

Mg.art. **Elizabete Velce**  
Latvijas Kultūras akadēmija

**CILVĒKU AR DZIRDES TRAUCĒJUMIEM IEKĻAUŠANA  
MŪZIKAS NOZARES PASĀKUMOS**

**INCLUSION IN MUSIC INDUSTRY EVENTS FOR PEOPLE  
WITH HEARING IMPAIRMENT**

<https://doi.org/10.55877/kkmp.2024.3.595>

**Abstract**

People with hearing impairments deserve the opportunity to attend and fully enjoy the same cultural events as the rest of society. Since one of the goals of Latvian cultural strategy is to make culture accessible to the whole society, it is important to research this topic from different aspects. This article investigates the possibilities of inclusion and experience enhancement of people with hearing impairments in the context of events in the music industry. The theoretical part summarizes insights about inclusion approaches, potential solutions, and benefits and barriers to their implementation. The empirical part of the study analyzes the consumption habits and experiences of people with hearing impairments in music industry events. Working together with the relevant audience and industry experts, needs, opportunities, solutions, and potential obstacles are identified. As a result, music industry event organizers, representatives, and other stakeholders are provided with proposals that contribute to the inclusion of this target audience and the improvement of the experience through social innovation. The author has created guidelines for a successful implementation of social innovations, that could build a positive brand image of the music industry and the participating organizations, expand the range of consumers, and as a result, contribute to the industry's overall social and economic growth.

**Keywords:** *people with hearing impairment, inclusion, experience enhancement, social innovation, music industry events.*

## Ievads

Saskaņā ar 2020. gada statistikas datiem, pētījumā par cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem Eiropā konstatēts, ka Latvijā ir aptuveni 210 tūkstoši iedzīvotāju ar dzirdes traucējumiem [Laureyns, Bisgaard, Bobeldijk, Zimme 2020]. Balstoties uz Latvijas Nedzirdīgo savienības pausto, kultūra ir viena no nozarēm, kas Latvijā ir vismazāk pieejama tieši vādzirdīgo kopienai. Dažādi tehniskie risinājumi palīdz uztvert informāciju un tādējādi izprast pasākuma kontekstu un norisi cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem.

Ņemot vērā procentuāli lielo īpatsvaru cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem Latvijā, šo cilvēku iekļaušana mūzikas nozares pasākumos ir veids, kā veicināt mūzikas nozares sociālo un ekonomisko izaugsmi. Savukārt mūzikas pasākumi, kā daļa no mūzikas nozares, veicina valsts ekonomisko izaugsmi. Šā pētījuma **mērķis** ir izpētīt teorētiskās un praktiskās pieejas, kurās analizētas cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanas pieejas un ieguvumi, kā arī mūzikas patēriņa paradumi un pieredze nozares pasākumos Latvijā, sniedzot vadlīnijas mērķauditorijas iekļaušanas veicināšanai mūzikas nozares pasākumos.

Pētījuma ietvaros tiek apskatīti tādi mūzikas nozares pasākumi kā koncerti, festivāli, teātra un operas izrādes. Dažādiem pasākumiem piemērojami dažādi risinājumi. Koncertzālēm un publiskajām telpām pieejamie risinājumi atšķiras no tiem, kurus var izmantot, piemēram, festivālos. 2020. gada Kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījumā iegūtie dati apstiprina, ka trešdaļa publisko ēku nav piemērota cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem. Ēkas nenodrošina attiecīgajai mērķauditorijai iespēju kvalitatīvi baudīt pasākumus, jo tās nav pielāgotas cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem. Akustikas problēmas, pastiprināti fona trokšņi un nepietiekama vizuāli pieejamā informācija ir iespējamie kritēriji, kādēļ šīs ēkas netiek uzskatītas par piemērotām cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem. Ņemot vērā, ka Latvijā risinājumu pielietošana nav izplatīta, vadlīniju izveidei autore izvēlējusies pētīt šo konceptu, apskatot inovācijas ieviešanas problemātiku, sniedzot iespēju organizācijām vadīties pēc piedāvātajiem soļiem, bet pielāgojot tos pasākumu veidam.

Pētījums sniedz izpratni par dažādām inovācijām un tehniskajiem risinājumiem, kas var veicināt cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanu mūzikas nozares pasākumos, tādējādi papildinot zināšanas par iekļaujošās kultūrpolitikas lomu un tās iespējamo ietekmi gan sociālajā, gan ekonomiskajā kontekstā.

## Teorētiskais pamatojums

### *Mūzikas nozare cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem*

Mūzikas nozare ietver plašu darbību klāstu, sākot no mūzikas radīšanas un producēšanas līdz mūzikas produktu un pakalpojumu mārketingam un izplatīšanai. Nozarē ietilpst arī dažādas profesionāļu grupas, piemēram, mūziķi, dziesmu autori,

producenti, skaņu inženieri un citas personas, kas iesaistītas mūzikas radīšanā un popularizēšanā [Simon 2019: 537]. Tas nozīmē, ka šajā nozarē darbojas dažādu jomu pārstāvji no valsts, pašvaldību, nevalstiskā un privātā sektora. Kaut arī pasākumu nozare un mūzikas nozare daļēji pārklājas, pasākumu nozare ir ievērojami plašāka, aptverot plašu pasākumu veidu un aktivitāšu klāstu, ne tikai mūzikas pasākumus. Pētījuma ietvaros autore izvēlējusies pasākumus (koncerti, festivāli, operas un teātra izrādes) skatīt no mūzikas nozares ietvara, kas sašaurina pētāmo pasākumu lauku, neiekļaujot pasākumus, kas nav saistīti ar mūzikas nozari.

Līdz šim ir veikts salīdzinoši maz pētījumu par ekonomisko ietekmi, ko rada cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušana mūzikas pasākumos. Ņemot vērā apgrūtinājumus, lai veiktu datu analīzi par šīs mērķauditorijas iesaisti, ir grūti noteikt ekonomiskos ieguvumus attiecīgā pasākuma norisē. Taču, ņemot vērā, ka sociāli iekļaujoši pasākumi var veidot pozitīvu reputāciju, tas var ietekmēt uzņēmuma ekonomisko izaugsmi. Debra Vidavera-Kohena (*Deborah Vidaver-Cohen*) uzskata, ka reputācija samazina neziņu par turpmāko organizācijas darbību, palielina organizācijas konkurences priekšrocības, veicina sabiedrības uzticēšanos un palīdz palielināt iespēju saņemt lielāku finansiālo ieguvumu par produktu vai pakalpojumu [Vidaver-Cohen 2007].

