



# Evaluering av The Textile Interchange Project og veien videre

Mai 2017

Rapporten er utarbeidet av Julie Emblem Askim, Johanne Østgaard og Lora Temelkova på oppdrag fra Virke



# Forord

Denne rapporten har blitt utarbeidet i forbindelse med faget *Prosjektforum - lederskap og organisering*, som er et obligatorisk emne i masterstudiet *Organisasjon, ledelse og arbeid (OLA)* ved Universitetet i Oslo. På oppdrag fra Fellestiltakene LO-Virke har vi utarbeidet en rapport om prosjektet *The Textile Interchange Project (The TIP)*, hvor vi i hovedsak har undersøkt om prosjektets kortsiktige målsettinger har blitt nådd.

Vi ønsker å rette en stor takk til Fellestiltakene LO-Virke for oppdraget, og spesielt vil vi takke vår kontaktperson Eleni Simeou. Eleni har vært en viktig støtte for oss gjennom hele rapportskrivningen, og skal ha mye av æren for vår positive opplevelse av prosessen. Vi ønsker også å takke styringsgruppen i The TIP for tilliten.

En stor takk skal også rettes til veileder Anders Underthun ved Arbeidsforskningsinstituttet AFI for uvurderlig hjelp og støtte underveis i rapportskrivningen. Til slutt vil vi takke alle informanter som har gjort det mulig for oss å skrive rapporten.

Rapporten er utarbeidet av Lora Temelkova, Johanne Østgaard og Julie Emblem Askim.

# Sammendrag

*The Textile Interchange Project (The TIP)* er et prosjekt i regi av Fellestiltakene LO/Virke i samarbeid med Handel og kontor. The TIP har hatt sin pilotfase ved Kongshavn VGS og Edvard Munch VGS skoleåret 2016/2017. Prosjektet har som mål å gi elever i videregående skole nyansert kunnskap og et oppriktig bilde av global handel og tekstilindustri. Bedrifter fra norsk næringsliv er også inkludert i prosjektet, da et av målene også er å skape bedre samarbeid og kontakt mellom skole og arbeidsliv. Vi ønsket i denne rapporten å avdekke om det har skjedd noe i elevenes bevissthet og kunnskap knyttet til global handel tekstilindustri i løpet av The TIPs pilotfase, og om prosjektet har bidratt til økt kontakt mellom skole og arbeidsliv.

Våre funn knyttet til problemstillingen er for det første at The TIP *har* hatt en viss påvirkning på elevenes bevissthet og kunnskap. Det er imidlertid slik at *graden* av bevissthets- og kunnskapsøkningen er svært ulik blant elevene. For det andre er det også varierende hvorvidt kontakten med arbeidslivet oppleves som økt. Et skille ser vi særlig mellom elevene ved Edvard Munch VGS hvor elevene går design og håndverk, og Kongshavn VGS, hvor elevene går samfunnsøkonomi og entreprenørskap. Ved førstnevnte skole er målene om økt bevissthet og kunnskap i stor grad nådd, mens ved Kongshavn VGS virker det ikke som at The TIP har påvirket elevene tilstrekkelig til at man kan si at målene er nådd på tidspunktet da denne rapporten utarbeides. Dette gjelder også for opplevelsen av kontakt mellom skole og arbeidsliv, hvor dette tilsynelatende har vært mer vellykket ved Edvard Munch VGS enn ved Kongshavn VGS.

Styringsgruppen for The TIP er i mai 2017 inne i en prosess hvor det skal tas noen beslutninger om hvordan prosjektet skal videreføres. I forbindelse med dette har vi valgt å komme med noen anbefalinger som vi tror kan løfte prosjektet:

- The TIPs læringsplattform bør gjøres mer brukervennlig og innbydende
- Samarbeide tettere med interesseorganisasjoner, gjerne de som var i referansegruppen
- Avklare forventninger og ønsker mellom alle aktører
- Gi tydelig og utfyllende informasjon om The TIPs målsettinger til elevene

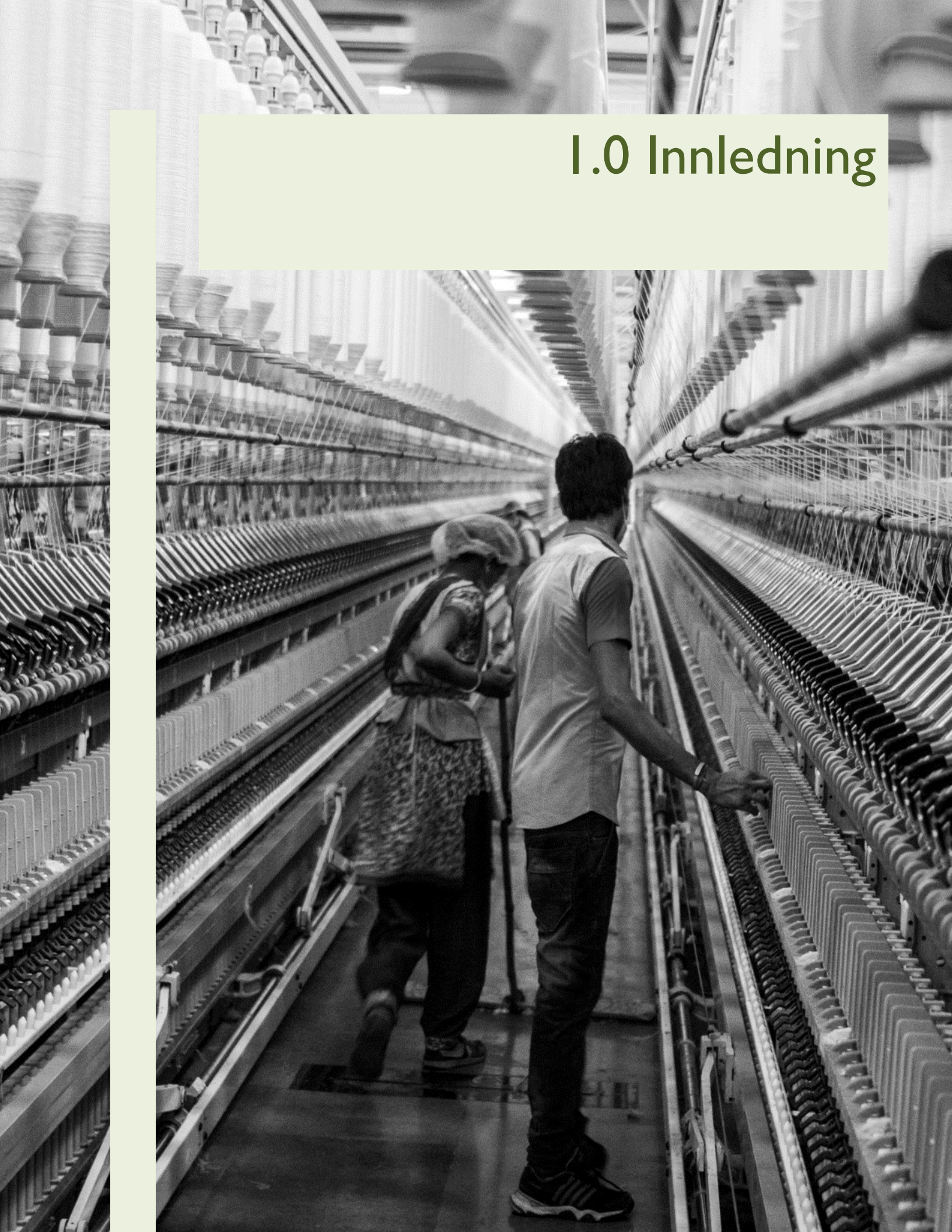
# Innholdsfortegnelse

	1
Forord	3
Innholdsfortegnelse	5
1.0 Innledning	8
1.1 Problemstilling	9
1.2 Begrepsavklaringer	10
1.3 Leserveiledning	11
2.0 Bakgrunn	14
2.1 Aktører	14
2.2 Gjennomføring av prosjektet	16
3.0 Teoretisk ramme	20
3.1 Prosjektets omgivelser og interessenter	20
3.2 Prosjektets suksess fra et verdiskapningsperspektiv	23
4.0 Metode	28
4.1 Dybdeintervju	28
4.2 Fokusgrupper	29
4.3 Utvalg	29
4.4 Metodiske utfordringer	30
5.0 Presentasjon av funn og analyse	34
5.1 Samarbeid og prosjektstyring	34
5.1.1 Samarbeid mellom aktører	34
5.1.2 Prosjektstyring	37
5.2 Implementering av prosjektet i skolen	39
5.2.1 Lærernes erfaringer med prosjektet	39
5.2.2 The TIP i undervisningen	40
5.2.3 Forankring av The TIP	43
5.2.4 Tilgang på informasjon - en nøkkel til suksess	45
5.2.5 Studieturen til India	47
5.3 Elevenes bevissthet og kunnskap	51
5.3.1 Ambassadørene	51

5.3.2 Elever	56
5.4 Kontakt mellom skole og arbeidsliv	63
5.4.1 Skolenes perspektiv	63
5.4.2 Bedriftenes perspektiv	66
6.0 Oppsummering	72
7.0 Anbefalinger for veien videre	76
7.1 Implementering av The TIP i skolen	76
7.2 Prosjektet sett i lys av dets omgivelser og interessenter	78
Litteraturliste	80
Vedlegg	81
Vedlegg 1 - Intervjuguide for lærere	81
Vedlegg 2 - Intervjuguide for elever (fokusgruppe)	83



# I.0 Innledning



# 1.0 Innledning

Et sentralt begrep i enhver diskusjon av global handel er globale verdikjeder. Et karaktertrekk ved disse er at produksjonen blir utført forskjellige steder i verden avhengig av blant annet tilgang på billig arbeidskraft og kompetanse. Global handel har bidratt til økt sysselsetting i mange land og skapt muligheter for økonomisk og sosial utvikling. Det er imidlertid også slik at dynamikken av produksjon og ansettelsesforhold i en global økonomi, inkludert globale verdikjeder, kan ha negative følger for arbeidsforhold. På den ene siden fører økt global konkurranse til økt press for kostnadskutt hvor leverandører blir avhengige av å møte stadig økende krav om lave priser og god kvalitet. På den andre siden er det også slik at produksjon ofte blir satt ut til utviklingsland hvor menneskerettigheter står svakt og lovgivning om arbeidsforhold og miljøhensyn ikke nødvendigvis blir fulgt. Mange av varene vi kjøper i norske butikker i dag er produsert andre steder i verden. Noen av disse kan ha blitt laget under forhold som ikke møter internasjonale standarder for hva anstendige arbeidsforhold innebærer og uten hensyn til miljøet. Tvangsarbeid, barnarbeid og lønninger under fattigdomsgrensen er blant forholdene som fortsatt preger hverdagen til noen arbeidere. Det rettes derfor i dag stadig mer oppmerksomhet mot hvordan bedrifter påvirker miljø og mennesker i land hvor de opererer, hva bedriftenes samfunnsansvar er og hva ansvar i hele verdikjeden innebærer.

I en globalisert økonomi hvor globale verdikjeder er en vanlig måte å organisere produksjon og handel på blir bærekraftig utvikling avhengig av samarbeid mellom mange ulike aktører på tvers av landegrenser, blant annet næringslivet, leverandører og myndigheter.

Tekstilbransjen i dag er preget av den dynamikken som karakteriserer global handel. Det er ofte slik at klær og sko som selges og markedsføres i utviklede land er laget forskjellige steder i verden. Asia står i dag for den største delen av tekstilimport i Norge. Kollapsen av fabrikkbygningen Rana Plaza i Bangladesh i 2013 da over 1000 mennesker mistet livet, var blant hendelsene som rettet søkelyset mot arbeidsforhold i globale verdikjeder generelt og tekstilindustrien spesielt.



Det er nettopp temaet tekstilindustri i kontekst av global handel prosjektet *The TIP (The Textile Interchange Project)* ble utarbeidet for å belyse. Å gi et nyansert og oppriktig bilde av forholdene i bransjen med tanke på både utfordringer bedrifter står overfor når de opererer i lavinntektsland og hvordan global handel bidrar til å øke den allmenne velferd i disse landene har stått sentralt i prosjektet. The TIP er drevet av Fellestiltakene LO-Virke og Handel og Kontor. Prosjektet er etablert i samarbeid mellom arbeidsgiver- og arbeidstakerorganisasjonene fordi det rører ved tema som er viktige både på arbeidsgiver- og arbeidstakersiden: kunnskap og kompetanse om arbeidsliv og arbeidsforhold, global handels rolle i samfunnet, samfunnsansvar, etisk handel og bærekraft.

## 1.1 Problemstilling

I følge Fellestiltakene er målet med The TIP å øke bevissthet og kunnskap om global handel og tekstilindustri blant elever i videregående skole. Prosjektet er ment å være et bidrag til nyansert kunnskap om temaet, som peker på både positive sider ved global handel og utfordringer i tekstilindustrien. Med dette er tanken at ny kunnskap skal være grunnlag for at deltakerne selv skal kunne danne seg egne meninger om temaet. Prosjektet er rettet mot elever i videregående skole fordi de er fremtidens konsumenter, arbeidsgivere og arbeidstakere, og slik har et av målene med The TIP også vært å bidra til økt kontakt mellom arbeidsliv og skoler. Etter drøfting og i samarbeid med oppdragsgiver har vi avgrenset følgende overordnede problemstilling:

*På hvilken måte har The Textile Interchange Project (The TIP) påvirket elevens bevissthet og kunnskap rundt global handel og tekstilindustri, og hvordan har prosjektet bidratt til økt kontakt mellom skole og arbeidsliv?*

Dermed er hovedmålet med prosjektarbeidet å evaluere om The TIP sine kortsiktige målsettinger har blitt nådd. I tillegg har det også vært viktig for oppdragsgiver at vi kommer med anbefalinger for hvordan prosjektet skal videreføres. For å kunne gjøre dette har vi også sett på hvordan samarbeidet mellom aktørene i The TIP har fungert og hvordan prosjektet har blitt implementert i skolene. Vi vil dermed med denne rapporten si noe om The TIPs forbedringspotensiale, og håper

at den kan brukes av oppdragsgiver som et verktøy i planlegging og videreføring av The TIP. På bakgrunn av dette har vi inkludert følgende underproblemstillinger:

- *Hvordan har samarbeidet mellom aktørene fungert?*
- *Hvordan har The TIP blitt implementert i skolene?*

## 1.2 Begrepsavklaringer

Vi har som nevnt tatt utgangspunkt i de kortsiktige målene som er satt for The TIP for å formulere en hovedproblemstilling. Imidlertid står det ikke nærmere forklart i målene hva som menes med “bevissthet” og hva som menes med “arbeidsliv”. Vi har derfor valgt å redegjøre for hva som menes med dette i forbindelse med The TIP i denne rapporten.

### *Bevissthet*

For å kunne gi en forklaring på hvilke resultater The TIP har hatt ut fra de målene som er satt, sees det som hensiktsmessig å ta utgangspunkt i hva oppdragsgiver selv legger i begrepet “bevissthet”. I følge oppdragsgiver er det ønskelig at The TIP skal legge grunnlag for at prosjektets deltakere skal kunne danne egne meninger om global handel og tekstilindustri. Deltakerne skal gjennom The TIP få tilgang på informasjon og ny kunnskap om temaene, dette blant annet gjennom undervisningsmateriell, konferansedager og studietur. At flere ulike aktører og organisasjoner bidrar med sine ressurser, vil gi deltakerne tilgang på flere perspektiver på temaet. Selv om det selvfølgelig er et mål at deltakerne skal sitte igjen med økt kunnskap, er det tenkt fra oppdragsgivers side at bevissthet kommer i første rekke. Man trenger altså ikke huske detaljene i hvordan tekstilindustrien fungerer, men det man har hørt om og diskutert på skolen kan vekke nysgjerrighet og engasjement, og danne et grunnlag som man senere kan bygge mer kunnskap på. The TIP er ment for å sette i gang tankeprosesser, ruste elever til å danne sine egne meninger om temaet, bli mer bevisst sin rolle som forbruker og ha dette i bakhodet når man selv står i klesbutikken. Oppdragsgivers syn på bevissthet kan slik også beskrives som “evnen til å reflektere selvstendig om The TIPs tematikk”. Slik vil deltakernes egne uttalte refleksjoner rundt hva de har lært og hvordan de tenker om temaet være fokuset i denne rapporten, for å kunne si noe om hvordan deres bevissthet er blitt påvirket.

### *Arbeidsliv*

Arbeidsliv er også et begrep som ikke nødvendigvis har en selvsagt betydning. Med arbeidsliv menes i utgangspunktet det norske arbeidslivet generelt, som elevene senere skal inn i. I The TIP er en rekke bedrifter samarbeidspartnere, og representanter for en bransje eller en del av arbeidslivet som er relevant for prosjektet. Slik brukes ordet *arbeidsliv* i denne rapporten for å omtale de bedriftene som har vært med i prosjektet og samarbeidet med skolene. Man kunne også referert til disse som “næringslivet” eller “bedrifter”, men fordi fokuset ligger på at elevene skal forberedes til selv å gå ut i arbeidslivet, har vi i samarbeid med oppdragsgiver landet på å benytte dette begrepet.

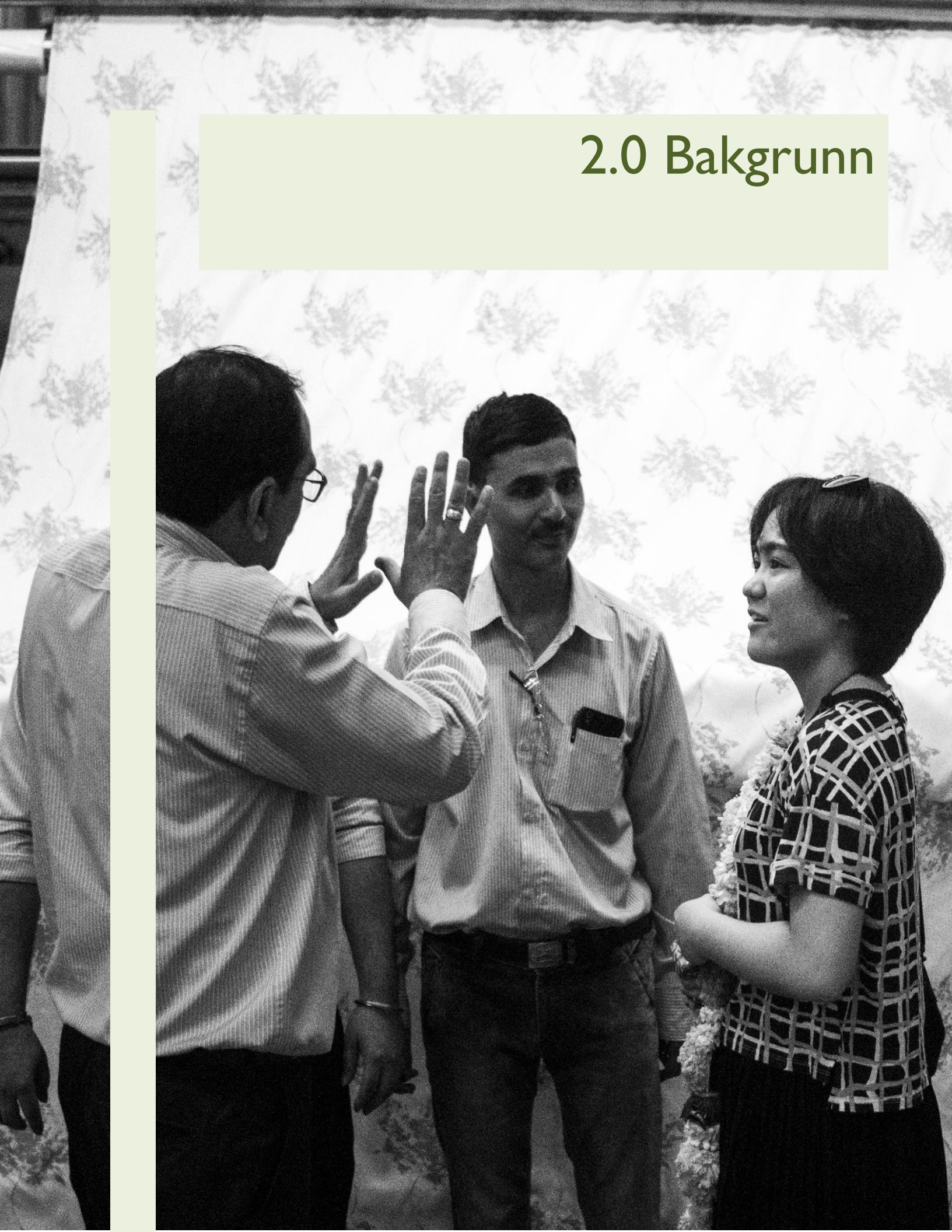
## 1.3 Leserveiledning

Denne rapporten består av åtte deler, som vi i noen tilfeller vil kalle kapitler. I de to foregående delene ble det gitt en innledning og presentasjon av problemstilling, samt noen begrepsavklaringer. I neste del av rapporten, 2.0, vil vi gi leseren bakgrunnsinformasjon om The TIP, mer spesifikt hvilke aktører som er involvert og hvordan prosjektet har blitt gjennomført. I del 3.0 blir det presentert relevant teori, og vi vil også her analysere The TIP ut fra vår teoretiske ramme. Videre vil vi i del 4.0 legge fram vår bruk av metode, og se på noen utfordringer knyttet til den. Presentasjon av funn kommer i del 5.0, og vi har valgt å analysere funnene underveis framfor å ha en egen analysedel, da vi anså dette som mest hensiktsmessig for rapportens flyt. I den påfølgende del 6.0 vil vi gjøre en oppsummering av de viktigste funnene. Videre vil vi i del 7.0 presentere noen av våre anbefalinger for The TIP dersom det videreføres.





