

SEERUNDERSØGELSE 2019

Døvefilm

Kvantitativ undersøgelse vedrørende Døvefilms aktiviteter Tidens Tegn, DR Ligetil – TEGN Nyt, Dialogen, Tegn på Viden, PLUM web-TV og de tegnsprogstolkede tilbud.

Døvefilm

Indholdsfortegnelse

Undersøgelsen _____	1
Om respondenterne _____	4
Tidens Tegn _____	7
PLUM TV _____	10
Tegn Nyt _____	11
Dialogen _____	14
Tegn på Viden _____	18
Tegnsprogstolkede tilbud _____	22
Analyse af den primære målgruppe _____	24
Konklusion _____	33
Umiddelbare anbefalinger _____	36

Undersøgelsen

Indledning

Døvefilm ønsker med Seerundersøgelsen 2019 at holde sig opdateret omkring sine seere og deres modtagelse og udbytte af Døvefilms aktiviteter.

På trods af Døvefilms økonomiske begrænsninger, giver denne seerundersøgelse alligevel Døvefilm mulighed for at sætte fingeren på de områder, hvor der kan ske forbedringer og nyskabelser. Ligeledes kan den kvantitative undersøgelse fungere som et pejlemærke for, hvad der fungerer i forhold til Døvefilms formål.

Dette er den endelige rapport, som kan findes på www.deaftv.dk.

Formål

Formålet med Seerundersøgelsen 2019 er at få et kvalificeret overblik over seernes opfattelse af Døvefilms aktiviteter: Tidens Tegn, DR Ligetil – TEGN Nyt, aktualitetsprogrammerne Dialogen og Tegn på Viden, webkanalen PLUM TV og de tegnsprogstolkede tilbud samt tilstedeværelse på Facebook.

Det drejer sig især om hvem Døvefilms seerne er, deres brug af Døvefilms aktiviteter, hvilke medieplatforme de bruger til at se dem, deres udgangspunkt for forståelse samt deres udbytte og tilfredshed med aktiviteterne. Desuden ønskes belyst om Døvefilms aktiviteter lever op til den centrale opgave.

Døvefilms kerneopgave er på dansk tegnsprog:

- At styrke døves handleevne i et demokratisk samfund
- At fremme døves viden og forståelse
- At forbinde døve og afspejle døves verden
- At formidle døves kultur og dansk tegnsprog

Denne undersøgelse er designet med udgangspunkt i ovenstående punkter med vægt på generel tilfredshed med Døvefilms tilbud, herunder de nye tiltag.

Undersøgelsen er også iværksat med henblik på at foretage sammenligninger med seneste undersøgelse (Bruger- og seerundersøgelsen 2018) for at holde øje med udviklingen i det omfang, hvor det er relevant og muligt.

Spørgsmål om specifikke historier og udenlandske produktioner i Tidens Tegn er udeladt.

Der er i dette års undersøgelse tilføjet spørgsmål om Døvefilms nye aktiviteter: aktualitetsprogrammerne Dialogen og Tegn på Viden samt PLUM web-tv. Der vil derfor ikke være grundlag for sammenligning med tidligere undersøgelse for disse tre aktiviteter.

Indsamling og metode

Undersøgelsen består af 8 hovedområder med tilhørende underspørgsmål formuleret i et spørgeskema. I alt skulle der besvares 67 spørgsmål. Første del indsamler demografiske data samt viden om respondenternes medievaner.

- Om dig
- Dine medievaner
- Tidens Tegn
- PLUM tv
- Tegn Nyt
- Dialogen
- Tegn på Viden
- Tegnsprogstolkede tilbud

For at gøre undersøgelsen så tilgængelig som muligt for alle uanset læsefærdigheder, er det prioriteret at lave en forklarende video på tegnsprog til hvert enkelt spørgsmål.

Døvefilm har internt stået for udarbejdelsen af undersøgelsen og formuleringer af spørgsmålene. Konteksten af spørgsmålene er blevet oversat til tegnsprog af en ekstern døv.

SurveyMonkey er anvendt som platform for udformningen og indsamlingen. Samme metode blev benyttet i seneste undersøgelse fra 2018. Døvefilm ønskede at skabe sammenlignelige forhold.

