Fyll på med energi

Ett arbete om utformning av analoga rörelsepåminnelser för användare och arbetsplatser med kontorsarbete utifrån användarcentrerad design

Lovis Lund

För avläggande av filosofie kandidatexamen i Informationsdesign med inriktningen visualisering och textdesign

Ett examensarbete på grundnivå, 15 hp
Examinator Anna-Lena Carlsson
Handledare Björn Fundberg
Institutionen för hälsovetenskap, innovation & design
Mälardalens Universitet
2026-10-15

Mälardalens universitet

Sammanfattning

Det här arbetet undersöker hur analoga rörelsepåminnelser kan utformas för målgruppen kontorsarbetare och för kontexten kontorsmiljö för att informera om och uppmuntra till ökad rörelse. Syftet är att undersöka hur text och bild kan utformas för att informera och uppmuntra till rörelse utifrån användare och kontext.

Arbetet utgår från metoderna intervju, omvärldsanalys, observation, mind-mapping, prototyper, A/B-test och Think-aloud Protocol. Teorierna som används är perception, nudge, bild och text i samverkan, retorik och användarcentrerad design. Utifrån metoder och teori utformades tre varianter av designlösningar som är anpassade för målgruppen och kontexten.

Resultatet visade att bilder som visar rörelse kan ha en motiverande kraft och att utformningen av dessa kan påverka hur motiverande informationen upplevs. Textens tydlighet och formuleringar kunde också bidra till deltagarnas engagemang. En form av roligt inslag där lottning användes uppskattades av deltagarna. Det visar därmed att användarcentrerad design och utformning av bild och text kan bidra till att skapa engagerande och motiverande designlösningar för att påminna om och uppmuntra till rörelse i en arbetsmiljö med kontorsarbete.

Nyckelord: användarcentrerad design, retorik, bild och text i samverkan, perception, nudge, informationsdesign

Abstract

This study examines how analog movement reminders can be designed for the target group office workers and for the office environment. This in order to inform about and encourage increased physical activity. The aim is to investigate how text and imagery can be designed to inform and encourage movement based on the users and the context.

The study is based on the methods of interviews, observation, mind-mapping, prototyping, A/B-testing and Think-aloud Protocol. The theories applied are perception, nudging, image and text interplay, rhetoric and user-centered design. Based on the methods and theories three design solution variants were developed and adapted to the target group and context.

The result showed that images depicting movement can have a motivating effect and that the design of these images can influence how motivating the information is perceived to be. The clarity and wording of the text could also contribute to the participants engagement. A form of playful element involving a lottery was appreciated by the participants. This demonstrates that user-centered design and the interplay between text and image can contribute to creating engaging and motivating design solutions that remind and encourage office workers to engage in physical activity in a workplace environment.

Keywords: user-centered design, rhetoric, interplay between image and text, perception, nudging, information design

Innehållsförteckning

Innehåll

Sammanfattning **2**

Abstract **3**

Innehållsförteckning **4**

Bildförteckning **6**

Inledning **7**

- **Bakgrund** **7**
- **Problemformulering** **7**
- **Syfte och forskningsfrågor** **8**
- **Målgrupp** **8**
- **Avgränsning** **9**

Tidigare forskning **10**

- **Kontorsarbete och rörelse** **10**
- **Posters för att öka rörelse** **10**
- **Bild- och textanvändning inom hälsokommunikation** **10**
- **Tidigare studentarbete** **11**

Teori **12**

- **Perception** **12**
- **Nudge** **12**
- **Bild och text i samverkan** **13**
- **Retorik** **13**
- **Användarcentrerad design** **14**

Metod **15**

- **Urval** **15**
- **Bekvämlighetsurval** **15**
- **Snöbollsurval** **15**
- **Intervju** **15**
- **Omvärldsanalys** **16**
- **Observation** **16**
- **Mind-mapping** **17**
- **Prototyper** **17**
- **A/B-test** **17**

Think-aloud Protocol 17
Metodkritik 18
Applicering av metoder 19
Intervjuer 19
Observation 19
Omvärldsanalys 19
Mind-mapping 20
Resultat av applicering av metoder 20
Intervju 20
Observation 21
Omvärldsanalys och faktainsamling 21
Omvärldsanalys 21
Faktainsamling 22
Mind-mapping 23
Designprocess 24
Utformning av bilder 24
Val av övning för bilderna 24
Utformning av bilderna 25
A/B-test 27
Resultat 27
Utformning av text 27
Nudge 28
Layout och prototypande 29
Varianter av designlösning 30
Variant för konferensrum 31
Variant för lunchrum eller övriga utrymmen 31
Färg 32
Typsnitt 32
Bild och text i samverkan 32
Utveckling av materialet 33
Iterativ process 33
Användarupplevelse 33
Rubrik 34
Test med användare 34
Think-aloud Protocol och intervjuer 34
Resultat av användartest 35

Sammanfattning **36**
Utveckling av materialet **37**
Färdigt resultat **38**
Diskussion **40**
Slutsats **42**
Källhänvisning **44**
Bilagor **47**
Bilaga 1 – Intervjufrågor **47**
Bilaga 2 – Intervjufrågor A/B-test **48**
Bilaga 3 – Intervjufrågor till Think-aloud Protocol **48**
Bilaga 4 – Färdiga resultat **49**

Bildförteckning

Figur 1 Fotografier och färger från kontexten. **21**
Figur 2 Bilder från omvärldsanalys. Bilder hämtade från Södermalms stadsförvaltning (2026) (högst upp till vänster), Suntarbetsliv (2026) (högst upp till höger), Västra götalandsregionen (2026) (längst ner till vänster) och Folkhälsomyndigheten (2026) (längst ner till höger). **22**
Figur 3 De fyra olika designförslagen. **26**
Figur 4 Utkast för text (vänster) och färdig text (höger). **29**
Figur 5 Tidig skiss (vänster), utvecklad prototyp (mitten) och färdig designlösning (höger). **30**
Figur 6 Designlösning i A5-format. **31**
Figur 7 Variant av designlösning i A3-format (vänster) och tillhörande QR-kod (höger). **31**
Figur 8 QR-kod rörelseövningar. **33**
Figur 9 Fotografi från testtillfälle. **34**
Figur 10 Uppdaterat utseende för QR-kod. **37**
Figur 11 Färdigt resultat med information om rörelseövningar. A3-affisch (vänster), A5-variant (mitten) och tillhörande QR-kod (höger). **38**
Figur 12 Färdigt resultat med information om rörelseutmaningar. A3-affisch (vänster), tillhörande QR-kod (mitten) och alternativ som är tänkt att kunna lottas fram (höger). **39**

Inledning

Bakgrund

Trots att vi idag har mer tillgång än någonsin till digitala lösningar som träningsprogram för både dator och mobil ökar stillasittandet i alla åldrar. Stillasittandet är ett stort folkhälsoproblem. Förutom att leda till belastningsbesvär i nacke och axlar ökar stillasittande risken för typ 2-diabetes, hjärt- och kärlsjukdomar och flera vanliga cancerformer (Folkhälsomyndigheten, 2026). Bristande rörelse skapar också en samhällsekonomisk konsekvens. Enligt Folkhälsomyndighetens (2026) beräkningar för 2023 kostade sjukdomsfall kopplat till stillasittande och otillräcklig fysisk aktivitet samhället 16,5 miljarder kronor.

I arbetsmiljöer med skrivbordsarbete är stillasittandet påtagligt. Det finns forskning som visar att personer med ett skrivbordsarbete sitter upp mot 75 procent av sin arbetsdag (Folkhälsomyndigheten, 2026). Idag finns ett antal digitala lösningar för att påminna och uppmuntra till mer rörelse – som appar och träningsprogram för dator och mobil. Samtidigt saknas det ofta påminnelser i form av information i den fysiska miljön på arbetsplatser. Det här fick mig att fundera på om man med mindre ändringar i miljön, som analoga påminnelser, kan bidra till ökad rörelse på stillasittande arbetsplatser – och hur ska då dessa informationsartefakter utformas för att möta behov från kontext och användare? Här såg jag ett informationsdesignsproblem. Hur kan information om rörelse utformas för att upplevas som motiverande, engagerande och relevant för målgruppen och anpassas för användning i kontexten.

Inför arbetet kontaktades en arbetsplats med mycket skrivbordsarbete. Medverkande från platsen visade ett intresse för att se hur något skulle kunna se ut i miljön som kan bidra och inspirera till ökad rörelse. Arbetet har därför utgått från denna avdelning som kontext för designlösningen.

Eftersom detta arbete är inom informationsdesign och inte fysioterapi har faktainsamling legat till grund för val av rörelser med tanken att enklare rörelser kan bidra till mer rörelse i vardagen. För vidare anpassning för kontorsarbete skulle kunskap från fysioterapeut krävas.

Problemformulering

Ökad mängd rörelse behöver främjas i samhället. På en stillasittande arbetsplats, som exempelvis ett kontor, är det vanligt att inte få in tillräckligt med rörelse under dagen. Påminnelser från digitala verktyg kan ignoreras över tid och tillgänglig uppmuntran i den fysiska miljön kan vara ett alternativt sätt att öka mängden rörelse. Det finns därför ett behov av att undersöka hur information i den fysiska miljön kan utformas för att upplevas motiverande, engagerande och relevant för målgruppen och skapa en bra användarupplevelse. Eftersom alla

arbetsplatser skiljer sig åt finns det också ett behov att undersöka hur informationen kan utformas utifrån kontext och användare. Vid kontakt med en arbetsplats med kontorsarbete framkom att man såg ett behov av mer information om hur man kan röra sig på arbetsplatsen och att undersöka hur det skulle kunna se ut. Hur kan en designlösning med bild och text se ut för att informera och uppmuntra till rörelse på en stillasittande arbetsplats?

Syfte och forskningsfrågor

Syftet med arbetet är att undersöka hur analoga designlösningar som uppmuntrar till rörelse kan utformas utifrån ett informationsdesignsperspektiv. Syftet är också att undersöka hur text och bild kan utformas för att informera och uppmuntra till rörelse utifrån användare och kontext. Arbetet kan på så vis bidra med kunskap om hur bild och text kan utformas för att informera och uppmuntra till rörelse för målgrupp och kontext.

Forskningsfråga:
Hur kan text och bild utformas för att informera om och uppmuntra till ökad rörelse på en stillasittande arbetsplats?

För att svara på forskningsfrågan användes ett antal underfrågor, dessa var:

Hur kan bild och text användas för att bidra till att informationen upplevs relevant och uppmärksammas av målgruppen?

Hur kan informationen utformas för att upplevas som visuellt och textuellt motiverande? Och kan illustrationers abstraktionsnivå påverka hur de upplevs som visuellt motiverande?

Hur kan informationen utformas för att passa arbetsplatser med kontorsarbete och målgruppen?

Målgrupp

Målgruppen är kontorsarbetare och därmed vuxna. Målgruppen består av en stor grupp människor och har därför också olika erfarenheter och kunskap om rörelse, förutsättningar för att röra på sig och inställningar till vikten av rörelse i vardagen. Gemensamt för gruppen är att de arbetar med kontorsarbete och därmed tillhör en grupp som enligt Folkhälsomyndigheten beräknas vara stillasittande en stor del av arbetstiden. Så mycket som upp till 75 procent av sin arbetsdag (Folkhälsomyndigheten, 2026). Målgruppen är därför i stort behov av att öka mängden rörelse i vardagen.

I en studie av Nooijen et al. (2018) identifierades upplevda barriärer för rörelse för svenska kontorsarbetare. Studien omfattade två svenska företag, varav totalt 547 kontorsarbetare deltog. Enkätsvaren visade att den vanligast upplevda barriären för rörelse var att sittandet var en vana, detta rapporterades av 67% av de medverkande. De vanligaste svaren på vad som kunde tänkas möjliggöra ökad rörelse var att introducera stå- eller gå-möten (33% och 29%) och mer möjligheter

eller påminnelser för pauser (31%). Det här visade att det fanns ett behov från målgruppen att utforska hur möjligheter och påminnelser kunde utformas för att påminna om och öka mängden rörelse.

Avgränsning

Arbetet har avgränsats till att undersöka utformning av illustrationer när det kommer till uppvisning av rörelser i materialet. Användningen av illustrationer möjliggjorde också att undersöka hur illustrationsstilen kunde tänkas påverka utformningen av material och åsikter från användare.

Tidigare forskning

Kontorsarbete och rörelse

I en artikel av Tobiasson et al. (2014) användes användarcentrerad design och ett samarbete med studenter för att ta fram koncept för design av ”probes” för fysisk aktivitet anpassade för kontorsarbetare. I arbetet framkom att flera av kontorsmiljöerna hade utrustning för att främja fysisk aktivitet, som exempelvis pilatesbollar, men att dessa inte användes. Resultat från att låta 30 kontorsanställda utforska de utformade rörelseinslagen indikerade att fysisk aktivitet i form av en integrerad del med arbetet kan göra att det blir självgående och hållbart över tid. I arbetet användes träningsredskap i kombination med arbetet, till exempel gåband tillsammans med laptop.

Det här visar att målgruppen kan uppskatta att rörelseinslaget kombineras med en arbetsaktivitet och att användarcentrerad design kan vara en väg att komma nära målgruppen och dess behov av informationsmaterialet.

Posters för att öka rörelse

Användningen av affischer för att styra användare till att använda trappor i stället för hissar har visat sig effektivt i flera olika miljöer, som arbetsplatser för både praktiska yrken och kontorsarbete (Kwak et al., 2007), tågstationer och köpcenter (Iversen et al., 2007 och Kerr et al., 2001). Resultat från en studie av Kerr et al. (2001) i miljöerna tågstation och köpcentrum visade att affischens storlek hade betydelse för resultatet men att de två olika meddelandena som testades båda gav positiv effekt på användningen av trappor. Ett av meddelandena, ”Stay healthy, save time” hade dock liten effekt på kvinnliga besökare av köpcentret men gav stark effekt på kvinnliga pendlare.

