

[Link til materiale](#)

Univers: Tøjets sande pris

Læremidlerne	Den dumme Sæk, DR2, 2023, 29 min. Hvad er prisen for vores tøjforbrug? DR1, 2023, 7 min. Sådan undgår du klima- tøjfælden, DR, 2022, 5 min.
Medietyper(r)	Tv-udsendelser
Fag	geografi, dansk, innovation og entreprenørskab
Målgruppe	7- 10. klasse
Nøgleord	FN's Verdensmål nr.12 (ansvarlig produktion og forbrug), tøjforbrug, genbrug, bæredygtighed, innovation og entreprenørskab

Fagligt fokus

Hvad?

I dette univers er samlet et forløb, hvor dine elever undersøge tøjindustriens konsekvenser og deres egen rolle som forbrugere. Forløbet tager afsæt i autentiske problemstillinger om bæredygtighed, etik og innovation og kombinerer geografi, dansk samt innovation og entreprenørskab. Gennem forløbet får eleverne en dybere forståelse af tekstilproduktionens påvirkning – og mulighed for at udvikle egne forslag til løsninger.

Hvorfor?

Arbejdet med universet understøtter kompetenceområder i geografi om bæredygtighed og globalisering.

Inden for dansk understøtter universet kompetenceområdet kommunikation.

Eleverne møder i universet genren explainer, som kan opgives til FP9 og -10 som er et eksempel på en multimodal fag- og brugstekst.

Eleverne analyserer tøjproduktionens konsekvenser og reflekterer kritisk over egne forbrugsmønstre. Gennem dette arbejde styrkes deres evne til at skabe innovative løsninger på en virkelighedsnær problemstilling.

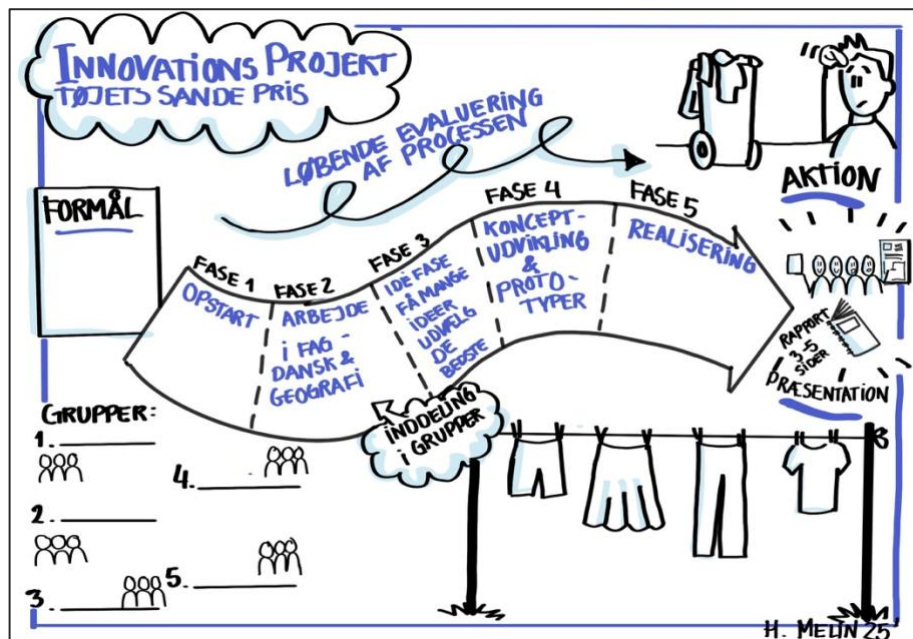
Hvordan?

Forløbet starter med en undersøgelse af elevernes egne forbrugsvaner og en fælles refleksion over tøjproduktionens globale påvirkning. Herefter analyserer de tv-udsendelser og arbejder problemorienteret ud fra forskellige vinkler, fx miljøpåvirkning, arbejdsforhold eller genbrug.

Eleverne arbejder i grupper og gennemgår en innovativ designproces, hvor de udvikler konkrete forslag til bæredygtige løsninger og præsenterer deres resultater.

Da projektforsløb kan opleves som komplicerede af elever, da det består af mange delprocesser, kan du med fordel udarbejde plakater og dokumenter, som hjælper eleverne med at holde styr på, hvor de er i processen.





Denne tegning findes som til udprint samme sted som vejledningen.