Autore izvirza šādus virzienus, kādos cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanas un pieredzes pilnveidošanai mūzikas pasākumos ir potenciāls ietekmēt mūzikas nozares ekonomiku:

1. Paplašināta auditorija: padarot mūzikas pasākumus pieejamākus cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem, nozare var piekļūt jaunam auditorijas segmentam un tādējādi gūt papildu ieņēmumus.
2. Uzlabota reputācija: sabiedrība pozitīvi uztver pasākumus, kas ir iekļaujoši. Tas var uzlabot organizāciju reputāciju, piesaistīt investorus, kā arī veicināt esošo klientu lojalitāti.
3. Inovāciju ražošana mūzikas industrijā: lai mūzikas pasākumus padarītu pieejamākus, mūzikas nozares profesionāļiem var būt nepieciešams izstrādāt jaunas tehnoloģijas un efektīvus risinājumus. Tas savukārt var attīstīt inovācijas un jaunas uzņēmējdarbības iespējas mūzikas nozarē.

### ***Iekļaušana un pieredzes pilnveidošana cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem***

Iekļaušana un izslēgšana (*inclusion and exclusion*) kā jēdzieni pasaulē ir zināmi jau sen. Tie apskatīti gan ekonomiskā, gan politiskā, gan sociālā aspektā. Mūsdienās iekļaušanas jēdziens tiek apskatīts teju visās nozarēs, jo globalizācijas procesos iekļaujošas sabiedrības veidošana kļūst būtiski aktuāla. Pirms jēdziena *iekļaušana* (*inclusion*) apskatīšanas autore apskata jēdzienu *izslēgšana* (*exclusion*), kas norāda iemeslu iekļaušanas nepieciešamībai. Autore piekrīt Nabina Ravāla (*Nabin Rawal*)

minētajam apgalvojumam, kurā izslēgšana ir definēta kā process, kura laikā personas vai grupas ir pilnībā vai daļēji izslēgtas no pilnīgas līdzdalības sabiedrībā, kurā viņi dzīvo [Rawal 2008: 163–165]. Domājot par iekļaušanas konceptu pētījuma ietvaros, autore daļēji piekrīt Roberta E. Gūdina (*Robert E. Goodin*) teiktajam, ka iekļaušana kā kopienas koncepts ir vēlme iekļaut tos, kas līdz šim ir bijuši izslēgti no kopienas [Goodin 1996: 147]. Autore uzskata, ka iekļaušana nav tikai par līdz šim izslēgto personu iekļaušanu, tai jābūt veidam, kā tiek mainīts arī nākotnes redzējums, lai pilnveidotu sabiedrības vērtības.

Lai izprastu iekļaušanu, ir būtiski saprast dažādo jēdzienu nozīmi. Mērķgrupas iekļaušana sākas ar produkta, resursu vai pakalpojumu pieejamības nodrošināšanu. Ja kāds no šiem resursiem nav pieejams, tas nozīmē, ka tas nav iekļaujošs. Pieejamība un piekļūstamība (*availability and accessibility*) ir saistīti jēdzieni, taču tie attiecas uz dažādiem aspektiem. Lai gan, tulkojot no angļu valodas uz latviešu valodu, tulkojums ir vienāds – pieejamība, šie divi jēdzieni nenozīmē vienu un to pašu. Pieejamība (*availability*) definēta kā resursu vai pakalpojumu esamība kopumā [Laķe, Tjarve, Klāsons, Vinogradova, Pfeifere 2022]. Tas nozīmē, ka resurss vai pakalpojums ir fiziski vai digitāli pieejams un to var izmantot tie, kam ir atļauja tam piekļūt. Piekļūstamība (*accessibility*) savukārt nozīmē to, cik ērti patērētājs var piekļūt attiecīgajam resursam, pakalpojumam un to saturam, uztvert un izmantot to [Labklājības ministrija]. Piekļūstamība attiecas uz to, vai resursam un pakalpojumam var piekļūt visas personas, tostarp personas ar funkcionāliem traucējumiem.

Pasākumos, kuri veidoti, izmantojot iekļaušanas principus, ir vērts apskatīt iespējas, kā pilnveidot patērētāju pieredzi. Pieredzes uzlabošana jeb pilnveidošana (*enhancement of the experience*) attiecas uz indivīda pieredzes uzlabošanas un bagātināšanas procesu noteiktā jomā, piemēram, darbā, izglītībā, izklaidē vai sociālajā kontekstā. Tas ietver dažādu stratēģiju un paņēmieni izmantošanu, lai radītu indivīdam pozitīvāku, saistošāku un apmierinošāku pieredzi. Pētījuma ietvaros autore secina, ka mūzikas pasākumu ietvarā cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem pieredze jāpilnveido no sociālās, emocionālās un kognitīvās dimensijas.

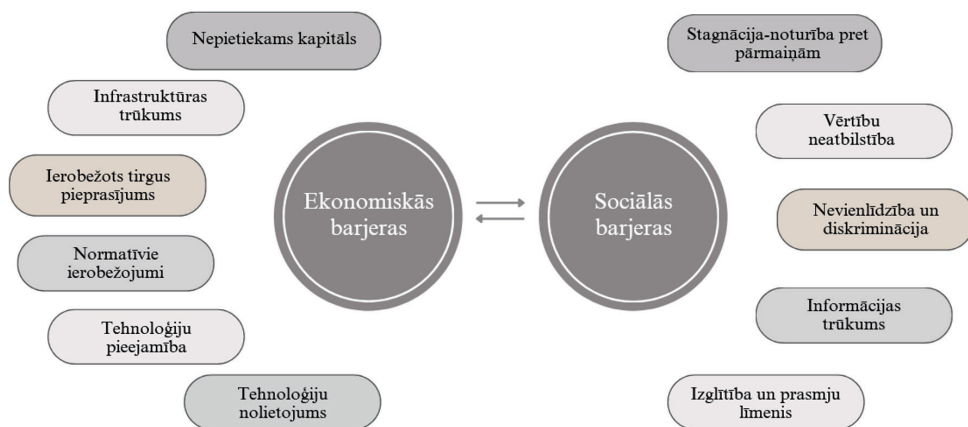
Populārākie mūsdienu risinājumi mērķauditorijas pieredzes pilnveidošanai mūzikas nozares pasākumos:

- **Vizualizācijas** ir veids, kā pievērst cilvēku ar dzirdes traucējumiem uzmanību, kā arī likt šai mērķgrupai pasākumos justies droši.
- **Zīmju valodas tulki** ir kvalificēti profesionāļi, kas mazina saziņas plaisu starp cilvēkiem, kuri ir nedzirdīgi vai vājdzirdīgi, un tiem, kuri lieto verbālo valodu [Metzger 1999: 3].
- **Subtitri** tiek izmantoti dažiem audiovizuālajiem produktiem, piemēram, kino, televīzijai, video, DVD, mūzikai, datorspēlēm, interneta pārraidēm un tiešraidēm [Liu 2014: 5].