Det här visar att analoga påminnelser kan ha en effekt på rörelse i en miljö. Det visar också att utformningen av innehållet, i det här fallet storleken och texten, kan ha olika effekter beroende på hur det utformas och i vilken kontext det presenteras i för användaren.

Bild- och textanvändning inom hälsokommunikation

Användningen av bilder i hälsokommunikation har undersökts av Houts et al. (2006) med målet att undersöka dess effekt. Författarnas resultat visade att bild med en nära koppling till text kan öka uppmärksamhet, minne och förståelse av hälsoutbildningsmaterial jämfört med endast text. Bilder kan också bidra till ökad förståelse genom att förtydliga relation mellan objekt. För att förtydliga tolkningen av bild förklarar författarna att texten ska placeras nära bild och vara enkel att förstå av användaren. Houts et al. (2006, s. 187) tar också upp att

tillförandet av bild kan påverka både intention och beteende hos användare till det positiva eller negativa beroende på användarens emotionella reaktion till bilden.

Det här visar att bild och text i samverkan kan påverka hur information tolkas av användaren.

Tidigare studentarbete

I ett examensarbete inom programmet Informativ illustration på Mälardalens universitet undersöktes hur instruktioner för rörelsepauser kan utformas för kontorspersonal. Arbetet resulterade i instruktionsskyltar baserade på bland annat motivationsteorier med nudge- och tävlingsinslag och använde ett abstrakt bildmanér samt ett par tillhörande markeringar i form av fötter som pekade mot skylten. Arbetets resultat testades inte i en kontorsmiljö, utan i korridor på Mälardalens universitet - något som författaren diskuterar kunde gett andra resultat även om universitetet kan ha liknande inslag. Författaren diskuterar att vidare och längre forskning skulle behövas inom inre motivation och att det vore intressant för informationsdesignområdet att göra vidare forskning kring visuell motivation (Andersson, 2023).

Det här arbetet skiljer sig genom att utifrån användarcentrerad design utgå från en kontorskontext och anpassa designförslag att passa in i olika miljöer i denna. Det skiljer sig också genom att utforska olika bildmanér och testa designförslaget i en specifik kontorskontext. När jag läste detta kom även inspiration till att försöka undersöka hur den visuella motivationen i informationsmaterialet för det här arbetet kunde stärkas. Eftersom min bakgrund kommer från både text och visualisering ville jag även undersöka hur det textuella kunde vara en del i samverkan med det visuella för att skapa motivation och engagemang från användarna till designen.

Teori

Perception

För att tolka sinnesintryck och uppfatta världen runt omkring oss används en process som kallas perception. Många av oss förlitar oss på synintryck för att lokalisera och förstå information i vår omgivning. Ware (2021, s. 11–12) lyfter att grunden till visuellt tänkande som process är hur uppmärksamhet fördelas. Att se någonting handlar alltså främst om uppmärksamhet.

När vi uppmärksammar någonting med synen i vår omgivning används ögonrörelser och mönsterigenkänningsmekanismer för att fokusera på exakt den del av det vi ser som tros hjälpa oss med det vi ska ta reda på. Samtidigt använder vi oss av arbetsminnets begränsade resurser för att tillfälligt kunna hålla kvar den information som verkar mest användbar i fokus. Ware (2021, s. 11–12) beskriver det därför som mer korrekt att säga att vi är medvetna om det informationsfält vi snabbt har tillgång till än att vi är omedelbart medvetna om världen.

Det visuella tänkandet kan därmed sägas bestå av en serie uppmärksamhetshandlingar som styr våra ögonrörelser och finjusterar våra mönsterigenkänningsmekanismer. Uppmärksamhetshandlingarna kallar Ware (2021, s. 12) för visuella frågor. Dessa visuella frågor används för att få svar vid användning av olika former av information. Som att läsa av informationen på en affisch, förstå hur man tar sig från punkt A till punkt B på en karta eller jämföra storlek på diagram (Ware, 2021, s. 12 & 18–19). Ware (2021, s. 18–19) menar därför att hitta mönster är den stora styrkan i det visuella tänkandet.

Teorier om perception har använts för att designförslaget ska vara visuellt effektivt och stötta användaren i att lokalisera designlösningen men också för lokalisering av de olika delarna i informationen.

Nudge

Nudgeteorin är en teori kring beteendeförändring som går ut på att man ger människor en ”knuff” (på engelska ”nudge”) i önskad riktning för ett beteende. Utmärkande för en nudge är att det aldrig tvingar till ett beteende utan används för att styra människor i en önskad riktning och samtidigt tillåta friheten till egna val (Thaler & Sunstein, 2021, s. 8). Thaler och Sunstein (2021, s. 8) beskriver att ställa frukt i ögonhöjd räknas som en nudge medan att förbjuda skräpmat inte räknas som det. Målet med nudge beskrivs på så vis vara att människor ska få hjälp att ta de beslut de skulle ha tagit om de hade haft tillgång till full uppmärksamhet, information, kognitiv förmåga och självkontroll (Thaler & Sunstein, 2021, s. 7).

Användningen av nudge kan delas in i två kategorier, utbildande och arkitektoniska. Båda kategorierna har visat kunna ge effekt och vara

kostnadseffektiva. Utbildande nudges kan vara varningar, påminnelser och utlämnande av information (exempelvis näringsinnehåll). Arkitektoniska kan vara automatisk registrering, obligatoriska val eller placering i fysiska affärer för att dra uppmärksamhet till vissa alternativ (Sunstein & Reisch, 2023, s. 1–2).

Teorier om nudge har använts för att främja en beteendeförändring genom designförslaget och i vissa fall styrt utformning och val av material.

Bild och text i samverkan

Enligt Melin (2011, s. 36) kan samverkan mellan bild och text öka materialets effektivitet. När detta samverkar resulterar det alltså i kortare lästid, större uppskattning av texten och en större minnesbehållning av materialet (Melin, 2011, s. 38). Irrelevanta bilder kan i stället kräva en högre mental ansträngning av läsaren som då tvingas söka efter en koppling mellan den irrelevanta bilden och texten som presenteras och kan på så vis ses som mindre effektiva bildval (Melin, 2011, s. 36–37). Utformningen och val av bilder är därmed en viktig del för att ett material ska stötta en fungerande användning.

Kombinationen av bild och text lyfts också av Mayers multimedia-princip (2021, s. 117) som innebär att bild och text tillsammans gör att människor lär sig bättre än med bara text. Detta genom att läsaren har möjlighet att skapa och koppla ihop både verbala och visuella modeller av materialet (Mayer, 2021, s. 117). Utifrån detta presentar Mayer (2021, s. 398) 15 designprinciper som stöttar tre funktioner: minska onödig informationsbearbetning, hantera den viktigaste informationsbearbetningen och främja generativ bearbetning.

Teorier om bild och text i samverkan har använts för att utforma designförslaget med målet att bild och text ska användas effektivt tillsammans för användaren.

Retorik

Retorik handlar om konsten att påverka med kommunikation. Detta kan ske genom ord eller symboler. Det kan innebära användningen av ord, gester, skyltar, bilder med mera som verktyg och röra sig om olika frågor, som politiska, informativa eller vetenskapliga (Lindqvist, 2016, s. 15).

Inom retoriken hittar vi de tre övertygelsemedlen, ethos, pathos och logos som kommer från antikens tid men än idag används för att övertyga genom kommunikation av exempelvis reklambyråer (Lindqvist, 2016, s. 20). Lindqvist (2016, s. 83–84) skriver att ethos är till för att hjälpa en talare att framstå som pålitlig och det kan handla om val av ord, uttryckssätt, gestetik men också val av typsnitt. Lindqvist (2016, s. 82) skriver också att känslor spelar en viktig roll när vi tar beslut och pathos innebär de känslor som används för att påverka. För att påverka en åhörare bör man därför förstå vad som berör denne. Logos handlar om att ge bevis för det som påstås och betyder i många sammanhang ”argument” och logos kan på så vis enligt Lindqvist (2016, s. 82) ingå i alla tre retoriska övertygelsemedlen. Det handlar om att tydliggöra eller precisera argument, något

som författaren beskriver kan ske genom ordval, illustrativa bilder eller gester (Lindqvist, 2016, s. 82). Ethos står därmed för sakens karaktär, det vill säga materialets trovärdighet, pathos syftar till publikens känslor, hur materialet påverkar emotionellt och logos står för sakens argument, hur logiskt materialet är utifrån presentation av till exempel fakta.

De retoriska övertygelsemedlen kan användas som strategier för att påverka mottagaren (Lindqvist, 2016, s. 19). Det här understryks även av Elmelund Kjeldsen (2006, s. 348) som beskriver att de tre övertygelsemedlen kan användas för att modifiera människors attityd vilket kan användas för att påverka eller övertyga med kommunikation. En förutsättning för att text och tal ska fungera övertygande enligt Elmelund Kjeldsen (2006, s. 207) är fyra kvaliteter som motsvarar antikens klassiska stilideal. Dessa är att språket måste vara grammatiskt korrekt, språket måste vara klart och begripligt, språket måste vara levande och språket måste vara ändamålsenligt och passande (Elmelund Kjeldsen, 2006, s. 207).

Retorik har använts för att stärka hur designförslaget kan tänkas motivera, engagera och påverka användare genom informationen för att mer effektivt uppmuntra till rörelse.

Användarcentrerad design

För att skapa designlösningar som möter användarens verkliga behov gäller det att ha människan i centrum. Användarcentrerad design utgår därför från människan som utgångspunkt och dennes upplevelse, behov och förutsättningar (Wikberg et al., 2022, s. 26). Wikberg et al. (2022, s. 23) beskriver att sätta människan i centrum kan uppnås genom olika former av deltagande design. Målet i slutändan är att uppnå empati och en förståelse för människors behov och preferenser, så att designlösningen utformas för de användare som ska använda designlösningen.

Wikberg et al. (2022, s. 25) skriver att för att utveckla en god design behöver även kognitiva och emotionella behov identifieras. Detta för att få fram lösningar som är lika begripliga och användbara som meningsfulla och kan bidra till en positiv upplevelse för användaren. Norman (2013, s. 24) beskriver upplevelsen som att vara en viktig del av designen. Hur användaren upplever designlösningen, med exempelvis frustration eller glädje, är viktigt för hur materialet uppfattas och påverkar därmed också vidare användning av designlösningen. Enligt Norman (2013, s. 22) är det också viktigt att designa för de problem som kan tänkas uppstå med designlösningen. Genom att eliminera dessa kan användningen upplevas som lättare och därmed positiv.

Användarcentrerad design har använts för att skapa en designlösning som kan passa och fungera väl för målgruppen och kontexten.

Metod

Urval

Bekvämlighetsurval

Bekvämlighetsurval innebär att urvalet väljs ut genom att det finns nära till hands (Denscombe, 2018, s. 71). Enligt Denscombe (2018, s. 71) finns det fördelar med bekvämlighetsurval genom att de ofta är snabbt, billigt och enkelt och kan därför vara rimliga i processer där det finns begränsat om till exempel tid eller pengar. Bekvämlighetsurval har använts under det här arbetet för att det passat både tidsram och målgrupp.

Snöbollsurval

Snöbollsurval innebär att urvalet skapas efterhand genom deltagare som hänvisar vidare till andra möjliga deltagare. Urvalet kan på så vis växa efter hand, likt en snöboll (Denscombe, 2018, s. 70). Enligt Denscombe (2018, s. 70) kan snöbollsurval vara effektivt att använda när det inte finns någon ram för urvalet som forskaren kan tillgå. Snöbollsurvalet anses också passa för att få tag i ett lagom stort urval. En fördel med snöbollsurval är också att forskaren kommer de deltagande nära genom att de sen innan känner personen som hänvisat forskaren till dessa. Snöbollsurval har använts under det här arbetet för att få tag i användare.

Intervju

För att fånga upp målgruppens behov och tankar och skapa en bättre bild av dessa använde jag mig av intervjuer som metod. Detta användes för att samla in kvalitativa data för arbetet. Intervjuerna var av den typ som Denscombe (2018, s. 270) kallar för personliga intervjuer, det vill säga intervjuer som sker en och en. Den ena personen som deltar är den person som blir intervjuad och den andra är den intervjuande personen som ställer frågorna, det vill säga forskaren.

Intervjuerna var semistrukturerade i sin form. Denscombe (2018, s. 269) beskriver semistrukturerade intervjuer som ett sätt att låta den som intervjuas uppmuntras till att utveckla och tala mer fritt om det som diskuteras. Samtidigt som den pågående intervjun följer en viss struktur genom att den som håller i intervjun har förberett ett antal frågor som intervjun utgår ifrån. Eftersom intervjuerna var semistrukturerade fanns en chans att intervjuerna skulle se något annorlunda ut. Något som också gav en möjlighet till att användarna skulle känna sig fria att ta upp saker som annars hade kunnat försvinna i en mer styrd intervjuform.

Denscombe (2018, s. 284) skriver vidare att en del att övervaka under intervjuförloppet är att skapa sig en känsla för kontexten. Detta eftersom det kan påverka hur intervjudeltagaren uttrycker sig och vilka frågor som anses relevanta. För mig var det också en möjlighet att få mer förståelse av kontexten.

För intervjuerna användes en kombination av bekvämlighetsurval och av snöbollsurval. Den kontaktperson jag hade till arbetsplatsen gav mig kontaktuppgifter till personer som skulle kunna tänkas vara intresserade av att ställa upp på intervjuer. Av dessa kontaktades fyra personer och tre av dessa hade möjlighet att ställa upp på intervju.

Urvalet kan ses som en kombination av bekvämlighetsurval och snöbollsurval eftersom snöbollsurvalet endast gick ett steg och inte växte sig större och större med varje ny deltagare. Detta var eftersom den första rundan av de som kontaktades genom urvalet alla kunde ställa upp på intervjuer och var kopplade till den kontext som skulle utforskas. En fjärde person kontaktades efter dessa och kunde inte ställa upp på intervju.

