare, resenär eller trafikant:

[Intervjuare:] hur skulle du definiera trafikinformationstjänster? Vad är det?

[Respondent:] Ja, då är jag ju medborgare här nu då och då tänker jag att det som är information för mig som trafikant.

(Respondent Trafikverket, intervju A7)

De respondenter som intervjuas i studien representerar därmed inte bara sin organisation utan är också själva kunder eller potentiella kunder i transportsystemet. Det som syns i intervjumaterialet är ett återkommande mönster att använda sig själv eller ”jaget” för att beskriva slutresenärens behov. Men detta mönster innebär också att respondenterna tar upp problem eller brister som gäller trafikinformation med hjälp av beskrivningar av behov som de själva, eller någon de känner som resenärer, upplever.

Kundperspektivet, att ha kunden i fokus, det pratar vi ofta om. [...] Att man sätter sig in i vad andra behöver och speciellt jag som pendlar mycket vet ju när det blir en störning, att det är inte så kul. [...] Jag saknar att Trafikverket inte har någon app. Man är ju beroende. Jag åker själv med SJ varje dag, så den appen använder jag för att se om mitt tåg är i rätt tid. (Respondent Trafikverket, intervju A5)

Jag är van kollektivresenär, men det händer när jag är någonstans i landet, att jag går hellre än tar bussen, för inte ens jag vet hur man

köper biljett. Kan man köpa det ombord, måste man gå till en automat, kan jag betala med pengar, kan jag betala med kreditkort?
(Respondent samverkande organisation, intervju B10)

Det är ofta där problemen ligger. Senast i morse exempelvis var tåget till Fagersta inställt, min fru satt och hoppades att det skulle gå en buss, det stod i alla fall en buss där så att, men det står ju ingenting i SJ:s app att det skulle vara någon ersättningsbuss eller inte. Det har hänt att det inte dykt upp någonting. [...] Ja men då får du inga nya resenärer, för ingen törs i min ålder. Jag pratade med min granne till exempel. Han skulle inte våga ge sig ut, för han känner sig dum. Och då har man misslyckats någonstans. (Respondent samverkande organisation, intervju B4)

Vem respondenten är påverkar därmed svaren. Till exempel påverkas förståelsen av vad trafikinformation är och bör vara av respondentens ålder eller om respondenten bor i ett storstadsområde och har kännedom om villkoren där alternativt om respondenten bor i glesbygd och har kännedom om lokala villkor.

Det vet man ju själv när man står på perrongen i Stockholm och så blir det försenat och så blir det bara fem minuters mellanrum istället för, men säg en halvtimme då så hinner man göra någonting under tiden.
(Respondent Trafikverket, intervju A1)

Jag har ju åkt rätt mycket och vi har blivit betydligt bättre då. När jag började 2010 så var det ju dels ganska stökigt framför allt uppe i Dalarna. Det hände ju en del grejer. (Respondent samverkande organisation, intervju B5)

Transporter där trafikinformatorn eller liknande inte själv har varit resenär tas upp som svårare att sätta sig in i, vilket enligt en respondent från godstrafiken också gör att de inte hanteras neutralt.

När jag är ute och åker tåg själv, alltså inte godståg utan persontåg, och man vill hem och familjen väntar och middagen står på spisen och allt det här sen tänker man att nu kommer det ett godståg och åker om. [...] Jag tror att förståelsen för våra olika roller, jag tror att den är för dålig. Jag tycker att, ska vi få en bra styrning på det här och ett neutralt förhållningssätt liksom att Trafikverket förstår sin roll så är det ju oerhört viktigt att man ser vad vi gör. Persontrafiken är inget svårt för alla har åkt tåg. (Respondent samverkande organisation, intervju B3)

Slutligen citeras en respondent som beskriver hur det egna resandet, det egna jaget som resenär, kan vara avgörande för att kunna sätta sig in i vilka behov som behöver uppfyllas för god trafikinformation.

Så egentligen är ju det att det är resenärer vi har på tåget men att kundbegrepp är ju väldigt mycket bättre att använda för man... alltså ett kundbegrepp är ju det att det blir lättare att förstå för alla, att hur ska man hantera en kund för man är kund själv och då vet man.
(Respondent samverkande organisation, intervju B7)

Användningen av jaget eller den egna kroppen är ett effektivt verktyg för att förmedla utmaningar och behov relaterade till trafikinformation till intervjuaren. Men samtidigt finns risker, framför allt i relation till Trafikverkets ambition att vara samhällsutvecklare, när de jag eller kroppar som används för att beskriva behoven av trafikinformation inte representerar samhället, vilket kommer att diskuteras vidare i rapportens avslutande kapitel.