- **Akustiskās/indukciju cilpas** – palīgsistēma, kas paredzēta, lai uzlabotu skaņas pārraidi personām ar dzirdes traucējumiem [Cook, Polgar 2015: 369].
- **Vibrāciju vestes un aksesuāri** – ar tām tiek uztverta un digitāli apstrādāta dzirdētā informācija, un tā tiek nogādāta uz ādas un ķermenī, izmantojot mazas vibrācijas motorus [Novich, Eagleman 2014].

Lai izprastu inovāciju nozīmi cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanai kultūras uzņēmējdarbībā, autore sākotnēji apskatījusi inovāciju kā fenomenu. Salīdzinot dažādu inovāciju veidus un izpētot teorijas, autore secinājusi, ka piemērotākais būtu sociālo inovāciju tips (iekļaujot tajā arī tehnoloģiskās inovācijas), tā pielietošana mērķauditorijas iekļaušanas veicināšanai. **Sociālā inovācija** attiecas uz jaunu ideju, stratēģiju un risinājumu izstrādi, kas risina sociālās problēmas vai apmierina sociālās vajadzības jaunā veidā [Dobeles 2015: 232]. Lai gan tehnoloģiskā un sociālā inovācija ir atšķirīgi inovāciju veidi, tie viens otru neizslēdz. Tehnoloģiskajām inovācijām var būt svarīga loma sociālās inovācijas veicināšanā, nodrošinot jaunus instrumentus un platformas sadarbībai, saziņai un problēmu risināšanai. Tāpat sociālā inovācija var virzīt tehnoloģiskos jauninājumus, identificējot jaunas tirgus iespējas un jomas, kurās nav apmierinātas kādas sabiedrības grupas vai indivīdu vajadzības.

Apskatot dažādos inovāciju veidus, autore analizējusi to ieviešanas soļus, kā rezultātā izvēlējusies pētījumā balstīties uz Robina Mureja (*Robin Murray*) sešu soļu sociālo inovāciju ieviešanas modeļa pamata modeli [Murray, Caulier-Grice, Mulgan 2010: 12]. Šis modelis sastāv no 6 soļiem – autors kā pirmo soli min iedvesmu un diagnosticēšanu. Šim solim seko idejas un priekšlikumus, tad prototipēšana, pilotprojekta izveide, ilgtspēja un, visbeidzot, sistemātiskas pārmaiņas. Balstoties uz inovāciju veidu un ieviešanas soļu analīzi, autore kategorizējusi sociālās un ekonomiskās barjeras, kuras var rasties sociālo inovāciju ieviešanas procesa gaitā (sk. 1. att.).



1. attēls. Sociālās un ekonomiskās barjeras (autore veidots, 2023).

Identificētās sociālās un ekonomiskās barjeras ir atkarīgas no tādiem iekšējiem faktoriem kā organizācijas veida, darba kultūras, organizētajiem pasākumiem, pielietotajiem risinājumiem. Tāpat būtiski ir arī ārējie faktori – ekonomiskie, tirgus, politiskie, demogrāfiskie un citi. Sociālās un ekonomiskās barjeras savstarpēji mijiedarbojas un spēj ietekmēt cita citu, ņemot vērā tās ietekmējošos iekšējos un ārējos faktorus.

### **Metodoloģijas raksturojums**

Darbā izmantots kvalitatīvais pētījumu dizains. Kvalitatīvajā metodoloģijā uzsvars tiek likts uz cilvēka pieredzes izpēti, nevis uz skaitliskiem mērījumiem vai statistisku analīzi. Pētījuma ietvaros autore veikusi mūzikas nozares ekspertu un iesaistīto personu intervēšanu, lai noskaidrotu, kāda ir to personīgā un pārstāvēto organizāciju pieredze attiecīgo pasākumu organizēšanā un nozarē, cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanai un pieredzes pilnveidošanai.

Lai noskaidrotu pēc iespējas plašāku pārstāvju viedokli, autore uz daļēji strukturētām intervijām uzaicinājusi deviņus dažādu profesiju pārstāvjus no dažādām Latvijā atpazīstamām organizācijām, kuras atbilst pētījumā iekļauto pasākumu apskatā.

Daļēji strukturēto interviju jautājumi sadalīti četros galvenajos blokos:

- Mūzikas nozares pasākumi Latvijā un intervējamo pieredze tajos;
- Iekļaušana un pieredzes pilnveidošana cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem;
- Mērķauditorijas iesaiste un datu analīze;
- Barjeras un izaicinājumi iekļaušanas veicināšanai.

Mērķauditorijas vajadzību noskaidrošana ir solis veiksmīga priekšlikuma un piedāvājuma sagatavošanai. Tādēļ autore izvēlējās veidot fokusgrupu diskusiju mērķauditorijai, lai noskaidrotu tās līdzšinējo pieredzi, vajadzības, kā arī barjeras pasākumu pilnvērtīgai apmeklēšanai. Diskusijā piedalījās deviņi dalībnieki, dažāda vecuma un dzimuma, ar dažādām dzirdes zuduma pakāpēm, kā arī ar dažādiem kultūras patēriņa paradumiem un pieredzēm.

### **Pētījuma rezultāti**

#### ***Mērķauditorijas iekļaušanai un pieredzes pilnveidošanai pieejamo risinājumu izmantošana mūzikas nozarē***

Pēc ekspertu interviju apkopošanas autore izvirzījusi šādus galvenos faktorus, kas apgrūtina cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanas un pieredzes pilnveidošanas veicināšanu no mūzikas nozares pasākumu ekspertu viedokļiem:

- Resursu trūkums – finansiāli, laika vai darbaspēka resursi;
- Informācijas trūkums – neziņa par iespējamajiem risinājumiem, vajadzībām un iespējām;
- Neziņa par to, kā izsekot šīs mērķauditorijas apmeklētību un interesi par pasākumiem. Atgriezeniskās saites trūkums;

- Komunikācijas problēmas un iniciatīvas trūkums no mērķauditorijas un sabiedrības;
- Neziņa par mērķauditorijas sasniegšanas iespējām – reklamēšanas, uzrunāšanas kanāli.