Omvärldsanalys

I början av arbetet gjordes en omvärldsanalys för att skapa en bättre förståelse av hur informationsmaterial som visar rörelser utformats. Larsson (2015, s. 104) förklarar omvärldsanalys som ett sätt att samla information om världen utanför organisationen, det vill säga bevaka omvärlden, och sen analysera den insamlade informationen. Detta skapar en förståelse för hur omvärlden ser ut och hur omvärlden påverkar organisationen eller för den delen ett projekt. På ett liknande sätt förklarar Genf och Laurent (2014, s. 11) omvärldsanalys som ”en systematisk process för att bevaka och analysera omvärldsinformation”. Med omvärlden menas allt som ligger utanför organisationen (Genf & Laurent, 2014, s. 13). Jag såg det också som en möjlighet att skapa en större förståelse för ämnet, samla fakta och se vilket behov av material som fanns. För att strukturera upp en omvärldsanalys kan man utgå från en omvärldsfråga. Enligt Gnef och Laurent (2014, s. 51) ska en omvärldsfråga vara tydlig, framåtsyftande, avgränsad i tid och rum och innehålla en fråga. Det här användes för att ringa in målet med omvärldsanalysen.

Observation

För att komma närmare och förstå mer av platsen använde jag mig av semistrukturerade observationer. Martin och Hanington (2012, kap. 57) beskriver semistrukturerade observationer som en del av den utforskande fasen i designprocessen. Semistrukturerad observation innebär att man har ett mål med observationen, som att fördjupa sig i ämnet eller platsen man utforskar, men att man utför observationen med ett öppet sinne och avvikelser är tillåtna (Martin & Hanington, 2012, kap. 57). Observationer kan vara ett sätt att bättre förstå användare och kontexten och därför användes detta i början av arbetet.

Mind-mapping

Mind-mapping är ett sätt att arbeta med idégenrering under en designprocess. Mind-mapping används för att visualisera sina tankar och organisera hur olika delar hänger ihop för ämnet (Martin & Hanington, 2012, kap. 56). Martin och Hanington (2012, kap. 56) beskriver mind-mapping som ett sätt att ge form till tankar, antaganden och testande av problem genom en form av visuellt diagram, något som passar människan eftersom tänkandet i sig många gånger inte sker linjärt. För att utforska flera möjligheter av lösningar under arbetet användes mind-mapping för idégenerering.

Prototyper

Att prototypa är ett sätt att undersöka olika designalternativ och skapa sig bättre förståelse för designproblemet. Som en väg fram till den färdiga designlösningen (Wikberg et al., 2022, s. 170). Wikberg et al. (2022, s. 171) skriver att prototypande kan vara enkelt och kostnadseffektivt genom att arbeta med skisser eller modeller. Syftet är inte att tillverka en färdig produkt utan att vidare utforska gestaltningsmöjligheter eller att testa saker som funktionalitet, förståelse och upplevelse (Wikberg et al., 2022, s. 171). Prototyper har använts för att arbeta fram designlösningen i arbetet.

A/B-test

Martin och Hanington (2012, kap 1) skriver att A/B-test kan användas för att jämföra två versioner av samma design, det vill säga variant A jämfört med variant B, för att mäta vilken som statistiskt får bäst resultat. A/B-test svarar inte automatiskt på varför en variant upplevs som bättre och behöver därför kombineras med en kvalitativ metod som kan svara på det. A/B-test har använts under arbetet i kombination med intervjufrågor för att jämföra designförslag.

Think-aloud Protocol

Think-aloud Protocol är en metod där deltagare uppmuntras att tänka högt medan de tar del av en design (Martin & Hanington, 2012, kap 87). Martin och Hanington (2012, kap 87) skriver att detta kan utföras på två sätt. Deltagare kan tänka högt medan de utför en uppgift eller utföra uppgiften i tystnad för att sedan kommentera efter att uppgiften sen är avslutad. Metoden kan användas för att upptäcka vad som upplevs som positivt och negativt och därmed ge förståelse kring vad som kan korrigeras i designen. Think-aloud Protocol har använts under arbetet i kombination med intervjufrågor för att undersöka användares upplevelse och åsikter kring designlösningen.

Metodkritik

Arbetet använder sig av kvalitativa metoder för att fånga upp åsikter, känslor och nyanser hos användare som annars kan försvinna i ett rent kvantitativt arbete. Det kvalitativa tillvägagångssättet har dock en svaghet i att det inte går att mäta på samma sätt som ett kvantitativt tillvägagångssätt. Jag anser att de kvalitativa metoderna behövs i den här typen av arbete för att få reda på utvecklade svar om hur användare tolkar och känner kring den information som det här arbetet handlar om.

Användningen av snöbollsurval kan vara effektiv för att få tag i deltagare som passar in i målgruppen. Detta eftersom en person tillfrågas som har vidare kontakter inom målgruppen. Man ska samtidigt vara medveten om att det finns en risk att urvalet blir ensidigt, det vill säga att endast de som är intresserade av frågan deltar. Samtidigt som det också kan vara viktigt att nå de personer som inte har ett intresse av frågan. Detta då olika åsikter är högst relevant för en samlad överblick av målgruppen. Det finns också alltid en risk vid användning av snöbollsurval att personen som frågar vidare frågar personer med likande åsikter som en själv. Även om detta främst kanske gäller forskning där snöbollsurvalet kan tänkas landa i kompisgrupper. I det här fallet upplever jag att snöbollsurval fungerade väl då det lät mig komma i kontakt med personer i den kontext som användes för arbetet. Snöbollsurvalet kunde också fungera som en grund för att bygga empati mellan forskare och intervjudeltagare. Eftersom de i första hand kontaktades av någon som de känner till.

Användningen av bekvämlighetsurval är effektivt för att snabbt få tag i personer som kan delta. Man ska också vara medveten om att det finns en risk med att använda bekvämlighetsurval då deltagarnas åsikter kan påverkas av att urvalet är bekvämt. Jag upplever att bekvämlighetsurval fungerade till det här arbetet för att fungera inom tidsram och för att få tillgång till deltagare till tester.

Applicering av metoder

Intervjuer

Intervjuerna hölls under två dagar på kontorsavdelningen som besöktes och användes som kontext under arbetet. Detta för att det skulle bli enkelt för intervjudeltagarna och för att jag skulle kunna uppleva mer av platsen under arbetet. Deltagarna kontaktades av mig på förhand och vi bokade in tider för intervjuer tillsammans för att hitta tider som passade. Intervjuerna beräknades ta cirka 40 minuter och mötena bokades in för att hålla den tiden. En av intervjuerna skedde på ett kontor på arbetsplatsen, de andra två intervjuerna skedde i konferensrum.

För att lära känna målgruppen och förstå hur de såg på rörelse under arbetsdagen handlade mina förberedda frågor främst om rörelse, men även återhämtning. Det gjorde att jag fick större möjlighet att förstå hur målgruppen såg på rörelse kopplat till arbetet, information kring detta, vad som motiverade dessa personer till rörelse och även om de såg rörelse som något återhämtande eller inte. Genom detta fick jag kvalitativa data som speglade åsikter och känslor. Något som kunde ligga till grund för att förstå kognitiva och emotionella delar inför designarbetet utifrån ett användarperspektiv.

För att analysera intervjumaterialet lästes det igenom flertalet gånger. Därefter markerades delar av materialet som var intressanta för arbetet.

Observation

Observationerna skedde under samma dagar som intervjuerna. Inför observationerna fick jag tillåtelse att ta del av platsen, fotografera och använda detta för arbetet. Vid det första tillfället fick jag en rundtur av avdelningen och vid det andra tillfället fick jag gå runt på egen hand. För dokumentation av observationerna användes anteckningar och fotografier.

Omvärldsanalys

Enligt Gnef och Laurent (2014, s. 16) kan en omvärldsanalys bli ”i princip hur stor som helst”. För att strukturera upp och avgränsa omvärldsanalysen skapade jag därför ett antal frågor för att ringa in det jag ville ha svar på. Eftersom det här inte var en bevakning som skulle sträcka sig över en längre tid, utan svara på hur det såg ut i nuläget i omvärlden blev frågeställningen riktad till nutiden för avgränsningen. För att skriva ihop frågeställningarna till en fråga blev omvärldsfrågan ”Hur illustreras rörelse av kända aktörer?”. Enligt Gnef och Laurent (2014, s. 40–41) beskrivs aktörer kunna vara en individ eller ett kollektiv som gör val och kan påverka utvecklingen och kan även kallas för ”intressenter”.

Exempel på aktörer enligt Gnef och Laurent (2014, s. 41) är företag och myndigheter.

Under omvärldsanalysen gjordes också en faktainsamling där jag samlade in fakta om vilken information om rörelse och vilka rörelser som kunde vara relevant för målgruppen.

Mind-mapping

Genom mind-mapping undersökte jag idéer, stora som små, som kom upp under processen av förstudierna. Detta var för att ta fram idéer och samtidigt inte låsa mig vid den första tanken. I det här läget funderade jag kring saker som i vilken utsträckning miljön kunde användas, som att skapa en hoppbana i korridoren, hur det sociala kunde användas för att uppmuntra till rörelse, som samtalskort eller synen av att någon annan gör en rörelseövning och vilken information som var relevant att ha med för målgruppen.

Resultat av applicering av metoder

Intervju

Resultatet av analysen av intervjumaterialet visade att de deltagande upplevde att de tänkte på att röra sig och försökte göra det med jämna mellanrum med hjälp av exempelvis timer. Alla intervjudeltagare verkade dela synen av att rörelse är något viktigt. Vad som motiverade till rörelse kunde skilja sig åt men kunde sammanfattas som den positiva effekt som rörelse har på kroppen, både fysiskt och psykiskt. Alla intervjuade lyfte att de testat att använda rörelsekort under ett tidigare möte. Alla lyfte också vikten av att påminna varandra. Alla intervjuade kunde se ett behov av mer information om rörelse i kontexten. Detta även om man redan visste om att det är viktigt att röra på sig tog man upp att det var viktigt att bli påmind om ytterligare. Samtliga nämnde att det kunde vara bra med någon form av synlig information i miljön. Det togs även med från intervjumaterialet att informationen över tid skulle kunna behöva varieras eller ingå i ett större system av flera delar för att fungera som en mer långvarig lösning. Detta eftersom man efter ett tag blir van och glömmer. En intervjudeltagare lyfte att det kunde vara bra med ett material som var en bit bort från det egna kontoret. Detta då de redan sitter mycket kunde det vara bra att behöva gå till något för att ta del av informationen.

Vid alla intervjutillfällena upplevdes miljön som lugn. Med en lugn miljö menas att personerna som intervjuades var avslappnade i kroppsspråk och tal, alla mötestider hölls och det upplevdes som att intervjupersonerna talade till punkt och hade tid att svara på frågorna. Vi blev inte avbrutna av telefonsamtal eller annan personal. Vid mötena i konferensrummet placerades vi båda gångerna mitt emot varandra, vilket noterades som den naturliga placeringen i rummet.

Observation

Under tillfällena för observation fick jag förståelse för hur kontexten såg ut och hur den kunde användas. Avdelningen som besöktes kunde nås med trappor eller hiss. Lokalen i sig var avlång och varje anställd hade ett eget kontorsrum i lokalen. Avdelningen var inte ett öppet kontorslandskap. Övriga utrymmen bestod av kombinerat lunch- och fikarum med loungegrupp, soffor placerade i korridor, konferensrum, skrivarrum och toaletter. Alla platser utom sofforna placerade i korridoren kunde ses som platser all personal ibland besökte utifrån samtal med personal. Under mina observationer befann sig personal på sina egna kontor och i lunchrummet. Stämningen upplevdes som lugn under alla besöken. Färgerna i lokalen var framför allt ljusa i form av vita väggar och inredning med ljust trä. Kommentarer som fångades upp under tillfällena som kunde kopplas till arbetet var att en person uttryckte att man lätt fick ont i ryggen och att det skulle vara bra med ett material som man kunde kolla på och påminnas om vad man kan göra för att röra på sig. En annan person kommenterade att man lätt blir stillasittande under möten i konferensrummet och att man då försöker komma ihåg att påminna varandra om att resa sig.

Figur 1 Fotografier och färger från kontexten.

Omvärldsanalys och faktainsamling

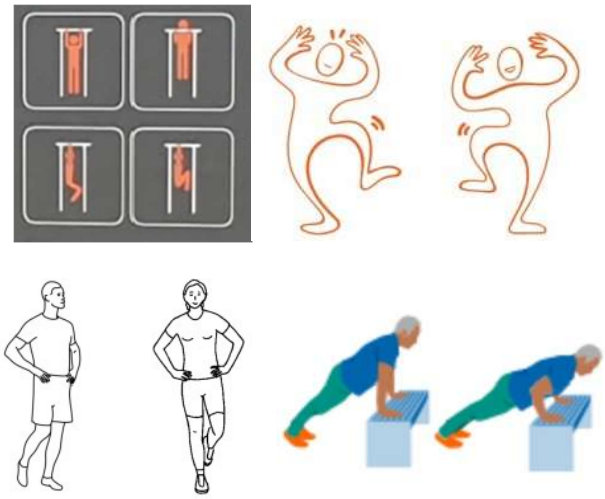
För omvärldsanalysen och faktainsamlingen ville jag utgå från kända aktörer för att veta att informationen skulle vara relevant och korrekt för att använda för målgruppen. Jag ville också hitta information om varför rörelse är bra för kroppen och vilken information som kunde vara relevant för målgruppen att ta del av och som gick att integrera i kontorsmiljön.