Ideer til undervisningen

Opstart af projektet – anslag

1. Intro med spørgsmål til eleverne, som får dem til at reflektere over deres forbrug af tøj.

- Hvor mange stykker tøj har du i dit skab, som du ikke bruger? Hvorfor ikke?
- Hvornår har du sidst købt noget tøj, du egentlig ikke havde brug for? Hvad fik dig til at købe det?

2. Se så sammen udsendelsen: **"Den dumme sæk"**



Herefter fælles opsamling over: Hvad ved vi nu om tøjproduktion og forbrug? Eleverne skriver deres umiddelbare tanker og spørgsmål på post-its som ophænges på en fælles tavle. Alternativt kan I lave en digital opslagstavle i Padlet, hvor eleverne skriver opslag på.

Geografi

I geografi kan eleverne læse udvalgte tekster bl.a. dem der ligger som ressourcer under supplerende materialer i denne vejledning.

Undersøg dit yndlingstøjmærke

- Find ud af, hvilket firma der producerer dit yndlingstøjmærke.
- Undersøg, om firmaet er opført på en af de anerkendte lister over bæredygtige og etiske tøjmærker, fx *Good On You* eller *Fashion Revolution's Transparency Index*.
- Hvis firmaet ikke er på en af disse lister, så besøg deres hjemmeside og undersøg deres politik om arbejdsforhold og bæredygtighed. Kan du finde information, der garanterer, at tøjet er produceret uden udnyttelse af arbejdere, herunder børnearbejde?
- Diskutér i klassen, hvorfor det kan være svært at finde klare oplysninger om arbejdsforholdene bag jeres yndlingstøjmærker. Hvilke udfordringer tror I, virksomhederne står over for i forhold til gennemsigtighed og etisk produktion?

Fælles Refleksion & diskussion

- Hvordan påvirker vores forbrug verden? Hvad kan vi som enkeltpersoner gøre?**

Dansk – Explainer



Billedet er fra Tv-udsendelsen "Sådan undgår du klima-tøjfælden" DR, 2022

Hvad er en explainer? (genretræk)

- En explainer er en video – en multimodal fagtekst
- En explainer formidler viden om et aktuelt emne
- En explainer er svaret på et spørgsmål eller en udfordring
 - Hvad er prisen for vores tøjforbrug?**
 - "Sådan undgår du klima-tøjfælden"**
- En expainer er fokuseret på én vinkel af et stort emne fx Klimakrisen
- En explainer har en bred målgruppe
- En explainer bliver delt på hjemmesider, sociale medier og medie-platforme
- En explainer er kort – typisk 3-7 minutter
- En expainer er en tidstvpisk genre – bliv klog i en fart

- Hvad er prisen for vores tøjforbrug?
- "Sådan undgår du klima-tøjfælden"

Tal om de to explaineres genretræk:

Hvordan kan vi se, at de to udsendelser er fagtekster? – giv eksempler

Hvad vil det sige, at de to udsendelser er multimodale? – giv eksempler

Hvem er den primære målgruppe for udsendelserne? – hvordan kan du se det?

En explainers funktion er:

- at vække seerens interesse og fascination
- at gøre noget svært forståeligt
- at formidle faglig viden nuanceret og kritisk

Tal om de to explaineres funktioner:

- Giv eksempler på hvilke virkemidler de to explainere benytter for at skabe interesse og fascination?
- Hvad lærer vi ved at se de to explainere, som ellers kan være svært forståeligt?
- Lykkes det explainerne at svare nuanceret og kritisk på deres spørgsmål eller udfordringer: **Hvad er prisen for vores tøjforbrug?** og **"Sådan undgår du klima-tøjfælden"**.