## 2.0 Bakgrunn



## 2.0 Bakgrunn

The TIP er et prosjekt med mange involverte, og mange aktiviteter er blitt gjennomført i løpet av det siste året. Til hjelp for lesere av denne rapporten som ikke har noen kunnskap om The TIP, følger en mer detaljert introduksjon av prosjektet. Denne introduksjonen kan tjene som bakgrunnsinfo for leseren, og hjelp til å orientere seg i aktører og aktiviteter.

### 2.1 Aktører

#### *Prosjektleder*

Prosjektleder for The TIP er Eleni Simeou, som har vært ansatt gjennom Virke siden høsten 2015.

#### *Skolene*

Det er inngått samarbeid med to skoler i Oslo-området, som er med på en pilot av prosjektet i skoleåret 2016 – 2017. Skolene som deltar er Edvard Munch videregående skole og Kongshavn videregående skole. På Edvard Munch VGS deltar elevene i vg2-klassen på studieretningen design og håndverk. På Kongshavn er det vg3-klassene på studieretningene entreprenørskap og samfunnsøkonomi som deltar. Det er altså totalt tre klasser som har vært med i prosjektet. Noen deltakere fra disse skolene, både elever og lærere, har også vært med på utformingen av prosjektet. Kalnes VGS i Østfold har også deltatt på arrangementer i regi av The TIP i løpet av skoleåret, men de har ikke deltatt i utformingen av prosjektet.

#### *Ambassadørene*

Fra klassene ved de to skolene som er med på The TIP er det blitt valgt ut fem elever som har vært ytterligere engasjert i prosjektet, samt én representant fra Plan URO. Fra Edvard Munch er det tre elever og fra Kongshavn to elever. Disse seks kalles for elev-ambassadører for The TIP. Disse har deltatt i møter i Virkes lokaler underveis, og vært med på planlegging og gjennomføring av kommunikasjonsarbeid for å spre informasjon om prosjektet både gjennom presentasjoner og aktivitet i sosiale medier. Ambassadørene har også i regi av The TIP deltatt på en studietur til India for å besøke blant annet tekstilfabrikker.

### *Elever*

Når det underveis i rapporten vises til “elever”, menes de elevene i nevnte klasser ved Edvard Munch og Kongshavn som er med på The TIP, men som ikke er ambassadører og ikke har vært med på studietur til India. Disse elevenes deltakelse i The TIP-prosjektet er via undervisning på skolen og konferansedager som er blitt arrangert. Det skilles mellom elever og ambassadører nettopp fordi de har hatt ulik grad av deltakelse i prosjektet.

### *LO/Virke/HK/Fellestiltakene*

Hovedsamarbeidspartnerne i The TIP-prosjektet er Virke, LO (Fellestiltakene LO-Virke) og Handel og Kontor (heretter omtalt som HK). Virke er en hovedorganisasjon på arbeidsgiversiden som representerer virksomheter i et vidt spekter av bransjer, som handel, service, reiseliv, kunnskap, helse, omsorg, kultur, utdanning, teknologi, og frivillighet. Landsorganisasjonen i Norge – LO, er en hovedsammenslutning på arbeidstakersiden og er Norges største lønnskasserorganisasjon. LO organiserer i både privat og offentlig sektor, og i alle bransjer og yrker. HK er et fagforbund under LO som organiserer blant annet innen handel, industri, kontor, administrasjon, og service. Fellestiltakene LO-Virke er LO og Virkes samarbeid for ledere og tillitsvalgte i å utvikle et godt partssamarbeid i bedriftene. Fellestiltakene er tiltaksrettet, og initierer og støtter tiltak som tjener partene i bedriftene og deres organisasjoner. The TIP som prosjekt kan med dette plasseres innenfor tradisjon i norsk arbeidsliv med samarbeid for felles beste mellom arbeidstaker og arbeidsgiversiden.

### *Bedrifter*

Følgende bedrifter har vært med som samarbeidspartnere i The TIP og bidratt med ressurser til prosjektet:

H&M, IKEA, Varner, Moods of Norway, Princess, Voice og Eurosko.

### *Organisasjoner*

Følgende andre aktører har også bidratt til prosjektet med råd og innspill:

Changemaker, FN Sambandet, Handel og Kontor Ungdom, Initiativ for Etisk Handel, Nasjonal digital læringsarena, Plan Norge, Ungt Entreprenørskap og URO – Plan Norges Ungdomsgruppe.

### *Styringsgruppe og referansegruppe*

The TIPs styringsgruppe består av to representanter fra fellestiltakene LO-Virke, to representanter fra Virke, en tillitsvalgt fra Cubus, en representant fra Varner-gruppen, en representant fra LO og en representant fra Handel og Kontor.

Referansegruppen i The TIP er en gruppe på ca 40 personer som har vært med i prosessen og bidratt med informasjon og innspill i arbeidet med undervisningsmateriellet. Enkelte har også deltatt i en mindre arbeidsgruppe som har jobbet med selve utformingen og innholdet, i samarbeid med prosjektleder. Referansegruppen besto av personer fra Virke, LO, Handel og Kontor, lærere fra testskolene, bedrifter, Changemaker, Ungt Entreprenørskap, Plan Norge og Initiativ for Etisk Handel. Den mindre arbeidsgruppen besto av representanter for de involverte bedriftene og lærere fra de to skolene.

## 2.2 Gjennomføring av prosjektet

Arbeidet med prosjektet ble startet høsten 2015. Det ble ansatt en prosjektleder hos Virke for å lede arbeidet og forme The TIP, og utformingen av selve prosjektet har pågått fra januar til juni 2016. 11. januar 2016 ble det holdt en kick off for referansegruppen, med innledende diskusjoner rundt hva slags innhold et slikt prosjekt burde ha. Fram til juni 2016 ble innholdet i undervisningsmateriellet utformet og lagt ut på læringsplattformen [deling.ndla.no](http://deling.ndla.no).

I løpet av våren 2016 ble også de seks ambassadørene plukket ut og inkludert i utviklingen av prosjektet. The TIP ble lansert på skolene i september 2016 og prosjektet varer ut skoleåret 2017.

I tillegg til undervisningsmaterialet på [deling.ndla.no](http://deling.ndla.no) har The TIP også bestått av andre sentrale aktiviteter og arrangementer. Det er blitt holdt to konferansedager for elevene på Teknisk Museum, en i desember 2016 og en i februar 2017. Disse dagene var for alle involverte elever ved Edvard Munch, Kongshavn og Kalnes vgs, og besto av en rekke foredrag og aktiviteter fra ulike bidragsytere. På programmet var blant annet foredrag om samfunnsansvar og etisk handel,

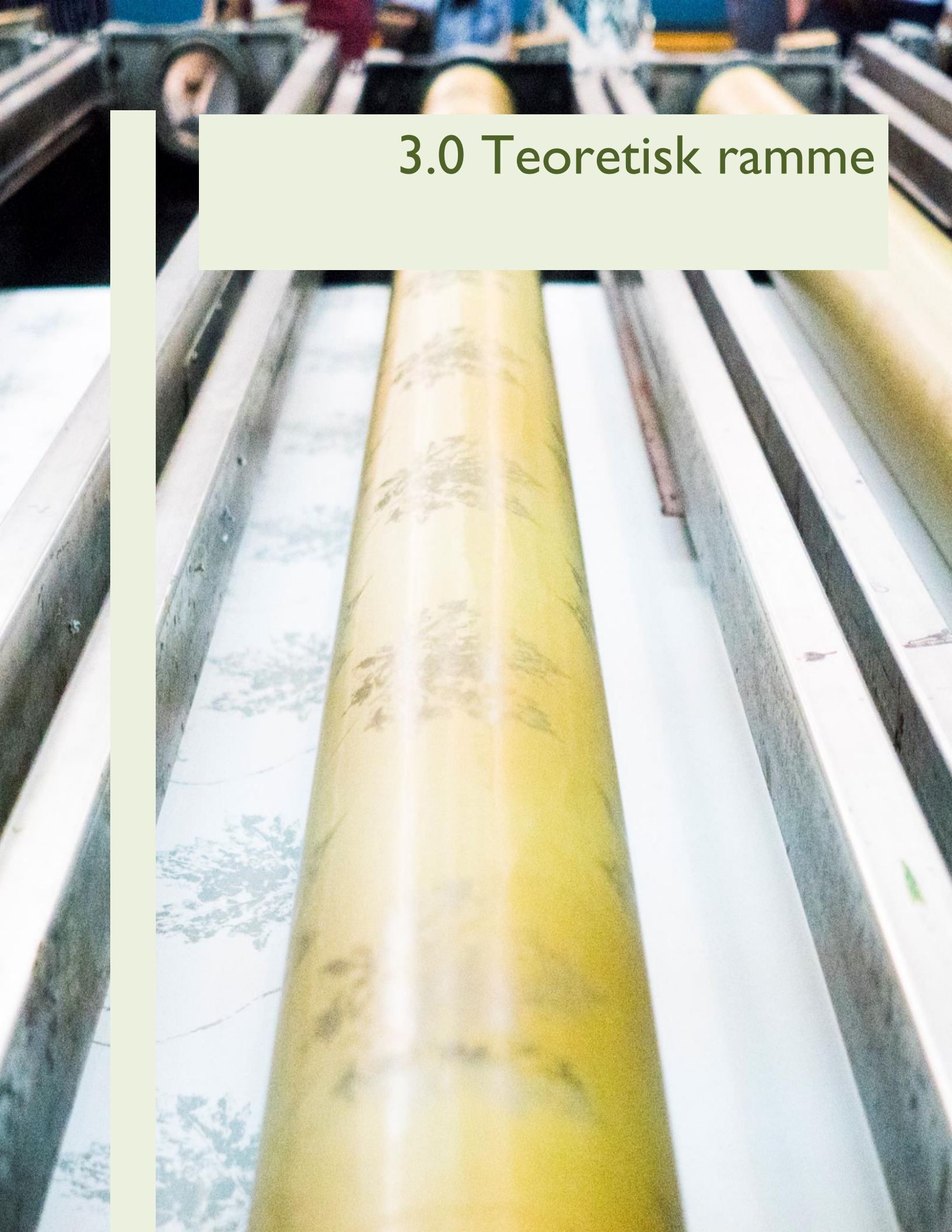


innovasjon i tekstilindustrien, arbeidsforhold, bærekraft, miljø, transport av produkter, markedsføring med mer. Blant de som bidro var H&M, Voice, FN Sambandet, Changemaker, Virke, LO, HK Ung, Teknisk Museum og IKEA. Deler av konferansedagene var for alle, mens noen foredrag var rettet mot hvert av studieprogrammene, design og håndverk, samfunnsøkonomi og entreprenørskap, hvor elevene ble delt inn i mindre grupper for å høre på hvert sitt foredrag. Ambassadørene deltok også på disse dagene og snakket for sine medelever.

En annen sentral aktivitet som er blitt arrangert i The TIP er en studietur til India med mål om å lære mer om arbeidsforhold på tekstilfabrikker og produksjonskjeden fra start til slutt. Ved lanseringen av prosjektet høsten 2016 ble det også annonsert konkurranser på de to Oslo-skolene, med mulighet til å vinne plass på turen. Ved Edvard Munch ble det i samarbeid med Princess arrangert en konkurranse om å designe et sengesett, hvor en jury fra Princess plukket ut de tre designene de likte best. Disse fikk plass på India-turen, og den som kom på førsteplass fikk sengesettet sitt produsert av Princess. Ved Kongshavn gikk konkurransen ut på å skrive en søknad om hvorfor de ønsket å være med på turen. The TIP-ambassadørene og lærere ved Kongshavn satt som jury, vurderte søknadene anonymt og plukket ut de som de syntes var best. Totalt var det 11 elever som reiste, deriblant de seks elev-ambassadørene (inkludert representanten fra URO), og elever som vant plasser i konkurransene. Øvrige som reiste var to lærere fra Kongshavn, én lærer fra Edvard Munch, én representant fra Handel og Kontor, prosjektleder for The TIP, og direktør for faghandel, mote og fritid i Virke som reiste. De reiste fra 21. februar til 2. mars og fikk besøke fabrikker som H&M, Varner og Eurosko bruker, samt besøke en bomullsplantasje i samarbeid med IKEA. I tillegg hadde de et møte med en representant fra ILO (International Labour Organization). Etter studiereisen har elevene holdt presentasjoner for medelever, lærere og flere av samarbeidspartnerne i prosjektet. Bruken av undervisningsmateriellet underveis i skoleåret har vært opp til lærerne ved de enkelte skolene.



## 3.0 Teoretisk ramme



## 3.0 Teoretisk ramme

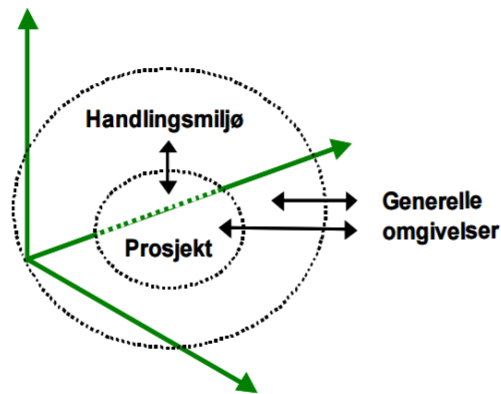
Da The TIP er et prosjekt med mange ulike aktører som er involvert, har vi valgt å benytte oss av en teoretisk ramme for å belyse kompleksiteten som ligger i samarbeidet mellom så mange ulike parter. For å kunne svare på problemstillingen vår på best mulig måte ville vi også ha et teoretisk perspektiv på hvordan man evaluerer prosjektsuksess. Vi har derfor i denne delen av rapporten redegjort for hva et prosjekts omgivelser og interessenter er, hvordan disse er knyttet til prosjektsuksess og hva ulike suksesskriterier innebærer. Vi har i tillegg gjort en kort analyse av prosjektet The TIP ifølge vår teoretisk ramme.

### 3.1 Prosjektets omgivelser og interessenter

Begrepet omgivelser har blitt definert på ulike måter i prosjektlitteraturen, men ifølge Karlsen (2001) er en felles karakteristikk ved de ulike definisjonene at omgivelsene oppfattes som noe eksternt i forhold til organisasjonen. Daft (i Karlsen, 2001, s. 11) gir følgende definisjon av omgivelser: “all elements existing outside the boundary of the organization that have the potential to affect all or parts of the organization”.

Karlsen (2001) viser til en inndeling i prosjektlitteraturen mellom general environment og task environment som han kaller for generelle omgivelser og prosjektets handlingsmiljø. Et slikt skille gjør det mulig å differensiere mellom faktorer og aktører i omgivelsene med tanke på hvor stor innflytelse de har overfor prosjektet. Prosjektets handlingsmiljø innebærer de elementene i omgivelsene som har stor betydning for gjennomføringen av prosjektet. Disse er ifølge Karlsen (2001) de aktørene som er involvert i prosjektarbeidet eller har interesse for det. De generelle omgivelsene er “almennelige faktorer, trender eller tilstander i omgivelsene som er av interesse og betydning for prosjekter” (Karlsen, 2001, s. 11). Samspillet mellom prosjektet, handlingsmiljøet og de generelle omgivelsene er illustrert i følgende figur (Karlsen, 2001, s. 12):





Figur 2.1 Prosjektets omgivelser

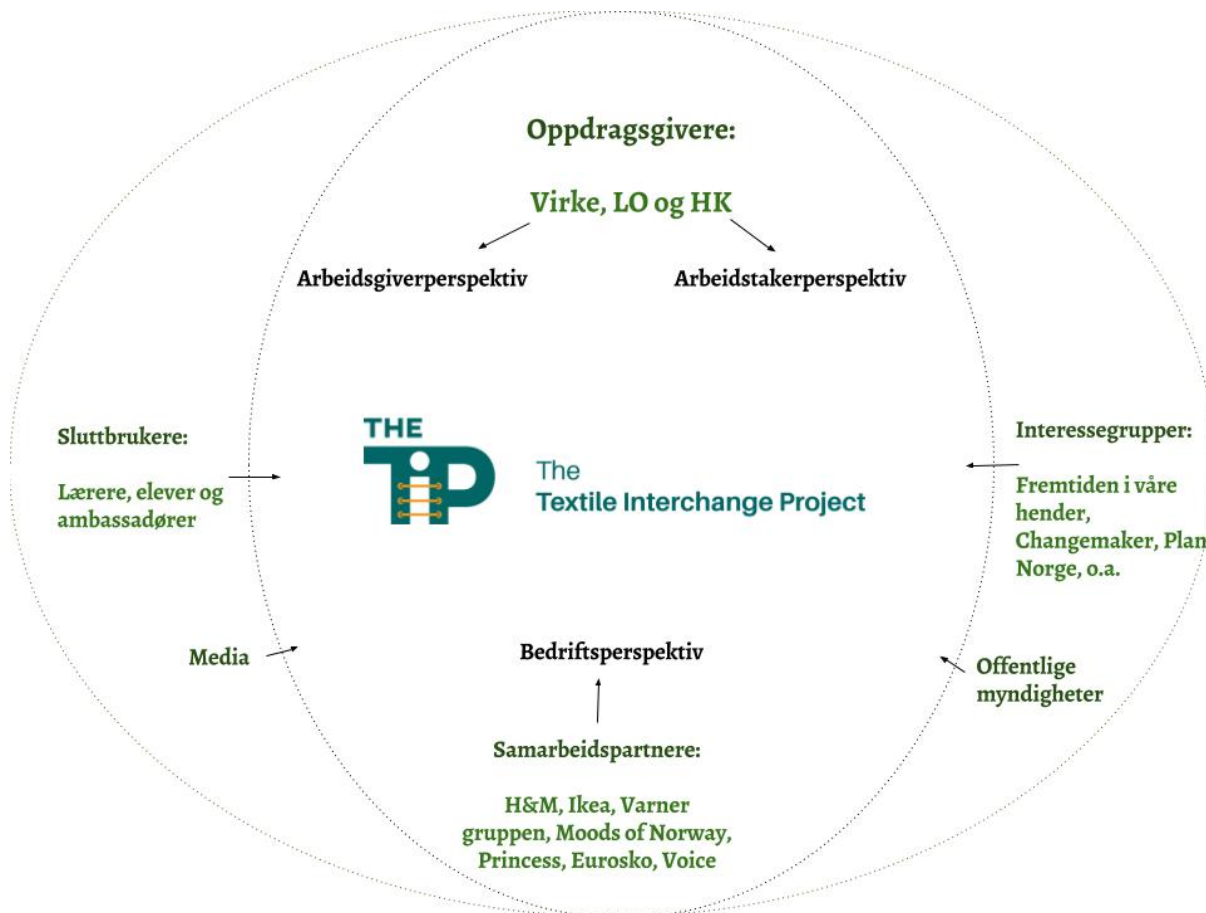
Aktørene i handlingsmiljøet kaller man for interessenter (stakeholders). Prosjektets kompleksitet og usikkerhet øker jo flere involverte parter det er, siden alle har sine forskjellige interesser å ivareta (Karlsen, 2001, s. 14).

Karlsen (2001) redegjør for ulike typer interessenter i handlingsmiljøet. Vi vil her redegjøre kort for de interessentene som er aktuelle for vår analyse. Med *oppdragsgiver* refereres det til prosjektets eiergruppe. En flereeierstruktur øker sannsynligheten for uenighet blant eierne. Dette kan skyldes eiernes forskjellige mål, forventninger, tradisjoner, osv. Med *sluttbrukere* mener man de aktørene som skal anvende prosjektets sluttprodukt. Ifølge Karlsen (2001) er det viktig at man vektlegger brukernes erfaringer med sluttproduktet i arbeidet med planlegging og gjennomføring av prosjektet. Dette gjøres for å sikre at sluttproduktet skal tilfredsstillere brukernes behov. Disse behovene kan imidlertid være motstridende da denne gruppen interessenter sjeldent er homogen. Videre er også *rådgivere* en interessentgruppe i handlingsmiljøet. Disse er aktører som kan leies inn i prosjektet for å blant annet bidra med kompetanse som prosjektet ikke besitter. Da disse kan ha ulik bakgrunn og representere ulike selskap/organisasjoner, kan dette være en kilde til usikkerhet i prosjektet. En annen aktør i handlingsmiljøet er *media*. Media blir av Karlsen (2001) omtalt som interessenter i omgivelsene som prosjekter må ta på alvor på grunn av at negativ omtale i media kan påvirke både prosjektet og de involverte partene. Med *interessegrupper* viser man til andre aktører som kan påvirke prosjektet. Det er ikke nødvendigvis slik at denne gruppen aktører blir direkte berørt av prosjektet. En miljøaktivistorganisasjon kan være et eksempel på en interessegruppe som ikke er direkte berørt av prosjektets gjennomføring eller sluttprodukt, men

som stiller krav til disse. Interessegrupper kan således være kilde til stor usikkerhet og problemer. I tillegg til dette anses også *offentlige myndigheter* som en interessentgruppe i handlingsmiljøet.