Omvärldsanalys

Omvärldsanalysens fråga var som tidigare nämnts ”Hur illustreras rörelse av kända aktörer?”. För att kunna ta reda på hur rörelse illustreras gjordes olika sökningar på formuleringar som ”rörelseövningar för kontor 1177” och ”rörelseövningar kontor utskrift”. Utifrån olika träffar leddes jag vidare till hemsidor och sökte vidare i deras söksystem. Jag såg också på material som är tänkt att kunna användas av privatpersoner, som utegym och hemmaövningar. Detta eftersom det visar hur rörelse illustreras som är tänkt att kunna tolkas rätt och utföras på egen hand av användare.

Sökningarna visade att det finns rörelseinformation i flera olika medieformer. Dessa inkluderade främst endast textmaterial eller videor. För att svara på frågan hur rörelse illustreras och kunna ta fram illustrationer till arbetet valde jag att

analysera de illustrerade material jag hittade. Dessa var från Södermalms stadsförvaltning (Stockholms stad) (2026), Suntarbetsliv (2026), Västra götalandsregionen (2026) och Folkhälsomyndigheten (2026).



Figur 2 Bilder från omvärldsanalys. Bilder hämtade från Södermalms stadsförvaltning (2026) (högst upp till vänster), Suntarbetsliv (2026) (högst upp till höger), Västra götalandsregionen (2026) (längst ner till vänster) och Folkhälsomyndigheten (2026) (längst ner till höger).

Resultatet visade att rörelse kan illustreras på flera olika sätt och med olika grad av mänsklig igenkänning och detaljrikedom. Både bilden från Södermalms stadsförvaltning och Suntarbetsliv använder förenklade figurer som symboliserar människor. Illustrationerna från Suntarbetsliv görs mer levande genom mjuka former och effekter i form av linjer som förstärker vissa rörelsemoment medan figurerna som används av Södermalms stadsförvaltning har stilen av piktogram. Bilderna från Suntarbetsliv använder en figur som är återkommande i material från Suntarbetsliv och kan därför tänkas vara vald för att skapa igenkänning till deras övriga material. Bilden från Västra götalandsregionen är en linjeteckning med mer mänskliga detaljer. Dessa bilder tar även med detaljer som klädesplagg och ansiktsuttryck. Bilden från Folkhälsomyndigheten använder olika färger för att illustrera en människa men använder inte linjer för konturer eller ansiktsuttryck.

Faktainsamling

Information om hur man kan röra på sig kom i två olika former – rörelseövningar och tips om hur man kunde få in rörelse naturligt på andra sätt under jobbdagen. Som att ta en ”walk and talk” i stället för ett stillasittande möte, eller på alternativa sätt som kan tänkas upplevas som ett mer roligt sätt – som att ta en danspaus. Båda formerna såg jag som relevanta för målgruppen.

Mind-mapping

Jag jämförde mina idéer med materialet från intervju, observation, omvärldsanalys och kunskap från teorier.

Detta ledde mig till att designlösningen skulle fungera som en påminnelse i miljön och motivera användaren att ta beslut om rörelse. Designlösningen skulle på så vis fungera som en nudge genom att göra beslut om rörelse tillgängligt. En effektiv nudge ska vara kostnadseffektiv och låta användaren själv välja om den ska använda sig av denna. Utifrån det här kom jag fram till att designlösningen skulle göra sig bäst i ett format som kunde skrivas ut av arbetsplatsen. Det vill säga göra lösningen enkel och billig att använda. Val av format begränsades därför till A5, A4 och A3. Jag tänkte även att designlösningen skulle innehålla text och bild för att öka designlösningens effektivitet. Det var även viktigt att placeringen var i en situation där detta beslut kunde tas och designlösningen uppmärksammades.

Utifrån observation av kontexten kom jag fram till att relevanta placeringar för materialet kunde vara i lunch- och fikarum, konferensrum, korridor eller toalettdörrar. Detta eftersom dessa områden noterats som platser i lokalen som alla personer kunde gå till eller förbi under sin arbetsdag. Dessa placeringar var genom det relevanta för att möjliggöra att designlösningarna skulle upptäckas av användare. Konferensrum var inte ett område som besöktes varje dag av alla men var med som en relevant placering eftersom rummet användes för möten och det kunde finnas ett behov av påminnelse om rörelse. Utifrån intervjuerna tog jag med mig åsikter om att det var bra att bli påmind om att det är bra att röra på sig, att det är uppskattat när någon annan påminner och att det är bra när man kan följa eller se hur en rörelse ska gå till. Jag beslutade därför att designlösningen skulle innehålla information om varför man ska röra på sig och förslag på hur man kan röra på sig, i bild och text. Faktainsamlingen om rörelseinformation visade att informationen kunde bestå av rörelseövningar men också påminnelser om andra typer av rörelseinslag, som promenader. Promenader var även något som lyfts av alla de intervjuade och upplevdes därför relevant för målgruppen. Jag tänkte därför att en designlösning kunde påminna om rörelseövningar och en annan om de andra sätt som ökad rörelse kan inkluderas under vardagen.

Designprocess

Utformning av bilder

Omvärldsanalysen visade att bilder som visar rörelser kan utformas på flera olika sätt. Frågan kvarstod vilken typ av bilder som passar bäst för en kontorsmiljö och användarna av dessa och som kan uppfattas som engagerande. I syfte att besvara detta utformade jag följande förslag.

Val av övning för bilderna

Stillasittande sänker blodcirkulationen och mycket stillasittande kan försvaga muskler och leder vilket kan leda till smärta i framför allt rygg och nacke (Folkhälsomyndigheten, 2026). Kontorsarbetare kan därmed vara i behov av rörelseövningar för rygg och nacke men även övningar som ökar blodcirkulationen. Genom omvärldsanalysen och faktainsamlingen fann jag rörelseövningar. För att dessa skulle fungera i en kontorsmiljö och för dess användare hade jag vissa kriterier för informationen. Jag ville jag att övningarna inte skulle vara för uppseendeväckande, eftersom det kan tänkas avskräcka en användare från att göra den i ett rum där andra kan se personen. Tobiasson et al., (2014, s. 134) såg i sin undersökning att målgruppen ansåg rörelse på kontoret som att vara ”inte socialt attraktivt”. Vilket kunde vara en anledning till att man inte använde den utrustning som fanns på arbetsplatsen (Tobiasson et. al., 2014, s. 132). Men undersökningen visade också att rörelse i kombination med arbetsuppgifter kunde vara en hållbar lösning (Tobiasson et. al., 2014, s. 138). Rörelseinslag som en del av arbetet har därför möjlighet att upplevas som relevant. Placering av information i områden som användare redan tar del av under arbetsdagen möjliggör på så vis beslut om att inkludera enklare rörelser som en del av arbetsdagen. Som att göra en enklare rörelse i samma stund man ska hämta kaffe eller under ett möte. Hur man ser på fysisk aktivitet kan också skilja sig åt mellan olika arbetsplatser. Att informera om och lyfta rörelse kan bidra till att skapa en ökad acceptans för att röra sig i en miljö. Utifrån mitt intervjumaterial verkade rörelse i kontexten för arbetet vara socialt accepterat eftersom man uppskattade när någon påminde om rörelse. Samtidigt nämndes yoga som något man mer troligen gör hemma än på kontoret. Det visar att olika typer av rörelseövningar kan passa för olika platser.

Jag ville inte heller att dessa skulle kräva av användaren att bli svettig, eftersom det kan vara opassande i miljön. Jag tänkte också att det var bra om övningarna var korta och inte tog för lång tid eftersom användarna kunde vara upptagna eller stressade. Att man hade mycket att göra nämndes som en anledning till att man inte tog pauser. Slutligen ville jag att övningarna skulle gå att göra på egen hand. Detta eftersom om materialet skulle sitta uppe i en kontorsmiljö skulle den inte kräva något av användaren som skulle kunna utsätta denne för risk – om man ser till mer avancerade styrke- eller balansövningar kan dessa behöva en viss

förkunskap. Övningarna skulle därmed vara på en nybörjarnivå om man ser till träningserfarenhet. Utifrån detta landade jag i att utgå från ett material med övningar för hemmabruk.

För att skapa bilderna utgick jag från övningen plocka äpplen. En övning som går relativt snabbt att utföra och inte kräver redskap eller stort utrymme. Övningen är också mindre uppseendeväckande än exempelvis utfallssteg. Detta kan tänkas göra den mer bekväm för en person att utföra i ett rum där även andra personer befinner sig. Övningen plocka äpplen fokuserar på nacke och axlar vilket är ett område som ofta blir ansträngt för personer med ett kontorsarbete.

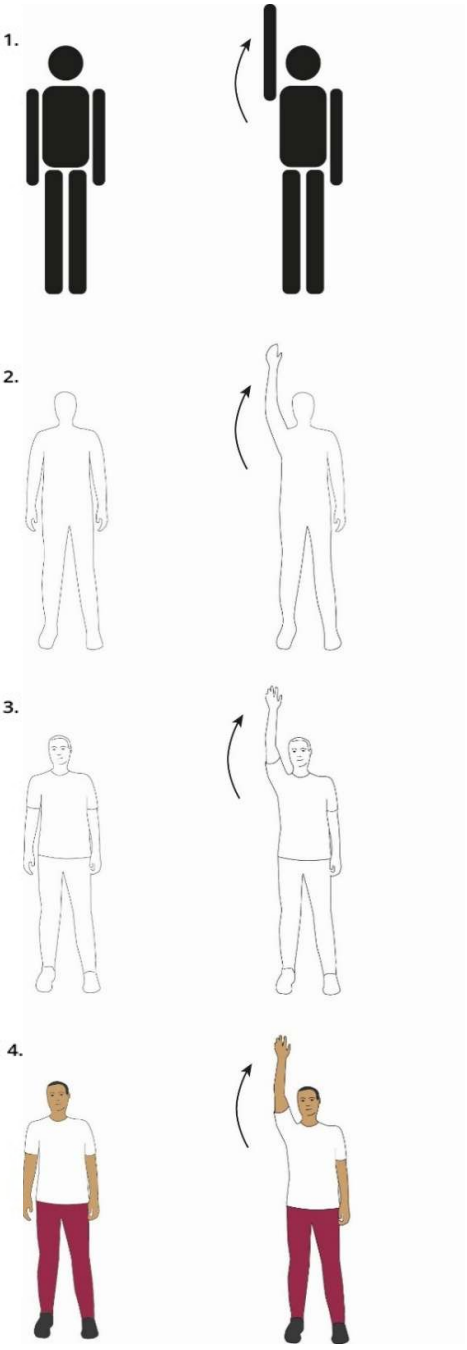
Utformning av bilderna

Eftersom användarna under intervju sagt att det är bra att kunna följa någon behövde bildmaterialet kunna användas för att instruera om rörelser och de behövde då möta vissa kriterier. Bilderna skulle behöva vara tydliga i form av att de skulle vara lätta att läsa av och förstå för att kunna användas i en arbetsmiljö. För arbetet ville jag även undersöka om bilderna fick ett mervärde av att vara mindre abstrakta, alltså gå mot det mer personliga, och om det visuella då kunde upplevas öka motivationen och på så vis också engagemanget.

Enligt Mayer (2021, s. 310) kan personalisering av ett material öka användarens engagemang. För att vidare främja detta kan ord användas i konversationsform, både text och bild användas vid instruktioner och att den som instruerar visar människoliknande gester, ögonkontakt, ansiktsuttryck och kroppsrörelser (2021, s. 402). Det mer människoliknande kan därmed tänkas bidra till mer engagemang från användaren. Användning av text och bild med syfte att instruera kan enligt Mayer (2021, s. 122) skapa verbala och visuella kopplingar för användare vilket kan främja lärande.

Enligt Melin (2011, s. 39) kan ”illustration och smaklig design” öka chansen att en användare påbörjar läsningen. En illustration med lagom positiv emotiv laddning uppges också ofta bidra till textens effektivitet. Val av bild kan därmed spela en stor roll i hur designlösningen uppfattas av användarna och kan bidra till att de engagerar sig i materialet. Samtidigt kan mer detaljerade bilder belasta läsarens uppmärksamhet genom högre detaljrikedom än stiliserade bilder. Är bilderna irrelevanta kan de också kräva en högre mental ansträngning av läsaren som då tvingas söka efter en koppling mellan den irrelevanta bilden och texten som presenteras. Det här understryks även av Malamed (2011, s. 111) som förklarar att visuella inslag kan bidra till att öka realismen men också distrahera användaren. Stiliserade bilder kan alltså ses som mer informationseffektiva än detaljerade bilder och bilder som dubblerar den text som presenteras kan ses som effektivare än de bilder som presenterar ny eller irrelevant information (Melin, 2011, s. 36–37).

Malamed beskriver ikonisk form som en destillerad eller stiliserad avbildning som fångar de essentiella karaktärsdragen av ett objekt (2011, s. 119) Ikoniska former förklaras av Malamed (2011, s. 119) som passande för många sammanhang då de främjar en snabb kommunikation och minimerar den processmängd som krävs av mottagaren för att göra rätt tolkning. En ikonisk form kan därför tänkas användas för att effektivisera avläsningen. Malamed beskriver vidare linjeteckningar som ett sätt att effektivt förmedla en bild av en mänsklig figur (2011, s. 122). Linjeteckningar beskrivs kunna identifieras av människor lika lätt som vid fotografier och linjeteckningar har visat sig kunna göra informationen minnesvärd. Endast en konturlinje uppges krävas för att skapa mening eftersom form och dimensioner i bilden tillsammans skapar förståelse av objektet (Malamed, 2011, s. 122). Linjeteckningar kan därför tänkas vara passande för att förmedla en mänsklig figur.



Figur 3 De fyra olika designförslagen.

En fullt stiliserad illustrerad person som utför rörelser kan därmed ge vinster i form av snabb avläsning eftersom annars övriga detaljer tar tid av användaren för att processa. Den här formen av illustration kan tänkas föra tankarna till gymsituationer eller instruktioner, vilket i sig inte har en självklart positiv emotiv laddning. En mer personligt illustrerad person kan tänkas ge vinster i form av att informationen upplevs som roligare eller skapa igenkänning. På samma vis kan ökningen av detaljer i bilden skapa en mindre effektiv avläsning.