### ***Cilvēku ar dzirdes traucējumiem pieredze mūzikas nozares pasākumu patērēšanā***

Fokusgrupas diskusijas laikā tās dalībnieki uzzināja par pieejamajiem risinājumiem un dalījās ar pieredzes stāstiem, kā rezultātā autorei izdevies apkopot pasākumu apmeklēšanu ietekmējošos faktoros.

Šķēršļi pasākumu apmeklēšanai:

- Nepietiekama informācija par pasākumu saturu / nepietiekama reklāma par pieejamību un piekļūstamību attiecīgajos pasākumos;
- Sabiedrības neinformētība, kas rada aizspriedumus un mērķauditorijas nevēlēšanos iesaistīties;
- Biļešu dārdzība;
- Pieejamo pasākumu atrašanās vieta;
- Skaņas kvalitāte / sarežģīts saturs un izmantotā valoda.

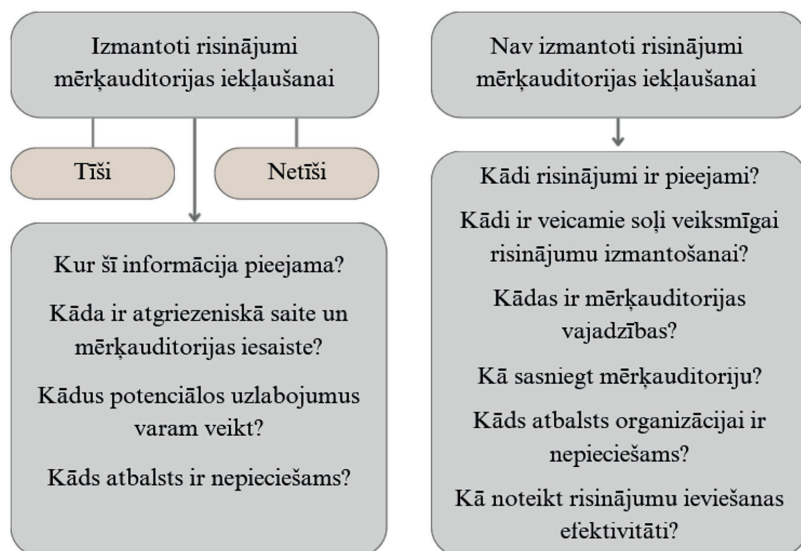
Stimuli pasākumu apmeklēšanai ir:

- Kompānija no kopienas;
- Kvalitatīvs mākslinieciskais izpildījums;
- Vēlme iesaistīties pozitīvu pārmaiņu veidošanā;
- Pozitīvas atsauksmes no paziņām;
- Auditorijas vajadzības un ieteikumi pasākumu organizatoriem;
- Ārzemju prakses izpēte par pieejamajiem risinājumiem;
- Attiecīgo apzīmējumu pielietošana, kas informē par pasākumu piekļūstamību dažādām mērķauditorijām;
- Mērķauditorijas iesaistīšana pasākumu tapšanas vai pielāgošanas procesos;
- Komunikācija ar biedrībām, kuras paziņo par pasākumu esamību;
- Aprakstoša informācija par pasākuma norisi un saturu digitālajā vidē;
- Auditorijas sasniegšanai iespējams izmantot kultūras centrus, sociālos medijus, biedrības un organizācijas;
- Subtitru izmantošana pasākumos;
- Zīmju valodas tulku piesaistīšana pasākumos / zīmju valodu apguvis personāls;
- Satura un pasākumu nodrošināšana bērniem un jauniešiem;

- Lai spētu izsekot un veicināt mērķauditorijas pasākumu patēriņu, auditorija iesaistītos, aizpildot klientu apmierinātības anketas, vai pasākumu norises vietā atzīmētu, ka ir no attiecīgās kopienas.

### ***Vadlīnijas mūzikas nozares pasākumiem***

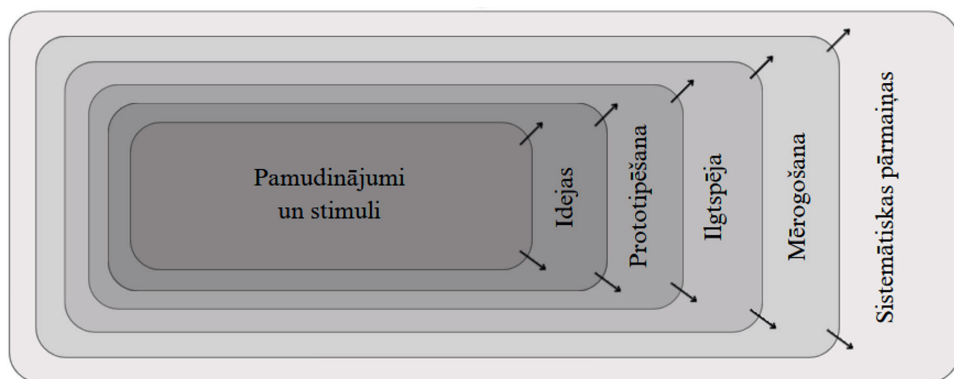
Autore izvēlējusies veidot vadlīnijas, balstoties uz sociālo inovāciju ieviešanas sešiem soļiem, kā arī ņemot vērā visus pētījuma gaitā iegūtos secinājumus. Autore izveidojusi shematisku atainojumu sākuma stadijai, kurā organizācija sāk domāt par risinājumu izmantošanu (sk. 2. att.).



2. attēls. Sociālo inovāciju ieviešanas sākuma stadija (autores veidots, 2023).

Attēlā atspoguļoti jautājumi, ar kuru uzdošanu organizācijas var sākt domāt par izmaiņu veikšanu savā darbībā, lai iekļautu cilvēkus ar dzirdes traucējumiem mūzikas nozares pasākumu patērēšanā. Uzsākot inovāciju ieviešanu, ieinteresētās organizācijas var izmantot aprakstītos jautājumus, lai saprastu kādas ir viņu pamatzināšanas un stiprās/vājās puses par cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanu un pieredzes pilnveidošanu.