### *Interessenter i The TIP*

For at forhold i tekstilindustrien og andre bransjer som opererer i lavinntektsland blir forbedret, er det viktig med samarbeid mellom blant annet næringslivet, leverandørene, arbeidstakerne og myndigheter. Prosjektet The TIP illustrerer nettopp den typen samarbeid som man i norsk tradisjon kaller trepartssamarbeid. Som oppdragsgivere for The TIP regnes LO, Virke og HK, som sammen representerer arbeidsgiversiden og arbeidstakersiden i tekstilbransjen. Fra arbeidsgiverperspektivet blir det viktig å belyse hvilke utfordringer tekstilindustrien i en globalisert økonomi står overfor og hva som gjøres for å forbedre forhold i hele verdikjeden. Fra arbeidstakerperspektivet er det viktig å opplyse om hvordan forholdene er for arbeidstakere og hvilken rolle fagorganisering spiller for at arbeidstakernes rettigheter blir ivaretatt.



I prosjektet The TIP har samarbeidspartnerne hatt en betydningsfull rolle. Bedriftene har bidratt med både kompetanse og økonomiske ressurser, og det er gjennom kontakten med disse organisasjonene at samarbeid mellom skole og arbeidsliv skal oppnås. Det er naturlig at interessene for omdømmebygging vil stå sentralt for denne gruppen aktører.

I tillegg til dette er også prosjektets sluttbrukere, lærere og elever, viktige interessenter da det er disse som er målgruppen og skal teste prosjektets leveranser. Lærere og ambassadører har også underveis i arbeidet kommet med råd og innspill. For lærerne som en interessentgruppe blir det blant annet viktig å formidle kunnskap som er i samsvar med kompetansemålene for det konkrete faget.

Det er i spenningen mellom alle de nevnte interessentene at The TIP er utformet og gjennomført. Videre er det media og interessegrupper som utgjør en interessentgruppe av stor betydning selv om de ikke er direkte berørt av prosjektet. På grunnlag av bakgrunnsinformasjonen, som ble samlet underveis i arbeidet med rapporten, ble det identifisert at The TIPs troverdighet regnes som en nøkkelfaktor for den stillingen interesseorganisasjoner kommer til å ta til prosjektet. Med troverdighet menes det at man gir et oppriktig bilde av forholdene i bransjen samtidig som det kommer fram hvilken rolle fagbevegelser og forbrukere har i strebenen etter etisk handel. Media og interesseorganisasjoner regner vi som viktige interessenter som det må tas hensyn til ved en eventuell videreføring av prosjektet. I tillegg er også offentlige myndigheter en aktør i handlingsmiljøet som det må tas hensyn til.

### 3.2 Prosjektsuksess fra et verdiskapningsperspektiv

For å måle om et prosjekt er vellykket er det nødvendig med en avklaring av prosjektsuksesskriterier, samt en forståelse for hvilken verdiskapning prosjektet bidrar til for organisasjonen. Ifølge Skyttermoen og Vaagaasar (2015) er verdiskapning knyttet til oppnåelsen av virksomhetens målsettinger. Når målsettingene ikke er tydelig materielle blir en vurdering av verdiskapning mye vanskeligere (Skyttermoen og Vaagaasar, 2015). Begrepet er også nokså komplekst da det kan være motstridende målsettinger som ønskes ivarettatt. En målsetting om å oppnå økonomisk gevinst kan f.eks. stride mot et ønske om å ta hensyn til miljøet. Videre

påpeker Skyttermoen og Vaagaasar (2015) at en vurdering av verdiskaping skal involvere prosjektets interessenter som også er med i realiseringen av verdiskaping. I prosjektet The TIP innebærer dette f.eks. hvordan sluttbrukerne (elever og lærere) opplever produktet (The TIP).

Det er ulike syn i prosjeklitteraturen om hvordan prosjektsuksess skal forstås og evalueres. Tradisjonelt har man vært opptatt av det såkalte jerntriangelet tid - kostnad - kvalitet som et kriterium for suksess. I et moderne syn på prosjektfaget er det vanlig med et bredere sett av kriterier for prosjektsuksess (Andersen, 2010, s. 21). Et vesentlig skille er vokst fram mellom prosjektledelsessuksess og prosjektproduksuksess. Prosjektledelsessuksess omfatter kriteriene tid, kostnad og kvalitet (jerntriangelet). Prosjektet skal være gjennomført innenfor de angitte tids- og kostandsrammene og med en viss kvalitet. Prosjektproduksuksess er derimot knyttet til en vurdering av oppnåelsen av prosjektets hensikt. Man skal dermed vurdere om leveransene bidrar til virksomhetens verdiskaping (Skyttermoen og Vaagaasar, 2015, s.53).

Det er også viktig å påpeke at prosjektets suksess er avhengig av innsatsen til mange interessenter. I dag oppfattes prosjektsuksess oftest som en kombinasjon av prosjektledelsessuksess og prosjektproduksuksess (Andersen, 2010, s. 21). Andersen (2010) skriver at prosjektledelsessuksess er noe som kan måles med en gang prosjektet er avsluttet. Prosjektproduksuksess eller med andre ord om hensikten med prosjektet er realisert, er derimot noe som ikke kan måles umiddelbart da den realiseres i etterkant av prosjektet.

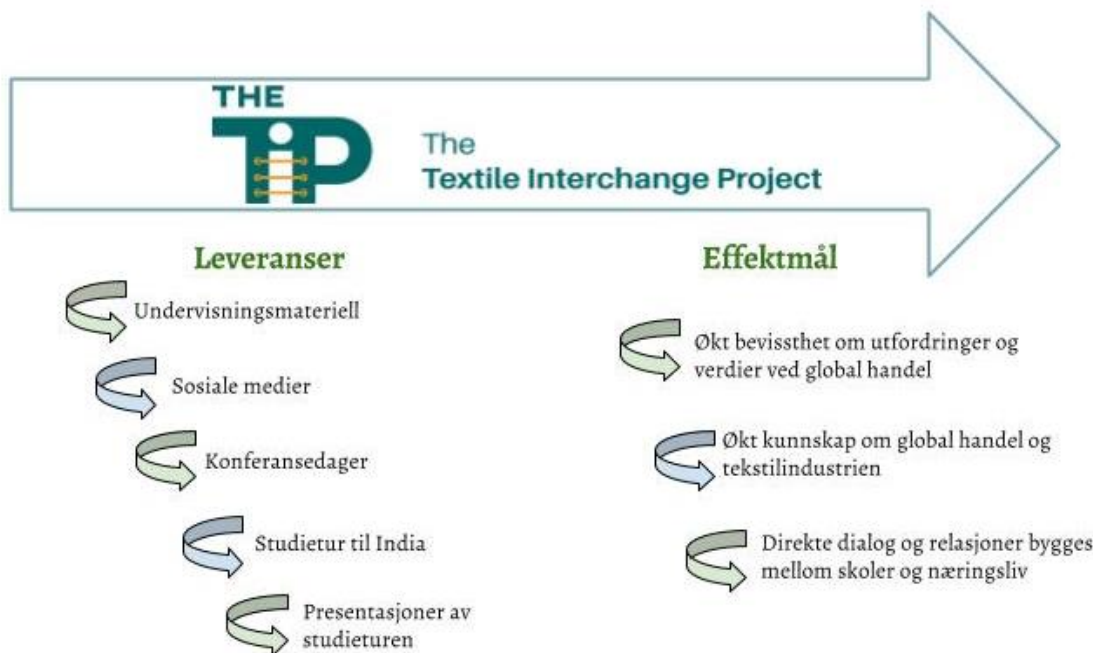
Det har i prosjektfaget tradisjonelt blitt lagt stor vekt på å balansere de tre aspektene tid, kostnad og kvalitet da alle de tre dimensjonene legger premisser for utformingen av prosjektet. Man kan dermed endre kriteriene for kvalitet eller justere tidsfristene og budsjettet underveis i prosjektet. Det er imidlertid som nevnt en utvikling i dag mot at det legges et bredere sett av kriterier til grunn for en vurdering av prosjektsuksess (Andersen, 2010). Videre er det også viktig å påpeke at en vurdering av suksess avhenger av prosjektets karaktertrekk. For vår analyse er det viktig å ta i betraktning at The TIP er et pilotprosjekt hvis leveranser skal justeres etter innspill fra de ulike deltakerne.

Skyttermoen og Vaagaasar (2015) beskriver en utbredt modell for prosjektsuksesskriterier som fanger opp prosjektets kompleksitet da de beskriver dimensjoner ved suksess på både lang og kort sikt. Modellen ble presentert av Shenhar og Dvir (2007) og omfatter fem kriterier: “1) prosjekteffektivitet, 2) innvirkning på bruker, 3) innvirkning for teammedlemmene, 4) lønnsomhet og direkte verdiskaping og 5) forberedelse på framtiden gjennom mulige langsiktige gevinster fra prosjektet” (Skyttermoen og Vaagaasar, 2015, s. 57). Hvor viktig de ulike kriteriene er, er avhengig av det enkelte prosjektet. For vår analyse av prosjektet The TIP ser vi det som mest formålstjenlig å se nærmere på innvirkning på bruker, direkte verdiskaping og forberedelse på framtiden.

Hva slags innvirkning prosjektet har på bruker kan også beskrives som prosjektets resultatmål, og direkte verdiskaping kan beskrives som prosjektets effektmål. Begrepet resultatmål bruker man for å beskrive prosjektets resultater og leveranser. Resultatene prosjektet skal skape er knyttet til kvalitetsdimensjonen i prosjektets jerntriangel (Skyttermoen og Vaagaasar, 2015, s. 58). Et prosjekts effektmål er derimot direkte knyttet til verdiskaping, og kan også beskrives som prosjektets *hensikt*. "Det viktigste med et prosjekt er at prosjektets leveranse gir de effektene oppdragsgiveren og andre interessenter ønsker seg" (Skyttermoen og Vaagaasar, 2015, s. 58). Det er nemlig gjennom effektene resultatmålet gir at verdi skapes.

#### *Leveranser og effektmål i The TIP*

Ut ifra vår teoretiske ramme er de ulike aktørenes interesser og oppnåelsen av målsettingene som bidrar til prosjektets verdiskaping og som danner premissene for prosjektsuksess. I tabellen nedenfor har vi illustrert effektmålene som denne rapporten fokuseres på, samt leveransene som skal skape den ønskede effekten:



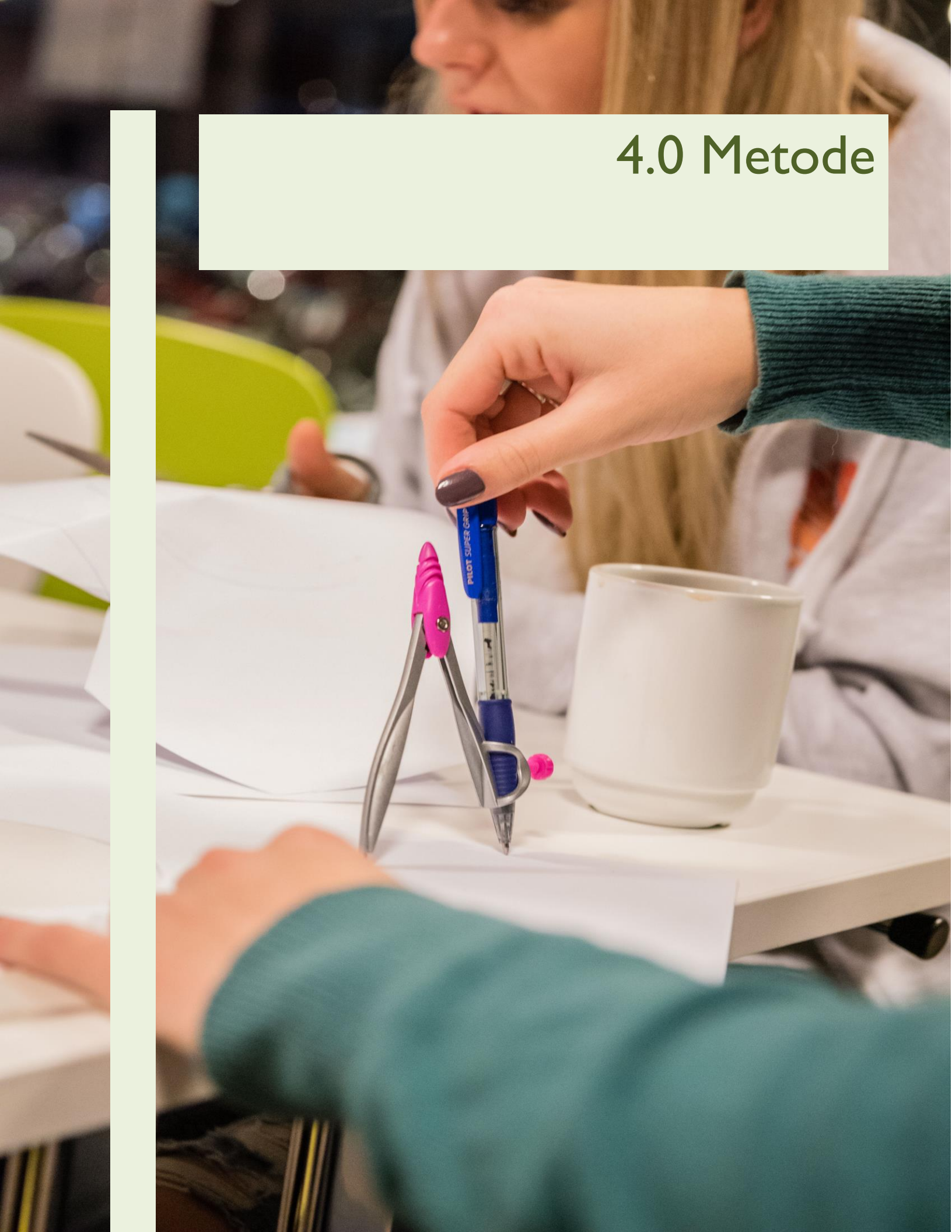
Det er gjennom prosjektets leveranser eller resultatmål at man har forsøkt å oppnå effektmålene. Problemstillingen for denne rapporten går ut på å evaluere om man har klart å oppnå den ønskede hensikten. Det er dermed prosjektproduktssuksess som står sentralt i vår evaluering.

Det har imidlertid også vært viktig å undersøke brukernes erfaringer med prosjektets leveranser for å på den måten kunne gi anbefalinger for hvordan The TIP bør justeres ved en eventuell videreføring av prosjektet. Det er dermed også kvalitetsdimensjonen ved prosjektledelsessuksess som blir evaluert.

En hovedutfordring ved en slik evaluering har vært at The TIP ikke var slutført da datainnsamlingen fant sted. Da The TIP har bestått av ulike aktiviteter og undervisning både inne og utenfor skolen vil man naturligvis først kunne evaluere om målsettingene er nådd etter at alle aktiviteter har funnet sted og skoleåret er over. Vi gjør oppmerksom på at dette har påvirket vår rapport i det at informantenes opplysninger kunne ha vært annerledes etter prosjektets slutfase. Som det ble nevnt i teoriredegjørelsen er det i tillegg slik at prosjektproduktssuksess kan sjeldent evalueres rett etter prosjektets slutt og den langvarige innvirkningen prosjektet har hatt på brukere og deltakere vil først kunne måles en viss tid etter prosjektets slutfase.



## 4.0 Methode



## 4.0 Metode

Vi har valgt å ha en kvalitativ metodisk tilnærming til datainnsamlingen, for å kunne samle gode og beskrivende data med mer dybde enn det kvantitative data ville gitt. Det ble gjennomført dybdeintervjuer og fokusgruppeintervjuer, og i tillegg hadde gruppen noen uformelle samtaler via personlig møte, mail og telefon for å samle nyttig bakgrunnsinformasjon. Vi deltok også som ikke-deltakende observatører på to samlinger for de som reiste til India, én før og én etter turen. Vi deltok også på en åpen samling hvor blant annet fremtiden til The TIP ble diskutert, også her som ikke-deltakende observatører. Vi vurderte også å gjøre en analyse av The TIPs kanaler i sosiale medier samt læringsplattformen, men innså at dette ville ha blitt for omfattende og tidkrevende. Etter diskusjon med oppdragsgiver og veileder kom vi altså fram til disse datainnsamlingsmetodene:

- 15 dybdeintervjuer
- To fokusgruppeintervjuer
- Uformelle samtaler via personlig møte og telefon
- Observasjon av tre samlinger
- Spørsmål sendt ut til tre bedrifter via mail

### 4.1 Dybdeintervju

I følge Aksel Tjora anvender man dybdeintervju først og fremst når man vil studere meninger, holdninger og erfaringer. For å kunne gjennomføre en god kvantitativ survey-undersøkelse er det en fordel å ha mye kunnskap om det gitte fenomenet fra før og lett tilgang på et stort antall informanter, noe vi i dette tilfellet ikke hadde (Tjora 2012, s. 105). Derfor anså vi det som hensiktsmessig å heller ta i bruk dybdeintervjuer. Da det er mange aktører med nokså ulike synspunkter i dette prosjektet, var vi ute etter å få med så mange perspektiver som mulig. Vi utarbeidet en intervjuguide til hver enkelt gruppe, henholdsvis prosjektets styringsgruppe, referansegruppe, ambassadører, lærere og bedrifter. I de fleste dybdeintervjuene var to av oss tilstede, hvor den ene hadde en aktiv intervjuer-rolle og den andre en passiv observatør-rolle som

kunne stille spørsmål i slutten av intervjuet. Vi benyttet også båndopptaker for senere transkribering.

## 4.2 Fokusgrupper

En fokusgruppe er en form for gruppeintervju, hvor man samler et antall informanter med hensikt om å diskutere ett eller flere temaer. Denne intervjuformen ses ofte på som effektiv og økonomisk fordi man utvikler intervjudata fra flere informanter samtidig, og metoden kan også virke mindre truende for deltakerne enn individuelle dybdeintervjuer (Tjora, 2012, s. 122). Vi hadde som mål at fokusgruppene skulle bestå av elever som var en del av prosjektet, men som ikke var engasjert som ambassadører og heller ikke var med til India. Årsakene til at vi ville anvende fokusgrupper framfor dybdeintervjuer var flere. For det første ønsket vi å undersøke holdningene til flest mulig elever som var en del av prosjektet, og da var det en fordel å ha noen tidsbesparende intervjuer. For det andre bestod fokusgruppene av elever i VGS-alder, og da er det sannsynlig at de ikke har vært i en intervjusituasjon før. Derfor antok vi at det kunne føles tryggere å være sammen med medelever under intervjuet enn å ha en-til-en-intervju. For det tredje er fokusgrupper en god arena for å diskutere og reflektere høyt, og da kan *ulike* synspunkter på et gitt tema komme til overflaten. Slike interaksjoner kan vi også bruke aktivt inn i analysen (Tjora, 2012, s. 125). Slike diskusjoner tenkte vi også kunne bidra til at elevene kan bli enda mer bevisste på sine egne meninger og holdninger.

## 4.3 Utvalg

I The TIP er det svært mange aktører involvert. Disse er blant annet lærere, elever, ambassadører, bedrifter, Virke, LO, Handel og Kontor samt noen representanter fra sivilsamfunnsorganisasjoner. Prosjektleder for The TIP la godt til rette for at vi skulle finne informanter ved å gi oss en utfyllende liste med alle enkeltpersoner som var eller hadde vært involvert i prosjektet. Prosjektlederen kom også med anbefalinger om hvilke personer som var de viktigste å kontakte, men vi hadde stor frihet til å velge hvilke vi ønsket å intervju. Da de fleste av disse aktørene har ulike tilnærminger til prosjektet, ønsket vi å få med så mange av

perspektivene som mulig. Derfor benyttet vi oss først og fremst av en *strategisk* heller enn *tilfeldig* utvelgelse av informanter, primært til dybdeintervjuene. Samtidig som vi gjerne ville intervju så mange som mulig, måtte vi ta i betraktning at vi er en relativt liten gruppe på kun tre personer. Derfor var det viktig for oss å være tydelig på at vi måtte avgrense intervjuer til et hensiktsmessig antall i lys av arbeidets omfang.

Vi benyttet oss i forbindelse med fokusgruppene av en miks av strategisk og tilfeldig utvalg, ved at vi hadde en avgrenset gruppe med potensielle informanter (elever), men det var lærerne som spurte klassene om noen kunne tenke seg å delta. Dette gjorde vi av praktiske årsaker, da det er mye enklere for lærere enn oss å komme i kontakt med elevene, i tillegg til at de kunne koordinere det inn i skoledagen. Det endte imidlertid opp med at begge fokusgruppene ble holdt etter skoletid. Vi hadde et mål om å ha seks elever i hver fokusgruppe, men endte opp med å ha én gruppe med fem og én gruppe med seks. Snøballutvelgelsen ble også brukt en gang i en intervjusituasjon, da vi ble anbefalt å ta kontakt med en person som ikke stod på vår liste over potensielle informanter.