För att undersöka vilken grad av stilisering i illustrationerna som passade målgruppen skapades fyra designförslag (se Figur 3) som rörde sig från helt abstrakt och stiliserad till en mer personlig och mer detaljerad figur. Den första bestående av endast enkla former som bildade en figur som representerade en person, den andra med en mer mänsklig kropp bestående av endast en konturlinje men utan igenkännande detaljer som ansiktsuttryck och klädesplagg, den tredje mer detaljerad och personlig med linjer för ansikte och klädesplagg och den sista med färg.

För att stärka hur det visuella skulle kunna motivera fick de senare av bilderna ett positivt uttryck i form av ett mindre leende. Leendet valdes att vara mindre för att upplevas som lagom och inte ett överdrivet uttryck. En form av överdrivet leende hade kunnat påverka på ett negativt sätt genom att skapa en orealistisk känsla. Bilden i färg hade färger plockade från den tilltänkta kontexten. Detta för att se

om färg hade en ytterligare påverkan av hur engagerande bilderna uppfattades. Färg kan tänkas göra att bilden uppfattas mer lekfull och livfull i motsats till de utan färg och därmed eventuellt mer motiverande.

A/B-test

För att undersöka vilken av illustrationerna som skapats som upplevdes mest motiverande och passande för en kontorsmiljö gjordes A/B-test. Testen gjordes mellan fyra alternativ och kan därmed sägas vara ett A/B/C/D-test.

De olika alternativen skrevs ut på ett papper eftersom de var tänkta att användas analogt och visades för fyra personer ur målgruppen. För testerna användes bekvämlighetsurval och testerna var i hemmiljö. För att få veta åsikterna som förklarade varför deltagarna valde alternativen kombinerades testen med intervjufrågor.

Resultat

A/B-testen visade att deltagarna upplevde att de förstod rörelsen utifrån bilderna. Det visade också att bilden med färg, fjärde alternativet, ansågs som mest motiverande och mest passande för en kontorsmiljö. Anledningar var att bilden var verklighetstrogen, i färg och utseende. Det här visar att personalisering av bilderna kan ha en effekt på vad som uppfattas som mer motiverande. Jag valde därför att arbeta med det fjärde alternativet som bildstil i arbetet.

Utformning av text

För att skapa förståelse av materialet behövdes information presenteras i textform som informerade om varför det är viktigt att röra på sig och även hur användaren kan röra på sig. Till det här utgick jag från information jag tagit del av under faktainsamling, tidigare forskning och insamling av empiri. Jag noterade delar av fakta som kunde vara relevant för målgruppen och fördelar med rörelse som kunde tänkas motivera målgruppen. Jag skrev därefter utkast och använde teori för att utveckla texten.

Enligt Elmelund Kjeldsen (2006, s. 224) riskerar man alltid att tråka ut dem man vänder sig till, både vid tal och skrift, och goda formuleringar och intresseväckande framställningar uppges kunna skapa engagemang hos mottagaren. För att texten skulle fungera övertygande och skapa engagemang användes de fyra kvaliteter som tas upp av Elmelund Kjeldsen (2006, s. 207). För att göra språket mer levande förklarar Elmelund Kjeldsen (2006, s. 208) vidare att ett sätt är att stilisera uttryck och därigenom säga samma sak men på ett mer anmärkningsvärt sätt. Det här går att se i rubriken av den färdiga texten där formuleringen ”fyll på med energi” är tänkt som ett mer tilltalande och lockande sätt att säga att man mår bra av att röra på sig mer.

För att stärka textens motiverande kraft i både innehåll och utseende användes teori från retorik kring ethos, pathos och logos. Dessa står som tidigare nämnts i teoridelen för sakens karaktär (ethos), det vill säga materialets trovärdighet, publikens känslor (pathos), hur materialet påverkar emotionellt och för sakens argument (logos), det vill säga hur logiskt materialet är utifrån presentation av till exempel fakta.

För att skapa ett material som förmedlar en trovärdig bild av avsändaren har det baserats på fakta från kända källor. Detta är tänkt att stärkas ytterligare av en balanserad layout, där bild och text samspelar och skapar ett trovärdigt intryck.

Elmelund Kjeldsen (2006, s. 127) skriver att ethos inom retoriken definieras som ”den uppfattning en mottagare har om en avsändare vid en bestämd tidpunkt”. Det innebär att ethos kan förändras för olika tidpunkter. Trovärdigheten i det här materialet stärks av att informationen grundar sig i fakta hämtad från kända källor men påverkas samtidigt av att avsändaren för materialet är en student. Om designlösningen i stället skulle användas i en situation där avsändaren var ett känt företag skulle ethos kunna ändras.

Pathos har utforskats i arbetet genom att använda sig av användarcentrerad design och haft intervjuer med målgruppen. Utifrån ett retoriskt perspektiv kan man tänkas lyfta fram informationen genom att framhäva de negativa effekterna med stillasittande eller de positiva effekterna med rörelse – för att skapa en reaktion och motivation hos användaren. Utifrån intervjuerna med målgruppen framkom att drivkraften för personerna att röra på sig var de positiva vinsterna som kommer med ökad rörelse. Till exempel att balanserad rörelse gör att man mår bättre, både fysiskt och psykiskt. Därför föll valet att fokusera på de positiva effekterna av rörelse i informationen. Det kan även tänkas vara mer passande för en kontorsmiljö eftersom det kan bidra till en positiv känsla för materialet i stället för en negativt laddad känsla. Jag valde därför att arbeta med materialet utifrån en positiv vinkel och lyfta fram de positiva effekterna med rörelse.

Designlösningen argumenterar för att användaren ska röra på sig genom att presentera de fördelar som kommer med ökad rörelse och att visa på vilka rörelser som denna kan göra när den möts av materialet.

Som tidigare nämnts kan ett konversationsspråk skapa större engagemang hos användaren enligt Mayer (2021, s. 402). Utifrån detta valdes tilltalet ”du” till användaren och språket hölls enkelt och kort. Detta valdes även för att användaren är i en arbetssituation och troligen inte har tid att läsa en längre text eller sätta sig in i ett ämne. Textmassan delades därför också upp med markeringar för att styra användarens blick till vissa delar av texten först. Detta för att skapa en förståelse av materialet utan att behöva stanna och läsa och samtidigt framhäva de delar som kunde tänkas motivera användaren att ta del av designlösningen (se Figur 4).

Nudge

Thaler och Sunstein (2021, s. 65) skriver att ett av de mest effektiva sätt att använda nudge är via sociala influenser. Sociala influencer beskrivs finnas inom

två kategorier (2021, s. 65–66). Den första involverar information och den andra grupptryck. Den första beskrivs vara den information vi agerar efter som vi anser är bäst att tycka eller göra, som att plocka upp efter sin hund. Den andra beskrivs som val av beteende utifrån vad man tror att andra tycker, som att välja ett beteende för att inte få en viss blick eller för att framstå som bättre i någons ögon. Utifrån rollen som informationsdesigner kan man inte påverka den sociala miljön i kontexten men man kan arbeta för att designlösningen har möjlighet att användas på ett sätt som stöttas av sociala influenser.

Enligt Thaler och Sunstein (2021, s. 67) kan människor fungera som en nudge eftersom vi lätt anpassar oss till andra människor. Att informera om vad andra tänker och gör kan på så vis vara ett effektivt sätt för att ändra ett beteende (Thaler & Sunstein, 2021, s. 83). Till textinformationen valdes därför också att ta med fakta om undersökningar på arbetsplatser med kontorsarbete som visat ge positiva resultat. Detta var tänkt att ytterligare kunna påverka användarna till att göra en beteendeförändring och använda materialet till att röra på sig mer i vardagen. Eftersom de tar del av information om att andra människor med liknande arbete har uppfattat det som något bra att röra på sig mer under arbetsdagen. Samtidigt gäller det som Thaler och Sunstein (2021, s. 79) skriver att ha en förståelse för att användarna är individer och kan därför reagera olika på en form av social nudge. Det är därför inte en självklarhet att den här textinformationen skulle ge en nudge-effekt för varje användare men informationen stärkte samtidigt designlösningens trovärdighet, det vill säga ethos, vilket kan ge en ytterligare positiv effekt för viljan att använda designlösningen.

Figur 4 Utkast för text (vänster) och färdig text (höger).

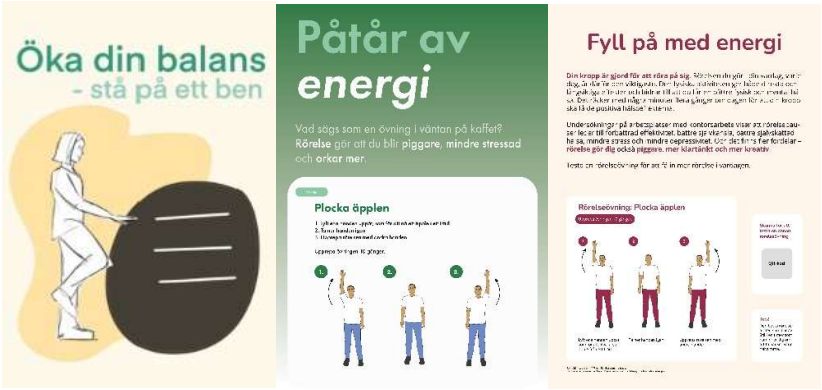
Layout och prototypande

Utifrån arbetet med bild och text skapades en mer utvecklad prototyp av designlösningen. Detta var först i form av en enkel skiss och sedan i mer utvecklad och bearbetad form och i A3-format. Här testade jag olika layouter (se Figur 5). Eftersom designlösningen var tänkt att sitta uppe i en kontorsmiljö och användas av personer under arbetstid, där man kan vara upptagen eller stressad, var mitt mål att skapa en layout som var enkel att lokalisera informationen i och på så vis inte ta upp för mycket tid av användaren. I början av arbetet med prototyper utgick jag från lunchrummet som placering av designlösningen eftersom det noterats som en möjlig placering under observation av platsen.

För att stötta en effektiv visuell avläsning av ett material bör designen ges det Ware (2021, s. 42–43) kallar för storskalig och småskalig struktur. Det vill säga att designen ska ges en struktur byggd av flera skalor för att öka dess visuella effektivitet. För att uppnå en enkel översikt för användaren valde jag att arbeta med en tydlig hierarki i form av rubriker, skala och gruppering.

Högst upp placerades en rubrik, tänkt att locka användaren att upptäcka och ta del av materialet. Under rubriken följde information om varför det är bra att röra på sig. I den undre delen av materialet placerades förslaget på en rörelseövning som användaren kunde göra i samma stund som den tog del av materialet. I det här läget fanns alltså flertalet informationsdelar som användaren förväntades ta del av. Ware (2021, s. 26–37) skriver att en lösning för att få flera delar i en information att sticka ut är att använda sig av flera kanaler, som storlek och färg – vilka processas separat i visuell cortex. En design kan också göras visuellt effektiv genom användning av lättförståeliga grafiska mönster, som närhet, linjering och inneslutande konturer (Ware, 2021, s. 54–55).

Rörelseövningen placerades inom en form vilket grupperade den delen och samtidigt fick den att sticka ut något från den övriga informationen. Det här var för att förtydliga att informationen inom formen var en egen del men också för att förenkla för användaren om denne redan läst textinformationen tidigare att senare direkt kunna lokalisera och använda sig av rörelseövningen. Kontraster i skala användes för att skapa en läsordning och hierarki i materialet. I övrigt användes färg för att skilja på rubriker, brödtext, bakgrund och gruppering av rörelseövningen.



Figur 5 Tidig skiss (vänster), utvecklad prototyp (mitten) och färdig designlösning (höger).

Varianter av designlösning

En likande layout behölls för två andra designlösningar som skulle kunna användas i andra utrymmen i kontexten.

Variant för konferensrum

En mindre variant i A5 skapades med syfte att fungera för konferensrummet (se Figur 6). Att designlösningen är mindre möjliggör att den kan användas med ett ställ på bordet och på så vis uppmärksammas när man sitter på ett möte. För den här designlösningen valdes en övning som kan göras medan man sitter ner för att informationen ska vara relevant för kontexten. Den hade i övrigt samma information.

Figur 6 Designlösning i A5-format.

Variant för lunchrum eller övriga utrymmen

En annan variant av designlösningen i A3-format skapades för att påminna om de rörelser man kan göra för att få in mer rörelse i vardagen i form av promenader med mera (se Figur 7). Dessa kunde tänkas placeras i korridor eller på toalettdörr, eller som ett alternativ till informationen tänkt till lunchrummet.

Enligt Thaler och Sunsterin (2021, s. 132) är roligt ett verktyg för att skapa en bra nudge. Som exempel på roligt nämner författarna lotterier (2021, s. 134). Det fick mig att tänka på att använda ett lotteri eller funktionen att snurra ett hjul för att få en rörelseövning som en vinst. Den här informationen skiljer sig genom att användaren inte alltid kan göra den direkt i stunden. Men att lotta en rörelse via en QR-kod gav då också chansen för användaren att ta med sig påminnelsen i mobilen samtidigt som det kan upplevas som ett roligt sätt att ta del av informationen.

Figur 7 Variant av designlösning i A3-format (vänster) och tillhörande QR-kod (höger).

Som bild till affischen skapades en figur som promenerar i en naturmiljö. Detta för att promenader var något som alla intervjuade lyfte och för att det var tänkt som en av de rörelser man kunde få via QR-koden. Bilden var tänkt att ha ett dekorativt och estetiskt värde genom att visa en naturmiljö samtidigt som den skulle fungera som en påminnelse och koppla till texten. Som bild till QR-koden skapades en bild av två personer som promenerar på en ”Walk and talk”.