Undersøgelsen er indsamlet digitalt og der blev reklameret for den på Døvefilms Facebookside og Instagramprofil med tilhørende link til undersøgelsen. Desuden blev Døvefilms samarbejdspartnere bedt om at hjælpe med at sprede budskabet. Målet har været at få så mange besvarelser som muligt.

Det er relevant at påpege, at undersøgelsen ikke er repræsentativ for målgruppen, og derfor ikke kan ses som statistisk valid. For at gøre undersøgelsen repræsentativ, skal Døvefilm have adgang til samtlige seeres kontaktoplysninger og herudfra foretage en tilfældig udvælgelse af respondenter. Desuden skal linket til spørgeundersøgelsen sendes direkte til de udvalgte respondenter via et såkaldt unikt link, som kun kan besvares af den person, som linket er sendt til.

Undersøgelsen er dog stadig er relevant, interessant og effektivt værktøj. Døvefilm kender i forvejen sin målgruppe og deres segmenter ud fra forrige års analyser, undersøgelser og kvalitative interviews med målgruppen. Denne undersøgelses resultater kan derfor sagtens være et pejlemærke i forholde til seernes meninger.

Datagrundlag

Besvarelser er indhentet digitalt i perioden 9. december 2019 og frem til 5. januar 2020 - og dermed henover en ferieperiode.

Antallet af respondenter nåede op på 299, hvoraf 12 svarende til 4% var hørende. Hørende respondenter er ikke inddraget i analysen af besvarelserne, da dette segment ikke hører under Døvefilms målgruppe.

De resterende 287 respondenter, som udgør datagrundlaget i denne undersøgelse, har ikke alle besvaret alle spørgsmål. Svarandelen fremgår af de enkelte analyseafsnit.

I gennemsnit har 216 fuldført undersøgelsen, hvilket svarer til en fuldførelsesprocent på ca. 75% og til ca. 5,75% af målgruppen. Datagrundlaget for 2018-undersøgelsen var 277 respondenter, en fuldførelsesprocent på 81% svarende til ca. 6% af målgruppen. Der er dermed tale om sammenlignelige undersøgelser i forhold til datagrundlaget.

Som med alle undersøgelser er der flere vinkler, man kan formidle resultaterne ud fra. Denne undersøgelse vinkler især på udfordringerne med henblik på forbedringer og nyskabelser, men fremhæver også væsentlige resultater de steder, hvor tingene fungerer.

Om respondenterne

Demografi

For at kunne beskrive respondenternes overordnede demografi er det i undersøgelsen blevet spurgt ind til alder, geografisk placering, højeste opnåede uddannelsesniveau, beskæftigelse samt syn og hørelse.

Alder

Aldersmæssig er der en god spredning, dog flest i alderen 21-50 år (66%). Aldersgruppen 50 år og derover udgør 31% og unge under 21 år 2,5 %. Der er ingen besvarelser over 80 år og en enkelt under 18 år har besvaret.

Geografi

Geografisk kommer respondenterne især fra Region Hovedstaden (32%), dernæst Region Syddanmark (27%) og Region Midtjylland (18%). Fordelingen svarer godt til forestillingen om, at døve bor i de såkaldte "døvebyer" primært København, Odense, Nyborg, Fredericia og Aarhus. Der er også seere, som bor i udlandet - blandt andet Sverige, Norge og Grønland.

Højest opnåede uddannelsesniveau

Godt halvdelen af respondenterne (58%) har en uddannelse udover folkeskole- og gymnasialt niveau. 18% har ingen uddannelse og 16% har alene folkeskolens afgangseksamen.

Beskæftigelse

Størstedelen arbejder til daglig (42%), dernæst er de isæt pensionerede (27%), jobsøgende (11%) eller under uddannelse (9%). 12% har besvaret "Andet", hvilket primært dækker over førtidspension, sygemeldt, praktik og selvstændig.

Man kan overveje til den næste undersøgelse at skrive flere specifikke beskæftigelser – sabbat år, sygemeldt, praktik mv.- som valgmuligheder.

Hørelse og syn

54% betegner sig selv som døve, 14% som døv med CI og 11 % som døv, bruger af høreapparat.

19% betegner sig som hørehæmmet, heraf 14% som hørehæmmet med høreapparat. Størstedelen (93%) har et normalt syn, 5% er svagtseende og enkelte har social eller total blindhed.