## 4.4 Metodiske utfordringer

### *Etikk*

I følge Tjora (2012) er mye av etikken i forbindelse med intervjuer knyttet til presentasjon av data, for eksempel når det gjelder anonymisering. Dette er noe vi har vært oppmerksomme på hele veien, og vi har vært tydelige overfor informanter om at alt av opptak blir slettet etter endt studie, at vi har taushetsplikt og at vi anonymiserer alt som blir sagt. Hvis ikke skal sitatsjekk tilbys. Anonymisering viste seg å være noe utfordrende i forhold til enkelte informanter, da deres posisjon henger mye sammen med hvorfor de har de holdningene og meningene de har. Denne sammenhengen var i noen tilfeller viktig for å svare på problemstillingen, og vi måtte derfor jobbe ekstra mye med hvordan vi skulle løse det. Noen informanter ga også uttrykk for at de var bekymret for å ikke bli anonymisert tilstrekkelig. En annen etisk utfordring er at vi har intervjuet elever i VGS-alder, og at vi derfor måtte ta hensyn til at ikke alle var myndige og at gruppen er i en alder som kan være preget av usikkerhet. Det ble derfor ekstra viktig her å skape en god og

trygg atmosfære og i tillegg være ekstra tydelige på at de har full rett til å avstå fra å svare på spørsmål.

### *Mange intervjuguider*

Underveis i datainnsamlingen møtte vi på noen utfordringer som er verdt å adressere, da de kan ha påvirket våre endelige data. Den første utfordringen vi møtte på var at vi skulle intervju mange ulike aktører, og at vi så behov for å ha ulike intervjuguider til tilnærmet alle intervjuene. Dette var en utfordring både ved at vi brukte mye tid og ressurser på å utforme de ulike guidene, samtidig som at vi mentalt måtte innstille oss på nye spørsmål og vinklinger før hvert intervju. Hadde vi brukt den samme intervjuguiden mange ganger, hadde vi i tillegg med større sannsynlighet plukket opp mangler ved guiden som vi kunne ha forbedret til neste intervju. Vi måtte også omstille oss mellom hvert intervju med tanke på ulikhetene i informantgruppen, da noen som jobber relativt høyt oppe i en bedrift sannsynligvis tenker annerledes enn en gjennomsnittlig VGS-elev. Dette gjorde at vi måtte være oppmerksomme på hvordan vi formulerte oss og hvordan vi tolket svarene vi fikk.

### *Liten prosjektgruppe*

En annen utfordring var som tidligere nevnt at vi er en relativt liten prosjektgruppe, med tilsvarende ressurser. Dette førte til at vi måtte være svært nøye i planlegging av intervju og arbeidsfordeling, slik at vi alltid hadde noen som kunne stille opp. Vi hadde som mål å alltid være to personer til stede per intervju, altså en hovedintervjuer og en som noterte og stilte tilleggsspørsmål. Dette gikk imidlertid ikke alltid opp. Det har også vist seg å også være noen positive sider ved å være en liten gruppe, som for eksempel at det ikke er mange personer som må koordineres i forhold til møtepunkter og at det ikke er så mange ulike meninger som må drøftes.

### *Fokusgrupper*

En utfordring i forhold til fokusgruppene var at vi helst ville ha elever som *ikke* var ambassadører eller hadde vært i India, slik at vi fikk plukket opp hvilke tanker resten av elevene hadde om prosjektet. På den ene skolen endte vi likevel opp med å ha både “vanlige elever”, en ambassadør og noen som hadde vært med til India. Dette kan tenkes å ha påvirket hvor fritt eller hvor mye



elevene ytret seg, da ambassadørene og de som var i India naturligvis har mer å si om prosjektet. I tillegg hadde vi allerede snakket med ambassadørene, så vi hadde ikke noe behov for mer informasjon fra dem. En annen utfordring ved fokusgruppene er at det er et lite utvalg av mange elever, og at det ikke da er noen garanti for at deres meninger er generaliserbare.

### *Prosjektet er ikke ferdig*

En annen utfordring ved datainnsamlingen, var at nesten alle intervjuene ble gjennomført i mars 2017, som er hele tre måneder før pilotfasens slutt. Siden vårt mål var å undersøke hvorvidt prosjektet er vellykket, var det nokså utfordrende å se hele bildet såpass tidlig i prosessen. Dette har stor påvirkning på vår analyse. Blant annet nevnte noen av lærerne at de skulle bruke The TIP mer etter påske, for det var da det passet inn i læreplanen. I tillegg skal elevene gjennomføre en spørreundersøkelse i april/mai for å gi et bilde av prosjektets effekt, men siden den kommer så sent lar det seg ikke gjøre å få denne med i vår rapport. Vi tenker likevel at det er et nyttig supplement til rapporten, siden man da har både kvalitative og kvantitative data.

# 5.0 Presentasjon av funn og analyse



**Raw materials**  
Reduce the need for (new) raw materials  
*Use recycled materials, no-waste production*

**Garment Production**  
Sell slightly altered vintage  
*Sell remade vintage in existing/new channels*

**Sales**  
Don't buy! Rent or Lease  
*Lease the latest trend 30 days*  
Marketplace C2C for vintage fashion  
*Capitalize on every transaction*

**Use**  
Green actions guiding app  
*Incentivize actions by rewards and points*  
Care & Repair/remake  
*Test repair in one store or offer to loyal customers*

## 5.0 Presentasjon av funn og analyse

Vi skal i denne delen av rapporten presentere våre funn, primært innsamlet gjennom dybdeintervjuer og fokusgrupper. Da vi anså det som mest hensiktsmessig for oppgavens flyt, har vi valgt å analysere funnene underveis. Vi har valgt å presentere funnene knyttet til våre underordnede problemstillinger først og funnene rundt hovedproblemstillingen til sist, fordi de underordnede problemstillingene angår prosjektet i sin helhet og legger et grunnlag for resultatene knyttet til hovedproblemstillingen. Det første som blir presentert er hvordan samarbeidet mellom aktørene har fungert, og hvordan informantene opplever at prosjektet har blitt organisert og styrt. Deretter vil vi se på hvordan implementeringen av The TIP har fungert ved de ulike skolene. Videre ser vi på om det har skjedd en endring i elevenes bevissthet og kunnskap knyttet til global handel og tekstilindustri i løpet av pilotperioden. Til slutt kommer en presentasjon av hvorvidt The TIP har bidratt til økt kontakt mellom skole og arbeidsliv.

### 5.1 Samarbeid og prosjektstyring

Noe av det som kjennetegner The TIP er at det er et eksempel på trepartssamarbeid, hvor arbeidstaker- og arbeidsgiverorganisasjoner samarbeider om et felles mål. For at et slikt prosjekt skal kunne fungere, er det avhengig av god styring og et ryddig og konstruktivt samarbeid. Det er mye som må tas hensyn til i organiseringen, i og med at både arbeidsgiversiden, arbeidstakersiden, skoler og privat næringsliv har sine ønsker og preferanser for hva prosjektet skal være og inneholde. Hvordan partene klarer å møtes, tilpasse seg hverandre og komme fram til noe alle kan være enige om, er avgjørende for hvordan samarbeidet vil oppleves. Vi skal nå se på noen av våre funn rundt nettopp dette.

#### 5.1.1 Samarbeid mellom aktører

En informant fra styringsgruppen sier at det har vært morsomt å se hvordan man har klart å skape et engasjement, og at det på tross av diskusjoner om hvilken retning prosjektet skulle ta har vært konstruktive og positive holdninger til arbeidet blant alle aktører. Informanten mener også at det har vært mye gå-på-vilje både i prosjektgruppen og i de andre foraene vedkommende har vært, og ikke minst i skolene. Informanten nevner også at det har vært morsomt å jobbe med folk som

kommer fra helt forskjellige miljøer, men som skal samarbeide og prøve å få til noe i fellesskap. Også en av informantene fra bedriftssiden er jevnt over positiv til samarbeidet, og uttaler at:

*“[Jeg] synes at det var et veldig bra prosjekt siden det var så mange involverte, sånn at man faktisk ville få frem ganske sånn realistisk fremstilling av hvordan det er, ikke bare vår side heller.”*

Informanten har imidlertid noen innvendinger hva gjelder balansen mellom de ulike aktørenes roller. Informanten sier at man har vært veldig gode på prosjektledelse, fokusert mye på det faglige og samarbeid med skolen, og at selv om alle disse tingene er viktige er det noen ting som også har gått litt i glemmeboken. Informanten sikter i dette tilfellet til bedriftenes omdømmebygging. Bedriften legger altså ikke skjul på at de selv hadde et motiv om at prosjektet skulle være bra for sitt omdømme, og forteller også at de ønsker å gi unge mennesker en forståelse av at det ikke er så enkelt som å si at alt er som det fremstilles i for eksempel Sweatshop, som de opplevde at la frem noen ganske urettferdige påstander. Informanten konkluderer imidlertid til slutt med at selv om akkurat dette har vært en utfordring, er nettopp det at de kommer inn med så ulikt språk og så forskjellige utgangspunkt noe av det som har gjort prosjektet så spennende. Informanten har også personlig lært mye av å få innblikk i noe annet enn privat næringsliv.

En annen informant fra bedriftene opplever imidlertid samarbeidet som utelukkende positivt og har ikke inntrykk av at aktørene har stått på sine barrikader. Det har vært gode diskusjoner på de møtene informanten har deltatt på, og vedkommende har et inntrykk av at alle ønsker å bidra, selv om man kommer inn med veldig ulike utgangspunkt. Informanten legger til at:

*“[...]Og det er jo – sånn er vi mennesker uansett. Om vi representerer ulike bedrifter og organisasjoner så er vi forskjellige, og det er jo bra å få til noe sånt – å samle ulike mennesker, og så får du et konkret sluttprodukt ut av det.”*

Informanten ser heller ikke på The TIP som et omdømmeprojekt, da vedkommende allerede føler at sin bedrift har et godt rykte. *“Så for oss er vårt kall ‘miljø- og samfunnsansvar’ mer tuftet*

*på å støtte merkevaren enn å bygge merkevare, hvis dere skjønner.” Informanten påpeker også at det er helt naturlig at de ulike aktørene har forskjellige agendaer, og at det å jobbe i et departement er veldig forskjellig fra å drive en varehandelsbedrift. Spesielt måten man tar beslutninger på vil være ulik, for i en bedrift er man ikke så opptatt av at alle skal være med, men man er opptatt av å få gjort noe konkret. Informanten sier også at “jeg tror alle på mange måter jobber mot liksom et felles mål og det er på mange måter ikke å vise et glansbilde, men å vise et virkelig bilde.”*

Kristin Fjeld som er PR Manager i H&M mener at et slikt samarbeid på tvers av bedrifter, skoler og organisasjoner er veldig viktig, og at de har opplevd stor interesse og engasjement fra alle parter. Det trekkes også fram at det er fornuftig at det er en prosjektstyringsgruppe som har et slags direkte overordnet koordineringsansvar, men at de selv gjerne plukker opp de ballene som kommer direkte også, som forespørsler om foredrag og lignende.

Videre har en annen informant nevnt at fordi det er Virke som tok initiativ til prosjektet, er engasjementet muligens litt sterkere hos dem enn hos HK og LO. Informanten er likevel av den oppfatning av at det er positivt og viktig å ha HK og LO med på laget, og at de har et stort fokus på det i sitt arbeid. Informanten sier at det virker som at både LO, HK og Virke er stolte av prosjektet, og at det særlig i Virke er forankret godt internt. Videre sier informanten at samarbeidspartnerne er veldig engasjerte, og trekker spesielt fram Princess som har gått “all in”. Det har i følge oppdragsgiver vært noe ulik deltakelse fra bedriftenes side, og dette kan skyldes blant annet bedriftenes oppbygning og struktur. Det trekkes likevel fram at alle de involverte bedriftene har bidratt godt på sin måte, noen med økonomiske ressurser, noen med kunnskap og andre med praktiske bidrag, for eksempel knyttet til India-turen. Informanten trekker også fram den nye bærekraftsansvarlige i H&M som kom inn midt i prosjektet. Da forrige bærekraftsansvarlige ble byttet ut, oppstod det en bekymring for at engasjementet fra H&M skulle dø ut, men tvert imot tok hun fatt på oppgavene med det samme. Blant annet sørget hun for at de fikk møte H&M-kontoret i India og klarte å skaffe midler på kort varsel.

Ut fra disse funnene ser vi på samarbeidet mellom aktørene som velfungerende, først og fremst fordi alle aktørene har hatt et felles mål - å gi elevene nyansert kunnskap og et oppriktig bilde av



global handel og tekstilindustrien. Det er vår tolkning at det har vært bred enighet om hva som må gjøres for å oppnå dette målet. Som tidligere nevnt øker kompleksiteten og usikkerheten jo flere involverte parter det er i prosjektet, siden alle har sine interesser å ivareta (Karlsen, 2001). At det vil være ulike interesser fra partene ser vi på som en selvfølge. Vi oppfatter imidlertid at dette har opplevdes mer som en fordel enn en ulempe i samarbeidet, og flere informanter har også uttalt at de setter pris på å få innblikk i noe annet enn sin egen sektor. Noe som kan tas hensyn til ved en eventuell videreføring er en avklaring hva gjelder de interessene som enkelte aktører følte ikke har vært fullstendig ivaretatt.

### 5.1.2 Prosjektstyring

Prosjektleder Eleni Simeou trekkes av mange informanter fram som en viktig aktør for prosjektets utvikling. Hun omtales som utrolig engasjert og lyttende, og hun har i følge en informant drevet prosjektet godt og viet mye tid til dette arbeidet. En annen informant hevder at

*“[...]hennes evne til å styre prosjektet, og sette seg delmål, og gjennomføre fagdager og konferansedager, legge dem spennende steder, trekke inn kompetent mannskap som kan fortelle noe, dra veksel på samarbeidspartnere har gjort at, ja, jeg synes prosjektet har nådd mye lenger. Jeg trodde aldri at vi skulle få det så bra som vi har fått det til nå.”*

Det kommer også i flere intervjuer fram at prosjektlederen har gjort en god jobb i å håndtere det store antallet aktører som er involvert i prosjektet. At prosjektlederen utelukkende omtales som en positiv aktør i dette prosjektet, er verdt å reflektere over. Det er som flere ganger nevnt mange ulike aktører som bidrar inn i prosjektet, og disse setter på samme tid krav som skal tilfredsstilles. Å klare å koordinere og organisere et så omfattende prosjekt uten å trække noen på tærne eller skape usikkerhet, er ikke en selvfølge. Vi har sett at samarbeidet mellom alle partene for det meste har fungert godt, men at det også har hatt noen skjær i sjøen. Det har imidlertid blitt presisert at dette ikke har hatt noe med prosjektleder å gjøre, og at hun har gjort sitt beste for å få ting til å gå rundt. Alle har i intervjusituasjonene fått beskjed om at vi har taushetsplikt og at alt anonymiseres, så dette kunne ha vært en god arena for å gi anonyme kritiske tilbakemeldinger, men disse har altså ikke funnet sted. Det bør også nevnes at vi sjeldent direkte spurte

informantene om deres opplevelse av prosjektleder, men at de på eget initiativ trakk henne fram som en positiv og viktig ressurs. Dette samsvarer også godt med vårt eget inntrykk av Simeou, da hun fra første stund har vært imøtekommende og lagt til rette for at vi som prosjektgruppe best og lettest mulig skal kunne skrive denne rapporten.

## 5.2 Implementering av prosjektet i skolen

For å best kunne svare på hvordan prosjektet kan justeres etter pilotfasen er det nødvendig med en forståelse for hvordan deltakerne på de to testskolene, Edvard Munch VGS og Kongshavn VGS, opplevde arbeidet med prosjektet. Med dette menes det hva slags erfaringer lærere og elever, som er prosjektets sluttbrukere, har hatt med The TIPs leveranser. Vi skal dermed i denne delen se på hvordan informantene har opplevd implementeringen av prosjektet i skolen, hvilke utfordringer som har oppstått og i hvor stor grad elevene er knyttet til prosjektet.

### 5.2.1 Lærernes erfaringer med prosjektet

#### *Generelle oppfatninger av prosjektet*

Kamilla Bulie, avdelingsleder for Design og håndverk, og Kunst, design og arkitektur ved Edvard Munch VGS uttrykker at lærerne har vært begeistret for hvordan prosjektet har blitt gjennomført, at samlingene har vært gode og alt har vært veldig positivt. Blant lærerne på Kongshavn VGS er også den generelle oppfatningen av prosjektet positiv. Flere elever på begge skolene har opplevd stort engasjement fra lærernes side. En av elevene sier i den sammenheng at det at læreren har vært så engasjert er med på å påvirke elevene også.

#### *Kompetansemål og utfordringer*

Det kommer ikke som noen overraskelse at informantene på Edvard Munch VGS opplever prosjektet som svært relevant for tekstil-elevne. Monica Schjelle Larssen, som er lærer på Design og tekstil ved skolen sier følgende: *“For Design og tekstil-fagene er det midt i blinken, det er så relevant som det kan bli. Våre elever er ungdom som virkelig har tenkt seg ut å jobbe i den bransjen og som er representanter for framtidens mote- og tekstilbransje [...]”*. (22.03.2017)

Det har kommet fram av våre funn at lærere ikke ser på det å knytte The TIP til kompetansemål som en utfordring. Det uttrykkes av lærere at prosjektet kan knyttes til kompetansemål i flere fag. En av våre informanter uttrykker at det har vært veldig mye fokus på hvilke kompetansemål som kan involveres i prosjektet og at også skolesystemet beveger seg mot at det jobbes med prosjekter

som dekker flere kompetansemål, i stedet for at man jobber med ett og et kompetansemål om gangen. Flere av våre informanter har i tillegg vært av den oppfatning at temaene i The TIP er veldig aktuelle og burde ha sin plass i undervisningen på skolen. Sluttbrukernes opplevelser med prosjektet viser imidlertid at det er flere ting det må tas hensyn til når et prosjekt implementeres i skolesystemet.

Både elever og lærere har uttrykt at det i en skolehverdag er viktig at elever tilegner seg kunnskaper som er direkte knyttet til eksamen. Selv om de fleste deltakerne i prosjektet har en forståelse for hvorfor temaene knyttet til The TIP er viktige og relevante for alle, blir det en utfordring å implementere The TIP i undervisningen hvis det er andre ferdigheter en eksamen i et visst fag skal kartlegge. Videre er også prosjektets implementering avhengig av hvor mye tid lærerne har til rådighet.

*“Utfordringen er jo at lærere er veldig, veldig presset på tid da. På et skoleår er det veldig mye du skal gjennom. Og ja, eksamen, du skal jobbe mot det og, men også pålegges du hele tiden også - en del ting du må være med på, ikke sant, altså man opplever at tiden er veldig dyrebar som lærer og i forhold til hva du ønsker å formidle til en klasse gjennom et helt år da, så det er klart at du må - det er jo det - du må være attraktiv og prioritere akkurat det lærestoffet, da.”*

En annen informant viser også til bruken av The TIPs læringsplattform som tidkrevende da man er avhengig av å bli kjent med hele innholdet og tilpasse det til egen undervisning. Det er også slik at kompetansemålene stadig oppdateres, og da må også læringsmateriell være oppdatert.

## 5.2.2 The TIP i undervisningen

I hvor stor grad The TIP har blitt brukt inn i undervisningen har vært opp til lærerne å bestemme. Lærerne, som også underviser i ulike fag, har hatt forskjellige oppfatninger av hvordan prosjektet burde implementeres på skolen og hvor relevant det er. Også blant elevene ved de to skolene, som går på design og håndverk-, entreprenørskap eller samfunnsøkonomilinja, er det ulike oppfatninger om prosjektets relevans. Det kommer fram av informantenes kommentarer at

læringsressursen på [deling.ndla.no](http://deling.ndla.no) enten ikke har vært brukt, eller at den har vært brukt i veldig liten grad i undervisningen.

### *Bruk og evaluering av The TIPs læringsplattform*

Lærere på begge testskolene uttrykker å ikke ha brukt læringsplattformen på [ndla.deling.no](http://ndla.deling.no) i veldig stor grad. En felles oppfatning blant lærerne er at plattformen bærer preg av å ikke være helt ferdig og at utformingen og det grafiske designet bør være mer fristende, brukervennlig og intuitiv. Det er imidlertid verdt å påpeke at alle våre informanter som har jobbet med å utarbeide innhold til læringsplattformen uttrykker at innholdet i plattformen er veldig bra. En anbefaling fra en av lærerne er at hvis prosjektet videreføres må det være lærere som jobber mer med nettsiden slik at de kan legge den opp mer pedagogisk. [Ndla.no](http://Ndla.no), som er en plattform med digitale læringsmidler for alle videregående skoler i Norge, vises til som et eksempel på hvordan det bør jobbes med The TIPs læringsressurs.

På Edvard Munch VGS har den rådende oppfatningen blant lærere og ambassadørene vært at The TIPs læringsplattform er noe som skal tas mer i bruk i fremtiden ved en eventuell videreføring av prosjektet. Plattformen har dermed ikke blitt tatt i bruk direkte i undervisningen og flere av elevene uttaler å enten ikke ha kjennskap til den eller å ikke ha brukt den aktivt. Ambassadørene, som har bidratt til å lage innhold til plattformen uttaler imidlertid at den er veldig bra og oversiktlig. Ambassadørene uttrykker likevel å ikke ha brukt plattformen særlig mye.