Samverkan som bygger förtroende i en social och digital kontext

En sociomateriellt perspektiv på samverkan inbegriper hur sociala och digitala dimensioner samexisterar. Det innebär ett fokus på *hur* samverkan bedrivs och beskrivs snarare än vem som samverkar och vad denna samverkan syftar till (Westergren, 2011). Social och digital samverkan medför ständig risk för ojämlika relationer där den ena eller andra parten kan uppleva nackdelar gentemot den eller de andra. Motstridiga och komplexa motiv och föreställningar om den egna och samverkande parter roll kan inverka på möjligheten och viljan att samverka (Andersson Högberg, 2010). Olika synsätt kring ansvarsfördelning lika väl som vad som ska definieras som värde och värdeskapande i interorganisatorisk samverkan kräver därmed ömsesidig anpassning mellan flera organisatoriska parter (Borys och Jemison, 1989; Dekker, 2004). Centrala områden för att diskutera och förstå interorganisatorisk samverkan är att studera vad som motiverar samverkan, hur samverkande strukturer växer fram och hur tillitsskapande i interorganisatoriska relationer påverkar effektivitet och resultat (Kale m.fl., 2000).

Därmed är det centralt för att studera interorganisatoriska relationer att ta in och diskutera den ofta rika och viktiga sociala kontexten som förutsättning och ram för relationen. Det visar på vikten av att uppmärksamma utmaningar vad gäller det som är informellt i samverkan: förtroende och social kontroll. Det informella, social kontroll och förtroende blir särskilt intressant att uppmärksamma i komplexa interorganisatoriska relationer där mål och resultat är oklara eller mångbottnade (Dekker, 2004). En utmaning som lyfts fram i tidigare forskning som handlat om samverkan är svårigheten att genom kontrakt avgränsa hur de samverkande parternas mål ska kunna uppnås. Samverkan som bygger på formell styrning behöver då utökas till att även fokusera på informella relationer (Wittbom, 2015). Ireland m.fl. (2002) visar hur förtroende och kontinuerligt förtroendeskapande är centralt för fungerande interorganisatorisk samverkan, där interorganisatoriskt samarbete behöver bygga på förtroende för motpartens sociala och teknologiska eller digitala kompetens.

Det kan vara frestande att tänka att två parter som samarbetar alltid har förtroende för varandra. Men så är förstås inte alltid fallet, vilket det empiriska materialet visar. Förtroende är inte något som existerar i sig självt, det är en ständigt pågående, ömtålig aspekt i en relation (Schoorman m.fl., 2007). För att bena upp förtroende kan vi förenklat hävda att det består av (minst) tre delar: en part som har förtroende för en annan part och den (sociomateriella) kontext som detta förtroende byggs upp inom (Kramer, 2010). Interorganisatoriska relationer inbegriper i regel en kontext där utveckling och utbyte mellan digitala system, med sociala relationer och digitala verktyg som är ömsesidigt beroende, används för samverkan (Cripps m.fl., 2009). Westergren (2011) visar hur förtroende för samverkan genom digitala verktyg kräver att förtroende också skapas mellan människor och grupper – förtroende i de sociala relationerna föregår därmed förtroende för relationer genom digitala verktyg. Men i

interorganisatorisk samverkan finns ständigt en risk för hierarki eller upplevd sned fördelning av makt eller inflytande som beror på sociala och digitala relationer, fördelning av resurser och ekonomiska förutsättningar i de olika samverkande organisationerna (Cripps m.fl., 2009; Kramer, 2010).

Trafikverkets uppdrag kring trafikinformation i samverkan beskrivs i det empiriska materialet med en mångfald av intressenter och behov. Denna mångfald består av en mängd samverkande individer, grupper, organisationer och digitala system, där bara ett fåtal getts en röst eller beskrivs i den här rapporten.

I denna mångfald framställs Trafikverket som en stabil, trygg och kompetent samverkanspartner. Willem och Buelens (2007) diskuterar förtroende utifrån beroende, där förtroende bygger på att den ena parten har förtroende för den andra partens erfarenhet och kompetens. I samverkan verkar Trafikverket som organisation åtnjuta det som Willem och Buelens (2007) beskriver som förtroende för den andra partens erfarenhet och kompetens. Detta förtroende beskrivs både i relation till Trafikverket i stort, men även specifikt i relation till de grupper, individer och digitala system som tillsammans skapar trafikinformation på Trafikverket.

