

DIN GUIDE TIL HØRSELHEMMEDE!

- en informasjonspakke for hørselshemmede og deres pårørende

1 INNLEDNING

1.1 Bakgrunn for prosjektet

Hørselshemmede har ofte kompetanse på nettopp det å være hørselshemmet. Det er gjerne en livslang erfaring, noen ganger også supplert med faglig kompetanse. Men blant den delen av befolkningen som ikke har noe hørselstap, spriker det veldig hva man vet eller forstår om hørselshemmede. Dessverre opplever hørselshemmede ikke sjeldent å møte på stor kunnskapsløshet, noe som kan ha betydelige konsekvenser om man er uheldig.

I noen tilfeller utvikler dessverre heller ikke hørselshemmede selv en klar identitet eller gode strategier for å mestre sitt hørselstap. Enkelte sliter seg ut og lever med kronisk stress i et forsøk på å fungere som ikke-hørselshemmet. Andre klarer seg bedre og føler trygghet og har en identitet som et menneske med hørselstap, men som likevel fungerer godt på egne premisser.

Felles for alle er at det er omgivelsenes krav og forventninger – som ofte ikke er realistiske i forhold til hva hørselstap faktisk innebærer – som skaper utfordringene. Dette er også i tråd med FNs definisjon av hva funksjonshemming er – et misforhold mellom individets forutsetninger og omgivelsenes krav.

Jeg som skriver søknaden er også hørselshemmet, og har selv opplevd mange situasjoner som har vært problematiske, både av mer praktisk art og i møte med andre menneskers kunnskapsløshet og/eller fordommer. Det er den sistnevnte kategorien som er mest belastende. Når slike opplevelser gjentar seg over mange år, inntreffer med tiden en resignasjon. Man orker ikke lenger å korrigere, hvis man ikke må. Ofte er det så mye som må forklares at man ikke vet hvor man skal begynne.

Vi ser at det er et behov for mer kunnskap og forståelse for hørselshemmede langs hele spekteret av hørselshemming. Hørselshemmede er en sammensatt gruppe, akkurat som resten av menneskeheten. Noen hører ingenting i det hele tatt, mens andre hører bare *litt* dårlig. De fleste hørselshemmede er et sted midt mellom disse ytterpunktene av hvor stort hørselstapet er.

Det er heller ikke en sammenheng mellom hørselstap og hvilke utfordringer man har; det er ikke slik at livet blir gradvis vanskeligere med økende hørselstap. Noen ganger kan det være enklere å være helt døv enn å høre bare litt dårlig. For noen andre igjen er det motsatt. Hørselshemmede har også ulike strategier for å mestre livet. Noen klarer å fungere omtrent som hørende ved hjelp av tekniske hjelpemidler – nesten så ingen skulle tro de hørte dårlig. Andre igjen fungerer fint som helt døv i et tegnspråklig miljø både på jobb og i privatlivet.

Hørselshemmede er like forskjellige som folk ellers, og dette er også et viktig poeng å formidle.

Men uansett hva slags hørsels- eller språkstatus man har, har alle det til felles at som menneske må (eller bør) man forholde seg til andre mennesker. Svært få ønsker å leve som en eremitt. Mennesket er et sosialt dyr, og reagerer på sine sosiale omgivelser. Det å bli møtt med kunnskapsløshet og kanskje også ekskluderes fordi man er annerledes kan være ødeleggende.

Hørselshemmede kan ha både psykiske og fysiske helseproblemer som følge av nedsatt hørsel. Eksklusjon er psykisk belastende, og ofte oppstår fysiske følgeskader. Å stadig bli tømt for energi og bli utmattet av strevet for å oppfatte tale kan også gi overbelastninger. Stive nakke, stresshodepine og andre somatiske utslag er ikke uvanlige. Kropp og sjel henger sammen.

Dessverre er det slik at det ofte er den hørselshemmedes eget ansvar å forklare og lære opp sine omgivelser til å forstå en bedre og å legge til grunn for bedre sosial inkludering. Dette kan være en tung oppgave, spesielt for barn eller unge voksne som allerede er sårbare og usikre.

Hørselshemmede selv – spesielt barn og unge – får heller ikke automatisk gode mestringsstrategier av å være hørselshemmet alene. Mangel på gode rollemodeller og manglende tilgang til likepersoner eller ressurser for identitetsutvikling kan gjøre at mange ikke får det de trenger for å bli trygge og få en klar identitet hvor man er fornøyd med å være den man er. Faren er da at man velger uheldige mestringsstrategier som til en viss grad kan fungere på kort sikt, men som på lengre sikt fører til sosial eksklusjon og psykososiale følgeplager.