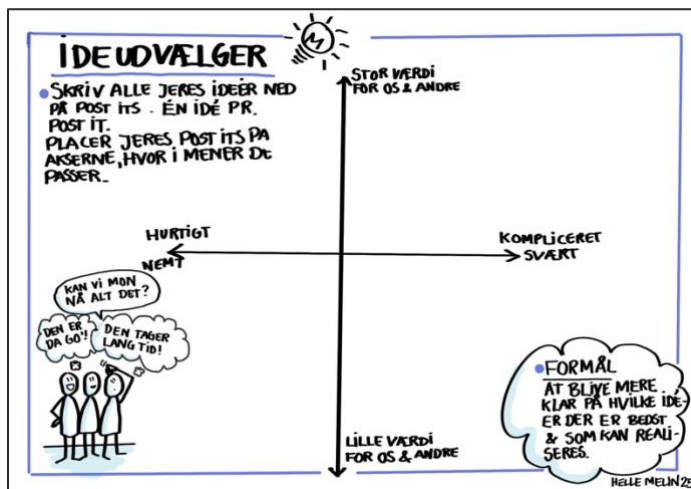
Idegenerering

Opdel eleverne i de grupper, som nu skal i gang med at finde den vinkel de vil arbejde med i forhold til emnet. Du kan også vælge, at klassen vælger samme emne. Her er nogle idéer:



Billedet er fra Tv-udsendelsen "Hvad er prisen for vores tøjforbrug? DR1, 2023

- Miljø og klima
- Arbejdsvilkår og etik
- Forbrugeradfærd og trends
- Genbrug og upcycling
- Lovgivning og politiske tiltag
- Innovation og fremtidens materialer
- Sociale og kulturelle perspektiver



Denne tegning findes som til udprint samme sted som vejledningen.

Processen med at idégenerere består som oftest af **en divergent fase**, hvor der åbnes op for de mange idéer - både de gode og dårlige idéer. Det er vigtigt i denne fase, at eleverne ikke er kritiske på sig selv og andres idéer. Her kan bruges fx brainstorm, Crazy 8 eller andre øvelser, der frembringer flest mulige idéer. Se forslag til idégenereringsøvelser [her](#).

Herefter kommer **den konvergente fase**, hvor der skal vælges ud og snævres ind. Modellen herover kan evt. bruges, men fx også **PMI (Plus, Minus, Interesting)** eller andre. I denne fase vil det også være en god idé, hvis klassen taler om hvem målgruppen for gruppernes indsats er, og hvordan gruppernes bedst kan nå deres målgrupper med deres budskaber. Her skal grupperne også til at vælge deres produkt fx brochure, hjemmeside, fysiske kampagner, events, SoMe, en explainer, upcycling-workshop, influencer-kampagne, modeopvisning med genbrugstøj eller noget andet. Det kan være en god idé at vejlede eleverne, så de er realistiske i forhold til tidsforbrug og ressourceforbrug. Du kan også vælge nogle muligheder ud, som de kan vælge mellem

Konceptudvikling & prototyper

Eleverne skal nu gerne være nået frem til:

- Hvad er deres budskab
- Hvilket indhold vil de gerne formidle
- Hvem henvender de sig til (målgruppe)
- Hvordan de vil lave deres produkt/aktion

De skal nu i gang med at udvikle deres produkter/kampagner.

Undervejs i **realiseringsfasen** er det en god idé at lave nogle evalueringsloops, hvor eleverne præsenterer for hinanden, så de kan få feedbackrunder, hvor eleverne tester deres kampagner på hinanden og justerer. Det kan fx være øvelsen: **To stjerner og et ønske**. Efter gruppens præsentation giver de andre

elever feedback. To ting de kunne lide og ét ønske til noget som manglede eller som kunne ændres.

Aktion & evaluering

Nu skal eleverne præsentere deres produkt. "De kan også have lavet en rapport eller præsentation om deres arbejde.

Til slut afvikles en summativ evaluering, som samler op på hele projektet og hvordan det gik.

- Evaluering af deres arbejdsproces: Hvad gik godt? Hvad har vi lært? Hvad vil vi gøre anderledes en anden gang?
- Hvad har vi lært om tøjforbrug og bæredygtighed?
- Hvordan kunne vi videreudvikle vores idéer?
- Hvilken forskel har vi gjort?

Supplerende materialer

Shopping doesn't make us happy

https://youtu.be/ibOE_6vqMu4?si=tZ1IEhRuUKaSLfWd

Geografisk Orientering – Rundt om Tøjindustrien, (2018) s. 6 - 35

<https://geografforbundet.dk/media/2567/go3-2018.pdf>

Forbrugerrådet Tænk

<https://taenk.dk/det-kaemper-vi-for/stop-toejspild>

Newretex video

<https://vimeo.com/938206701?share=copy>

NOAH Tøj - om mode, klima og arbejdsforhold

<https://www.noah.dk/node/1571>

Øvelser til idégenerering CFUmaker

<https://cfumaker.dk/ressourcer/idegenerering/>