Men att ha förtroende för en samverkande part innebär också att vara, och att låta sig vara, sårbar inför den andra partens intentioner och handlingar. Att utsätta sig för eller vara sårbar gäller oavsett om förtroendet är mellan två individer eller två organisationer (Kramer, 2010). Rousseau m.fl. (1998) definierar förtroende som ett tillstånd som inbegriper intentionen att acceptera att vara sårbar i relation till en annan part baserat på positiva föreställningar om denna andra part. Dessa positiva föreställningar inbegriper då förväntningar på motpartens agerande, vilket bygger på flera komplexa faktorer som gäller i en viss kontext och kan beskrivas som förväntan om att motparten kommer att agera i relationens intresse, även om det inte gagnar motparten själv. Även Mayer m.fl. (1995) definierar förtroende som viljan eller möjligheten hos en part att vara sårbar i relation till en annan parts handlingar. Denna vilja eller möjlighet baseras på förväntningarna att den andra kommer att utföra särskilda handlingar som är viktiga för den första parten, oberoende av förutsättningen att övervaka eller kontrollera utfallet. Förtroende ses därmed som en relation som baseras både på en upplevelse av att motparten besitter tillräcklig kompetens för att fullgöra sitt uppdrag och på en upplevelse av att den första parten är beredd att göra det som är bäst för den andra parten oavsett om det är vad som mest gagnar den första parten.

Respondenter inom trafikinformation beskriver svårigheten att koppla uppdraget som samhällsutvecklare till den dagliga samverkan kring trafikinformation. Samtidigt beskriver samma respondenter samhällsutveckling som något som ständigt sker i det dagliga arbetet, det sitter i ryggmärgen att göra skillnad för människor som reser eller för dem som är kunder till verksamheten.

Kundbegreppet i statlig förvaltning är en utmaning att operationalisera, vilket också syns i det empiriska materialet. Wiesel (2008) beskriver hur dåvarande Banverket gick från att endast ha SJ som kunder till att ha en mängd olika affärsdrivande järnvägsföretag som kunder samtidigt som Banverket verkade för en service- och kundorienteringen gentemot medborgarna. Samma källa beskriver hur Vägverket definierade sina kunder som medborgarna och näringslivet. Bland respondenterna som arbetar med trafikinformation inom Trafikverket beskrivs en diskrepans mellan att i arbetet betrakta myndighetens (avtals)kunder (t.ex. järnvägsföretagen) som kunder och att betrakta resenärerna eller trafikanterna som kunder. Digitala verktyg beskrivs i sammanhanget som något som ökar distansen till resenärerna, t.ex. när hanteringen av trafikinformation blir som ett ”dataspel” vilket innebär att trafikinformatören ser en starkt förenklad bild av tågperongen på sin skärm. Digitala verktyg kan också ses som en möjliggörare för nära kundkontakt när resenärer kan höra av sig direkt till trafikinformatören genom sociala medier.

Men diskrepansen kring vem som ska betraktas som kund i transportsystemet lyfts också som en problematik av flera av Trafikverkets samverkande parter. När dessa parter upplever att Trafikverket inte agerar på det sätt som är bäst för de samverkande parternas resenärer finns risk för bristande förtroende för Trafikverket som bygger på upplevd välvilja. I interorganisatorisk samverkan krävs upplevelsen av att den första parten är villig att göra det som är viktigt för den andra parten, oberoende av om det är bäst för den första parten och oberoende av möjligheten att kontrollera den andra parten (jfr Kramer, 2010; Mayer m.fl., 1995; Rousseau m.fl., 1998). I det empiriska materialet finns beskrivningar som framställer Trafikverket som en organisation som arbetar på ett sätt som inte visar att resenärerna, kundernas kunder, är viktiga eller viktigast i leveransen av trafikinformation. Slutkunderna/resenärerna/trafikanterna kan inte heller definieras som en homogen grupp eftersom kunderna i offentlig sektor är medborgarna, vilket innebär både de som använder sig av myndighetens tjänster och de som inte använder sig av myndighetens tjänster. Kunden kan därmed definieras både som tågbolaget, individen som reser på tåget, individens arbetsgivare som är intresserad av att individen är i tid till arbetet, individens barn och barnens skola som vill att föräldern hämtar i tid och så vidare.

Mångfald och jagets betydelse

I materialet blir det tydligt att uppdraget kring trafikinformation i sig är komplext med många leverantörer, men också många definitioner av vem som ska betraktas som kund eller användare av trafikinformation. I statlig verksamhet är den som levererar en tjänst också potentiell användare av samma tjänst, vilket också syns i intervjumaterialet där flera respondenter använder sig själva som resenärer för att beskriva svårigheter och utmaningar med trafikinformation. Det förekommer även att respondenter använder sig själva som resenärer för att beskriva förslag på hur dessa

utmaningar kan bemötas. Användandet av det egna jaget är ett känt fenomen inom berättelseforskning. Jaget har användbarhet i komplexa eller på annat sätt svåra (moraliskt problematiska) situationer där den som berättar vill eller behöver relatera till och begripliggöra fördelning av ansvar och skyldigheter (Blomberg och Börjesson, 2013). Att använda sig själv som förkroppsligande av kunden har också beskrivits i tidigare forskning på transportsektorn, exempelvis i Denis och Pontille (2010) som berättar om hur lokala trafikinformatorer improviserar placering av skriftlig trafikinformation, när de centralt utformade instruktioner de fått inte stämmer överens med den lokala verkligheten (i det här fallet utformningen av väggarna i en tunnelbanestation). Se särskilt min understrykning:

Herbert and Leonard then have to come up with another solution for it [placeringen av en ny skylt] within the internal network of signs, without weakening its consistency. Their first movement is to walk through the hall and to act as passengers. In so doing, they treat the future signs as landmarks. They adopt different points of view in the corridor; they walk all around the entrance hall and try to discover which place would make the signs most salient for passengers. (Denis och Pontille, 2010, s. 457)

Informatörerna kommer, enligt texten, fram till att den nya skylten inte kan placeras för högt upp eftersom de då skulle slå i huvudet. I beskrivningen finns därmed också en normalisering av hur en resenär ser och uppfattar trafikinformation, som förkroppsligas av informatörens egen kropp eller jag som påverkar placeringen av den materiella skylten. På samma sätt riskerar användningen av det egna jaget av de respondenter som deltagit i den här studien, och som på olika sätt arbetar med eller påverkar trafikinformation i Sverige, att genom den egna kroppen, den egna kroppens förutsättningar och den egna individens behov, definiera vad som är viktigt och önskvärt att leverera i den egna verksamheten.

Användningen av den egna kroppen blir särskilt problematisk om de som levererar en tjänst tillhör andra kategorier (vad gäller kön, ålder, funktionsvariation osv.) än de som använder tjänsten¹. I den mångfald av intressenter som offentlig sektor omfattar finns konceptuella problem att definiera inte bara vilka kunderna är men också vilka behov de har. Modell och Wiesel (2009) lyfter kritik mot kundorientering inom offentlig sektor som riskerar att skapa kortsiktiga lösningar som inte möter vidare behov i samhället. I kundorientering kan alltså finnas en risk när starka kundgruppers behov genererar standardiserade tjänster som marginaliserar svagare kundgrupper. I det empiriska materialet synliggörs detta när den sociomateriella komplexiteten i

¹ Inom EU är transportsektorn en av de mest könsuppdelade sektorerna (Corral och Isusi, 2007; Equal climate, 2017). I Sverige varierar andelen anställda kvinnor mellan ca 6,4 – 38,5 procent i olika delar av branschen. Bland cheferna är en stor majoritet män med en snittålder på 47,5 år, enligt Ledarna (2015).

samverkan kring trafikinformationstjänster förenklas genom att trafikinformatören eller -leverantören använder sina egna behov och önskemål som medborgare och trafikant för att forma beskrivningarna av möjligheter och utmaningar vad gäller trafikinformation.

Digital teknik kan skapa distans men också närhet till en mångfald av slutkunder

Den digitala tekniken har en central roll i samverkan och beskrivs i det empiriska materialet som en del i och en förutsättning för att samverkan ska kunna bedrivas. Det sociala och digitala kan därmed inte separeras utan måste förstås som gemensamt meningsskapande (Bjørkeng m.fl., 2009; Orlikowski och Scott, 2008; Suchman, 2007). Den digitala tekniken beskrivs på olika sätt som ett hinder i samverkan, både mellan organisationer när system är svåra att integrera och mellan utförare och kunder där digitala system skapar ”dataspel” av verkligheten. Samtidigt betonas hur den digitala tekniken kommer att få allt större betydelse för kommunikation med resenärer, inte bara för information. Denna utveckling indikerar ett än större fokus på slutkunderna hos Trafikverkets parter, inte bara som resenärer utan som grupper av individer med olika behov och intressen. En samhällsutveckling där hierarkierna mellan organisationer och individer utmanas av digitaliseringen beskrivs också av Snickars (2014). För att kunna nå ett mer individualiserat tilltal till resenärerna krävs information om vilka grupper som reser. I det empiriska materialet beskrivs hur flera av Trafikverkets samverkande parter genomför regelbundna NKI:er, fokusgrupper och advisory boards. Exempelvis genomförs tre NKI:er årligen i samarbetet Tillsammans för Tåg i Tid (TTT) (Trafikverket, 2017b). Dessa underlag bör ge en mycket god bild av vilka som reser och vilka behov och intressen som finns hos olika grupper av resenärer. I intervjumaterialet beskrivs också vid flera tillfällen vilka grupper som reser i olika trafikslag: män respektive kvinnor, äldre respektive yngre, stadsbor respektive boende i glesbygd.