I tillegg er det slett ingen automatikk i at hørselshemmede selv automatisk oppdager sine rettigheter. Mange er ikke klar over hvilke muligheter de har når det kommer til ulike hjelpemidler eller støtteordninger, eller i det hele tatt at man skal kunne forvente tilrettelegging for å delta på alle arenaer i livet.

Det kan være like vanskelig – eller mer vanskelig – å streve for å ta sin plass og få omgivelsene til å ta hensyn når det er snakk om sin egen familie eller eget personlige nettverk. Det kan være lettere å forklare hva man trenger ovenfor fremmede enn for eksempel sin egen ektefelle, foreldre, barn eller andre familiemedlemmer.

Det finnes svært lite materiell til denne målgruppen. Et unntak er Extraprosjektet «Kommunikasjonsverkstedet» som ble avsluttet i 2007 – se www.hlf.no/kommunikasjonsverkstedet. Dette prosjektet utarbeidet et kursopplegg for nærpersoner som kan gjennomføres av lokallag under HLF.

Dette er et godt tiltak, men det kan være en høy terskel for hørselshemmede å erkjenne egne behov og/eller å få med seg familiemedlemmer på kurs av mange ulike grunner. Det kan være sårbart å akseptere at man ikke kan unnsnippe sin funksjonsnedsettelse. Det kan rett og slett også være praktiske utfordringer med å finne tid for flere samtidig i dagens

travle samfunn. Kanskje har man ennå ikke skapt en bevissthet i egen familie om at det er behov for tilrettelegging? Det første skrittet er ofte vanskeligst. De trenger kanskje litt starthjelp.

Det kan gjøres gjennom moderne formidlingsmetoder. I dag er det ikke uvanlig at f.eks. ektefeller deler informasjonssnutter med hverandre gjennom smarttelefonen. Kanskje den ene fant en artikkel på nett som handler om å gi ros i hverdagen eller andre typiske samlivstips, og deler denne gjennom en melding. Dette er en helt vanlig måte å dele små informasjonsbiter med hverandre i dagens samfunn. Det man deler kan være alt fra en youtube-video, til et bilde med et budskap, til en artikkel i et magasin, eller at man rett og slett deler en video på sin egen sosiale profil.

En slik tilnærming kan gjør det lettere for flere å tørre å ta et skritt framover for å gjøre noe med sin egen situasjon. Samtidig kan HLF parallelt også kjøre dette mot egne medlemmer som en del av sitt formidlingsarbeid.

Vi ønsker derfor å utarbeide en informasjonspakke med hørselshemmede og deres pårørende som spesifikk målgruppe, i form av kortfilmer som er lett å dele og spre i sosiale medier, samt enkle kunnskapshefter som kan lastes ned og skrives ut av alle som ønsker det.

Denne produksjonen vil bli gjennomført av Supervisuell, som er en sosial entreprenør og har erfaring med flere informasjonsprosjekter – her er tre eksempler på metodisk sammenlignbare prosjekter som Supervisuell har gjennomført med støtte fra Stiftelsen Dam:

- «Lær tegn med Isaac og Vilde» - for bruk i skoler, av pårørende, på arbeidsplass o.l. hvor det er personer i den døve/hørselshemmedes nærmiljø som vil lære mer tegn/tegnspråk. Inkluderer en nedlastbar veiledning for lærere, utarbeidet i samarbeid med flere lærere som har døve/hørselshemmede elever i sin klasse.
<https://tegn.tv/film/miv/>
Serien ble også publisert på TV2 Elevkanalen.
- «Tegnspråktolk i videregående skole» - en veiledning til lærere som får elever som bruker tolk i undervisningen. Basert på en doktorgradsstudie, produsert for NTNU.
<https://tegn.tv/video/tolk-vgs/>
- «Samtaler om seksualitet» - en serie beregnet på døve/hørselshemmede foreldre, for å styrke deres utgangspunkt for å snakke med sine barn om kropp og seksualitet. Serien fikk positiv omtale og ble publisert på Cupidos nettsider:
<https://www.cupido.no/articles/718647-11-tips-til-foreldre>

Med erfaringene fra disse informasjonsprosjektene som metodisk grunnlag, er vi trygg på at vi vil kunne lage en serie som holder en god kvalitet som er tilpasset prosjektets spesifikke formål og målgruppe.