Par pamatu sociālo inovāciju ieviešanas soļiem autore izvēlējusies izmantot Robina Mureja (*Robin Murray*) sešu soļu modeli [Murray, Caulier-Grice, Mulgan 2010: 12]. Pētījuma autore izvēlējusies vizuāli reprezentēt šo modeli citādāk, nekā to darījis autors. Zemāk pievienotajā attēlā apskatāms autores shematiskais atainojums soļu virzībai (sk. 3. att.).



3. attēls. Sociālo inovāciju ieviešanas soļi (autore veidots, 2023).

3. attēlā redzams, ka centrā jeb pamatā izvietoti pamudinājumi un stimuli, no kuriem bultas norāda uz katru nākamo secīgo soli veiksmīgai sociālo inovāciju ieviešanai. Katrā solī svarīgi izprast iesaistītās puses, potenciālos apgrūtinājumus un mērķauditorijas un organizācijas vajadzības, kas aprakstītas zemāk.

**Pirmais solis ir pamudinājumu jeb stimulu definēšana.** Identificēt sociālo problēmu, kuru organizācija vēlas risināt. Tā skar organizācijas ieinteresētās puses, kādu kopienu vai sabiedrību kopumā. Šajā solī ir būtiski apzināties sociālās problēmas cēloni, mērķauditorijas vajadzības un iespējas šo mērķauditoriju iesaistīt jau sākotnējā stadijā. Pētījumā iegūtajos rezultātos autore iesaka mūzikas nozares ekspertiem sākt ar jautājumu uzdošanu pašiem sev, organizācijas ietvaros.

- Kādēļ šī mērķauditorija nepiedalās mūsu pasākumos?
- Kādēļ līdz šim izmantotie risinājumi nav bijuši veiksmīgi?
- Kādas ir mērķauditorijas vajadzības?

Veiksmīgai tālāko procesu norisei autore iesaka jau šajā solī sākt komunikāciju ar iesaistītajām pusēm. Iesaistītās puses – organizācija, mērķauditorija un mērķauditoriju pārstāvošās biedrības. Komunikācijas rezultātā iespējams, ka kristalizēsies vēl kādas mērķauditorijas vajadzības, taču pētījuma rezultātā tās definētas šādi:

Mērķauditorijas vajadzības:

- Mērķauditorijas iesaistīšana pasākumu tapšanas vai pielāgošanas procesos;
- Aprakstoša informācija par pasākuma norisi un saturu digitālajā vidē;
- Subtitru izmantošana pasākumos;
- Zīmju valodas tulku piesaistīšana pasākumos;
- Zīmju valodu apguvis personāls;
- Pielāgots saturs un pasākumu nodrošināšana bērniem un jauniešiem.

Pēc problēmas definēšanas un auditorijas vajadzību apzināšanas **seko priekšlikumu stadija**. Šajā stadijā notiek pirmreizējo ideju ģenerēšana. Tā paplašina iesaistīto

tīto pušu skatījumu un attīsta iespējamo risinājumu daudzveidību. Šajā stadijā turpinās saziņa ar visām iesaistītajām pusēm un kopīgi tiek plānoti risinājumi. Ieteicams mērķauditorijai dalīties savā pieredzē un veidot ideju ģenerēšanas nodarbības. Iesaistītās puses – organizācija, mērķauditorija un mērķauditoriju pārstāvošās biedrības, pašvaldības, ja iniciatīva iekļaujošu pasākumu veidošanai nākusi no tām.

**Prototipu veidošana un testēšana** – ideju izveides un praktiskas pārbaudīšanas rezultātā iespējams noteikt to nepilnības un veikt labojumus. Testēšanas rezultātā iespējams atklāt papildu vajadzības no mērķauditorijas, kā arī noskaidrot izraudzītā risinājuma praktiskumu un potenciālo ilgtspēju. Iesaistītās puses – organizācija un mērķauditorija, brīvprātīgie. Ieteicams piesaistīt brīvprātīgos, lai testēšanas procesos neradītu liekas izmaksas. Ja šajā stadijā nepieciešams tehnoloģisks risinājums, tad jāpiesaista atbilstošs dalībnieks, kurš tiek definēts kā iesaistītā puse. Šajā stadijā ļoti svarīga ir visu pušu savstarpējā komunikācija. Ja sākotnējā testa versija bijusi veiksmīga, to ieteicams pārbaudīt kopā ar plašāku auditoriju. Šajā stadijā organizācija sāk apzināt iespējamos finansējuma avotus idejas realizēšanai.

**Uzturēšana un ilgtspēja** – šis posms ietver ideju uzlabošanu, biznesa modeļu izveidi vai pielāgošanu, biznesa plāna veidošanu. Šajā solī ir būtiski apzināties esošo pieejamo finansējumu risinājuma ieviešanai. Svarīga ir potenciālo finansējuma avotu noteikšana un aktīva saziņa ar potenciālajiem investoriem/atbalsta sniedzējiem. Ieteicams sazināties ar pašvaldībām, kuras atbalsta projektu īstenošanu. Publikajā sektorā, lai ideja būtu ilgtspējīga, ir jāintegrē inovācijas budžeta procesos. Iesaistītās puses – organizācija, atbildīgais par finansējumu, finansējuma sniedzēji.

Nākamais solis ir **mērogošana un pielāgošana** – tajā ietilpst vairākas stratēģijas inovācijas attīstībai, izplatīšanai un organizācijas izaugsmes veicināšanai. Vērtīgi veikt konkurentu un veiksmes piemēru analīzi, lai saprastu potenciāli veiksmīgāko scenāriju. Iesaistītās puses – organizācija, mērķauditorija, piegādātāji, atbalsta sniedzēji (finansējums, pašvaldības). Šajā solī autore iesaka sākt mārketinga kampaņas, lai informētu mērķauditoriju un sabiedrību par plānoto. Mērķauditorijas saziņas kanālu identificēšana.

Darba autore pētījuma empīriskajā daļā noskaidrojusi mērķauditorijai ērtākos informācijas uzzīņu veidus:

- Komunikācija ar biedrībām, kuras paziņo par pasākumu esamību;
- Aprakstoša informācija par pasākuma norisi un saturu digitālajā vidē;
- Auditorijas sasniegšanai iespējams izmantot kultūras centrus, sociālos medijus, biedrības un organizācijas.