Ett sätt för Trafikverket att öka förtroende som bygger på välvilja är att identifiera, tydliggöra och förkroppsliga slutkunden. Det finns beskrivningar i materialet på hur konkreta scenarier, fokusgrupper och NKI:er används för att utveckla framtidsprodukter inom Trafikverket och tillsammans med samverkande parter. Men i den komplexitet som beskrivs i materialet, framför allt vad gäller trafikinformation på järnvägssidan, skulle även mer vardagsnära arbete kunna vinna på konkretisering av kunden. Genom att även förtydliga slutkunden, resenären, och sätta denna i fokus skulle både samverkan och kundernas förtroende och mångfalden av intresser kunna hanteras och förbättras. Rapporten avslutas därför med en presentation av ett möjligt verktyg för att hantera denna problematik.

Använda det materiella för att utveckla det sociala – personas

Ett sätt att hantera komplexiteten i Trafikverkets uppdrag kring trafikinformation är, som tidigare nämnts, att använda sig själv, det egna jaget, för att förkroppsliga slutkunden. En risk som användningen av jaget för med sig är att de jag som blir representerade inte fullt ut speglar samhället och resenärernas mångfald av behov,

intressen och kroppar. Den ökande användningen av digitala verktyg har kommit att flytta fokus från insamling av information till vad som kan åstadkommas med hjälp av tillgänglig information (Zammuto m.fl., 2007). Ett sätt att hantera användningen av jaget är att, genom den information om trafikanterna som finns inom Trafikverket och samverkande organisationer, utveckla s.k. personas. Personas är en vedertagen metod inom tekniska designprojekt (Cabrero m.fl., 2016; Faily m.fl., 2016; LeRouge m.fl., 2013). Personas fungerar ytterst som ett inkluderande verktyg för empowerment av (i ett visst sammanhang) utsatta grupper eller för kunskaper om olika grupper med (i ett visst sammanhang) särskilda eller sinsemellan olika behov. Metoden har beskrivits som särskilt användbar när det finns ett gap mellan leverantörernas eller utvecklarnas erfarenheter, behov, förväntningar och önskemål och användargruppernas erfarenheter, förväntningar och önskemål (Faily m.fl., 2016).

Personas som innebär att konstruera typ-användare har även kallats ”fiktiva användare” (Cabrero m.fl., 2016). Utveckling av personas bygger på gedigen kunskap om användares identitet (t.ex. kön, ålder, funktionsvariation) men också behov, förväntningar och önskemål (t.ex. resande med barn, åksjuk på X2000, godstågsleverans av värmekänslig medicin osv.). Ingående kunskap om användares, eller kunders, verkliga identitet, behov och önskemål är avgörande för metodens användbarhet. Då kan personas användas för att kliva ur de egna erfarenheterna och ”gå i någon annans skor” (LeRouge m.fl., 2013). Designmetoden innebär att skapa ett antal fiktiva personer som representerar olika användare av en vara eller tjänst. Dessa fiktiva personer och deras behov konkretiseras genom bilder eller berättelser. Vid utveckling av tjänster eller varor och vid beslut används de fiktiva personerna för att ta hänsyn till deras intressen och behov. Risken med personas är om dessa byggs upp baserat på stereotypa föreställningar eller förutfattade meningar, då riskerar metoden att stjälpa design- eller utvecklingsprojekt mer än hjälpa.

Yet embodying real people is a task to be seriously held. Otherwise outcomes from misrepresenting depictions can be detrimental designs at best, if not ruinous cultural flops. (Cabrero m.fl., 2016, s. 150)

Men med hjälp av ingående, kvalitativ kunskap om användare, brukare eller kunder blir personas ett sätt att få syn på fler ”jag” än det egna (Cabrero m.fl., 2016; Faily m.fl., 2016). För att förstå kraften, men också enkelheten, i personas som metod kan vi tänka på karaktärer i litteratur, teater eller film, där väl utvecklade personporträtt på några få sidor eller minuter kan få läsaren eller publiken att känna och tänka med en fiktiv person (De Temmerman, 2014).

Personas har i tidigare forskning beskrivits som en användbar metod vad gäller utfall (användningen av de färdiga personas). Men metoden att arbeta med och ta fram personas har också beskrivits som en konfliktlösare och en utbildningsresa för arbetsgrupper, utvecklingsteam eller organisationer som behöver utveckla ömsesidigt

förtroende och förståelse för olika användares önskemål och behov baserat på socioekonomiska faktorer som ålder, stad-landsbygd, funktionsvariation, teknisk mognad osv. (Faily m.fl., 2016; LeRouge m.fl., 2013).