Innhold og form skal formidles på en moderne og underholdende måte – *edutainment*. Vi skal ikke avlevere tørre fakta, men *vise* situasjoner og historier med hørselshemmede som skal fremkalle latter, tårer og engasjement. Da kan vi påvirke til å skape endring som bedrer inkluderingen av hørselshemmede i sitt eget nærmiljø, og styrke hørselshemmedes egen selvforståelse og identitetsutvikling.

1.2 Mål for prosjektet

Prosjekt mål: Utarbeide en informasjonskampanje i form av små delbare videoer på nett og nedlastbare kunnskapshefter.

Effekt mål: Styrke hørselshemmedes egne mestringsstrategier og identitetsutvikling.

Bevissthet om egne rettigheter og muligheter. Skape bedre sosial inkludering av hørselshemmede i sitt eget familienettverk og nærmiljø.

2 PLAN OG GJENNOMFØRING

2.1 Måloppnåelse og resultatevaluering

Prosjektet har konkrete produksjonsmål i form av videoer og trykt materiale som distribueres på nett. Dette blir evaluert både underveis og ved avslutning av prosjektet. Effekten måles indirekte gjennom å hente inn statistikk for spredning, deling og avspilling. Vi vil ha en fokusgruppe med brukere som kan «teste» informasjonspakken med egen familie og gi kvalitative tilbakemeldinger både underveis og etter lanseringen av informasjonspakken.

2.2 Målgruppe

Effekt målgruppen er alle døve og hørselshemmede i Norge.

Produkt målgruppen er døve/hørselshemmede og deres familienettverk og nærmiljø.

HLF anslår at antall hørselshemmede i Norge vil passere 1 million i 2021. Med deres pårørende utgjør dette en enormt stor potensiell målgruppe. Vi vil nå fram til så mange vi klarer i denne gruppa, se også under 2.4.

2.3 Tiltak/Aktivitet

Prosjektet vil resultere i delbare videoer og nedlastbare informasjonshefter til hørselshemmede, som de også selv kan formidle til sine egne familiemedlemmer og sitt eget nærmiljø (i tillegg til egenlæring). Dette utgjør aktiviteten som utløses i målgruppen, gjennom å dele informasjonspakken som et selvhjelpstiltak. I tillegg gjennomfører HLF sin egen spredning og formidling av informasjonspakken. Det vil også nedsettes en fokusgruppe med brukerrepresentanter som kan evaluere informasjonspakken underveis i produksjonen og etter lanseringen.

2.4 Gjennomføring og fremdriftsplan

Ved prosjektoppstart opprettes en prosjektgruppe bestående av prosjektleder og utvalgte representanter fra HLF. Siden prosjektets hovedaktivitet er medieproduksjon, forankres prosjektet i Supervisuell, som er en sosial entreprenør og Norges eneste mediebedrift med kun hørselshemmede ansatte (med unntak av fast ansatte tegnspråktolker) med spisskompetanse i medieproduksjon av og for døve/hørselshemmede.

Vi vil rekruttere hørselshemmede til en fokusgruppe, hvis oppgave er å representere effekt målgruppen og ha «friske øyne» for å vurdere og komme med innspill på manus og

utforming av informasjonspakken, samt gi en evaluering etter lansering. Vi tenker denne gruppen kan være 5-7 personer som vi kan rekruttere fra f.eks nettverk som gruppen «Hørselshemmet» på Facebook som er en lukket gruppe med nær 6.700 medlemmer. Medlemmene skal representere en variert demografi. HLF vil bistå med rekrutteringen gjennom sine kanaler. Prosjektgruppa styrer rekrutteringsarbeidet.

Prosjektet vil gå over to år, som er nødvendig for å oppnå god kvalitet i et prosjekt som innebærer mye kreativt utviklingsarbeid. Første halvår vies til å utvikle manus – altså *hva* som skal formidles, samt utvikle *hvordan* det skal formidles med dramaturgiske grep, virkemidler, dramatisering, design og utforming utvikles. Før opptak skal man ha storyboards for alle videoene (storyboards er visualiseringer av filmene som ligner tegneserier). Størrelsesmessig ser vi for oss ca. 10 videoer som hver er på 3-5 minutter, samt 3-4 informasjonshefter. Døve og hørselshemmede er en sammensatt gruppe, og vi vil ha flere alternative informasjonshafter som er tilpasset ulike delgrupper med tanke på språk og hørselsstatus.