Ved Kongshavn VGS har The TIPs læringsressurs blitt sammenflettet en del med undervisningen om konkrete temaer som internasjonalisering og merkevarebygging. Det har også blitt uttalt av lærere at The TIP kommer til å brukes mer i det resterende skoleåret i forbindelse med temaer som for eksempel global handel. Dette har imidlertid ikke skjedd enda og det å implementere The TIP i undervisningen har vært veldig avhengig av hvor i pensum man er. Ifølge en av The TIP-ambassadørene brukes plattformen i undervisningen hver gang man møter på temaene knyttet til The TIP. Videre sier informantene at plattformen brukes som kilde til oppgaver elevene får og før prøver og case. Det uttrykkes at lærerne på skolen er veldig engasjerte og derfor har The TIP blitt brukt veldig mye. Det er kommet imidlertid fram av vår samtale med de øvrige elevene at de ikke kjenner til læringsplattformen. Dette kan skyldes at elevene ikke gjenkjenner plattformen når den

brukes i undervisning, eller at den ikke brukes eksplisitt, men blir sammenflettet med annet undervisningsmaterieil.

### *Konferansedager*

Konferansedagene som ble gjennomført som en del av The TIP har vært en viktig arena for å skape kontakt mellom elever og bedrifter, men også for å øke elevenes kunnskap om temaene rundt tekstilindustrien og global handel.

Både elever, lærere og ambassadører på Edvard Munch VGS opplevde konferansedagene som svært lærerike. Ved Kongshavn VGS har elevene en mer blandet oppfatning, blant annet av hvor relevante foredragene har vært for dem. Ifølge en av lærerne har elevene i klassen oppfattet den første konferansedagen som altfor fokusert på tekstil, noe som bekreftes av elevenes kommentarer. Det er det overordnede inntrykket blant elevene at flere av foredragene som var felles for alle var altfor tekstilspesifikke og dermed ikke så relevante for dem. Foredragene som var spesielt rettet mot entreprenørskap og samfunnsøkonomi opplevdes derimot som veldig interessante. Det ble spesielt lagt vekt på handelsspillet med Changemaker som noe som var svært lærerikt og relevant for samfunnsøkonomi. For entreprenørskap-elevene var foredraget av Jens Bonesmo spesielt interessant. Foredraget som Voice Norge holdt om transport av produkter opplevdes som svært relevant for alle.

Det har blitt uttrykt ulike meninger om sammensetningen av foredrag. Erfaringen noen av elevene hadde med konferansedagene var at man fikk veldig mye informasjon samtidig og det var derfor vanskelig å fokusere og ha oppmerksomheten på det fulle. Videre er elevene veldig opptatt av foredragenes relevans. Ifølge en av informantene var konferansedagene veldig bra sammensatt fordi alle klassene fikk høre om temaer som var relevante for deres fag. Det uttrykkes i tillegg at en inndeling i bolker med foredrag som er relevante for de ulike fagene har fungert veldig bra og det gis en anbefaling at hele arrangementet bør legges opp på den måten. Å få jobbe med andre elever og ha et tverrfaglig opplegg omtales av en av informantene som svært positivt:



*“Likevel synes jeg at måten det er lagt opp på da, i stedet for å for eksempel bare ha det på skolen, at vi drar til Teknisk Museum og har en sånn felles samling, og på en måte jobber med andre elever som har andre fag og at det blir litt tverrfaglig og sånn, synes jeg er veldig motiverende, da, måten det er gjort på.”*

### 5.2.3 Forankring av The TIP

Etter observasjoner og samtaler med elever har vi fått et inntrykk av at The TIP har blitt bedre forankret på Edvard Munch VGS. Dette kan skyldes blant annet at deltakerne er en del av en liten klasse på bare 13 elever, noe som gjør det lett å formidle informasjon, og at elevene fra design- og håndverkslinjen naturligvis føler en større tilknytning til tekstilindustrien enn det som er tilfelle for de som studerer samfunnsøkonomi eller entreprenørskap. At elevene jobber direkte med tekstil på skolen og muligens skal fortsette å arbeide innenfor denne bransjen gjør at de er mer interesserte i og nysgjerrige på å høre om temaene The TIP handler om og for noen også å undersøke de videre. I motsetning til dette har det som tidligere nevnt vært vanskeligere for elevene på Kongshavn VGS å relatere til stoffet som har vært veldig tekstilspesifikt. En av informantene ved Kongshavn VGS kommenterer dette slik:

*“Jeg føler at på Kongshavn så hadde vi ikke så mye tilknytning til selve tekstilindustrien og ja, og den delen av prosjektet da - og det er jo hoveddelen av prosjektet. Da føler jeg at Edvard Munch med tekstil og design, den linja passer litt bedre kanskje, for vi har entreprenørskap og samfunnsøkonomi. [...] Det er noe som er direkte knyttet til faget, men jeg føler på en måte det er ganske mye som går utenfor det da.”*

Ifølge en av ambassadørene på Edvard Munch VGS har elevene vært veldig dedikert siden alle jobber med tekstil og det er av den grunn veldig lett å få fram ting. Det er også vårt inntrykk at elevene har vært veldig engasjerte i The TIP-aktivitetene og stilt mange spørsmål til ambassadørene. Det har i tillegg til dette vært fokus på prosjektet i klasserommet hvor ambassadørene etter oppfordring av læreren fikk fortelle om de ulike aktivitetene de har vært med på.

På Kongshavn VGS er elevenes engasjement for prosjektet ikke så stort og det er varierte holdninger til prosjektet. Selv om The TIP har blitt diskutert i klasserommet også på Kongshavn VGS, uttrykker de fleste elevene å ikke ha forstått helt hva formålet med prosjektet er. Det er en ambassadørs oppfatning at det finnes delte meninger om prosjektet blant elevene. Mens noen opplevde konferansdagene som ekstra arbeid og til og med bortkastet tid, har andre syntes at det er veldig givende å være med på prosjektet. Informanten oppsummerer likevel at majoriteten er veldig positive til prosjektet. Nyansene i oppfatningene kommer også fram i fokusgruppeintervjuet med elevene.

Det trekkes fram av en av elevene at vedkommende føler seg ganske lite involvert i prosjektet. En annen elev oppsummerer sin opplevelse slik:

*“Jeg føler på en måte vi ikke er satt helt inn i konteksten for prosjektet, at vi bare ble kastet inn i det [...] Og det er litt som Elev 9 sa, at vi bryr oss kanskje ikke så mye, men jeg føler ikke at det er noen historie som blir fortalt på en god måte som gjør at vi vil engasjere oss. Det er liksom ikke noe som gir oss noe drivkraft, da”.*

Andre elever har imidlertid opplevd arbeidet med prosjektet som svært givende fordi det gir noe annet i hverdagen. Videre legges det til av en av informantene at alle har godt av å være med på et slikt prosjekt uavhengig av hvilke fag man har.

Vår oppfatning er at det har vært vanskelig for noen av elevene å knytte The TIP til temaene i undervisningen ved å se på tekstilindustrien som et case for temaer som samfunnsansvar og globalisering. Disse elevene har vært svært opptatt av det tekstilspesifikke innholdet i prosjektet og har ikke klart å se det store bildet og hvilken nytte de får av kunnskapen som The TIP gir. Noen av elevene peker også selv på at de ikke er opptatt av miljøhensyn.

Mens det alltid skal være slik at det ikke er mulig å engasjere alle for et prosjekt som kommer utenfra skolen, har det imidlertid blitt identifisert at god forankring er avhengig av god informasjonsflyt og en strukturert presentasjon av prosjektets mål.

## 5.2.4 Tilgang på informasjon - en nøkkel til suksess

Selv om mange av elevene er veldig positive til The TIP, er det en overordnet oppfatning blant elevene på begge skolene at de ikke har fått nok informasjon ved prosjektets oppstartsfasen, samt at det har vært vanskelig å danne seg et helhetlig bilde av The TIP underveis. De fleste elevene opplever å ikke ha fått like mye informasjon som ambassadørene, noe som førte til at det ble vanskelig for dem å engasjere seg i prosjektet eller skjønne alle sammenhengene. På den ene skolen blir det også uttrykt at The TIP til tider opplevdes som hemmelig. Det har i tillegg blitt identifisert at utvelgelsen av ambassadørene opplevdes for mange som tilfeldig eller urettferdig.

### *Lansering av prosjektet og utvelgelse av ambassadører*

Ut fra våre samtaler med elever og ambassadører kommer det frem at det er viktig med forankring av prosjektet allerede ved oppstartsfasen hvor aktiviteter og målsettinger presenteres for både lærere og elever. Da The TIP ble presentert for første gang på testskolene var arbeidet med prosjektets program ikke ferdig. At det var mangel på informasjon om prosjektet resulterte i at det var vanskelig for elevene å skjønne hva The TIP gikk ut på og dermed melde sin interesse for prosjektet. For flere av elevene opplevdes startfasen som veldig flytende og det uttrykkes et ønske om at man fikk mer sammenhengende informasjon helt fra startfasen.

I tillegg til dette har det blitt identifisert at utvelgelsen av ambassadørene på begge skolene ble opplevd som urettferdig. På den ene skolen var det opp til elevene å melde sin interesse for prosjektet, og det ble i etterkant trukket tilfeldig hvilke av disse som skulle bli ambassadører. På den andre skolen var ambassadørene valgt ut av læreren. I det første tilfellet uttrykkes elevene at de hadde meldt sin interesse for å bli ambassadører dersom de hadde fått *mer informasjon* om hva prosjektet gikk ut på, og i det andre tilfellet uttrykkes det at flere hadde vist interesse og engasjert seg dersom de hadde fått *muligheten* til det. At ambassadørene på Kongshavn VGS kun representerer den ene linjen som er involvert i prosjektet oppleves også som urettferdig og nevnes som noe som kunne hindre formidlingen av informasjon. Ifølge en av informantene ville en konkurranse fungert bra som utvelgelsesmetode. Det har i tillegg kommet fram av våre funn på Kongshavn VGS at det at medelever var med i evalueringen av søknader til Indiaturen har gjort at utvelgelsen har av noen blitt oppfattet som subjektiv.

### *Tilhørighet blant elevene*

Konferansedagene har vært de eneste aktivitetene i The TIP som har vært felles for alle og hvor det ble undervist sammenhengende om The TIP-tematikken. At det var kun tre fellessamlinger hvor man fikk mye informasjon på en gang har gjort det vanskelig for elevene å samle alle trådene og danne seg et helhetlig bilde av prosjektet. Naturlig nok har det i tillegg kommet fram et vesentlig skille mellom følelsen av involvering og tilhørighet til prosjektet blant ambassadørene og resten av elevene.

En av elevene på Edvard Munch VGS opplever at ambassadørene har fått mye mer informasjon sammenlignet med resten. Dette fører til en følelse av at de andre elevene er på sidelinjen i tillegg til at det gjør det vanskelig for dem å bli klar over hva prosjektet går ut på.

*“Ja, jeg føler liksom at dere [ambassadørene] sitter med ekstremt mye informasjon og dere sier mye, men på en måte ikke nok sånn at vi forstår og har lært alt, da.”*

Samme informant utdyper at The TIP-aktivitetene burde ha vært mye oftere og at resten av elevene burde få like mye informasjon som ambassadørene. Videre forteller informanten at prosjektet har til tider virket hemmelig, noe som skyldes at elevene ikke fikk svar på sine spørsmål til ambassadørene før prosjektets lansering for dette skulle elevene få vite selv. Det uttrykkes et ønske om at elevene fikk informasjon samtidig som de som var mer involverte, slik at de kunne danne seg et sammenhengende bilde i stedet for å få en stor mengde informasjon på en gang (informanten viser til konferansedagene). Også resten av elevene er av den oppfatning at de burde hatt undervisning om The TIP oftere og ha fått mer informasjon rundt prosjektet.

Også på Kongshavn VGS uttrykkes det at det ikke har vært nok med bare tre fellessamlinger for å kunne skjønne hva prosjektet går ut på og føle seg involvert.

Mens det kommer fram av elevenes kommentarer at de har følt seg lite involvert i prosjektet, uttrykker en av ambassadørene å ha opplevd at det er mye fokus på The TIP på skolen og at alle vet hva The TIP er. At mange av elevene finner det vanskelig å forklare hva formålet med The

TIP er, sier imidlertid noe om graden av engasjement blant elevene og hvor vellykket formidlingen av informasjon har vært.

### 5.2.5 Studieturen til India

Studieturen til India har stått sentralt i The TIP-prosjektet. Da denne turen har vært svært ressurskrevende, har det vært viktig for oppdragsgiver at vi sier noe om hva slags verdi denne har hatt for The TIP. India-turen er også noe vi vil komme inn på i andre deler av rapporten, men vi ser det som hensiktsmessig å også omtale den i en egen del.

#### *Lærere*

Det er en felles oppfatning blant lærerne at studieturen til India har vært svært lærerik for elevene både med tanke på det faglige og det at man får oppleve en annen kultur. Ifølge en av informantene kan opplevelsen fra Indiaturen også komme til å prege dem videre i arbeidslivet. Ifølge samme informant har turen i tillegg en veldig stor verdi både for de som har reist og for resten av elevene. At medelever kan fortelle om noe de selv har opplevd, trekkes også fram som noe som sannsynligvis vil gjøre mer inntrykk enn om en lærer forteller om det. Det påpekes at spesielt for tekstilelevne har det vært utrolig lærerikt å få se prosessen fra design til produksjon, og det å se en av elevenes design trykkes på en fabrikk i India er noe som ga elevene dypere innsikt og en nærhet til prosessen.

Det uttrykkes av en av informantene at studiereiser er noe elever alltid har godt av siden man lærer mye bedre av å være i praksis. Lærerne som har vært med på turen uttrykker også å ha lært veldig mye selv. I denne forbindelsen forteller en av informantene:

*“Kjempemye jeg ikke visste der, at det var så mye arbeidskraft som skulle til, at det er så mange deler i hvert eneste plagg, at på den ene siden så har man store bedrifter som har muligheten til å endre på produksjonsmåtene og prøve å gjøre det bedre og at de på noen måter klarer det, men på den andre siden at det er så ekstremt mange utfordringer der at man bare må ta et steg av gangen. Bare å få innblikk i det og kjenne på det var jo fantastisk, men også det å oppleve en annen kultur, altså en reise til India tror jeg kan gjøre noe med hvem som helst. Så det ble jo*

*veldig overveldende, da. Fordi det var så mye. Altså, bare en vanlig feriereise til India så opplever man mye, og når vi da i tillegg besøker bedrifter og barnehjem og skoler, så blir det, det er kjempemye læring i det. Også for meg.”*

### *Elever*

Alle våre informanter som har vært med på studiereisen til India uttrykker at den har hatt en veldig stor verdi. Det er en overordnet oppfatning at det har vært veldig viktig for arbeidet med prosjektet å se ting “med egne øyne”. Det kommer fram av informantenes kommentarer at turen har ført til en bedre forståelse blant elevene for temaene knyttet til The TIP. I tillegg har turen spilt en viktig rolle for kommunikasjonsarbeidet elevene skal utføre videre. Informantene har opplevd det som veldig betydningsfullt for den videre formidlingen av informasjon om prosjektet å kunne basere seg på egen erfaring. Det blir også nevnt av en av informantene at en India-tur virker mer engasjerende når informasjon om The TIP formidles til andre ungdommer. Man kan dermed konkludere med at turen også har en stor markedsføringsverdi for prosjektet. Elevenes læringsutbytte fra India-turen blir nærmere omtalt i del 5.3.

Ifølge en av ambassadørene på Edvard Munch VGS har India-turen også hatt en stor verdi for medelevene som ikke reiste. Elevene i klassen omtales som veldig engasjerte og interesserte i å høre mer om det ambassadørene har opplevd. Dette underbygges av kommentaren til en av elevene som selv føler at turen har vært veldig verdifull til tross for at vedkommende ikke har vært med. På Kongshavn VGS er det imidlertid blant mange en manglende forståelse for studieturens hensikt. Dette mener vi kan skyldes dårlig informasjonsflyt. At elevene per intervjuetidspunktet ikke enda hadde fått en presentasjon av turen, kan også være en forklaring.

### *Bedrifter*

Også flere av samarbeidspartnerne for prosjektet uttrykker at turen har vært svært betydningsfull. Det som går igjen i informantenes kommentarer er at en slik tur gir en forståelse for de ulike samfunnsforholdene mellom Norge og India.

*“Ja, den tror jeg er viktig. Det å reise, jeg har selv vært i Bangladesh, og lærte utrolig mye at det på veldig kort tid, og det tror jeg man gjør når man, det er en virkelighet der som du ikke kan*



*forklare med ord eller bilder. Så å være der selv og oppleve de forskjellene som er der og hva en arbeidsplass betyr for dem for eksempel, er, ja, man kan bare ikke beskrive på noen annen måte, så jeg tror at det er kjempeviktig at de fikk gjort det.”*

En annen informant peker på at det er en spennende prosess å først få informasjon fra alle hold, noe informanten mener er veldig viktig for å så kunne reise selv og gjøre opp sine egne tanker og refleksjoner rundt hvordan ting fungerer i praksis. Videre sier noen av informantene at det er veldig interessant for dem å høre elevenes presentasjon av turen fra deres ståsted.

### *Oppsummering*

Den rådende oppfatningen blant våre informanter som har jobbet med implementeringen av The TIP på skolen er at arbeidet med prosjektet har vært positivt. Det som har blitt identifisert som den største utfordringen som lærere står foran i implementeringen av The TIP på skolen er mangelen på tid. I tillegg vil det være viktig for både lærere og elever å kunne knytte arbeidet med prosjektet til eksamener som elever avlegger under skoleåret.

Når det gjelder the TIPs læringsplattform er våre informanter av den oppfatning at denne ikke er ferdig og at nettsidens utforming bør forbedres. At The TIPs læringsplattform ikke har blitt brukt i veldig stor grad har resultert i at undervisningen om The TIP for det meste har vært begrenset til konferansedagene. Dette har hatt sin betydning for elevenes læringsutbytte, og mange av disse uttrykker at informasjonen de har fått ikke har vært nok til å kunne skjønne alle sammenhengene i temaene The TIP tar opp. Det har dermed blitt identifisert at det å ha undervisning om The TIP på skolen er avgjørende for å kunne nå prosjektets målsettinger.

Blant elevene som ikke jobber direkte med tekstil har det i tillegg vært en oppfatning at alle foredrag under konferansedagene bør inndeles i bolker etter elevenes hovedfag. Grunnen til dette er at de foredragene som har vært felles for alle oppleves av mange av elevene på Kongshavn VGS som altfor tekstilspesifikke.

Det har i tillegg kommet fram et tydelig skille mellom hvor vellykket prosjektets forankring har vært på de to skolene og det har vist seg å være mer utfordrende å implementere prosjektet på en

skole hvor elevene ikke jobber direkte med tekstil. Det har videre blitt identifisert at mangel på informasjon er noe som har påvirket opplevelsen av prosjektet. At prosjektet og dets målsettinger presenteres tydelig for elevene vil derfor spille en viktig rolle for The TIPs forankring og elevenes engasjement. Elever har også kommet med tilbakemeldinger om hvordan utvelgelsen for The TIP har blitt gjennomført.

Når det gjelder studieturen til India kommer det fram av våre funn av denne har hatt en stor betydning på spesielt tre områder. For det første uttrykker informantene at turen har bidratt til en bedre forståelse for temaene rundt The TIP. For det andre har ambassadørene opplevd det som svært betydningsfullt for kommunikasjonsarbeidet de kommer til å utføre videre å kunne basere seg på egen erfaring. Det har blitt identifisert at turen også har en markedsføringsverdi da denne ifølge en av våre informanter virker mer engasjerende når informasjon formidles til andre ungdommer.

## 5.3 Elevenes bevissthet og kunnskap

Vi har hittil sett på lærere og elever sine erfaringer med prosjektets leveranser, altså de aktiviteter som er blitt gjennomført for å belyse temaene som står sentralt i The TIP. Videre vil vi se på hva slags effekt disse leveransene har hatt på elevene som prosjektets sluttbrukere. En ønsket effekt med The TIP er som nevnt økt bevissthet og kunnskap om global handel og tekstilindustri blant elevene som deltar i prosjektet. Som nevnt i redegjørelsen for bevissthet er det elevenes egne refleksjoner rundt hva de har lært og hvordan de tenker vi vil ta utgangspunkt i for å beskrive hva slags effekt The TIP har hatt på dem. Våre funn dermed vil si noe om hvorvidt prosjektets effektmål er blitt nådd.

### 5.3.1 Ambassadørene

En observasjon som var tydelig ganske tidlig i prosessen er at det er forskjell mellom hvordan ambassadørene og elevene som har vært i India uttrykker seg sammenlignet med de øvrige elevene ved de to skolene. Dette er kanskje heller ingen stor overraskelse, da ambassadørene har vært mye mer involvert i prosjektet. Dette i tillegg til at alle som fikk reise til India har fått erfaringer og informasjon som resten av elevene ikke har hatt samme førstehånds tilgang på.