Färg

I början av arbetet med prototyper fick designlösningen en grön färg som bakgrund. Detta för att grönt ofta används för att visa på hälsa. Figuren fick också blå byxor som skulle påminna om jeans, vilket är ett typiskt basplagg. Vid jämförelse med färgerna jag plockat ut från kontexten såg jag att det kunde göra att designlösningen stack ut mycket från den övriga miljön. Även om det kan vara bra för att designlösningen ska upptäckas kan det också uppfattas som störande eller stressande när något skiljer sig för mycket från miljön och kallar på användarens uppmärksamhet. Under arbetet landade jag i stället i användningen av röda toner som fanns i kontexten. Designlösningen fick en ljus bakgrund från det ljusa träet i miljön och de mer mättade röda färgerna användes endast som detaljer för att markera olika delar, som rubriker.

Synen av rött kan göra att vi känner oss levande och alerta (Lupton, 2017, s. 108). Rött kan därmed kopplas till energi och rörelse, vilket passar detta material, men färgen kan också kopplas till varnings- eller stoppsymboler och därför användes den mer mättade färgen sparsamt. Lupton (2017, s. 108) skriver också att ljusa varma färger kopplas till glädje och att en del resultat visar att röda färger tenderar att aktivera och energisera användarens sinnesstämning.

Typsnitt

I början användes ett typsnitt för hela informationen. Senare valdes ett annat typsnitt för rubrikerna som var mer rundat. Som tidigare nämnts kan även val av typsnitt ha en påverkan på materialets retorik. Det mer rundade typsnittet valdes för att det antogs kunna ge en mer personlig, glad och välkomnande känsla i materialet. Detta för att ytterligare få fram den positiva motivation som nämnts tidigare.

Bild och text i samverkan

Bildanvändningen i affischerna har en instruerande funktion men också en kompletterande funktion till textanvändningen.

Varför läsaren ska röra på sig och vilka positiva effekter det kan ge förklaras med text och samma information illustreras inte med bild. Däremot är bilderna i affischerna tänkta att ha en kompletterande effekt genom att skapa associationer till rörelse som kan göras av läsaren. Gällande rörelseövningarna är det en rörelseövning som kan tänkas göras direkt. I affischen med slump används i stället

en mer dekorativ bild med utomhusmiljö och promenad som kan skapa associationer till att rörelse kan ske utomhus. Bildens mer dekorativa form kan även skapa en positiv känsla som kan förstärka texten.

Rörelseövningarna visades med illustrationer på affischerna men fick även text för varje steg som förtydligade hur övningen skulle utföras. Melin (2011, s. 36–37) skriver att bilder som dubblerar den text som presenteras kan ses som effektivare än de bilder som presenterar ny eller irrelevant information. På ett liknande sätt skriver Houts et al. (2006, s. 188) att om text som ska förklara en bild är otydlig för läsaren kan också bildens mening bli otydlig. Jag ville därför att text och bild till övningarna skulle presentera liknande information men att texten också skulle ha en förtydligande funktion för att underlätta förståelsen av utförandet. Övningen plocka äpplen illustrerades i tre steg för att ytterligare förtydliga även genom bild att övningen skulle göras med båda armar.

Utveckling av materialet

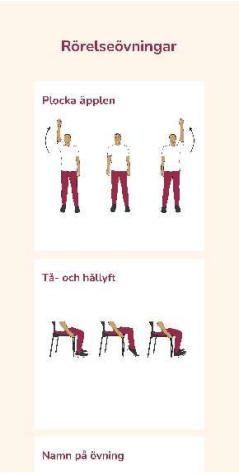
Iterativ process

Under arbetet har jag jobbat mellan olika delar i processen. Jag har tagit steg framåt, som att skapa prototyper, för att sedan tagit steg bakåt, som att se till den information jag samlat från målgruppen och kontexten. Arbetet har på så vis varit en iterativ process. Med iterativ menas upprepande (Wikberg et al., 2021, s. 32).

Wikberg et al. (2021, s. 32–33) skriver att iteration innebär att gå tillbaka till orsaken för uppdraget, detta för att skapa förståelse för användarupplevelsen och för att kunna tänka nytt. Det beskrivs som ett sätt att säkerställa sig om att användarbehoven uppfylls.

Användarupplevelse

Vid ett steg tillbaka till informationen från målgruppen funderade jag ännu en gång på användarupplevelsen av materialet. En fundering jag haft var hur olika rörelseövningar skulle kunna inkluderas i materialet. Även om variation i rörelser inte var något som direkt lyfts från målgruppen gör fler val av rörelseövningar materialet mer tillgängligt för flera. Jag valde därför att lägga till en QR-kod som var tänkt att leda användaren vidare till fler övningar (se Figur 8).



Figur 8 QR-kod rörelseövningar.

Det här öppnade även upp fler alternativ för att målgruppen skulle kunna gå och hämta en övning, vilket också togs upp under en intervju. Det har även möjlighet att hålla designlösningen aktuell längre eftersom mer information finns att hämta och inte hela det fysiska materialet behöver bytas ut. Det skapar också möjlighet

för att användas under ledning från en person under ett möte. Då denne kan skanna och välja en övning som alla kan göra tillsammans.

Rubrik

I studien av Kerr et al. (2001) visade resultaten att val av meddelande på affischerna kunde ge olika starka resultat på om personerna valde trapporna eller inte. Texten ”Stay healthy, save time” visade ge stark effekt på kvinnliga pendlare men låg effekt på kvinnliga besökare av köpcentret. Min tolkning är att det kan bero på att pendlare har ett större behov av att spara tid och texten blir då mer tilltalande för den gruppen. Jag tänkte därför att jag ville skapa en rubrik som sammanfattade vad som kunde vara viktigt för målgruppen och samtidigt fungera som en intresseväckande öppning för att locka till läsning av materialet.

Under arbetet med prototyper av designlösningen, som i början var tänkt att sitta i kontexten lunch- och fikarum vid kaffebryggare, valde jag först rubriken ”Påtår på energi” för att anspela på platsen och informationens innehåll. Rubriken ändrades sedan till ”Fyll på med energi” för att kunna fungera för flera ytor i kontexten och för att koppla ihop designlösningarna om flera skulle skrivas ut och användas samtidigt på olika platser.

Test med användare

Think-aloud Protocol och intervjuer

För att få veta hur användarna uppfattade designlösningarna användes Think-aloud Protocol och intervjuer. Testen gjordes under tre dagar i kontexten. Mötena bokades in utifrån när det passade deltagarna, som vid tidigare intervjuer.

Designlösningarna presenterades utskriva på papper i det format som de var tänkt att användas i. Alternativen för QR-koder var även de utskrivna och presenterades nedvända så att deltagarna kunde använda QR-koden genom att vända upp pappret som visade vad QR-koden ledde till.

Först användes Think-aloud Protocol där deltagarna ombads tänka högt kring deras första intryck av designlösningarna, de ombads också ta del av materialet som om de skulle använda dessa. Detta var för att få veta hur användarna upplevde designlösningarna och om användningen skapade några problem eller känslor för användarna.

Figur 9 Fotografi från testtillfälle.

Efter detta hade jag semi-strukturerade intervjuer med deltagarna. Detta för att vidare undersöka delar av designlösningarna och utveckla frågor som kom fram under Think-aloud Protocol. Frågorna berörde användning i kontexten, designlösningarnas informationsmängd, uttryck och relevans för målgruppen.

Resultat av användartest

Rubriken plockades upp av en deltagare och sågs spegla det man behöver under vissa dagar (fylla på med energi) rubriken ansågs också fånga ögat och fungera som en påminnelse. Användningen av rött i texten lyftes av två deltagare. Den ena deltagaren lyfte att meningen ”din kropp är gjord för att röra på sig” i kombination med att man såg bilden för rörelseövningen gjorde att man ville göra övningen. Den andra deltagaren uppskattade att markeringen gjorde att man direkt fastnade på den texten. En deltagare förklarade att denne först läst den röda delen av texten, vilket gjorde att man förstått innebörden av texten, och sedan läst resten av texten. Det togs också upp att vissa skulle kunna uppfatta det som mycket text men deltagaren själv tyckte att det fungerade och att just den röda texten skapade en förståelse, utan att läsa allting, och kunde göra att man ville läsa vidare efter att man läst den röda texten. Informationen ansågs relevant av alla deltagare och informationsmängden som lagom. En deltagare uttryckte att fördjupningen i texten, med syfte på användningen av fakta i form av undersökningarna som nämndes och att det stod varifrån fakta var hämtad, gav en boostande effekt till att det var något man behöver göra.

Färgval i materialet i övrigt nämndes av alla deltagare på lite olika sätt. En deltagare nämnde att färgerna går igen i materialet gör det tydligt och inspirerande. En deltagare kopplade färgvalet till något seriöst, vilket gjorde att designlösningens sågs som något som var på riktigt, samtidigt som det fanns en skoj känsla. Färgerna kommenterades också som en färgsättning man upplevdes jobba med på platsen. En deltagare nämnde att rött kan signalera deadline men tyckte att det här inte gjorde det. Den röda färgen beskrevs i stället som lugnande och samtidigt något som fångar ens uppmärksamhet.

På frågan ”upplevde du någon del i designen som mer eller mindre motiverande?” svarade alla deltagare spontant nej men utvecklade sedan med fler kommentarer. En deltagare uttryckte att inget kändes mindre motiverande och att det kändes mer motiverande att man såg en fysisk rörelse, och gav då exempel i form av rörelseövningen med pil. En annan deltagare tog också upp bilden på övningen och kommenterade att det var bra att man direkt såg en övning och inte bara text. Bilden som användes för ”walk-and-talk” till QR-koden övervägdes av en deltagare att vara mer motiverande än den som visade en person på affischen, samtidigt som det nämndes att vissa kanske uppskattar att promenera själva. En deltagare tyckte det var svårt att säga och lyfte fördelar med alla varianterna. Här lyftes färgval och tydlighet i rubriker men också att en variant med rörelseövning behövdes när man var trött eller medan man höll på med saker i jobbet samtidigt som den andra varianten var bra för att snabbt kunna ta fram ett tips och också få en påminnelse.

Motiverande inslag framkom under andra delar av intervjuerna. Rubriken, som nämnts tidigare, lyftes som en uppskattad del, precis det man behöver och att ha en påminnande effekt och informera om att rörelse gör att man fyller på med energi. Fördjupningen i texten, som nämnts tidigare, ansågs av en deltagare att boosta känslan av att det är något man behöver göra. Bild i form av en rörelseövning kommenterades av alla deltagare som något som gjorde att man vill göra rörelsen. En deltagare kommenterade att utseendet på figurerna uppskattades och att det kändes trevligare än annan rörelseinformation man sett tidigare. Deltagaren kommenterade också att det estetiska värdet kunde motivera eftersom det gjorde att man ville titta på det och ha det framme. Det kommenterades också att denne försökt hitta rörelseövningar att skriva ut tidigare men att denne inte hittat något. En deltagare uttryckte tanken med lottning som jättekul och att det var roligt att slumpa fram något. En annan deltagare kommenterade det som en kul och bra grej. Alternativen som fanns att lotta fram var också alla uppskattade.

Vid frågan vilket av alternativen deltagarna själva trodde att de skulle använda sig mer av om det redan fanns i miljön svarade två deltagare varianten där man slumpar. En deltagare svarade att det mindre alternativet med rörelseövningar troligen skulle användas mest då denne såg att det fungerade för dagar där man ville komma ihåg att ta rörelsepauser och designlösningen då erbjöd dessa och påminde utan att man själv behövde förbereda något. Men affischen med slump uppgavs också under en annan del av intervjun som det alternativ som deltagaren gillade mest.

Deltagarna tillfrågades om man skulle velat att designlösningarna alla ledde till båda QR-koderna. En deltagare ansåg att det bästa för denne vore om affischen med slump ledde till båda QR-koderna. De två andra deltagarna uppskattade att QR-koderna var separata och ville behålla det så. Anledningar var att det var skönt när det var enkelt med inte för mycket val och att det var tydligt.

Det framkom under intervjuerna att deltagarna såg några olika användningsområden för designlösningarna och var de skulle fungera bäst i miljön. En deltagare tyckte att den mindre varianten passade för att ha framme på tillfällen som konferens medan en annan deltagare såg att den mindre varianten kunde passa inne på kontoren. En deltagare ansåg att affischen med rörelseövningar passade perfekt att ha i konferensrummet och att affischen med slump skulle passa bra i lunchrummet. En annan deltagare beskrev att använda alla designlösningar som en kombination i miljön ansågs vara det bästa. Det här för att det kunde passa flera eftersom personer är olika och vissa vill se en övning medan andra kan tycka att det är kul med något nytt. Här kommenterades också att ålder eventuellt skulle kunna spela in på vad man föredrar och vana av QR-kod. Alla deltagare ansåg att designlösningarna skulle passa i miljön och det fanns inget tydligt val av endast en variant.

Sammanfattning

Vid tillfällena noterades att upplevelsen av designlösningarna var positiv och inte ledde till några negativa användarupplevelser. Ord som användes vid första

anblick var inspirerande, inbjudande och superbra. Materialet beskrevs som tydligt, rent och enkelt. En deltagare beskrev det som inspirerande och att man ville prova. Bilderna för rörelseövningarna beskrevs som att det fick en att känna att man ville göra en övning. Alla deltagare ansåg att det var lagom mängd information och att informationen var relevant. Informationen var inget deltagarna inte redan visste men samtliga ansåg att det var bra att bli påmind om. De röda markeringarna i texten uppskattades för tydlighet och som ett sätt att ta del av texten. Under intervjun svarade två deltagare att de valde affischen med slump som den affisch de själva troligen skulle använda mest om materialet fanns i miljön. Det fanns samtidigt inget tydligt val av endast en variant för användning i kontexten då deltagarna såg användningsområden för alla varianter och en deltagare var tydlig med att man ansåg att en kombination var det bästa. Vid frågan om QR-koder föredrog en deltagare att affischen med slump skulle leda till båda alternativen av QR-koder medan två deltagare ansåg att dessa skulle var separata.