Primært sprog

91 % kan betragtes som primære tegnsprogsbrugere. Denne gruppe hører til Døvefilms brede målgruppe.

67% svarer, at de har dansk tegnsprog som primært sprog og 25 %, at de bruger dansk tale og dansk tegnsprog ligeligt, ofte bestemt af konteksten.

Demografien ligger sig tæt op ad resultatet i 2018-undersøgelsen, dog med følgende afvigelser:

- Flere svarer i 2019, at de er uden uddannelse (18% mod 11% i 2018) og færre at de har folkeskolens afgangseksamen som højeste udd. niveau (16% mod 21% i 2018).
- Der er færre under uddannelse (9% mod 14% i 2018) og lidt færre i job (42% mod 45% i 2018).
- Der er flere, som kan betragtes som primære tegnsprogsbrugere – 91% mod 85% i 2018.

Det kan dermed antydes, at undersøgelsen har fået flere besvarelser fra Døvefilms primære målgruppe end i 2018.

Medievaner

Dette afsnit handler om seernes medievaner, hvad de ser generelt og typisk læser, hvor de primært får deres nyheder og informationer fra og om de ser udenlandsk tegnsprogs-tv. Respondenterne har kunnet sætte flere krydser.

Vedrørende deres medievaner har i alt 245 svaret svarende til 85% af datagrundlaget.

Langt størstedelen af respondenterne benytter sig af både nettet (inkl. sociale medier) og TV i deres medieforbrug og til indhentning af informationer. I mindre omfang ses forbrug af fysiske medier som aviser og bøger eller døveforeninger og venner. Samme tendens gjorde sig gældende i 2018-undersøgelsen.

- De fleste af respondenterne ser film (76%) og nyheder (64%). Der er flere der ser dokumentar, serier og konkurrencer end sport og reality TV.
- 81% læser typisk opslag på Face book og 62% læser artikler på nettet (et mindre fald fra 69% i 2018) og tredje flest læser Tekst TV (37%). Det kan sige noget om, at størstedelen af de adspurgte i denne undersøgelse begår sig på de sociale medier og navigerer rundt på internettet. I forhold til 2018-undersøgelsen er der et fald generelt for brug af avis, fagbøger og særligt bøger (30% mod 42%).

Igen skal det huskes, at denne undersøgelse er indsamlet digitalt og at respondenterne derfor må forventes at være helt eller delvis fortrolige med digitale medier og at resultaterne også skal ses i dette lys.

Respondenterne skulle vælge 3 ud af 15 muligheder, hvorfra de primært får deres nyheder.

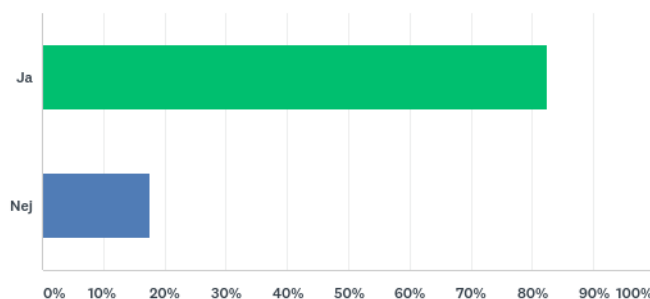
- Den største kilde til nyheder og informationer er de tegnsprogstolkede nyheder (47% mod 53% i 2018), de sociale medier såsom Facebook og Instagram (45%) og nyhedsartikler på internettet (45%) – et fald fra 66% i 2018. Det kan forklares med, at valgmuligheden "sociale medier" ikke var mulig i 2018-undersøgelsen.
- 42% får nyheder og informationer fra Tidens Tegn/Tegn på Viden/Dialogen (ikke en valgmulighed i 2018-undersøgelsen)
- 37% fra nyheder i TV med undertekster – et fald fra 57% i 2018. Måske skyldes faldet, at der er valgt "Tidens Tegn/Tegn på Viden/ Dialogen" som ny valgmulighed i stedet.
- 20% får deres nyheder fra Tegn Nyt – et fald fra 28% i 2018.
- 66% ser ikke udenlandsk tegnsprogs-tv, mens 34% gør, primært via Facebook (24%).

Tidens Tegn

Tidens Tegn er Døvefilms magasinprogram, som sendes hver lørdag kl. 9:15 på DR2. Der sendes en halv times program med alt fra sundhed til politiske valgprogrammer. Efter udsendelsen kan man se indslagene på Døvefilms hjemmeside. Tidens Tegn genudsendes også søndag kl. 17:00 på Tegnsprogskanalen.