Denne forskjellen påpekes også av lærerne ved de to skolene. En informant sier at forskjellen i engasjement mellom ambassadører og øvrige elever er merkbart:

*“Det er jo... de har jo fått mye mer kunnskap og de har fått erfaring å jobbe i et sånt prosjekt, de har fått veldig mye ut av det, pluss reisen da. [...] Mens.. ja, jeg vet ikke helt, de andre har jo vært med på konferansedagene og vi har snakket om det i klasserommet, men de har på en måte vært litt mer på utsiden da, tenker jeg.”*

Det at ambassadørene har fått mye ut av å være med på The TIP er noe de selv også trekker frem. Jevnt over uttrykker de at The TIP har vært lærerikt og spennende, og at de sitter igjen med mye

mer kunnskap om global handel og tekstilindustri nå enn hva de hadde før de ble med på prosjektet. Flere nevner at de ved prosjektstart ble bedt om å sette seg opp på en skala fra én til ti etter hvor mye de selv syntes de kunne om temaet. En informant oppgir å ha plassert seg helt nederst på skalaen, mens en annen plasserte seg omtrent på midten. Samtlige ambassadører uttrykker at de føler seg mye mer kunnskapsrike nå, kanskje spesielt etter India-turen.

De fleste av deres refleksjoner rundt hvordan de tenker og hva de har lært er knyttet opp mot nettopp India-turen. En informant forteller at hun synes India-turen gav mer ”kjøtt på beinet”. Hun forteller at én ting er å snakke om prosjektet og om miljø, etikk, tekstilindustri og arbeidsforhold og sånne ting når man egentlig ikke helt har peiling på hva man snakker om, men det er noe annet når man faktisk har sett og opplevd det man skal videreformidle. En annen informant omtaler også India-turen som avgjørende for å innhente kunnskap man kan bringe videre: *“Jeg tror den (turen) har veldig sånn stor verdi, jeg har jo sagt det før at det er nå, nå skjer det, på en måte! Det er nå vi endelig får si ting videre.”*

#### *Ambassadørenes evne til selvstendig refleksjon*

Vi kan videre se nærmere på hvordan ambassadørene forholder seg til all den informasjonen de har fått tilgang på via blant annet India-turen. Samtlige ambassadører vi har snakket med kan fortelle at de var veldig ivrige på å stille spørsmål ved fabrikkbesøkene de var på i India:

*“[...] Alle vi som var der når vi satt ned med ledelsen for fabrikkene spurte jo masse spørsmål. Og det var masse der som var litt sånn, kanskje litt på kanten å spørre om, og de ble kanskje litt sånn der offended. Men det viser også at vi vil ha fram de negative sidene. Men det å bare få lov til å komme der og se de positive sidene også, det er liksom akkurat det essensen av det er: de positive og de negative sidene.”*

I følge denne informanten var de så ivrige på å stille spørsmål at det nesten ble oppfattet som uhøflig, men at det var viktig for dem å fritt kunne stille spørsmål ved ting de observerte på fabrikkene. Dette for å få grep om nyanser ved det de så og hørte. Den samme informanten påpeker at de så masse bra, men at de også så en del som ikke var så veldig bra. Ved fabrikkbesøkene fikk elevene kun snakke med sjefen på fabrikk og ikke direkte med

arbeiderne, og en annen av ambassadørene forteller at dette var litt synd. Informanten sier de gjerne skulle ønske at de fikk snakke direkte med arbeiderne også, og det uttrykkes at de på grunn av dette ikke kunne føle seg helt sikre på om det de lærte på fabrikkene stemte overens med hvordan det var der til daglig. Informanten forteller at noe av det de stilte spørsmål ved da de var der var om det gikk bra med arbeiderne når de satt og sydde den samme delen av et plagg hele dagen, og om de fikk nok pauser.

Ambassadørene har også tanker om andre utfordringer ved tekstilbransjen, for eksempel forurensning ved fabrikker. En informant forteller at de fabrikkene de besøkte fulgte retningslinjer av hensyn til miljøet og at det var bra at bedriftene stiller slike krav til fabrikkene. Informanten reflekterte også rundt dette som en utfordring, at det kanskje finnes andre fabrikker som ikke følger opp og at det sikkert kan være vanskelig å ”få alle med”.

Videre hadde ambassadørene også refleksjoner rundt positive sider ved global handel og tekstilindustri. Flere av ambassadørene forteller at de observerte fattigdom i løpet av India-turen, og at de fikk høre at det var mye arbeidsledighet i landet. En av informantene forteller at etter å ha reist rundt og sett mye, så var det fint å komme inn i fabrikkene, få se alle menneskene som satt der og jobbet og høre at de fikk lønninger som var innenfor kravene til minstelønn i India. Samtlige av ambassadørene trekker fram dette som noe de synes er positivt, at fabrikkene sørger for mange arbeidsplasser til mennesker som kanskje ellers ikke ville hatt en jobb å gå til. En annen ambassadør påpeker også at til tross for mange utfordringer ”eksisterer også det gode” i tekstilindustrien.

Ut fra dette tolker vi det som at ambassadørene viser evne til selvstendig refleksjon rundt informasjonen de har fått gjennom The TIP. De velger å trekke frem positive inntrykk samtidig som de ikke behandler informasjonen de har fått som sannheter som gjelder for alle fabrikker i hele industrien. De uttrykker ingen bastante meninger om at de synes enten eller om tekstilindustrien, men velger å forholde seg til det på en nyansert måte, noe som kan sies å være i tråd med The TIPs målsettinger.

Imidlertid kan det være verdt å ta med en observasjon fra en av lærerne:

*“Ja, de er... de er blitt veldig positive til tekstilindustrien for å si det sånn altså (latter). Man har jo selvfølgelig en veldig stor... når vi kommer inn som lærere, voksne mennesker, bedrifter, store organisasjoner så er jo det ... har jo vi veldig stor påvirkning på ungdom, ikke sant.”*

Med dette tar vi høyde for at det kan være forskjeller i hvordan ambassadørene uttrykker seg i klasserommet versus i en intervjusituasjon med oss. Imidlertid trenger ikke dette å være noe problem, da ambassadørene heller ikke har uttrykt at de har følt noe press på å mene det ene eller det andre fra noen av de involverte i The TIP-prosjektet. De sier de er blitt fortalt at de skal ”lære den nøytrale siden” og vi oppfatter også at de jevnt over har en balansert tilnærming til informasjonen de har fått. Det er viktig å ikke undervurdere deres evne til å tenke selv, samtidig som man er bevisst den makten man som aktør har til å utøve innflytelse når målgruppen er ungdom i VGS-alder.

#### *Øvrige refleksjoner*

Blant andre ting som flere av ambassadørene oppgir å ha lært noe om og reflektert over er forskjeller i samfunnsforhold mellom Norge og India. En informant sier at

*“[...] de (refererer til bedriftene) kan jo ikke be de (refererer til fabrikkene) om å liksom, ha norske krav da, gir det mening? Vi kan ikke ha liksom norske standard jobbvilkår. Men de (bedriftene) kan jobbe for å forbedre det, og jobbe slik at de får fri, og de kan ta ferie og...”*

En annen informant uttrykker at det tok litt tid for henne i løpet av turen å sette seg inn i dette, og at det var vanskelig i starten å finne en balanse og ikke sammenligne alt hun så med norske forhold. Dette kan tolkes som at elevene gjennom reisen til India har fått en forståelse for noen av utfordringene knyttet til global handel, noe som er i tråd med The TIPs mål. Som sitatet over illustrerer, reflekterer elevene over at bedriftene ikke kan sette krav til fabrikkene som er urealistiske i forhold til samfunnsforholdene i landet, samtidig som de likevel har ansvar for å sette visse krav til fabrikkene de kjøper klær fra og sikre at det jobbes under anstendige forhold.

Diskusjonen rundt hvor grensen skal gå for ansvaret som bedriftene har overfor fabrikkene har også vært en del av samfunnsdebatten rundt tekstilindustrien.

Videre er det verdt å nevne andre ting som gjorde stort inntrykk på flere av ambassadørene, kanskje spesielt de som går på design og håndverk på Edvard Munch. To av informantene forteller at de nesten ble overrasket over å se hvordan klærne ble laget, og kunne relatere til det de driver med selv på skolen. En av dem utdyper dette:

*"[...]det satte veldig stort inntrykk på meg fordi, man tenker jo ikke over at på en måte klærne dine mer eller mindre er håndsydd, [...] og så begynte jeg å tenke på hvor mange hender som har vært på plagget du går med og... jeg vet ikke hvorfor jeg så for meg at det var så high tec, at det bare var en maskin som gjorde det, men det var i hvert fall det jeg så for meg, men det var jo ikke det i det hele tatt, det var jo... i hvert fall for meg da som syr ting selv så ser jeg liksom at det er andre som syr på en måte, det er liksom, i min mening så er det håndsydd. Det gav veldig stort inntrykk da."*

Vi tolker dette som en viktig del av bevissthetsøkningen og læringen ved det å få lov til å reise og se selv hvordan det er inne på fabrikkene. Det kan virke som at innsikt i at tekstilindustrien handler om mennesker og ikke maskiner har fått dem til å reflektere annerledes over klærnes verdi, samt at det gjør noe med dem at de selv kan identifisere seg med menneskene som sitter i den andre enden og syr klærne man går i butikken og kjøper. Slik har økt kunnskap om produksjonskjeden gjennom The TIP fått ambassadørene til å reflektere over hvor klærne deres faktisk kommer fra.

#### *Fra økt bevissthet og kunnskap til handling*

Samtlige ambassadører sier at erfaringene med The TIP er noe som vil påvirke dem i hverdagen og er noe som de vil ta med seg videre. En av informantene forteller at det påvirker henne direkte i hverdagen ved at hun tenker over det når hun er på handleturn i klesbutikk, dette ved at hun ser på lappene i klærne hvor ting kommer fra og stadig vurderer å spørre de som jobber i butikken om de vet, eller å gå hjem og prøve å søke det opp selv. En annen informant påpeker at man som



forbruker også har både makt og ansvar: “[...] folk lurer på hva de selv kan gjøre da - ‘hva kan jeg gjøre for å gjøre det bedre?’. Så jeg tror det er viktig å få fram nå at man faktisk kan gjøre noe selv da for å påvirke industrien.” Det er som nevnt økt bevissthet og kunnskap som er målet i The TIP, men her ser vi også at engasjementet også etter hvert kan føre til handling. Forslag på konkret handling fra en tredje informant er også å stille spørsmål og kreve svar fra bedrifter om det er noe om klærne deres man lurer på, enten ved å spørre i butikken eller å ringe til hovedkontoret. Informanten påpeker at dette kan ha en effekt fordi bedriftene jo vil ønske å svare for seg, da det ikke gir noe godt inntrykk om de ikke kan svare. Her viser ambassadørene også at de er klar over at de har en makt som forbrukere og hvordan de kan utøve denne makten.

### 5.3.2 Elever

Som nevnt er det et funn at det er forskjeller mellom hvordan ambassadørene og de øvrige elevene uttaler seg om hva de har lært av The TIP. Dette fordi elevene ikke har vært like involvert, og dermed ”vært litt mer på utsiden”, som en av lærerne beskriver. Et annet funn er at det er også er noen forskjeller mellom hvordan elevene på de to skolene uttaler seg. Slik sees det som hensiktsmessig å skille noe mellom de to skolene i denne analysen.

#### *Kunnskap før The TIP*

På begge skolene forteller elevene at de ikke hadde særlig mye kunnskap om global handel og tekstilindustri før The TIP. Noen forteller at de ikke visste noen ting i det hele tatt og at tekstilindustri er noe som er ”veldig langt unna”:

*“Jeg visste ingenting egentlig. Jeg var veldig sånn – nei, tekstilindustrien er veldig langt unna ennå så jeg var veldig sånn uvitende og satte ikke så veldig mye fokus i det og så var det veldig mye sånn – ja, man hørte veldig mye om barnearbeid og at det var så negativt, men aldri noe jeg virkelig har satt meg i da.”*

Andre forteller at det de hadde av kunnskap før The TIP var relatert til serien *Sweatshop*, som de hadde sett. Noen av disse elevene forteller at de enten ikke hadde gjort seg opp noen spesiell

mening om tekstilindustri, mens andre oppgir at de hadde et negativt inntrykk. Disse nevner barnearbeid og dårlige lønninger som noe av det de forbandt med industrien før The TIP.

### *Forskjeller mellom skolene*

Når det gjelder elevenes tanker om temaet og deres refleksjoner rundt hva de har lært så langt av å være med på The TIP, er det variasjoner mellom de to skolene. På Edvard Munch forteller elevene at de har lært mye som har fått dem til å tenke annerledes. Blant annet har de begynt å tenke mer på det å være bevisste sin rolle som forbrukere i et av verdens mest kjøpesterke land. De trekker blant annet fram konferansedagene som kilde til nyttig informasjon rundt dette, blant annet at de har lært om hvor mange tonn klær nordmenn kjøper i løpet av et år, og hvor mye av det som kastes eller kanskje ikke blir brukt. Disse tallene gjorde inntrykk. Elevene uttrykker at de er kritiske til det de omtaler som et ”bruk og kast-samfunn”, og det at man kjøper mer enn man egentlig har bruk for fordi det for eksempel er på salg, og ikke fordi man faktisk trenger det. De uttrykker at de synes det er viktig selv å bli mer bevisste på hva de kjøper, bruker og kaster. Disse refleksjonene kan sies å være i tråd med The TIPs målsetting om økt kunnskap og bevissthet, da elevene trekker fram kunnskap de har fått gjennom å delta i prosjektet som kilde til nye tanker og refleksjoner. Dette i kontrast til deres uttalelser om at de hadde lite kunnskap om temaet før de ble med på The TIP.

I tillegg til at elevene på Edvard Munch forteller at The TIP har virket inn på hvordan de tenker om seg selv som forbrukere, så følger de også opp med å reflektere rundt *hvordan* man kan ta ansvar som forbruker. Slik er ikke The TIP nødvendigvis bare kilde til nye tanker, men også til handling. En av informantene sier følgende om hva man kan gjøre:

*“[...] man skal sette litt pris på klærne sine, ta vare på de. Ikke bare kjøpe, åh, den fikk et lite hull i seg, da kan jeg kaste den liksom. Det man kan gjøre også er å liksom levere ting til Fretex og litt sånn, til vintagesjapper, sånn at det blir resirkulert, holdt jeg på å si, at det går, ja, det er jo miljøvennlig, man kaster det ikke, og... kan gi til folk som trenger det. Og så se litt på... hvis det er informasjon om det, hvor er laget og sånn.”*

Her viser eleven til konkrete tiltak man kan gjøre for å være en ansvarlig forbruker: reparere klær, bidra til gjenbruk og selv lete etter informasjon om hvor klær kommer fra. Flere av elevene trekker også fram at redesign og det å finne nye måter å ta i bruk klær på også er noe man kan gjøre. Dette er noe som kanskje er spesielt aktuelt for disse elevene ved Edvard Munch, da de studerer design og håndverk og syr klær selv.

Ut fra elevene sine refleksjoner kan det dermed virke som at elevene på Edvard Munch, i likhet med ambassadørene, har begynt å tenke annerledes rundt klærs verdi i løpet av The TIP, selv om de ikke har vært med til India og selv sett arbeiderne som syr klærne. Til tross for at utbyttet av Indiaturen som nevnt var stort for de som reiste, kan disse elevenes refleksjoner være eksempler på at konferansedagene også har vært et godt tiltak for å nå The TIPs målsettinger.

På Kongshavn VGS uttrykker elevene at The TIP har påvirket dem i mindre grad. På spørsmål om det er noe de er blitt mer bevisste på etter å ha vært med på The TIP så langt, svarer flere av elevene at det har ”gått litt inn og ut”. Et par av elevene forteller også at de ikke bryr seg noe særlig. De forteller at deres oppfatning av hvordan unge mennesker forholder seg The TIPs temaer er at “*enten så bryr man seg, eller så bryr man seg ikke*”, og at de selv stort sett føler de tilhører den siste gruppen. Deres oppfatning er også at det er ganske mye som skal til for at de skal begynne å engasjere seg mer.

Det at de ikke bryr seg så mye begrunner de med at de er pris- og motebevisste, og at det først og fremst er disse tingene de fokuserer på i sitt forhold til klær. Det å være pris- og motebevisst trenger ikke nødvendigvis å være en motsetning til å engasjere seg i tema som tekstilindustri og global handel, men elevene forteller også at disse temaene ikke er noe de tenker på når de står i butikken: “*Det høres jo egentlig veldig trist ut når man tenker over det, men det er liksom ikke sånn at man tenker over det når man står i butikken og bare finner DEN perfekte jakken.*”

Elevene gir også uttrykk for at ingenting av det de lærer gjennom The TIP vil kunne komme til å hindre dem i å kjøpe de plaggene de har lyst på. Det at et plagg er fint og moteriktig “[...]topper jo tanken om at ”åh det er laget av barn”, liksom, eller sånne ting da”, i følge en elev. Det kan virke som om elevene setter det opp som to motsetninger: å la være å kjøpe noe fordi man bryr

seg om hvor plagget kommer fra, eller å kjøpe plagget fordi man ikke bryr seg om hvor det kommer fra. En annen elevs kommentar underbygger også dette: ”å opplyse 18-åringer som er veldig opptatt av klær og mote og stil, å forklare de at de ikke skal gå på H&M og Zara å gå og kjøpe klær, det blir litt vanskelig.”

Formålet med The TIP har ikke vært å oppfordre elever til verken å la være å handle klær eller boikotte butikker, men heller å bidra til nyansert kunnskap om hvordan tekstilindustrien fungerer slik at elevene kan gjøre seg opp sine egne meninger. Ut fra elevenes uttalelser er vår tolkning at dette ikke har nådd helt frem hos dem. En mulig forklaring på dette kan være at elevene ikke har fått en tydelig nok presentasjon av hva prosjektets hensikt og formål er.

Det er likevel verdt å bemerke at elevene på Kongshavn også følte at det var givende å være med på et prosjekt som The TIP. På tross av at flere var opptatte av hvorvidt The TIP var fagrelevant for dem, forteller et par av elevene at de syntes prosjektet hadde en verdi i seg selv, og at alle hadde godt av å være med på det uavhengig av hva slags fag de hadde. Forskjellene mellom skolene er likevel fremtredende, og vår antakelse er at disse forskjellene både kan være et resultat av hvordan The TIP er blitt implementert på de ulike skolene, og at elevene på Edvard Munch kan ha vært lettere å engasjere fordi de er en liten gruppe elever som allerede har en interesse for tekstil. På Edvard Munch er de bare 13 elever i klassen, hvorav fem av disse reiste til India. At en så stor del av klassen har vært ytterligere engasjert i prosjektet kan ha hatt en smitteeffekt på resten av elevene. På Kongshavn er de to større klasser og to forskjellige linjer, som ikke har fokus på tekstil til vanlig.

I vår tolkning av forskjellene mellom skolene er det imidlertid også viktig å ta høyde for hvilke faktorer som kan ha påvirket våre data. Da vi ba om å få holde fokusgruppeintervjuer på de to skolene, ønsket vi å snakke med de av elevene som verken hadde vært ambassadør eller vært i India. På Edvard Munch var imidlertid én av de seks elevene som deltok ambassadør, og en annen elev hadde vært med til India. Det at disse to deltok, kan ha påvirket uttalelsene fra de andre elevene. Dette har vi forsøkt å ta hensyn til, ved kun å fokusere på uttalelser fra de øvrige elevene i denne analysen. På Kongshavn fortalte elevene at de ikke hadde tatt læringsplattformen så mye i bruk enda, men at det var planlagt at de skulle ha mer om The TIP og bruke plattformen

mer etter påske. Som nevnt under metodiske utfordringer foregår denne evalueringen før prosjektet er ferdig, og vi må derfor ta høyde for at elevene på Kongshavn kunne ha uttalt seg annerledes om intervjuet vårt hadde funnet sted etter prosjektslutt.

#### *Øvrige funn uavhengig av skoler*

Vi har også gjort oss noen funn som er uavhengige av hvilken skole elevene tilhører. Et av disse er flere av elevenes uttalelser og refleksjoner rundt barnearbeid. Flere av elevene oppgir at de har fått økt forståelse for at barnearbeid skjer fordi de har lært at forholdene i produksjonsland ikke kan sammenlignes med de gode forholdene vi har her i Norge. Vi kan ta en elevs synspunkt som eksempel:

*“[...] disse barnarbeiderne da de trenger jo faktisk en jobb de og. Hvis livet deres skal gå videre det også. Så det er veldig sann: ja det er dumt at de får såpass lav lønn, som er den negative siden, men de trenger jo en jobb også. Så det er veldig sann... man trenger å se begge sider av en sak, og det er vanskelig å sette liksom fine Norge inn i sammenhengen med det landet da. Og det er det mange gjør, at det blir sann: det er kjempedumt med absolutt alt fordi vi har det så bra.”*

Andre elever omtaler også barnearbeid som ”nødvendig” i produksjonsland med andre samfunnsforhold, fordi alternativet er at familien ikke får nok inntekter. Med denne begrunnelsen sier flere av elevene at de ikke kan si seg i mot barnearbeid.