Trafikverket, tillsammans med sina samverkande parter, genomför regelbundna NKI:er med fokus- och användargrupper som genererar såväl kvantitativa som kvalitativa data om olika grupper av slutkunder. Därigenom finns redan i organisationen en gedigen kunskap om slutkunderna i det svenska transportsystemet. Utvecklingen av personas som verktyg bygger på att inte bara använda kvantitativa data utan även samla kvalitativ empirisk data. Behovet av att fortsätta utveckla kvalitativa data och kvalitativt baserad kunskap för styrning betonas här, vilket stärker tidigare studier som gäller styrning inom Trafikverket, liksom behovet av att utveckla kvalitativ empiri för effektiv styrning av mångfald (Wittbom, 2015). Mot bakgrund av den komplexa frågan om vem som är kund och hur verksamheten ska kunna styras mot måluppfyllelse i samverkan på bästa sätt finns ett behov av att uppmärksamma och ”förkroppsliga” den heterogena grupp som är användare av trafikinformation.

Slutsatser och rekommendationer

Samverkan gällande trafikinformationstjänster är en komplex verksamhet som inbegriper en mångfald av leverantörer, utförare, samverkansparter och trafikanter. Denna mångfald uttrycks i rapportens empiriska material både i mångfalden av beskrivningarna av vad som definierar trafikinformationstjänster, vem trafikinformationstjänster är till för och vem som leder arbetet med trafikinformationstjänster i Sverige. För att hantera denna komplexitet används av ett flertal respondenter, både från Trafikverket och samverkande parter, olika sätt att förkroppsliga kunder och slutkunder. Förkroppsliganden används för att beskriva och skapa erfarenhetsbaserade exempel på situationer där trafikinformation har fungerat eller inte fungerat (jfr Denis och Pontille, 2010).

Trafikverket framställs i materialet som en samverkanspart som inger förtroende vad gäller kapacitet. Både respondenter inom Trafikverket och samverkansparter beskriver Trafikverket som en myndighet med hög trovärdighet och god både teknisk och personell kapacitet (jfr Willem och Buelens, 2007). Däremot uttrycks brister i förtroendet som bygger på vilja att leverera det som är bäst för samverkanspartnern oavsett vad som är bäst för myndigheten själv (jfr Kramer, 2010; Mayer m.fl., 1995; Rousseau m.fl., 1998). Trafikverkets samverkanspartners framhåller gång på gång i materialet slutkunden – tågresenären, godståget, bilisten eller åkeriet – som den viktigaste parten. Det är denna part som definierar vad som är god trafikinformation baserat på dennas erfarenheter, behov, förväntningar och önskemål. Det är också dessa grupper som respondenter från Trafikverket lyfter fram när de definierar sitt uppdrag som samhällsutvecklare.

Risker med att använda det egna jaget eller den egna gruppens jag (egna erfarenheter, behov, förväntningar och önskemål) i design av komplexa projekt har uppmärksammats i tidigare forskning (Cabrerero m.fl., 2016; Faily m.fl., 2016; LeRouge m.fl., 2013). I rapporten presenteras därför ett förslag för utveckling av så kallade personas, fiktiva användare (ibid). Dessa personas (som sociomateriella verktyg) kan utvecklas och användas för att dels minska risken för att missa utsatta gruppers behov och önskemål i utveckling av trafikinformationstjänster, dels för att möta samverkansparternas slutkunders behov och önskemål och på så sätt öka förtroendebasen för att leverera det som är bäst för Trafikverkets kunder och deras slutanvändare.

En slutlig kommentar berör de uttryck för digital oro bland trafikinformatorer både inom Trafikverket och hos samverkande parter som återfinns i det empiriska materialet. Att den digitala utvecklingen ska komma att ersätta arbete är ett budskap som traderats under senare år bland annat i svensk massmedia (Lindell, 2015). Digital oro kan fungera hämmande för engagemang och lojalitet, vilket kan förstärkas än mer om medarbetarna redan upplever sig ha låg status i organisationen. Digital oro är

därför en fråga som behöver adresseras och hanteras inom Trafikverket, hos de samverkande parterna och i fortsatt forskning.