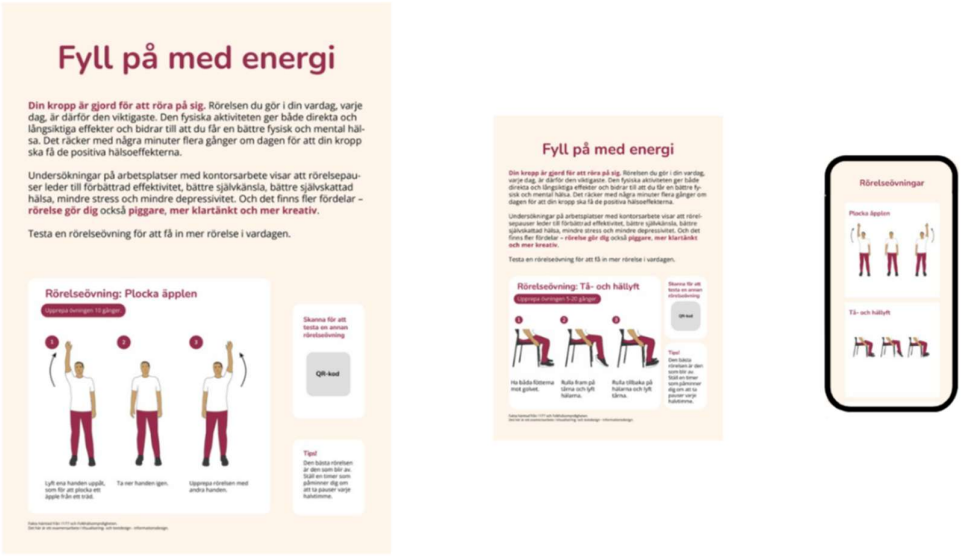
Utveckling av materialet

Think-aloud Protocol med intervjuer visade att designlösningarna var uppskattade och något som målgruppen ville använda sig av. En deltagare kommenterade att det skulle vara bra att kunna lotta om på mobilskärmen och inte behöva skanna affischens QR-kod igen. Detta förenklar användningen av designlösningen och detta korrigerades därför i designen (se Figur 10).

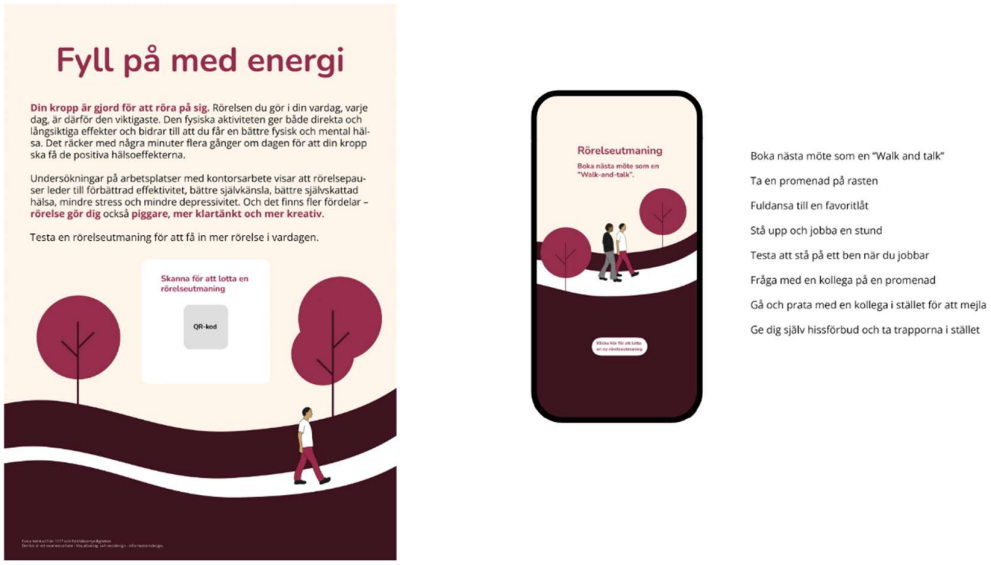
Figur 10 Uppdaterat utseende för QR-kod.

Färdigt resultat

Det färdiga resultatet blev tre designlösningar som består av två A3-affischer och en A5-variant av en av affischerna (se Figur 11 och Figur 12). Affischerna leder i sin tur vidare till material via QR-koder. Den ena varianten, i A3- och A5-format, leder till fler övningar. Den andra varianten av A3-affisch leder till att användaren lottas en rörelseutmaning. Formaten möjliggör placering utifrån vad som passar platsen. Designlösningarna kan användas som tillfälliga insatser för att öka rörelsen på platsen men fungerar också som längre lösningar då QR-koderna leder vidare till mer material.



Figur 11 Färdigt resultat med information om rörelseövningar. A3-affisch (vänster), A5-variant (mitten) och tillhörande QR-kod (höger).



Figur 12 Färdigt resultat med information om rörelseutmaningar. A3-affisch (vänster), tillhörande QR-kod (mitten) och alternativ som är tänkt att kunna lottas fram (höger).

Diskussion

Det här arbetet har handlat om utformning av analoga designlösningar för att främja ökad rörelse för en arbetsplats med kontorsarbete utifrån ett informationsdesignperspektiv. Arbetet har utgått från ett användarcentrerat perspektiv där intervjuer, observation och tester med målgruppen har använts under arbetets gång för att ta fram designlösningarna. Arbetet har också varit ett försök på att undersöka hur det visuella och textuella kan användas för att stärka designlösningarnas motiverande och engagerande kraft för målgruppen. Arbetet resulterade i tre varianter av designlösningar.

Arbetet är ett mindre och kvalitativt arbete. Arbetet har en styrka i att målgruppen har inkluderats under processen. Målgruppens behov och åsikter har genom det kunna undersökts och varit en stor del i arbetet med att utforma designlösningarna. Arbetet har däremot en svaghet i ett lägre deltagarantal. Ett arbete med fler deltagare skulle kunna spegla en mer allmän åsikt och det lägre antalet gör att svaren inte kan sägas representera målgruppen som helhet.

Ett mönster vid A/B-test av bilderna var att det mer mänskliga var att föredra. Det här går i linje med det Mayer (2021, s. 402) skriver om att utformning av ett material kan bidra till ökat engagemang. Stilen på bilderna lyftes även av en deltagare vid ett senare testtillfälle som något som upplevdes motiverande vilket vidare visar att bildernas utformning kan ha en påverkan på hur materialet upplevs.

Ett annat mönster var att användningen av nudge i form av lottning beskrevs som roligt och uppskattat av målgruppen. Vilket går i linje med det Thaler och Sunstein (2021, s. 132) skriver om att använda roligt som ett verktyg för att skapa en bra nudge. Den varianten valdes även av två av deltagarna som den affisch de själva troligen skulle använda sig av mest. Även om det också var tydligt att deltagarna ville använda alla varianter. Jag tolkar det som att nudge i form av ett roligt inslag är något som bör övervägas vid utformning av rörelseinformation för målgruppen. Lottningen i sig kan också ses som en form av spelifiering av informationen och även det kan därför vara något som bör övervägas vid utformning och vidare forskning.

Hur mycket texten påverkade målgruppens motivation gick inte att avläsa genom att se på en majoritet av åsikter från testerna. Däremot visade intervjuerna att formuleringen av rubriken lyftes som en uppskattad del av en deltagare. Meningen ”din kropp är gjord för att röra på sig” i kombination med att man såg bilden för rörelseövningen ansågs också av en deltagare bidra till att man ville göra övningen. Det här kan tolkas som att formuleringar i texten och kombination av text och bild påverkat deltagarens engagemang till designlösningarna. Fördjupningen i texten, i form av information om undersökningar och var denna fakta var hämtad från, ansågs av en deltagare att boosta känslan av att det är något man behöver göra. Det kan tolkas som att informationen bidrog till trovärdigheten

i form av att textens ethos stärktes och att det hade en motiverande effekt. Men detta var som nämnts svar från en deltagare och därmed inte en majoritet. Textens påverkan på motivation och engagemang från målgruppen ser jag därför kunnat undersökts mer genom test som tydligare pekade på för- och nackdelar. Det hade varit intressant att använt ett A/B-test tidigare i processen där två texter jämförts för att samla in fler åsikter från målgruppen.

Om jag hade gjort om undersökningen ser jag att det hade varit intressant att kunna jämföra designlösningarna med material som inte hade utgått från teorier inom informationsdesign på samma sätt. Det hade kunnat ge tydligare svar på vilken designlösning som föredrogs i kontrast till en annan. Det hade också varit intressant att i ännu större utsträckning inkluderat användare för arbetet. Testerna har gett en inblick i hur designlösningarna tolkas av målgruppen och vilka delar som uppmärksammas och inte. Ett vidare och större arbete skulle behövas för att fånga upp åsikter från en större del av målgruppen. Jag ser att detta skulle kunna göras genom enkätundersökningar eller långtidsstudier i kontorskontexter där designlösningarna fick användas och sen utvärderas.

Slutsats

För att motivera och engagera målgruppen visuellt tolkar jag resultaten från testerna som att se en bild som visar rörelse uppgavs ha en motiverande kraft i form av att man då ville göra rörelsen. A/B-testerna visade också att hur bilderna var utformade kunde upplevas som att de gav en mer eller mindre motiverande effekt. Bildernas utseende kommenterades också under ett senare test, där man beskrev det estetiska värdet som att kunna bidra till att man ville ha materialet framme. Utifrån dessa resultat kan man göra antagandet att en mer mänsklig och konkret bildstil är att föredra över en mer stilistisk och abstrakt bildstil. Det här visar på att en designlösning som ska engagera målgruppen till rörelse bör inkludera bilder som visar rörelse och vid utformningen av bilder gå mot det mer mänskliga.

För att motivera och engagera målgruppen textuellt tolkar jag resultaten från testerna som att inkludering av information om varför man bör röra på sig uppskattades och bör därför vara en del av designlösningen. Delar av svaren från intervjutillfällen kan tolkas som att formuleringar i texten och kombination av text och bild påverkat deltagares engagemang till designlösningarna. Dessa svar visade att rubriker och röda markeringar fångade uppmärksamhet. De röda markeringarna sas också kunna uppfattas snabbt och skapa en förståelse för textinnehållet. Fördjupningen i texten, i form av information om undersökningar och var fakta var hämtad från, ansågs av en deltagare förstärka känslan av att det är något man behöver göra. Det tyder på att formuleringar i texten och framhävande av information har möjlighet att påverka engagemanget för text och designlösningen.

Som helhet om man ser till bild och text i samverkan visar resultaten på att visuella signaler, som rubriker och färg, för att skapa tydlighet uppskattades och användningen av bild ansågs positivt och kunde i kombination med textinslag vara en bidragande faktor till att man ville ta del av eller använda designlösningen. Det stämmer överens med att bild och formgivning kan gynna påbörjad läsning och textens effektivitet samt att visuella signaler för att skapa ordning i materialet uppskattas av läsare (Melin, 2011, s. 39).

Testerna visade också att alla deltagare såg användningsområden för alla designlösningar. Alla deltagare uppskattade också användningen av QR-koder som ledde till mer material. Det påpekades också att det var något som gör att designlösningarna kan hålla längre och passa för flera. Dessa svar pekar på att flera olika varianter och format kan vara att föredra för att passa olika kontexter, situationer och målgruppen och att QR-koder är ett möjligt sätt att göra att designlösningen håller sig aktuell längre.

Två av deltagarna valde affischen med slump som den designlösning de själva trodde de skulle använda mest och varianten uppskattades av alla deltagare. En form av rolig nudge, som lotteri, kan därmed tänkas spela en roll i ökad

motivation att ta del av materialet. Jag ser därför att ett roligt inslag bör övervägas att inkluderas för design av rörelseinformation till målgruppen. Men jag tolkar det också som att olika information kan passa olika bra för användningen av en rolig nudge då ingen av deltagarna uppgav att de hade velat kunna lotta en rörelseövning men uppskattade den information som fanns att lotta fram.

Slutligen visade testerna att deltagarna uppskattade den tydlighet som fanns i materialet. Mängden information upplevdes som lagom av samtliga deltagare och uppdelningen i materialet, i form av rubriker och färg, noterades av samtliga. Det här ser jag som ett tecken på att designlösningarna var lättförståeliga och en slutsats är därför också att en genomtänkt formgivning kan vara viktig för en god användarupplevelse för målgruppen.

Källhänvisning

1177. (20 april 2026). *Varför ska jag röra på mig*. https://www.1177.se/liv--halsa/fysisk-aktivitet-och-traning/varfor-ska-jag-rora-pa-mig/

1177. (20 april 2026). *Vardagsmotion*. https://www.1177.se/liv--halsa/fysisk-aktivitet-och-traning/vardagsmotion/

Andersson, M. (2023). *Pausa med rörelse : Ett arbete om hur instruktioner kan gestaltas för att öka fysisk aktivitet hos personer med stillasittande arbete*. https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mdh:diva-63570

Cirkus reklambyrå. (20 april 2026). *10 roliga sätt att få in mer rörelse på jobbet*. https://circusreklam.se/case/artikel-10-roliga-satt-att-fa-in-mer-rorelse-pa-jobbet/

Denscombe, M. (2018). *Forskningshandboken : för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna* (Fjärde upplagan). Studentlitteratur.