Vi tror ikke at noen av de involverte i The TIP har fortalt elevene at barnearbeid er akseptabelt når det foregår i et annet land hvor samfunnsforholdene er annerledes enn i Norge. Vi antar at dette er noe elevene har resonnerert seg fram til på egen hånd, og tar også høyde for at dette også kan handle om at elevene har vært uklare eller unøyaktige i formuleringene sine angående dette. Imidlertid synes vi det er verdt å tolke hvor disse utsagnene kan ha kommet fra. Til tross for at det ikke er vår oppgave å vurdere om elevenes meninger er gode eller dårlige, riktige eller feil, mener vi at det er verdt å påpeke at utsagn om at barnearbeid er nødvendig, ikke samsvarer med konvensjoner om barns rettigheter og vern som er gjeldende i de fleste land i verden. Vår tolkning er at fokuset på at ting ikke er så enkelt i tekstilindustrien som det fremstilles i mediene,

og at man ikke kan vurdere forhold på fabrikker ut fra norske standarder, kan være det elevene har resonnert ut fra. Dette er selvfølgelig ikke noe vi kan si med sikkerhet, men det at elevene gjentatte ganger selv trekker fram at man må ha forståelse for at forholdene er veldig annerledes i India enn i Norge henger gjennomgående sammen med disse uttalelsene om barnarbeid. Vi vil derfor anbefale at dette er noe man er obs på om The TIP føres videre.

Et annet funn felles for skolene er at elevene selv også uttrykker at de har følt seg litt utenfor sammenlignet med ambassadørene. Til tross for at mange elever uttrykker engasjement og økt bevissthet, er det elever fra begge skoler som uttrykker at de føler de ikke har fått tilstrekkelig kunnskap og informasjon sammenlignet med ambassadørene. En av informantene sier at:

*“[...] Jeg føler ikke jeg er noe inkludert sånn... på den måten at jeg ikke, egentlig så vet jeg ikke så mye om hva det går ut på, for vi har jo bare møttes tre ganger. Det er liksom ikke helt nok for å forstå... og det er liksom... that's it da.”*

Flere av elevene uttrykker at de kunne tenke seg å ha fått mer informasjon og vært mer involverte, og at det er stor forskjell på hvor mye informasjon de har fått versus ambassadørene. Til tross for at ambassadørene har hatt en viktig rolle som deltakere og formidlere i prosjektet, kan det virke som om de øvrige elevene føler det har gått litt på bekostning av dem. Som sitatet ovenfor også illustrerer, er det verdt å merke seg at noen av dem føler de ikke har fått nok informasjon til å kunne si noe om hva The TIP egentlig går ut på.

Til sist vil vi trekke inn en kommentar fra en av elevene som vi synes var interessant fordi vi mener den kan være et spor å følge når det kommer til en eventuell videreføring av The TIP:

*“Jeg skulle bare si kjapt som jeg kom på, det var at angående det med merkelapp og sånn, en smart ting som jeg har sett er Peak Performance. De har begynt å... sånn på jakkene deres og sånn, så har de, på merkelappen så har de en QR-kode, så kan du scanne den, så får du opp all informasjon. Og det tror jeg også... hvis flere merker begynner å gjøre det sånn, så tror jeg det vil bli mye lettere å kjøpe kjær, folk blir mer bevisste, folk vil kanskje engasjere seg mer.”*

Kommentaren viser at eleven også reflekterer over hvordan klesbransjen kan tilby mer informasjon til kundene sine, og hvordan kundene kan ta informerte valg i butikken. Når målet med The TIP er å bidra til nyansert kunnskap om både positive sider ved global handel samt utfordringer som finnes i tekstilbransjen, tenker vi at prosjektet også er en god mulighet til å utfordre elevene på å bruke kunnskapen de får til å diskutere løsninger på utfordringer.

### *Oppsummering*

Vår vurdering er at målsettingene for The TIP om økt bevissthet og kunnskap er nådd for ambassadørene og for elevene som fikk reise til India. Hva gjelder de øvrige elevene er det varierende resultater. Til tross for at enkelte elever på begge skoler uttrykker at de ikke føler de har fått nok kunnskap, vil vi likevel si at målene om økt bevissthet og kunnskap er nådd på Edvard Munch VGS. Dette ut fra hva de forteller at de har lært og hvordan de aktivt reflekterer om The TIP-tematikken, samt deres engasjement og nysgjerrighet. På Kongshavn VGS er resultatene av The TIP svakere, da elevene uttrykker at prosjektet ikke har hatt noen stor innflytelse på deres bevissthet så langt, og det kan virke som de har misforstått hensikten med prosjektet. Det er imidlertid viktig å ta høyde for tidspunktet intervjuet ble gjennomført på, og at elevene kunne hatt andre svar om intervjuet hadde funnet sted etter prosjekt- og semesterslutt.



## 5.4 Kontakt mellom skole og arbeidsliv

Den siste delen av problemstillingen vår handler om hvorvidt The TIP har bidratt til økt kontakt mellom skole og arbeidsliv. Elevene som tar del i The TIP er morgendagens designere, innkjøpere, entreprenører, økonomer og så videre, og det er derfor nyttig for dem å bli kjent med bransjen de potensielt skal inn i. Å allerede i VGS-alder plante noen frø når det gjelder etikk og bærekraft, kan ha mye å si for hva elevene velger å jobbe med, eller hvilke holdninger de går inn i arbeidslivet med. I tillegg til dette, er det i The TIP på lengre sikt et mål at bedrifter jobber med skoler som en del av sitt samfunnsansvar. Vi skal i dette kapitlet både se på hvilket personlig utbytte *elevene* har fått av å være i kontakt med arbeidslivet, og også på forholdet mellom *skolen som institusjon* og arbeidslivet. Vi vil også komme inn på hva bedriftene selv tenker om denne kontakten, og om de selv har fått noe utbytte av den.

### 5.4.1 Skolenes perspektiv

I fokusgruppen ved Edvard Munch VGS forteller elevene at det er positivt at det nesten kun har vært eksterne foredragsholdere på konferansedagene, siden man da får se ulike yrker man kan ha i framtiden. En elev kommer med eksempler til yrker, som for eksempel innkjøpere eller konsulenter for bærekraft. En annen elev sier også at de som reiste til India skal ut til noen av bedriftene for å holde foredrag om hva de har lært, og informanten tror dette er betydningsfullt for bedriftene. Slik får bedriftene også et større innblikk i hvor mye prosjektet har påvirket elevene, og hvor mye de faktisk engasjerer seg for det. Eleven sier at slik går det begge veier, at elevene får mye av konferansedagene, og at bedriftene får igjen ved at elevene kommer og forteller hva de har gjort. Samarbeidet med Princess har vi nevnt flere ganger tidligere i rapporten, men det er spesielt relevant i denne delen. Å ha dette konkrete samarbeidet med en bedrift oppleves av elevene som motiverende og inspirerende, i tillegg til at elevene får en direkte kontakt med bedriftene. Dette er noe som kan være avgjørende for elevene og lærernes oppfatning av hvorvidt The TIP har ført skole og arbeidsliv nærmere.

Lærer Monica Schjelle Larssen ved Edvard Munch VGS sier at det har vært veldig nyttig å få den kontakten med bedriftene, og å oppleve at de er interessert i ungdommene og skolen. Larssen sier også at bedriftene er åpne og strekker ut hånden i forhold til samarbeid. Hun trekker spesielt fram samarbeidet med Princess som et eksempel på et godt samarbeid mellom bedrift og skole. En annen lærer ved samme skole tror også at det er veldig nyttig for elevene å få mer kjennskap til arbeidslivet, og at samarbeid med bedrifter som for eksempel H&M er noe man bør gjøre mye mer i skolen. Videre opplever informanten en imøtekommenhet i forhold til å bruke bedriftene til andre formål, som for eksempel utplassering og til å hente representantene fra bedriftene inn som forelesere. Informanten sier at dette har blitt mye enklere nå, fordi man har etablert en kultur for å ta kontakt. Noe vedkommende tror ville vært nyttig og lærerikt for elevene, er utplassering. Slik kan elevene få et ordentlig innblikk i hva man kan jobbe med. Informanten utelukker ikke at The TIP kan brukes for eksempel til dette etter man er ferdig med piloten.

Ved Kongshavn VGS nevner en elev at det ikke oppleves som at det har vært noe samarbeid, men at bedriftene kun har gitt dem presentasjoner på konferansedagene. En annen elev skulle ha ønsket at de for eksempel kunne ha fått snakket med en økonomisjef, siden dette kunne vært relevant for både entreprenørskap og samfunnsøkonomi. Også hvilken tilnærming de har til løsningsorientering, for eksempel ved kritikk fra media, hadde vært nyttig for entreprenørskapselevne. En annen elev sier at dette med å flette arbeidslivet inn i skolen høres ut som en veldig bra ting, men at det kanskje bør være en annen fremgangsmåte på det. Informanten ser for seg at mange er interessert i å vite hvordan arbeidslivet kan være, fordi de fleste av dem skal inn i det på et tidspunkt.

Fordi de tre fagene som er involvert i prosjektet er så ulike, er det opp til lærerne selv å finne en måte The TIP kan brukes i undervisningen på, noe som potensielt kan kreve mye av lærerne. En av lærerne ved Kongshavn VGS hadde som plan å benytte seg av foredragsholdere fra bedriftene direkte inn mot undervisningen hvor det var aktuelt i forhold til relevante kompetansemål. Foredraget skulle danne grunnlag for et case elevene skulle løse. Det viste seg imidlertid å være utfordrende å få tak i relevante foredragsholdere. Informanten etterspurte også kopier fra foredragsholdere i etterkant av en konferansedag, men det tok inntil en måned før disse kom, noe som skapte en viss frustrasjon. Det opplyses også om at informanten kunne gjort mer ut av

prosjektet blant annet ved å flytte på temaene i årsplanen, noe som ville ha bidratt til en mye bedre oppstart og motivasjon. Informanten oppgir av selv om det har vært en del problemer i dialogen med noen av bedriftene, må det presiseres at prosjektleder har lagt ned et stort arbeid og gjort en kjempeinnsats. Informanten opplyser også om at det i løpet av året knyttet kontakter med flere av bedriftene i prosjektet som har vært svært nyttig. I november 2017 skal det gjennomføres en HM camp for hele vg2 trinnet, elever fra ungdomstrinnet og utenlandske elever. Temaet her vil være bærekraftig utvikling og sirkulær økonomi i tekstilbransjen. Denne campen er tverrfaglig og varer i fire dager. Hvorfor bedriftene ikke responderte eller responderte sent på forespørselen fra læreren, er vanskelig å si noe om uten å vite alle detaljene om hva som ble kommunisert begge veier, og uten å høre bedriftenes side av saken. En annen lærer foreslår imidlertid at det gjennom The TIP kunne ha vært et system rundt kontakten med bedriftene, som for eksempel en liste fra bedriftene med tidspunkter som lærerne kan huke seg av på for å få eller dra på besøk. Informanten viser til at det er slike systemer i forbindelse med blant annet besøk på Nobelsenteret eller NHO.

Hva gjelder elevenes personlige utbytte av å være i kontakt med arbeidslivet, tenker en informant at enkelte av elevene har fått mye ut av det, og sikter da først og fremst til ambassadørene og de som dro til India. Informanten utelukker ikke at de som kun har vært med på konferansedagene også har fått utbytte av det, men at det er de som var med på reisen som virkelig har dratt nytte av prosjektet. Utover dette forteller informanten at:

*“Jeg føler jeg har blitt møtt av et næringsliv som er interessert i å få kontakt med skolene og lage et prosjekt som er mer skreddersydd til den framtiden elevene kommer til å møte, heller enn mye av det det blir på skolen som er teori inne i et klasserom, og det synes jeg har vært kjempebra.”*

En annen lærer hevder også at de som reiste til India kan dra nytte av denne turen som nettverksbygging, da de har vært i kontakt med en del ulike aktører på reisen. Denne informanten stiller seg likt som sistnevnte informant hva gjelder elevene som kun har vært med på konferansedagene og brukt læringsressursen, i forhold til at de muligens ikke har fått like mye ut av samarbeidet.

## 5.4.2 Bedriftenes perspektiv

I målet om at kontakten mellom skole og arbeidsliv skal økes, ligger det også en mulighet for at bedriftene skal kunne få noe ut av samarbeidet. Derfor ønsket vi også å undersøke hva bedriftene selv tenker om samarbeidet med skolene, og hvilket utbytte de har fått av det.

En informant opplever samarbeidet med skolene som positivt, og har inntrykk av at elevene har satt pris på å få et innblikk i en verden som de egentlig jobber med, men som har vært veldig lukket for dem. Fordi elevene utdannes til å gå inn i deres bransje, er i følge informanten åpenheten fra bedriftenes side positivt. Informanten nevner også denne kontakten som noe som er positivt for bedriftene selv. En annen informant sier også at alle på mange måter jobber mot det samme målet, og at det er å vise et virkelig bilde. Videre kommer det fram at informanten er opptatt av å gi elevene et innblikk i det praktiske rundt produksjonen, og ikke kun teori.

En informant fra en annen bedrift forteller at de selv var en av initiativtakerne og pådriverne til å få prosjektet på plass, før det ble en form på det og fikk navnet The TIP. Videre sier informanten at *“Vi var veldig opptatt av at vi måtte få til noe norsk skole, rundt på en måte dette med global handel, eksport og import, bærekraftsarbeid og ansvaret som ligger, kan du si, hos bedriftene som produserer i utviklingsland.”*

Vi spurte hvorfor de ønsket å jobbe med nettopp ungdom, og til dette fikk vi svar om at ungdommene er en utrolig viktig målgruppe for dem, da de vokser opp i en globalisert verden hvor de kjøper klær som er laget i Tyrkia, Bangladesh og Kambodsja. Informanten opplever at det er viktig at elevene får god informasjon og kunnskap om hva som ligger bak plagget de har på seg. En annen informant opplever kontakten med elevene som noe veldig positivt, og trekker fram at

*“[...]Det har vært veldig interessant å få tilbringe tid sammen med denne aldersgruppen – lære å kjenne mer til deres holdninger og tanker om bedrifters samfunnsansvar. Og å se endringen hos dem gjennom prosjektet. De har vært interesserte, kritiske, positive, nysgjerrige – og ikke minst fantastiske ambassadører. Det har også vært en fin opplevelse å bli kjent med lærerne, og se ting*

*fra deres perspektiv også. Jeg tror både bedriftene og skolene har hatt stort utbytte av samarbeidet.”*

En annen informant har sier at det også er en viktig del av ansvaret om å kommunisere om bærekraft og lære andre hvordan det fungerer, fordi bærekraft er et område hvor akademisk tradisjonelt sett har ligget veldig langt bak. Informanten presiserer at

*“Vi har jo et ansvar som selskap, å på en måte kommunisere ut, ikke bare hva vi gjør, men også om faget som så - hva er utfordringene, hva er løsningene etc. Og da tror jeg jo også sånn, neste generasjon er faktisk de som skal arve jorden på en måte, og det er jo veldig viktig. Det er de som kan påvirke. Vi vil jo engasjere og inspirere, slik at de faktisk spør “hvor er din genser fra?””*

Videre diskuterer vi informantens inntrykk av hvordan testkolene har tatt imot The TIP. Informanten forteller at det er ganske store forskjeller når det gjelder dette, og at for eksempel ambassadørene har gjort en kjempejobb. Informanten sier også at det alltid vil være noen som er mer engasjert enn andre, og at det er helt naturlig. Videre har informanten et inntrykk av at lærerne er veldig engasjerte, noe som er veldig positivt. Det virker ifølge informanten også som at ambassadørene spesielt har tatt eierskap til prosjektet og er stolte av det. Da de var i India hadde en av ambassadørene filmet seg selv og sagt at han var stolt av bedriftene, fordi han var så overrasket over hvor gode forhold det var i fabrikkene. Dette betyr ifølge informanten at de faktisk har klart å vise verden som den ser ut, noe vedkommende synes er fantastisk å kunne gjøre for noen. *“Da har man på en måte klart å vekke en interesse innenfra og ut, og ikke utenfra og inn.”*

Videre er informanten svært opptatt av en ting som er viktig for å få engasjert elevene og lærerne tilstrekkelig, og det er å møtes ansikt til ansikt og få snakket direkte med elevene. Også oppfølging av ambassadørene er ifølge informanten svært viktig, slik at deres engasjement ikke bare forsvinner ut i ingenting. Informanten stiller et retorisk spørsmål: *“Hvordan plukker vi opp de nå i vårt arbeid?”* Informanten opplyser om at de for eksempel har noen bærekraftsseminarer hvor ambassadørene kan inviteres, og vil også oppfordre alle de andre bedriftene som har slike arrangementer til å gjøre det samme.

Kai Gulbrandsen som er administrerende direktør i Princess stiller seg også svært positiv til samarbeidet, som i dette tilfellet er med Edvard Munch. Han sier at det ikke krever masse ressurser, annet enn at de må sette av litt tid til det, og at det heller ikke er noe særlig kostnadstungt. *“Elevene lager jo produkter som vi uansett skal selge, og vi trenger uansett produkter. Og så er det sånn, litt spennende for oss!”* (01.03.17) Gulbrandsen nevner også at prosjektet skaper en intern stolthet for de 800 medarbeiderne i Princess. Han poengterer også at han ikke kjenner totaliteten i prosjektet, men bare det han selv har vært med på, og derfor er veldig spent på å se konklusjonen og hvordan dette blir brukt videre. Avslutningsvis sier Gulbrandsen at de er villige til å fortsette samarbeidet dersom tilbakemeldingene fra elevene er positive.

Informanter fra andre bedrifter forteller også at The TIP har verdi internt i bedriftene, og det nevnes også at ambassadørene har vært på besøk og presentert hva de har gjort så langt. Planen har i følge en informant vært at bedriftene skal inn i skolen for å øke kunnskapen til elevene, og så skal elevene tilbake til bedriftene og fortelle hva de har lært og eventuelt komme med ideer og tanker tilbake til bedriftene. Det er i følge en informant veldig verdifullt at noen utenfor forteller om *sine* erfaringer med bærekraftsarbeidet som gjøres av bedriften. At The TIP har verdi for bedriftene internt, er noe vi tenker bør ses på som ønskelig, da det skaper et engasjement som igjen kan ha et positivt utslag i samarbeidet med skolene. Informanten forteller at de gjerne vil bidra i fortsettelsen, gjerne med elevbesøk eller foredrag. Informanten sier også at

*“Jeg tror også at et prosjekt som TIP, og kanskje mer generelt en bedre undervisning om global handel i skolen, er av uvurderlig verdi for oss som jobber i en global varehandel. Det er utrolig viktig at elever og ungdom lærer om dette på en grundig måte, får forståelse av hvordan verden henger sammen og hvordan bedrifter jobber for en etisk og bærekraftig handel på mange områder. Og at elevene lærer å ha en kritisk sans når de blir utsatt for svart-hvitt framstillinger i media. Det er viktig for oss, det er viktig for elevene som forbrukere og framtidige arbeidstakere, og det er viktig for samfunnet for øvrig. Jeg tror og håper at TIP kan bidra til dette.”*

Ønsket om å nå ut til flest mulig elever er noe som står sentralt i The TIP. At noen av informantene fra bedriftene indirekte kun snakker om Edvard Munch-elevene, gjør at det kan virke som at de til en viss grad “glemmer” Kongshavn-elevene. For eksempel sier en av informantene at det er nyttig for elevene å lære om tekstilbransjen, fordi de selv skal inn i den. Det kan tenkes at for veldig mange av samfunnsøkonomi- og entreprenørskapselevene er dette ikke en realitet. En informant kommenterer også at

*“[...]samfunnsfag er liksom en del av det, og så ligger entreprenørskap bak det, men likevel så ser vi ikke de... Jeg føler ikke vi har fått forankra like godt der, da, som vi har klart på Edvard Munch-skolen. Så det kan nok hende at vi ikke ser helt hvordan de skal kapitalisere dette helt ut på Kongshavn kontra Edvard Munch som virkelig får brukt det inn i designklassene sine, da.”*

En informant forteller også at den eneste utfordringen med å være med i The TIP har vært det økonomiske aspektet. Informanten forteller at de selvsagt er positive til slike samarbeid, men at de er forsiktede når det gjelder å skulle betale for ting som har med undervisning i skolen å gjøre. Med dette mener de at bedrifter ikke skal “betale seg inn” i skoleverket, og tror at både forbrukermyndigheter og media ville vært like kritiske som dem selv. Skolen skal i følge informantene være en reklamefri sone. De betalte for elevenes besøk i India, men det blir i følge informantene noe annet, da de da er gjester hos bedriften.

### *Oppsummering*

Som vi har sett er det varierende hvor mye kontakt *elevene* selv føler at de har fått med arbeidslivet. Hvis vi imidlertid ser på forholdet mellom *skolen som institusjon* og arbeidslivet, virker det som at det har blitt etablert en økt kontakt og et tettere samarbeid. Vi har blant annet fått vite at det oppleves som lettere å ta kontakt med bedriftene for ansatte i skolen, fordi det har blitt etablert en kultur for det. I tillegg til dette ønsker man å benytte seg av bedriftene for utplassering, noe som igjen kan skape en mer langvarig kontakt for enkeltpersoner opp mot arbeidslivet. Vi anser det også som positivt at bedriftene selv gjør seg opp noen tanker rundt å ikke skulle “betale seg inn” i skolen, og vi tror at dette kan bidra til en større troverdighet og legitimitet for prosjektet.



Helt i starten av evalueringsprosessen var kontakten mellom skole og arbeidsliv noe vi trodde vi kom til å få mye informasjon om, særlig i møte med elevene. Vi fikk imidlertid samlet mindre informasjon om dette enn antatt, og grunnen for dette tenker vi skyldes at deler av elevmassen ikke har opplevd noen form for samarbeid med bedriftene. Dette mener vi derfor er noe som bør jobbes enda mer med. Selv om det er mange ulike oppfatninger fra de ulike informantene, er den mest gjennomgående opplevelsen fra både skoleledelse, bedrifter og lærere at distansen mellom skole og arbeidsliv *har* blitt mindre, og at en kontakt med grunnlag for framtidig samarbeid er etablert.