Veiksmīgai risinājumu ieviešanai seko pēdējais solis sociālo inovāciju ieviešanā, kas ir **sistēmiskas izmaiņas** – tas ietver visu sistēmu pārprojektēšanu, sabiedrības domāšanas maiņu, kā rezultātā ir mainījies visas sabiedrības skatījums uz sākotnēji definēto sociālo problēmu. Šajā solī iesaistītās puses – organizācija, mērķauditorija,

mērķauditoriju pārstāvošas biedrības, pašvaldības, atbalsta sniedzēji, valdība un sabiedrība kopumā. Šajā solī notiek visu iesaistīto pušu redzējuma maiņa par sociālo problēmu un pielietojamo risinājumu ieviešanu mūzikas nozares pasākumos, tajā skaitā normatīvo aktu maiņa. Šis solis ir sasniedzams, ja iepriekš veiksmīgi izpildīti visi ieviešanas soļi, kā arī notikusi veiksmīga komunikācija ar visām iesaistītajām pusēm. Tādēļ organizācijām, kuras veiksmīgi ievieš risinājumus cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanai un pieredzes pilnveidošanai, nav jāuztver pēdējā soļa nesaņiegšana kā neizdevies ieviešanas process.

Pirms vadlīniju izmantošanas būtiski apzināt pieejamo risinājumu daudzveidību, to priekšrocības un trūkumus. Katras organizācijas iespējas risinājumu ieviešanai un pielietošanai ir atšķirīgas, tādēļ komunikācija ar visām iesaistītajām pusēm ir īpaši būtiska, lai piemērlētu efektīvāko risinājumu. Papildu ieguvums ir informācijas iegūšana no citiem pasākumu organizatoriem, kas var dalīties ar savu pieredzi, un ieteikumiem.

### *Pieejamo risinājumu izvērtējums*

Pētījumā secināts, ka mūzikas nozares pārstāvji nav informēti par mērķauditorijas iekļaušanas un pieredzes pilnveidošanai pieejamiem risinājumiem. Analizējot teorētiskās atziņas un empīriskajā pētījuma daļā iegūtos datus, autore izveidojusi apkopojumu populārākajiem pieejamiem risinājumiem tirgū un kategorizējusi to priekšrocības un trūkumus.

To vizuālais atveids un pielietojums apskatāms pievienotajā attēlā (sk. 4. att.). Zem attēliem aprakstītas norādīto risinājumu priekšrocības un trūkumi.



4. attēls. Pieejamo risinājumu pielietojums (autores veidots, 2023).

## **Vizualizācijas un apzīmējumi**

### Priekšrocības

- Apzīmējumi piesaista mērķauditorijas uzmanību.
- Vizuālas norādes pasākumos rada drošības sajūtu mērķauditorijai.
- Vizualizācijas palīdz uztvert saturu un emocionālo izpildījumu, kuru auditorija nespēj sadzirdēt.

### Trūkumi

- Apzīmējumi paredzēti informatīvam saturam.
- Vizualizācijas videoformātā prasa ilgu sagatavošanās laiku.

## **Zīmju valodas tulki**

### Priekšrocības

- Komunikācijas barjeras neesamība: zīmju valodas tulki nodrošina tiešu saziņu starp personām, kuras lieto zīmju valodu, un tiem, kas lieto runāto valodu.
- Piekļuve runātajam saturam: zīmju valodas tulki nodrošina piekļuvi runātajam un dziedātajam saturam.
- Iekļautības sajūtas veicināšana: zīmju valodas tulki veicina iekļaušanu, radot vidi, kurā cilvēki ar dzirdes traucējumiem var aktīvi piedalīties pasākumos un izprast to saturu.

### Trūkumi

- Pieejamība un izmaksas: sertificētu zīmju valodas tulku trūkums rezultējas ar paaugstinātām izmaksām.
- Skatuves pielāgošana: zīmju valodas tulkiem nepieciešamais papildu apgaismojums un ērts novietojums telpā, lai mērķauditorija spētu uztvert tulkoto.
- Piemērots risinājums nedzirdīgo auditorijai, bet ne vienmēr vājdzirdīgo auditorijai, jo daudzi vājdzirdīgie nav apguvuši zīmju valodu.

## **Subtitri**

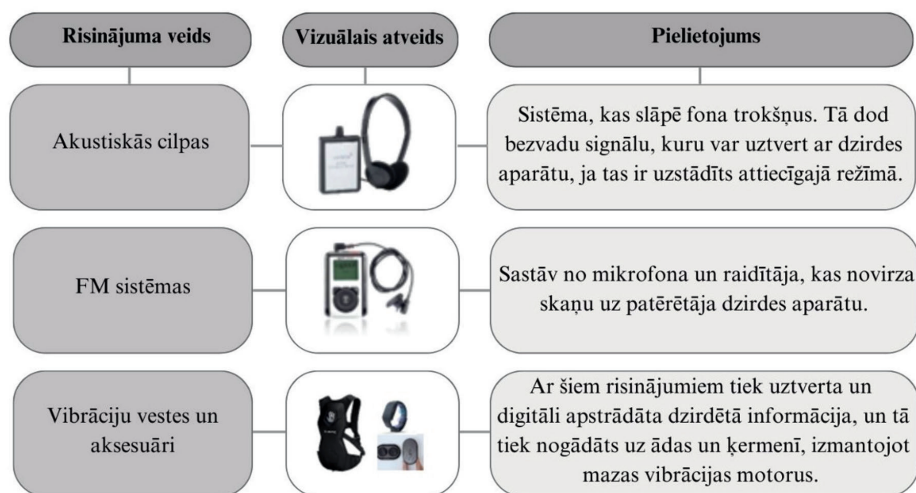
### Priekšrocības

- Pieejamība: subtitri padara audio saturu pieejamu personām ar dzirdes traucējumiem.
- Daudzvalodība: subtitrus var izveidot vairākās valodās, nodrošinot titrēšanas iespējas dažādu valodu pārstāvjiem.
- Potenciāls: subtitru izmantošanai ir potenciāls tehnoloģiju attīstības gaitā kļūt par salīdzinoši lētu un efektīvu risinājumu.
- Daudzpusība: subtitru izmantošanai ir priekšrocības ne tikai šās mērķauditorijas piesaistīšanai, bet arī ārzemju auditorijām.

### Trūkumi

- Sinhronizācija: subtitriem jābūt precīzi iestatītiem un sinhronizētiem ar audio, lai nodrošinātu nevainojamu skatīšanās pieredzi.
- Tieša teksta tulkošana nozīmē, ka izmantotā valoda nav vienkāršota, kas nedzirdīgo auditorijai var būt apgrūtinājums.
- Nepilnīgs atainojums: subtitri parasti ataino dialogus un runas tekstu, taču tie var neparādīt visus audio elementus, piemēram, fona trokšņus, skaņas efektus vai mūzikas tekstus.
- Izmantošanas ierobežojumi: subtitri var nebūt piemēroti personām ar redzes vai uztveres traucējumiem, kas kavē teksta lasīšanu.