Folkhälsomyndigheten. (24 april 2026). *Affisch fyra övningar.* https://www.folkhalsomyndigheten.se/contentassets/efcd99b9807e46c7814763d3c17e11c5/affisch-fyra-ovningar-liggande-a4.jpg

Folkhälsomyndigheten. (2 april 2026). *Arbetslivet – så här kan rörelsemotivation främjas.* https://www.folkhalsomyndigheten.se/vara-amnesomraden/fysisk-aktivitet-och-stillasittande/arbetslivet-sa-har-kan-rorelsevariation-framjas/

Folkhälsomyndigheten. (20 april 2026). *Det här händer i kroppen när du rör på dig.* https://www.folkhalsomyndigheten.se/vara-amnesomraden/fysisk-aktivitet-och-stillasittande/om-fysisk-aktivitet-och-stillasittande/vardagsrorelse-ar-bra-for-halsan/det-har-hander-i-kroppen/

Folkhälsomyndigheten. (2 april 2026). *Fysisk aktivitet och stillasittande i befolkningen.* https://www.folkhalsomyndigheten.se/vara-amnesomraden/fysisk-aktivitet-och-stillasittande/om-fysisk-aktivitet-och-stillasittande/fysisk-aktivitet-och-stillasittande-i-befolkningen/

Folkhälsomyndigheten. (2 april 2026). *Om fysisk aktivitet och stillasittande.* https://www.folkhalsomyndigheten.se/vara-amnesomraden/fysisk-aktivitet-och-stillasittande/om-fysisk-aktivitet-och-stillasittande/

Folkhälsomyndigheten. (20 april 2026). *Vardagsrörelse är bra för hälsan*. https://www.folkhalsomyndigheten.se/vara-amnesomraden/fysisk-aktivitet-och-stillasittande/om-fysisk-aktivitet-och-stillasittande/vardagsrorelse-ar-bra-for-halsan/

Folkhälsomyndigheten. (2 april 2026). *Vardagsrörelse är viktig men svår att få till.* https://www.folkhalsomyndigheten.se/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/2026/april/vardagsrorelse-ar-viktig-men-svar-att-fa-till/

Folkhälsomyndigheten. (20 april 2026). *Varje rörelse räknas.* https://www.folkhalsomyndigheten.se/publikationer-och-material/publikationsarkiv/v/varje-rorelse-raknas--vardagsrorelsens-betydelse-och-hur-vi-kan-bryta-stillasittandet/

Genf, L., & Laurent, J. (2014). *Omvärldsanalys i praktiken* (2. uppl.). Liber.

Houts, P. S., Doak, C. C., Doak, L. G., & Loscalzo, M. J. (2006). The role of pictures in improving health communication: a review of research on attention, comprehension, recall, and adherence. *Patient education and counseling, 61(2)*, 173–190. https://doi.org/10.1016/j.pec.2005.05.004

Iversen, M. K., Händel, M. N., Jensen, E. N., Frederiksen, P., & Heitmann, B. L. (2007). Effect of health-promoting posters placed on the platforms of two train stations in Copenhagen, Denmark, on the choice between taking the stairs or the escalators: a secondary publication. *International journal of obesity (2005)*, *31*(6), 950–955. https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0803497

Kerr, J., Eves, F.F. and Carroll, D. (2001), The influence of poster prompts on stair use: The effects of setting, poster size and content. *British Journal of Health Psychology*, 6: 397-405. https://doi.org/10.1348/135910701169296

Kjeldsen, J. E., & Torhell, S.-E. (2006). *Retorik idag : introduktion till modern retorikteori* (1. uppl). Studentlitteratur.

Kwak, L., Kremers, S. P., van Baak, M. A., & Brug, J. (2007). A poster-based intervention to promote stair use in blue- and white-collar worksites. *Preventive medicine*, *45*(2-3), 177–181. https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2007.05.005

Larsson, L. (2014). *Tillämpad kommunikationsvetenskap* (4., [bearb.] uppl.). Studentlitteratur.

Lindqvist, J. (2016). *Klassisk retorik för vår tid* (2., rev. uppl. / [sakgranskare: Christian Kock]). Studentlitteratur.

Lupton, E. (2017). *Design Is Storytelling*. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.

Malamed, C. (2011). *Visual language for designers : principles for creating graphics that people understand* (1st edition). Rockport Publishers.

Martin, B., & Hanington, B. (2012). *Universal methods of design : 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions* (1st edition). Rockport Publishers.

Mayer, R. E. (2021). *Multimedia learning* (Third edition.). Cambridge University Press.

Melin, L. (2011). *Texten med extra allt : om text, bild och grafisk form - i samverkan* (1. uppl). Liber.

Nooijen, C. F. J., Kallings, L. V., Blom, V., Ekblom, Ö., Forsell, Y., & Ekblom, M. M. (n.d.). Common Perceived Barriers and Facilitators for Reducing Sedentary

Behaviour among Office Workers. *International Journal of Environmental Research and Public Health.*, *15*(4). https://doi.org/10.3390/ijerph15040792

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things* (Revised and expanded edition.). Hachette UK.

Sunstein, C. R., & Reisch, L. A. (2023). "Introduction to the Research Handbook on Nudges and Society". In Research Handbook on Nudges and Society. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. https://doi-org.ep.bib.mdh.se/10.4337/9781035303038.00006

Suntarbetsliv. (2026-04-24). *Pausgympa – affisch*. https://www.suntarbetsliv.se/wp-content/uploads/2023/10/Pausgympa-affisch-extern.pdf

Södermalms stadsförvaltnings facebooksida. (24 april 2026). *Välkomna till Fatbursparkens utegym*. https://www.facebook.com/sodermalmssdf/posts/v%C3%A4lkomna-till-fatbursparkens-utegym-stockholms-stad-har-nu-f%C3%A4rdigst%C3%A4llt-utegymme/1687437834740176/?locale=sv_SE

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2021). *Nudge : the final edition*. Yale University Press.

Tobiasson, H., Hedman, A. & Sundblad, Y. Still at the office – Designing for Physical Movement Inclousion During Office Work. Presented at the ICH'14 XIII Brazilian Symposium on Human Factors in Computer Systems, 27th to 31th October 2014, Brazil. Hämtad från https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mdh:diva-52488

Västra götalandsregionen. (24 april 2026). *Rörelseguiden, träning hemma start, utan redskap*. https://mellanarkiv-offentlig.vgregion.se/alfresco/s/archive/stream/public/v1/source/available/sofia/rhs6074-857192069-252/native/Tr%c3%a4ningsprogram%20R%c3%b6relseguiden%20tr%c3%a4ning%20hemma%20start%20utan%20redskap%20ExorLive.pdf

Ware, C. (2021). *Visual thinking for information design* (Second edition). Elsevier Science & Technology.

Wikberg-Nilsson, Å., Ericson, Å., & Törlind, P. (2021). *Design - Process och metod* (2 uppl.). Studentlitteratur AB.

Bilagor

Bilaga 1 – Intervjufrågor

Anteckningar finns i författarens ägo.

Förberedda frågor:

Hur mycket skrivbordsarbete ingår i din tjänst?

Hur ofta skulle du uppskatta att du tar en paus och rör på dig vid skrivbordsarbete?

Vad gör du för rörelse under pausen?

Får ni information om rörelsepauser via arbetet?

Finns det något i arbetsmiljön som främjar rörelse?

Ser du att det finns ett behov av mer information om varför eller hur man kan röra sig under arbetsdagen?

Vilken information saknar du?

Vad skulle du säga gör dig motiverad till rörelse?

Vad betyder återhämtning för dig under en arbetsdag?

Vad gör du för att varva ner på jobbet?

Vad fungerar bra och/eller dåligt med dina nuvarande pauser?

Övriga frågor:

Hur lång tid skulle du säga att pausen brukar vara?

Vad skulle du säga kan hindra från att ta en paus?

Vad skulle göra det lättare för dig att ta pauser?

Hur skulle du vilja att den informationen presenterades?

Vad skulle du säga skulle göra det lättare för dig att röra dig under pauser på jobbet?

Ser du att det finns ett behov av mer information om återhämtning på arbetsplatsen?

Föredrar du att följa en video eller text och bild för tex en övning?

Bilaga 2 – Intervjufrågor A/B-test

Anteckningar finns i författarens ägo.

Förstår du hur man ska göra rörelsen som bilderna visar?

Tycker du att någon av bilderna visar rörelsen bättre?

Vilken av bilderna skulle du säga är mest motiverande? Varför?

Vilken av bilderna tycker du passar bäst i en kontorsmiljö? Varför?

Bilaga 3 – Intervjufrågor till Think-aloud Protocol

Anteckningar finns i författarens ägo.

Vilket intryck får du av materialet?

Tycker du det är lagom mängd information på materialet?

Tycker du att informationen är relevant?

Skulle du säga att det var information du redan visste eller var det något som var nytt för dig?

Tycker du att materialet skulle passa till den här miljön?

Är det något av alternativen som du själv tror att du skulle använda dig mer av? Om det satt uppe i miljön.

Är det något av alternativen du tror skulle fungera bättre i miljön? Eller är det ungefär samma?

Upplever du någon del i designen som mer eller mindre motiverande till att röra på sig?

Är det något du skulle vilja ändra?

Övrigt

Bilaga 4 – Färdiga resultat

Fyll på med energi

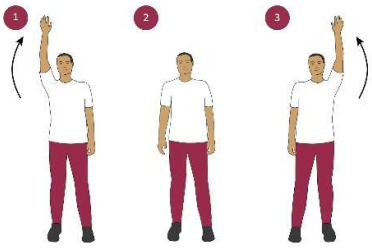
Din kropp är gjord för att röra på sig. Rörelsen du gör i din vardag, varje dag, är därför den viktigaste. Den fysiska aktiviteten ger både direkta och långsiktiga effekter och bidrar till att du får en bättre fysisk och mental hälsa. Det räcker med några minuter flera gånger om dagen för att din kropp ska få de positiva hälsoeffekterna.

Undersökningar på arbetsplatser med kontorsarbete visar att rörelsepauser leder till förbättrad effektivitet, bättre självkänsla, bättre självskattad hälsa, mindre stress och mindre depressivitet. Och det finns fler fördelar – **rörelse gör dig** också **piggare**, **mer klartänkt och mer kreativ**.

Testa en rörelseövning för att få in mer rörelse i vardagen.

Rörelseövning: Plocka äpplen

Upprepa övningen 10 gånger.



1. Lyft ena handen uppåt, som för att plocka ett äpple från ett träd.
2. Ta ner handen igen.
3. Upprepa rörelsen med andra handen.

Skanna för att testa en annan rörelseövning

QR-kod

Tips!
Den bästa rörelsen är den som blir av. Ställ en timer som påminner dig om att ta pauser varje halvtimme.

Falca hämtad från 1177 och Folkhälsomyndigheten.
Det här är ett examensarbete i Visuell kommunikation - den tredje design - informationsdesign.

Fyll på med energi

Din kropp är gjord för att röra på sig. Rörelsen du gör i din vardag, varje dag, är därför den viktigaste. Den fysiska aktiviteten ger både direkta och långsiktiga effekter och bidrar till att du får en bättre fysisk och mental hälsa. Det räcker med några minuter flera gånger om dagen för att din kropp ska få de positiva hälsoeffekterna.

Undersökningar på arbetsplatser med kontorsarbete visar att rörelsepauser leder till förbättrad effektivitet, bättre självkänsla, bättre självskattad hälsa, mindre stress och mindre depressivitet. Och det finns fler fördelar – **rörelse gör dig** också **piggare**, **mer klartänkt och mer kreativ**.

Testa en rörelseövning för att få in mer rörelse i vardagen.

Rörelseövning: Tå- och hällyft

Upprepa övningen 5-20 gånger.

1. Ha båda fötterna mot golvet.
2. Rulla fram på tårna och lyft hälarna.
3. Rulla tillbaka på hälarna och lyft tårna.

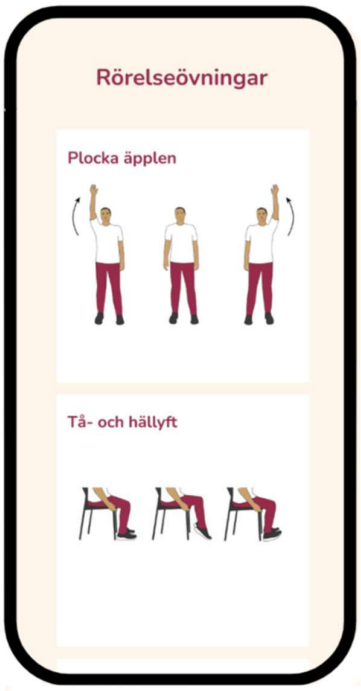
Skanna för att testa en annan rörelseövning

QR-kod

Tips!

Den bästa rörelsen är den som blir av. Ställ en timer som påminner dig om att ta pauser varje halvtimme.

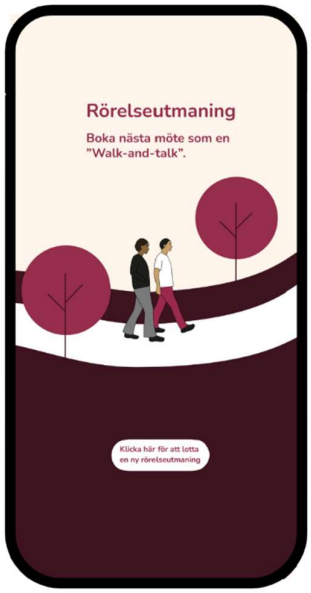
Fakta hämtad från 1177 och Folkhälsomyndigheten.
Det här är ett examensarbete i Visualisering- och textdesign - informationsdesign.


Rörelseövningar
Plocka äpplen
Tå- och hällyft

Fyll på med energi

Din kropp är gjord för att röra på sig. Rörelsen du gör i din vardag, varje dag, är därför den viktigaste. Den fysiska aktiviteten ger både direkta och långsiktiga effekter och bidrar till att du får en bättre fysisk och mental hälsa. Det räcker med några minuter flera gånger om dagen för att din kropp ska få de positiva hälsoeffekterna.

Undersökningar på arbetsplatser med kontorsarbete visar att rörelsepauser leder till förbättrad effektivitet, bättre självkänsla, bättre självskattad hälsa, mindre stress och mindre depressivitet. Och det finns fler fördelar – **rörelse gör dig** också **piggare**, **mer klartänkt och mer kreativ**.

Testa en rörelseutmaning för att få in mer rörelse i vardagen.

Fakta hämtad från 1177 och Folkhälsomyndigheten.
Det här är ett examensarbete i Visualisering- och textdesign - informationsdesign.