Referenser

- Andersson Högberg, Lena. (2010). *När strävan efter samsyn blir en kamp: meningsskapande och meningsgivande i mångtydiga sammanhang*. Linköping University Electronic Press.
- Bjørkeng, Kjersti, Clegg, Stewart, & Pitsis, Tyrone. (2009). Becoming (a) practice. *Management Learning*, 40(2), 145–159.
- Blau, Peter M, Falbe, Cecilia McHugh, McKinley, William, & Tracy, Phelps K. (1976). Technology and organization in manufacturing. *Administrative science quarterly*, 20–40.
- Blomberg, Helena, & Börjesson, Mats. (2013). The chronological I: The use of time as a rhetorical resource when doing identity in bullying narratives. *Narrative Inquiry*, 23(2), 245–261.
- Borys, Bryan, & Jemison, David B. (1989). Hybrid arrangements as strategic alliances: Theoretical issues in organizational combinations. *Academy of management review*, 14(2), 234–249.
- Cabrero, Daniel G, Winschiers-Theophilus, Heike, & Abdelnour-Nocera, José. (2016). *A Critique of Personas as representations of the other in Cross-Cultural Technology Design*. Paper presenterad på Proceedings of the First African Conference on Human Computer Interaction.
- Castells, Manuel. (1996). *The Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Corral, Antonio, & Isusi, Iñigo. (2007). Innovative gender equality measures in the transport industry: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions.
- Cripps, Helen, Salo, Jari, & Standing, Craig. (2009). Enablers and impediments to IT adoption in business relationships: Evidence from Australia and Finland. *Journal of Systems and Information Technology*, 11(2), 185–200.
- De Temmerman, Koen. (2014). *Crafting Characters: heroes and heroines in the Ancient Greek Novel*. Oxford University Press.
- Dekker, Henri C. (2004). Control of inter-organizational relationships: evidence on appropriation concerns and coordination requirements. *Accounting, Organizations and Society*, 29(1), 27–49.
- Denis, Jérôme, & Pontille, David. (2010). Placing subway signs: practical properties of signs at work. *Visual Communication*, 9(4), 441–462.
- Denis, Jérôme, & Pontille, David. (2011). *Materiality, Maintenance and Fragility: The Care of Things*. Paper presenterad på 'How Matter Matters', Third International Symposium on Process Organization, Corfu.
- Equal climate. (2017). Hämtad 20171127.
- Faily, Shamal, Power, David, & Fléchais, Ivan. (2016). Gulfs of expectation: eliciting and verifying differences in trust expectations using personas. *Journal of Trust Management*, 3(1), 4.

- Frey, Carl Benedikt, & Osborne, Michael A. (2013). The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation. Retrieved September, 7, http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf
- Hedlin, Pontus. (2018). *Språkspel i otakt - en studie av samverkan i Trafikverket*. Akademin för ekonomistyrning i staten. Rapport 2018:2. Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet.
- Holmgren Caicedo, Mikael, Jonsson, Leif, & Mårtensson, Maria. (2013). Förutsättningar för styrning av samverkan. En studie om etableringen av ett samverkansinitiativ mellan kommuner och högskola (Vol. Rapport 21): Kommunforskning i Västsverige.
- Ireland, R Duane, Hitt, Michael A, & Vaidyanath, Deepa. (2002). Alliance management as a source of competitive advantage. *Journal of management*, 28(3), 413–446.
- Jarzabkowski, Paula, & Pinch, Trevor. (2013). Sociomateriality is ‘the New Black’: accomplishing repurposing, reinscripting and repairing in context. *M@nagement*, 16(5), 579–592.
- Kale, Prashant, Singh, Harbir, & Perlmutter, Howard. (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital. *Strategic management journal*, 21(3), 217–237.
- Knox, Hannah, O'Doherty, Damian, Vurdubakis, Theo, & Westrup, Chris. (2008). Enacting airports: Space, movement and modes of ordering. *Organization*, 15(6), 869–888.
- Kramer, Roderick M. (2010). Collective trust within organizations: Conceptual foundations and empirical insights. *Corporate Reputation Review*, 13(2), 82–97.
- Latour, Bruno. (1992). 10 “Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts”. *Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change*.
- Ledarna. (2015). *Transportsektorn ur ett chefsperspektiv*. Stockholm.
- LeRouge, Cynthia, Ma, Jiao, Sneha, Sweta, & Tolle, Kristin. (2013). User profiles and personas in the design and development of consumer health technologies. *International journal of medical informatics*, 82(11), e251–e268.
- Lindell, Eva. (2015). *Framtidens arbetsmarknad i massmedia*. Mälardalens högskola.
- Mayer, Roger C, Davis, James H, & Schoorman, F David. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709–734.
- Modell, Sven, & Wiesel, Fredrika. (2009). Consumerism and control: evidence from Swedish central government agencies. *Public Money & Management*, 29(2), 101–108.