Otrs izmantojamo risinājumu bloks ir tehnoloģiskie risinājumi, kuru pielietošana nav tik izplatīta. Šajā sadaļā apskatāmi risinājumi, kuru pielietošana ir piemērota gan vārdzirdīgai, gan nedzirdīgai auditorijai, tomēr pielietošanas efektivitāte ir atkarīga no dažādiem aspektiem. Attēlā apskatāms risinājumu vizuālais atveids un apraksts to pielietojums (sk. 5. att.). Savukārt zemāk uzskaitītas šo risinājumu priekšrocības un trūkumi.



5. attēls. Pieejamo risinājumu pielietojums (autores veidots, 2023).

### **Akustiskās cilpas**

#### Priekšrocības

- Regulējama skaņa: akustiskās cilpas sistēmas nodrošina personalizētu klausīšanās pieredzi, jo skaņa tiek pārraidīta tieši uz lietotāja dzirdes ierīci, to iestatījumus ir iespējams regulēt.
- Fona trokšņa novēršana: akustiskās cilpas piegādā skaņu tieši lietotāja dzirdes ierīcē, slāpējot fona troksni un telpas akustiku.

### Trūkumi

- Pieejams ierobežotai mērķauditorijas daļai: akustiskās cilpas ir savienojamas ar dzirdes aparātiem vai kohleārajiem implantiem, kam ir iebūvēta T spoļe.
- Uztādīšanas problēmas: lai uztādītu akustiskās cilpas telpā, nepieciešams piesaistīt inženierus. Ne visās telpās šādu risinājumu iebūvēt ir iespējams.
- Nav mobils risinājums: akustiskās cilpas sistēmas ir instalētas konkrētā telpā.

## **FM Sistēmas**

### Priekšrocības

- Mobilitāte: FM sistēmas izmanto bezvadu tehnoloģiju, lai pārraidītu audio-signalus, nodrošinot lietotājiem elastību un pārvietošanās brīvību.
- Daudzfunkcionalitāte: šīs sistēmas var izmantot personas ar vai bez dzirdes aparātiem.
- Regulējams skaļums: lietotājiem ir iespēja pielāgot skaļumu un iestatījumus.

### Trūkumi

- Signāla kvalitāte: Šīs sistēmas ir jutīgas pret citu elektronisko ierīču signāliem, kas var radīt apgrūtinājumus patērētājam.
- Papildu ierīces: patērētājam ir līdzī jānēsā FM uztvērēji, kas nepieciešami sistēmas darbībai.
- Sistēmas uzturēšana: FM sistēmai izmantojams akumulators, jāseko līdzī bateriju nomaiņai, kā arī jāveic sistēmas apkope.

## **Vibrāciju vestes un aksesuāri**

### Priekšrocības

- Risinājums piemērots ne tikai pētījumā minētajai mērķauditorijai, bet arī mūziķiem un citiem pasākuma apmeklētājiem, kas vēlas sajust papildu vibrācijas. Savienojams ar dažādiem audio avotiem, tostarp mūziku, filmām, spēlēm un virtuālās realitātes saturu;
- Piemērots nedzirdīgo auditorijai, jo palīdz just basu vibrācijas, tādējādi uztverot mūziku;
- Mobilitāte: gan vibrāciju vestes, gan vibrāciju aksesuāri veidoti tā, lai tie būtu pārnēsājami, tādēļ tie ir ērti lietošanai dažādos pasākumos.
- Aksesuāru diskrētība: salīdzinot ar vibrāciju vestēm, mazie vibrācijas aksesuāri bieži ir diskrētāki, un tos var izmantot neuzkrītoši, nepiesaistot uzmanību.

### Trūkumi

- Vibrāciju vestes nereti ir lielas un vizuāli nepievilcīgas, tādēļ daļa auditorijas varētu izvēlēties šo risinājumu neizmantojot;
- Neslāpē fona trokšņus, kas var būt šķērslis pilnvērtīgai pasākuma izbaudīšanai;

- Individuālā jutība: vibrāciju intensitāte cilvēkiem ir atšķirīga, un dažiem lietotājiem vibrācijas var šķist pārāk intensīvas, neērtas vai traucējošas.

Šajā daļā autore piedāvājusi vadlīnijas cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanas un pieredzes pilnveidošanai mūzikas nozares pasākumos. Vadlīniju pielietošanas gadījumā organizācijām ir iespējams piesaistīt šo auditoriju, uzlabot konkurētspēju un reputāciju, kā rezultātā gūt ekonomiskus ieguvumus organizācijai. Atbilstošu risinājumu efektīva ieviešana organizāciju darbībā spēj veidot jaunus kultūras patēriņa paradumus cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem, kuru skaits Latvijā ir ap 210 tūkstošiem.

### **Secinājumi un priekšlikumi**

Apkopojot pētījumā iegūtos datus, autore secina, ka mūzikas nozares pārstāvji Latvijā nav pietiekami informēti par cilvēku ar dzirdes traucējumiem vajadzībām un to nodrošināšanai pieejamajiem risinājumiem. Darba autore aicina sabiedrību vairāk iesaistīties iekļaušanu veicinošās aktivitātēs, iedziļināties sociālo problēmu risināšanā un informēt citus par tēmas nozīmīgumu un iespējamajiem risinājumiem.

Izvirzītie secinājumi:

- Mūzikas patērēšana un izmantoto risinājumu efektivitāte atkarīga no personu dzirdes zuduma pakāpes, pasākuma norises vietas un pasākumu. Vājdzirdīgu un nedzirdīgu personu vajadzības ir atšķirīgas.
- Teātru un operu izrādēs biežāk izmantotie risinājumi ir subtitri. Koncertzālēs akustiskās cilpas, savukārt brīvdabas festivālos tie ir mobilie risinājumi, tajā skaitā vibrāciju vestes un zīmju valodas tulki.
- Apvienojot sociālo inovāciju ieviešanas soļus ar atvērto inovāciju tipu, iespējams iegūt efektīvākos rezultātus. Atvērtais inovāciju tips nozīmē, ka izveides un ieviešanas procesā organizācijas sadarbojas ar visām iesaistītajām pusēm, kā arī citām organizācijām, kuras spēj sniegt ieteikumus vai atbalstu.
- Organizācijām atkarībā no izmantotajiem risinājumiem jānosaka iespējas to efektivitātes un mērķauditorijas ieguvumu noteikšanai. Mērķauditorija ir gatava iesaistīties, lai nodrošinātu korektus un precīzus datus.
- Cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušana un pieredzes pilnveidošana mūzikas nozares pasākumos var paplašināt pasākumu apmeklētāju auditoriju un uzlabot to reputāciju, tādējādi atstājot pozitīvu ietekmi uz organizācijas un mūzikas nozares ekonomiskajiem rādītājiem.