Vi har i alt fået besvarelser fra 244 respondenter svarende til 85% af alle respondenter.

Q12 Ser du Tidens Tegn?



- 82% ser Tidens Tegn jævnt fordelt over alle alderstrin.
 - 87% ser Tidens Tegn regelmæssigt - 1 eller flere gange om måneden - heraf ser 52% programmet ugentligt.
- Det svarer stort set til 2018-undersøgelsen.

> Størstedelen af respondenterne ser Tidens Tegn og ser det regelmæssigt. Det vidner om en loyal seerskare.

Tidens Tegn kan ses 5 forskellige steder. Respondenterne vil helst se programmet her (mulighed for flere valg):

- Døvefilms egen hjemmeside: 57%
- DR2 lørdag morgen: 37%
- DR TV (website/app): 31%
- Via Facebook: 21%
- Tegnsprogskanalen søndage kl. 17: 9%

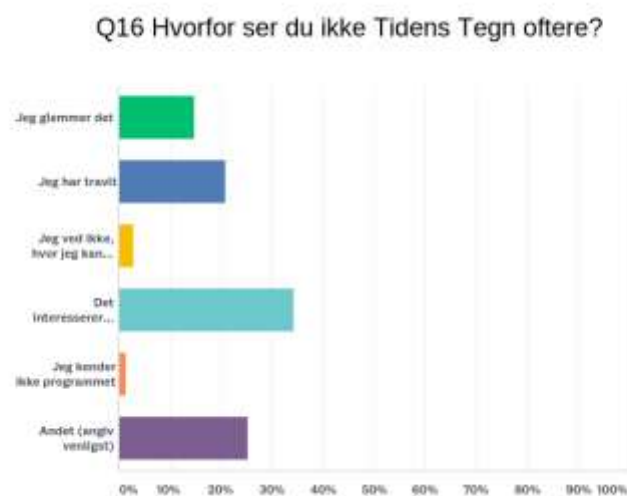
> I forhold til 2018-undersøgelsen er procenttallene lidt lavere over hele linjen, men tendensen er den samme: at størstedelen af respondenterne ser Tidens Tegn på Døvefilms egen hjemmeside.

Respondenterne skulle svare på, hvor meget af Tidens Tegn de ser:

- 42% ser alle dagens nyheder.
- 58% ser kun de historier, de synes er interessante

> Der er en øget tendens i forhold til 2018-undersøgelsen til at være selektiv og vælge de nyhedshistorier ud, der interesserer en. Det understøtter fint en demand tendensen i forrige spørgsmål.

67 respondenter (23% af datagrundlaget) har svaret på hvorfor de ikke ser Tidens Tegn oftere.



- På ovenstående diagram Q16 kan man se, at 34% har svaret, at Tidens Tegn ikke interesserer dem. 36% har svaret, at de har travlt eller glemmer at se det.

Under "Andet" er der angivet andre grunde (udpluk af kommentarer):

- "Jeg foretrækker at læse tekster fremfor at se på tegnsprog. Da tegnsprog foregår hurtigt og jeg følger ikke med og så er det mest kvindeligt, der savnes ofte mandlig også"

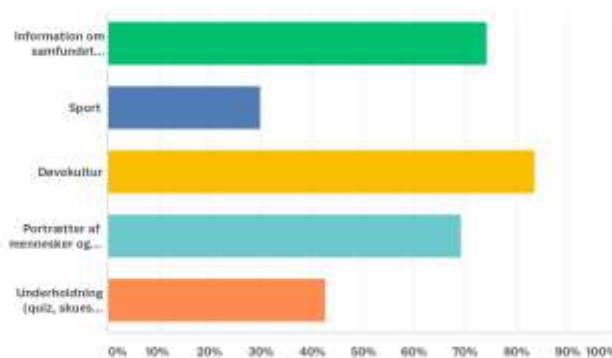
- Alt for mange værter fra Sjælland. Savner touch fra Jylland”
- ”Programmerne er for tynde og er barnlige”
- ”glemmer det ofte. Bliver nok ikke prioriteret højt nok (for jeg glemmer ikke andre programmer) – men det har også været lidt småkedeligt i en lang årrække. Er blevet bedre nu”
- ”Ofte bliver jeg pinlig over indhold og værternes tegnsprog”
- ”Under mit niveau, er superlæser. Men TS i Tidens tegn er godt”

Andre angiver dårligt sendetidspunkt eller at de savner spændende programmer.