- Orlikowski, Wanda J. (2007). Sociomaterial practices: Exploring technology at work. *Organization studies*, 28(9), 1435–1448.
- Orlikowski, Wanda J. (2008). Using technology and constituting structures: A practice lens for studying technology in organizations *Resources, co-evolution and artifacts* (ss. 255–305): Springer.
- Orlikowski, Wanda J. (2010). The sociomateriality of organisational life: considering technology in management research. *Cambridge journal of economics*, 34(1), 125–141.
- Orlikowski, Wanda J, & Iacono, C Suzanne. (2006). Desperately seeking the ‘IT’ in IT research: a call to theorizing the IT artifact (ss. 19–42): Chichester, UK: John Wiley & Sons Ltd.
- Orlikowski, Wanda J, & Scott, Susan V. (2008). 10 sociomateriality: challenging the separation of technology, work and organization. *Academy of Management Annals*, 2(1), 433–474.
- Rousseau, Denise M, Sitkin, Sim B, Burt, Ronald S, & Camerer, Colin. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of management review*, 23(3), 393–404.
- Rämö, Hans, & Wittbom, Eva. (2017). Att styra i rollen som samhällsutvecklare: en inledande fallstudie inom Trafikverket. Stockholms universitet: AES rapport.
- Schoorman, F David, Mayer, Roger C, & Davis, James H. (2007). An integrative model of organizational trust: Past, present, and future. *Academy of Management review*, 32(2), 344–354.
- Snickars, Peller. (2014). *Digitalism När allting är internet*. Stockholm: Volante.
- Suchman, Lucy. (2007). *Human-machine reconfigurations: Plans and situated actions*: Cambridge University Press.
- Trafikverket. (2012). Strategi för trafikinformation: Trafikverket.
- Trafikverket. (2013). Trafikinformation.
- Trafikverket. (2014). Trafikinformation - snabb och individuell.
- Trafikverket. (2017a). Test av Trafikverkets API för trafikinformation.
- Trafikverket. (2017b). Tillsammans för tåg i tid. <https://www.trafikverket.se/resa-och-trafik/trafikinformation/tagtrafik/punktlighet-i-tagtrafiken/Tillsammans-for-tag-i-tid/>: Trafikverket.
- Trafikverket. (2017c). Trafikinformation. www.trafikverket.se: Trafikverket.
- Urry, John. (2007). *Mobilities*: Polity.
- Westergren, Ulrika H. (2011). *Disentangling sociomateriality: an exploration of remote monitoring systems in interorganizational networks*. (Doktorsavhandling), Institutionen för informatik, Umeå Universitet.
- Wiesel, Fredrika. (2008). *Kundorientering och ekonomistyrning i offentlig sektor*. (Doktorsavhandling), Företagsekonomiska institutionen, Stockholms Universitet.

- Willem, Annick, & Buelens, Marc. (2007). Knowledge sharing in public sector organizations: The effect of organizational characteristics on interdepartmental knowledge sharing. *Journal of public administration research and theory*, 17(4), 581–606.
- Wittbom, Eva. (2015). Att fånga det svårmätbara: en förstudie inom Trafikverket. Stockholms universitet: AES rapport.
- Zammuto, Raymond F, Griffith, Terri L, Majchrzak, Ann, Dougherty, Deborah J, & Faraj, Samer. (2007). Information technology and the changing fabric of organization. *Organization science*, 18(5), 749–762.

Samverkan kännetecknas av att flera intressenters aktiviteter bygger på och är beroende av varandra. Men i samverkan finns ständigt en risk för ojämlika relationer. I interorganisatoriska relationer där mål och resultat är oklara eller mångbottnade blir det informella — social kontroll och förtroende — särskilt viktigt att uppmärksamma. Trafikinformation är en komplex verksamhet som omfattar en mångfald av samverkande intressenter. Syftet med rapporten är att diskutera hur trafikinformation bedrivs i samverkan mellan Trafikverket och olika aktörer, samverkan som omfattar såväl sociala relationer som digitala verktyg. I rapporten diskuteras hur Trafikverket kan öka förtroendet i relation till sina samverkande parter genom att identifiera och tydliggöra resenären.

Rapporten utgör en del i ett större treårigt forskningsprojekt som handlar om Trafikverkets styrning i rollen som samhällsutvecklare. Innehållet i rapporten kan med fördel användas som underlag för diskussioner och utvecklingsarbete i olika typer av offentliga verksamheter. Rapporten lämpar sig också som kursmaterial på avancerad högskolenivå.

Eva Lindell är lektor i företagsekonomi vid Mälardalens högskola i Västerås med ett forskningsintresse som är inriktat på nya managementpraktiker i offentlig sektor och framtidens arbetsmarknad. Eva är knuten till Akademin för ekonomistyrning i staten.

Akademin för ekonomistyrning i staten (AES) består av forskare vid Företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet, och representanter från olika myndigheter, som tillsammans arbetar för att initiera, skapa och förmedla kunskap om styrning i staten.

ISBN 978-91-981634-8-3

Företagsekonomiska institutionen

Stockholms universitet SE106 91 Stockholm www.sbs.su.se/aes



**Stockholms
universitet**