Izvirzītie priekšlikumi:

- Mūzikas nozares pasākumu organizatoriem jāsaazinās ar mērķauditoriju un to pārstāvošajām biedrībām, kā rezultātā iespējams noteikt mērķgrupu vajadzības un potenciālo iesaisti pasākumos.
- Mūzikas nozares pasākumu organizatoriem, kuri izmanto kādus risinājumus

mērķauditorijas iekļaušanai un pieredzes pilnveidošanai, jāpalielina informācijas pieejamība. Ņemot vērā mērķauditorijas minēto, informatīvs saturs un vizuālie apzīmējumi ir būtisks kritērijs biļešu iegādes brīdī.

- Jāpievērš uzmanība atšķirīgajām vajadzībām vādzirdīgo un nedzirdīgo personu pieredzes pilnveidošanai mūzikas nozares pasākumos.
- Valsts, privātā un nevalstiskā sektora dalībniekiem jāizglīto darbinieki un sabiedrība par esošo sociālo problēmu, lai palielinātu visas sabiedrības iesaisti un atvērtību iespējamo risinājumu pielietošanā, ieraugot potenciālu ekonomiskiem ieguvumiem.
- Visām iesaistītajām pusēm jāizrāda iniciatīva, lai veidotu pārmaiņas. Tajā skaitā pasākumu māksliniekiem, kuriem ir iespēja ietekmēt pasākumu organizatoru piedāvātos risinājumus.
- Valsts pārvaldei, iesaistot mērķauditoriju, jāveido statistikas dati, kas atbilst reālajai situācijai attiecībā uz cilvēku ar dzirdes traucējumiem skaitu Latvijā.

Secinājumi un priekšlikumi ne vien identificē esošās problēmas, bet arī sniedz praktiskus risinājumus, kas var uzlabot cilvēku ar dzirdes traucējumiem iekļaušanu mūzikas nozares pasākumos Latvijā, kā arī veicināt labāku izpratni un pasākumu pieejamību un piekļūstamību nozarē.

### ***Izmantotie avoti***

- Cook, M. A., Polgar, J. M. (2015). *Assistive Technologies: Principles and Practice. Fourth Edition*. St. Louis: Elsevier Mosby, 480 p. (p. 369).
- Dobele, L. (2015). Factors which Influence the Development of Social Innovation in Latvia. International Conference "Economic Science for Rural Development". No 40 Jelgava, LLU ESAF, 23–24 April, pp. 226–238, 232 p. Pieejams: [https://llu.lv/conference/economic\\_science\\_rural/2015/Latvia\\_ESRD\\_40\\_2015-226-238.pdf](https://llu.lv/conference/economic_science_rural/2015/Latvia_ESRD_40_2015-226-238.pdf) (skatīts 03.03.2023.)
- Goodin, R. E. (1996). Inclusion and exclusion. *European Journal of Sociology*. Vol. 37, pp. 347–349, 147 p. Pieejams: <https://www.cambridge.org/core/journals/european-journal-of-sociology-archives-europeennes-de-sociologie/article/abs/inclusion-and-exclusion/0B105563DC5A6E7BD42E53DA22FD7272> (skatīts 20.01.2023.)
- Labklājības ministrija, Eiropas Sociālais fonds (2021). *Vides un pakalpojumu piekļūstamība*. Pieejams: <https://www.lm.gov.lv/lv/media/17349/download> (skatīts 06.03.2023.)
- Laķe, A., Tjarve, B., Klāsons, G., Vinogradova, L., Pfeifere, D. (2022). Kultūras aktivitātes barometrs 2022. Kultūras ministrija Pieejams: <https://www.km.gov.lv/lv/media/29958/download?attachment> (skatīts 14. 02.2023.)

- Laureyns, M., Bisgaard, N., Bobeldijk, M., and Zimme, S. (2020). Getting the numbers right on Hearing Loss, *Hearing Care and Hearing Aid Use in Europe. Joint AEA\_EFHOH\_EHIMA report*. 2 Pieejams: [https://www.ehima.com/wp-content/uploads/2020/08/Getting-the-numbers-right-AEA\\_EFHOH\\_EHIMA-June-2020-final.pdf](https://www.ehima.com/wp-content/uploads/2020/08/Getting-the-numbers-right-AEA_EFHOH_EHIMA-June-2020-final.pdf)
- Liu, D. (2014). On the Classification of Subtitling. *Journal of Language Teaching and Research*, Vol. 5, No. 5, pp. 1103–1109. Pieejams: <https://www.academypublication.com/issues/past/jltr/vol05/05/15.pdf> (skatīts 06.03.2023.)
- Metzger, M. (1999). *Sign Language interpreting. Deconstructing the Myth of Neutrality*. Washington: Gallaudet University press, p. 3.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. London: National Endowment for Science, Technology and the Art: Young Foundation. 12 p.
- Novich, S. D., Eagleman, D. M. (2014). A Vibrotactile Sensory Substitution Device for the Deaf and Profoundly Hearing Impaired. Rice University. Pieejams: <https://ieeexplore.ieee.org/document/6775558> (skatīts 08.03.2023.)
- Rawal, N. (2008). Social Inclusion and Exclusion: A Review. *Dhaulagiri Journal of Sociology and Anthropology*, Vol. 2, pp. 163–165. Pieejams: <https://www.cmi.no/file/589.pdf> (skatīts 21.01.2023.)
- Simon, J. P. (2019). New players in the music industry: lifeboats or killer whales? the role of streaming platforms. *Digital Policy, Regulation and Governance*. Vol. 21(6), p. 537. Pieejams: <https://doi.org/10.1108/dprg-06-2019-0041> (skatīts 12.02.2023.)
- Vidaver-Cohen, D. (2007). Reputation Beyond the Rankings: A Conceptual Framework for Business School Research. *Corporate Reputation Review*, volume 10, pp. 278–304. Pieejams: <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550055> (skatīts 03.03.2023.)