Andre halvår gjennomføres produksjonen, som innebærer produksjonsplanlegging, rollebesetning, samle produksjonsteam, gjennomføre selve filmopptaket, etterarbeid med klipp, fargekorrigeringer, grafikk, lydarbeid, undertekster m.m. Parallelt med filmproduksjonen produserer vi informasjonsheftene; tekst, design, foto og layout.

Alle filmene skal naturligvis være tilpasset seere både med og uten normal hørsel, ved hjelp av visuelle virkemidler, deriblant tegnspråk og undertekster.

Å lage informasjonspakken er ikke nok. Den må også bli sett av målgruppen! Derfor setter vi av et halvt år utelukkende til lansering og distribusjonskampanje.

Filmene og heftene vil bli spredt gjennom HLF sine tilgjengelige kanaler. Sosiale medier er en viktig formidlingsarena her, gjennom Facebook, Snapchat, Instagram og Twitter. Vi vil lansere en film om gangen jevnt fordelt over en seksmånedersperiode, og i hver enkelt lansering har man en lenke/referanse til samlesiden for hele prosjektet. På denne måten vil prosjektet nå fram til langt flere enn om man lanserer alt på en gang, og man øker sjansen for at en eller flere av filmene kan gå viralt.

Når målgruppen er så tallmessig stor, betyr det også at man kan distribuere dette også utenfor hørselsspesifikke arenaer på nettet – og bare spre der hvor det er folk, uansett tema, bare man finner en liten relevans for å nevne det. På Facebook er det mange lukkede grupper, for eksempel «Musikklærere» er en lukket gruppe med ca 3.800 medlemmer. Det finnes en gruppe for nesten alt. Noen av filmene kan være relatert til musikk; og da kan man poste i en slik gruppe – som en påminnelse om at «vi som driver med musikk bør også passe på hørselen.» Tilsvarende for alle andre grupper med tema som kan være alt mellom himmel og jord. Det kan også være diskusjoner i ulike fora og under f.eks. kronikker og artikler, hvor det kan være relevant å vise til prosjektet.

Å oppsøke slike fora og spre ordet om prosjektet i ulike sammenhenger er tidkrevende og kan ikke automatiseres pr i dag, men vi tenker at i dette prosjektet vil vi teste ut om vi kan bruke denne metoden – å sette av en viss tid med jevne mellomrom gjennom en

seksmånedersperiode – til å spre dette utenom egne kanaler, kan være verdt et forsøk. Da ser vi også på statistikken for avspilling om dette påvirker tallene over tid. Dette blir både direkte markedsføring og måling av resultat.

Vi vil også jobbe for å få ulike influensere innenfor og utenfor hørselsfeltet til å gi prosjektet shoutouts. Influensere er ikke nødvendigvis bloggere med mange seere, det kan også være kanaler. Innenfor hørselsfeltet har vi snapkanalen «Hverdagsdø» som daglig i skrivende stund har 2000 følgere (et tidligere Dam-prosjekt utviklet av Supervisuell som nå er videreført på frivillig basis). Noen av filmene kan ha egne spesifikke temaer som gjør de relevant å nevnes av også influensere utenfor hørselsfeltet, det kan være f.eks. innenfor helsefeltet (spesielt psykisk) eller funksjonshemmede eller minoriteter.

Men den største effekten vi forventer er at døve og hørselshemmede selv deler i sosiale medier – for å informere sine egne nære. Vi har sett at hvis noe «treffer» effektmålgruppen direkte, deler de veldig mye i sosiale medier. Når effektmålgruppen er ganske stor, kan det gi en stor spredning alene.

I tillegg vil filmene og heftene legges ut på tegn.tv, som er en web-tv kanal for tegnspråklig film som drives av Supervisuell, et tidligere Dam-prosjekt som videreføres med støtte fra Nasjonalbiblioteket. Det blir liggende her permanent og lett tilgjengelig. HLF vil også ha prosjektet i sitt prosjektbibliotek – begge nettstedene vil lenke til hverandre.

Siste halvår vil prosjektet evalueres, og man vurderer ut fra dette hvordan prosjektet best kan videreføres etter prosjektperioden. HLF kan benytte informasjonspakken lenge etter prosjektperioden. Informasjonspakken kan brukes i mange sammenhenger, som for eksempel konferanser og andre møteplasser, spres direkte til lokallag og re-postes i sosiale medier med jevne mellomrom. Det vil være en del av HLF sin «verktøykasse» i organisasjonsarbeidet.