## 6.0 Oppsummering



## 6.0 Oppsummering

For det første har det blitt avdekket at samarbeidet mellom aktørene i prosjektet har fungert godt, og at aktørenes interesser i stor grad har blitt tatt hensyn til. Samtlige aktører er også fornøyd med hvordan prosjektet har blitt styrt av prosjektleder. Dette tror vi har mye å si for hvordan gjennomføringen av prosjektet har fungert.

Hvordan prosjektet ble implementert i skolen har hatt sin betydning for elevenes læringsutbytte. Det er naturlig at målene om økt bevissthet og kunnskap har blitt nådd for elevene som har vært med på studiereisen til India og ambassadørene som har vært mer involvert i de ulike aktivitetene knyttet til The TIP. Prosjektets resultater blant resten av elevene er varierende, noe som blant annet skyldes hvor mye undervisning og informasjon de har fått om The TIP, og at man ikke har klart å skape like mye engasjement blant de ulike delene av elevmassen. Til tross for at enkelte elever på begge skoler uttrykker at de ikke føler de har fått *nok* kunnskap, vil vi likevel si at målene om økt bevissthet og kunnskap er nådd på Edvard Munch VGS. Når det gjelder Kongshavn VGS har vi kommet fram til at prosjektet ikke har hatt samme effekt på elever flest som på Edvard Munch, noe vi tror skyldes blant annet at prosjektet ikke har blitt forankret like godt ved Kongshavn VGS. Vi tar imidlertid høyde for at det det har skjedd mer knyttet til The TIP ved Kongshavn etter intervju tidspunktet. Dette kan bety at vi ville ha fått andre funn etter endt prosjektets slutt.

Også når det gjelder del to av problemstillingen, er resultatene varierende. Den overordnede oppfatningen blant våre informanter er imidlertid at distansen mellom skole og arbeidsliv på ulike måter *har* blitt mindre, og dette gjelder særlig mellom *skolen som institusjon* og arbeidslivet. Vi tror med dette at en kontakt med grunnlag for framtidig samarbeid er etablert. Et langsiktig mål i The TIP er at bedrifter skal være engasjert i skolen som en del av sitt samfunnsansvar, og vi mener at dette er et steg i riktig retning.

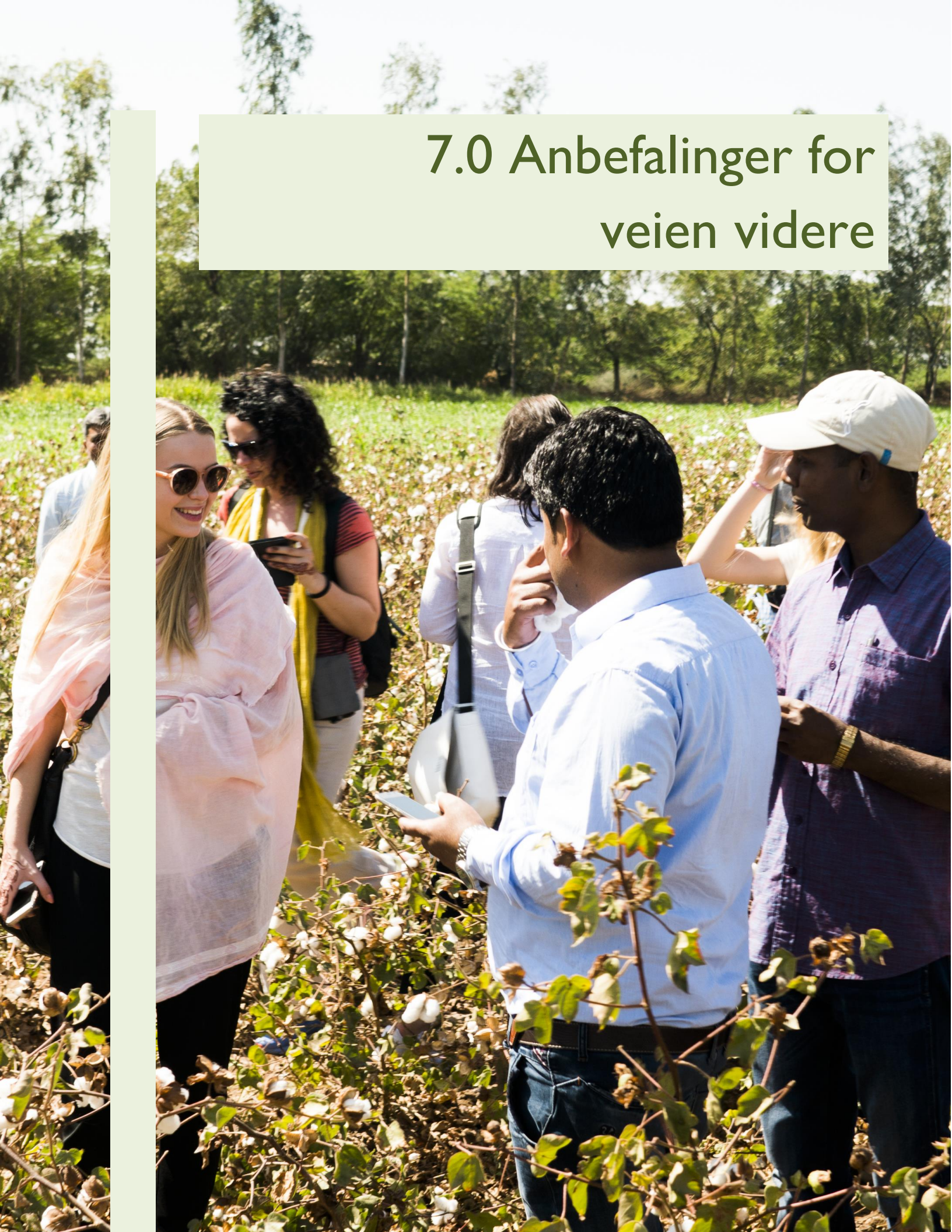
Vi har gjennomgående i rapporten sett på resultatene av The TIP, men vi vil avslutningsvis sette prosjektet inn i en større sammenheng. For at forhold i tekstilindustrien og andre bransjer som opererer i lainntektsland skal kunne forbedres, er det viktig med samarbeid mellom blant annet

næringslivet, leverandørene, arbeidstakerne og myndigheter. Det at man i The TIP har fått til det samarbeidet mellom arbeidsgivere og arbeidstakere med et formål om at kunnskap skal danne grunnlaget for fremgang mener vi er prosjektets *største styrke*. Gjennom å være med på The TIP viser næringslivet i Norge at det er gjennom samarbeid man finner de gode løsningene. Ved å gi ungdommer nyansert kunnskap danner man et grunnlag for informerte holdninger og valg. Derfor ser vi på pilotfasen av The TIP som et godt utgangspunkt for å oppnå enda mer.





## 7.0 Anbefalinger for veien videre





## 7.0 Anbefalinger for veien videre

Den rådende oppfatningen blant alle våre informanter er at The TIP tar opp temaer som burde få sin plass i skoleundervisningen. Det er av den grunn enighet blant informantene om at The TIP bør videreføres.

Da denne rapporten skal legge et eventuelt grunnlag for å føre The TIP videre, har vi imidlertid kommet fram til noen anbefalinger for hva som kan forbedres og hva som kan styrke prosjektet. Våre anbefalinger er delt inn i to grupper. Den første gruppen anbefalinger tar opp hvordan det best kan legges til rette for en vellykket implementering av The TIP i skolen og er for det meste basert på sluttbrukernes egne erfaringer med The TIP. Den andre gruppen anbefalinger er utarbeidet med tanke på interessene til de ulike aktørene i The TIPs handlingsmiljø.

### 7.1 Implementering av The TIP i skolen

#### *Gi et konsist og tydelig budskap av prosjektets målsettinger*

Vi ser det som hensiktsmessig for prosjektets forankring i skolen at The TIPs målsettinger presenteres på en tydelig og konsis måte slik at det blir lettere for både elever og samtlige deltakere å skjønne hva The TIP går ut på. Et tydelig og konsist budskap vil også gjøre det lettere å formidle prosjektet til andre aktører.

#### *Standardisere utvelgelsesmetoder og inkludere alle elever*

Noe som har blitt uttrykt ved begge skolene er at utvelgelsen av ambassadører oppleves som urettferdig. For at elever skal føle seg inkludert i prosjektet anbefaler vi at utvelgelsesmetoder standardiseres og at det blir mulig for alle å søke. At man har fått tilstrekkelig informasjon om hva ambassadørrollen innebærer og hva The TIPs målsettinger er, bør også ligge til grunn for en utvelgelsesprosess. I tillegg til dette er vi av den oppfatning at god informasjonsflyt vil gjøre det lettere å involvere elever flest i prosjektet. At elever har fått nok informasjon om hva



ambassadører har jobbet med underveis i prosjektet vil dermed være av stor betydning for forankringen av prosjektet i skolen.

### *Forbedre læringsplattformen*

Vi har kommet fram til at en vellykket implementering av prosjektet i skolen og oppnåelsen av målsettingene om økt bevissthet og kunnskap blant elevene i veldig stor grad er avhengig av å ha tilgang til en læringsplattform som er lett for lærere og elever å bruke. Tilbakemeldingene om læringsplattformen har vist at den har et stort forbedringspotensiale når det gjelder utforming og brukervennlighet. Da de fleste av våre informanter har uttrykt seg om plattformens forbedringspotensiale og siden The TIP allerede har utarbeidet en rekke læringsressurser i form av blant annet videoer, er vår vurdering at det ville være god bruk av ressurser å investere i utviklingen av en egen The TIP-nettside dersom prosjektet videreføres.

### *Legge til rette for aktiv bruk av kunnskap hos elevene*

Videre er vi av den oppfatning at veien fra økt bevissthet til økt kunnskap går gjennom drøfting av temaene elever har fått høre om. Temaer som hvordan global handel og verdikjeder fungerer, hva samfunnsansvar er, hvordan det jobbes med bærekraft og anstendige forhold er tverrfaglige og komplekse, og kan være vanskelig for elever å koble sammen. Det er derfor vår anbefaling at elevene også utfordres tilstrekkelig på det de har lært i etterkant av konferansedagene, og får tatt den nye kunnskapen aktivt i bruk. Dette for eksempel i form av diskusjon og drøfting i klasserommet, gjennom arrangementer som diskusjonspaneler eller skriveoppgaver.

### *Redegjøre for hvorfor The TIP er relevant for målgruppen*

Dersom prosjektet videreføres vil det være viktig å kunne oppnå større engasjement blant elever som ikke har hovedfag knyttet til tekstil. Det har blitt identifisert at det har vært vanskelig for denne gruppen elever i The TIPs pilotfase å knytte tekstilbransjen og noen av The TIP-foredragene opp mot sine egne fag. Det har blant andre aktører i prosjektet, inkludert lærere, vært den rådende oppfatningen at temaene The TIP tar opp, for eksempel bærekraft, kan knyttes til veldig mange ulike fag og kompetansemål. Vi har dermed konkludert med at det er viktig at det eksplisitt gjøres rede for hvordan The TIP er relevant for elevenes fag og at tekstilbransjen kan være et case som er relevant for ulike temaer de lærer om.

### *Avklare forventninger*

Avklaring av forventninger for prosjektet med alle samarbeidspartnere, både skoler og bedrifter, er noe vi mener vil styrke implementeringen av prosjektet i skolen og samarbeidet mellom aktørene. At det avklares med bedrifter på hvilken måte de vil engasjere seg i et samarbeid med skoler, for eksempel gjennom foredrag, konkurranser, caser og lignende, vil gjøre det lettere for skolen å benytte seg av kompetansen bedriftene sitter på, og vil i tillegg bidra til et mer smidig samarbeid. At det også avklares med lærere hvordan de vil benytte seg av The TIP i egen undervisning vil også være viktig for en vellykket implementering av prosjektet. Et forslag vi ønsker å fremme kommer fra en lærer, og dreier seg om et system rundt kontakten med bedriftene. Informanten viser til at det finnes slike systemer rundt besøk til for eksempel NHO, Nobelsenteret eller Stortinget. Det hadde i følge informanten vært gunstig om bedriftene for eksempel hadde en liste med tidspunkter de har til rådighet, så skolene kunne huke seg av der man ønsker å få besøk. Det er vanskelig å vite om et slikt system er realistisk å få til, men vi mener det er et tiltak som er verdt å diskutere dersom The TIP videreføres.

## 7.2 Prosjektet sett i lys av dets omgivelser og interessenter

### *Jobbe tettere med interesseorganisasjoner*

Vi har kommet fram til at et tettere samarbeid med interesseorganisasjoner er noe som kan styrke prosjektet. Den første grunnen til dette er at organisasjoner som disse som var en del av The TIPs referansegruppe sitter på viktig kunnskap om både The TIP-tematikken og arbeid med ungdom. Det å engasjere slike aktører enda mer i arbeidet med The TIP vil gjøre det mulig å benytte seg av viktig kompetanse og innspill under hele prosessen. En annen grunn til hvorfor det kan være viktig å jobbe tettere sammen med interesseorganisasjoner er at disse er aktører som alltid vil kunne stille krav til prosjektet. Et tettere samarbeid vil gjøre det lettere å håndtere den usikkerheten interessegrupper kan skape for prosjektet gjennom for eksempel omtale i media.

### *Styrke prosjektets troverdighet*

Vi er av den oppfatning at det er viktig at man beholder den balansen mellom arbeidstaker- og arbeidsgiverperspektiv som man hadde som utgangspunkt for prosjektet. Ut i fra funnene om hvordan elevene resonnerer og hva de ulike aktørene i prosjektet oppfatter som viktig er det spesielt to områder vi anbefaler at det legges større vekt på:

1. Retten til å organisere seg og fagbevegelsens rolle i forbedring av arbeidsforhold i lavinntektsland
2. Informasjon om grunnleggende menneskerettigheter

Noe annet som vi mener kan styrke prosjektets troverdighet er det å legge til rette for at det under en studietur til fabrikker vil være mulighet til å ha med en ekstern tolk, samt elevene får også mulighet til å snakke med arbeiderne uten at fabrikk sjefen er til stede. At dette ikke var tilfelle på studieturen til India har blitt nevnt av flere informanter, blant annet prosjektleder selv. Dette er noe vi tror kunne ha styrket prosjektets troverdighet, da det ved dette ville vært en større garanti for at det man hører og ser er reelt.

# Litteraturliste

- Andersen, E. S. (2010). *Prosjektet som temporær organisasjon*. Magma Nr. 2-2010.  
Hentet fra:  
<https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/93386/Magma%202010%20Andersen.pdf?sequence=1>
- Karlsen, J.T. (2001). *Håndtering av prosjektets interessenter. P003 Prosjektet og omverdenen, NSP-0005*. Trondheim. Norsk Senter for Prosjektledelse. Hentet fra:  
<http://docplayer.me/1334017-Handtering-av-prosjektets-interessenter.html>
- Skyttermoen, T., Vaagaasar, A. L. (2015). *Verdiskapende prosjektledelse*. Oslo. Cappelen Damm Akademisk.
- Tjora, A. (2012) *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo. Gyldendal akademisk.

# Vedlegg

## Vedlegg 1 - Intervjuguide for lærere

### 1. Uformell prat

### 2. Informasjon

- Fortelle om evalueringsprosjektet
- Informere om taushetsplikt og anonymitet
- Sørg for samtykke til opptak
- Spør om noe er uklart eller om informanten har noen spørsmål
- *Start opptak*

### 3. Overgangsspørsmål

- Hva underviser du i?
- Hvilken rolle har du i The TIP?
- Hva var motivasjonen bak at dere ville engasjere dere i The TIP?
  - Ligger det personlig engasjement bak din deltakelse i prosjektet?

### 4. Hoveddel

- Hva slags kunnskap hadde du om global handel og tekstilindustri *før* The TIP?
- Kan du si noe generelt om din opplevelse av prosjektet så langt?
- Hvordan opplever du at skolen har blitt inkludert i The TIP?
- Føler du at prosjektet er relevant for deres elever?
  - Hvordan opplever du at elevene har tatt imot prosjektet?
- Hvordan har det vært å implementere The TIP i undervisning og læreplanmål?
  - Kan du beskrive hvordan undervisningen foregår?
  - I hvor stor grad brukes selve læringsplattformen i undervisningen?
  - Har du/dere vært med på å utforme plattformen? Hva synes du om den?
  - Er der noen utfordringer for lærere knyttet til å stadig oppfylle krav til læreplanmål, på generell basis?

- Det er mange aktører inn i dette prosjektet. Hvordan oppleves balansen mellom aktørene for dere?
- Hvordan opplever du samarbeidet med bedriftene?
  - Det har vært litt ulik deltakelse fra bedriftene. Hvilke bedrifter/hva slags type bidrag mener du er mest nyttig?
- Hvilket utbytte tenker du at elevene har ved å komme i kontakt med arbeidslivet?
- Har du noen tanker om hvorvidt The TIP er relevant for alle eller kun visse linjer/fag?
- Ser du noen (andre) utfordringer med The TIP, slik det er nå?
- Hva tenker du om prosjektets framtid? Er det noe som bør endres for at det skal kunne leve videre?

## **5. Avslutning**

- Oppsummere funn
- Har jeg forstått deg riktig?
- Er det noe du vil legge til?

## Vedlegg 2 - Intervjuguide for elever (fokusgruppe)

### *Fase 1: Rammesetting*

#### **1. Løs prat (5 min)**

- Uformell prat
- Servering og presentasjonsrunde (si litt om oss + forklare hvorfor vi har samlet nettopp dem - deltakelse i prosjektet)
- Lage navneskilt

#### **2. Informasjon (5-10 min)**

- Presentere intervju-roller
  - Bruk av observatører, fortell hvem de er og forklar hvorfor de følger samtalen
- Si litt om temaet for samtalen (bakgrunn, formål)
- Forklar hva fokusgrupper er, hva det brukes til

#### **3. Formaliteter (5 min)**

- Ta opp på video, forklar hvorfor
- Få muntlig samtykke fra deltagerne til å filme intervjuet
- Har dere noen spørsmål? Er noe uklart?
- Start opptak

### *Fase 2: Erfaringer*

#### **4. Åpningsspørsmål: (ca. 5 min)**

- Be deltakerne presentere seg ved navn, pluss en til to andre relevante opplysninger som synliggjør at deltakerne er like/har noe felles

#### **5. Overgangsspørsmål: (15 min)**

- Hva slags kunnskap hadde dere om global handel og tekstilindustri *før* The TIP?
- Hvordan opplever dere at unge i dag forholder seg til disse temaene? (Går i butikker - tenker de/dere over hva man kjøper)
  
- Hvor mye har dere hatt om The TIP i undervisningen?
- Kan dere beskrive hvordan undervisningen har foregått?
  - Læringsplattform
  - Konferanser

### *Fase 3: Fokusering*

#### **6. Nøkkelspørsmål: (50-60 min)**

- Kan dere si noe om deres inntrykk av prosjektet som helhet?
- Hvor involverte føler dere dere i prosjektet?
- Hvordan oppfatter dere at lærerne forholder seg til prosjektet?
- Har dere noen tanker om læringsplattformen?
  - Hvor mye brukes den i undervisningen?
  - Bruker dere den på egenhånd?
- Har dere noen tanker om undervisningsopplegget generelt?
  - Kan noe forbedres?
- Har dere hatt noen kontakt med ambassadørene?
  - Har dere noen innsikt i deres oppgaver?
  - Er dette noe dere også kunne tenke dere å være?
- Av det dere har vært med på av foredrag, konkurranser og så videre, hva synes dere har vært mest spennende og lærerikt?
  - Er det andre ting dere tenker passer inn i prosjektet, både for bedrifter og når det gjelder undervisning?
- Fikk dere informasjon om India-turen? Er det noen som søkte?
- *Til Edvard Munch: føler dette at dette er relevant for andre skoler?*
- *Til Kongshavn: føler dere at dette er relevant for dere selv om dere ikke har design/håndverk-linje?*
- Er dette viktig for **alle** elever i norsk skole?
  - På hvilken måte, hvorfor?
- Føler dere at dere har fått personlig utbytte av prosjektet?
  - Tenker du mer over temaer som miljø, arbeidsforhold osv. når det gjelder tekstilprodukter nå?
  - Føler dere at dette er viktig?
- Ser dere noen utfordringer med The TIP slik det er nå? Noe som kan gjøres bedre?
  - Har dere noen tanker om det er andre måter prosjektet kan fungere på? Workshops osv.

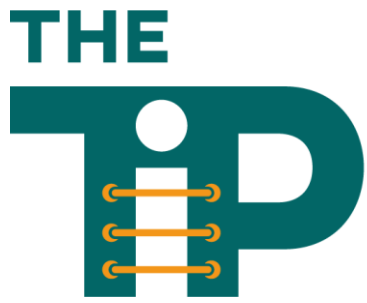
Fase 4: *Tilbakeblikk*

### 7. Oppsummering (ca. 15 min)

- Eventuelle tilleggsspørsmål fra moderator
- Oppsummere funn • Har vi forstått dere riktig?
- Er det noe dere vil legge til?







The  
**Textile Interchange Project**