Tabell 1. Fremdriftsplan (inntil 8 milepæler) for hele prosjektperioden.

Start mnd/år	Slutt mnd/år	Milepæl/aktivitet
01/2021	07/2021	Utvikle manus for filmer og informasjonshafter sammen med prosjektgruppe og fokusgruppe.
08/2021	02/2022	Produksjon av filmer og informasjonshafter.
03/2022	09/2022	Lansering og distribusjonskampanje.
10/2022	12/2022	Evaluering av prosjektet. Strategiplan for videreføring. Innhenting av statistikk fra distribusjonskampanje. Sluttrapportering.

3 ANDRE OPPLYSNINGER

3.1 Etske vurderinger og personvern hensyn

Ingen personlige opplysninger vil bli publisert som følge av prosjektet. Alle personlige opplysninger som samles inn som del av prosjektet (f.eks kontaktinformasjon, kontopplysninger o.l.) slettes etter prosjektperioden. Filmene og heftene som produseres skal ikke kunne brukes til å identifisere hørselshemmede og/eller fremstå som krenkende for noen parter.

3.2 Frivillighet

Deltakerne i fokusgruppa deltar på frivillig basis. HLF vil også utnevne representanter til prosjektgruppa som deltar på frivillig basis.

3.3 Brukermedvirkning

Prosjektmedarbeider og alle medvirkende i produksjonen vil selv være døve og hørselshemmede. Prosjektgruppe og fokusgruppe vil representere HLF og/eller hørselshemmede som frivillige deltakere. De utgjør selv effektmålgruppen. Dette gir en svært høy grad av brukermedvirkning.

3.4 Tilleggsfinansiering og andre ressurser

Prosjektet gjennomføres av hørselshemmede selv som har både kompetanse på det hørselsfaglige feltet og på medieproduksjon, med spisskompetanse i formidlingsarbeid for døve/hørselshemmede. Dette gir prosjektet tilgang til gode kunnskapsressurser.

3.5 Formidling av resultater

Formidlingen er stor del av prosjektet, og utgjør hele siste halvår av prosjektet. Se mer under punkt 2.4 Gjennomføring og fremdriftsplan.

3.6 Forventet verdi for målgruppe og samfunn

Vi forventer at prosjektet skal gi hørselshemmede bedre selvtillit, bedre mestringsstrategier og hjelpe dem å utvikle en trygghetsskapende identitet. Bedre den sosiale inkluderingen av døve og hørselshemmede i sin egen familie og nærmiljø. Vi tror at målgruppen vil få et verktøy for å øke forståelsen for egen situasjon gjennom å kunne dele videoene og informasjonsheftene med sine nære. Vi forventer også at HLF gjennom prosjektet får flere effektive virkemidler i sitt arbeid for å bedre hørselshemmedes situasjon. For hørselshemmede som målgruppe er dette helsefremmende, og det har en positiv verdi for samfunnet som helhet – ikke bare økonomisk gjennom f.eks. reduserte sykemeldinger, men også at flere har det bedre i livet.

3.7 Videreføring av prosjektet

Resultatene av prosjektet i form av informasjonspakken vil leve lenge etter at prosjektperioden er avsluttet. Det vil ligge permanent tilgjengelig på tegn.tv og formidles videre av HLF. Ved slutten av prosjektperioden, etter evaluering og analyse av statistikk fra lansering og formidling, vil vi også lage en strategiplan for hvordan HLF kan få best mulig utbytte av informasjonspakken i sitt videre arbeid som en naturlig videreføring.

3.8 Sosialt entreprenørskap som del av prosjektet

Alle som skal jobbe med å gjennomføre prosjektet er selv mennesker med hørselshemming, da prosjektet forankres i mediebedriften Supervisuell som kun har døve og hørselshemmede ansatte. (Naturlige unntak er personen som har ansvar for slutføring av lydarbeid og tegnspråktolker som er involvert i produksjonen.) Dette innebærer at prosjektgjennomføringen i seg selv medfører en «dobbel sosial bunnlinje» da Supervisuell er en sosial entreprenør med sin modell med å skape arbeidsplasser for døve og hørselshemmede. Dette er omtalt blant annet i artikkelen «Bærekraftige samfunn og forretningsmodeller» <https://www.magma.no/barekraftige-samfunn-og-forretningsmodeller>.