> Grundene til at respondenterne ikke ser Tidens Tegn er primært de samme som i 2018-undersøgelsen: de glemmer det, det interesserer dem ikke eller de har ikke tid.

234 respondenter (82% af datagrundlag) har svaret på, hvilken type historier, de helst vil se i Tidens Tegn (der skulle vælges 3 slags

Q17 Hvilken type historie vil du helst se i Tidens Tegn? Vælg de 3 typer, som du helst vil se.



- Mest ønskede type historier er:
Døvekultur (84%)
Information om samfundet f.eks. politik, sundhed, videnskab osv. (74%)
Portrætter af mennesker og foreninger (69%)

> Tendensen fra 2018-undersøgelsen fortsætter: seerne har fortsat stor interesse i at se historier fra døveverdenen.

PLUM TV

Døvefilm har lanceret web-tv, som kaldes for PLUM TV. Man finder de små klip inde på Døvefilms hjemmeside www.deaftv.dk under PLUM TV.

Dette er en ny aktivitet og derfor er der ingen sammenligning med 2018-undersøgelsen.

233 respondenter (81% af datagrundlag) har svaret på, om de ser PLUM TV:

- 23% ser PLUM TV
- 77% ser ikke PLUM TV

> Langt størstedelen ser ikke PLUM TV

Respondenterne skulle svare på, hvor meget af PLUM TV de ser:

- 20% ser alle afsnit
- 80% ser kun de afsnit, de synes er interessante

> Der er en klar tendens til at være selektiv og vælge de afsnit ud, der interesserer en.

Respondenterne har svaret på, hvor tilfredse de er med PLUM TV

- 61% svarer, at de er "tilfreds" (44%) eller "meget tilfreds" (17%) med PLUM TV
- 35% svarer, at de er "nogenlunde tilfreds" med PLUM TV.
- 2 respondenter (4%) svarer "utilfreds" og ingen svarer "meget utilfreds".

Der er skrevet kommentar fra 4 personer, blandt andet at der mangler noget interessante emner, at afsnit er alt for korte eller at det er svært at afgive svar, når man ikke ser PLUM TV så ofte.

178 respondenter (62% af datagrundlaget) har svaret på hvorfor de ikke ser PLUM TV:

- 57% kender ikke programmet, 15% glemmer der og 11% er ikke interesseret.

> Der er mange som ikke kender til programmet. Dermed er det svært at svare på spørgsmålene vedrørende PLUM TV.

TEGN Nyt

TEGN Nyt er Døvefilms nyhedstilbud. Her deles nyheder fra DR Ligetil og nyheder fra døveverdenen omsat til tegnsprog. Nyhederne deles via link på DR Ligetils hjemmeside og på vores TEGN Nyt Facebookside og sendes flere gange samlet i løbet af aftenen på Tegnsprogskanalen.

231 har svaret på, om de ser TEGN Nyt. Det svarer til 80% af alle respondenter.

- 50% svarer ja til, at de ser TEGN Nyt.
- 50% ser ikke TEGN Nyt.

> Halvdelen af dem, der har svaret, ser TEGN Nyt. Det er et fald på 7% fra 2018.

Respondenterne skulle svare på, hvor ofte de ser TEGN Nyt:

- 66% ser TEGN Nyt flere gange om ugen
- 24% ser det et par gange om måneden
- 10% ser dem sjældent

> Størstedelen af dem der ser TEGN Nyt, ser dem hver uge.

TEGN Nyt kan ses 4 forskellige steder. Respondenterne vil helst se nyhederne via:

- Tegnsprogskanalen: 57%
- Via TEGN Nyt's Facebookside: 42%
- DR.dk – Ligetil på tegnsprog (hjemmeside): 30%
- DR app: 11%

> Størstedelen foretrækker at se nyhederne samlet om aftenen på Tegnsprogskanalen, men en stor andel ser dem også på nettet. Via Facebook er ny svarmulighed i forhold til 2018 og tager andele fra primært DR.dk – Ligetil hjemmesiden.

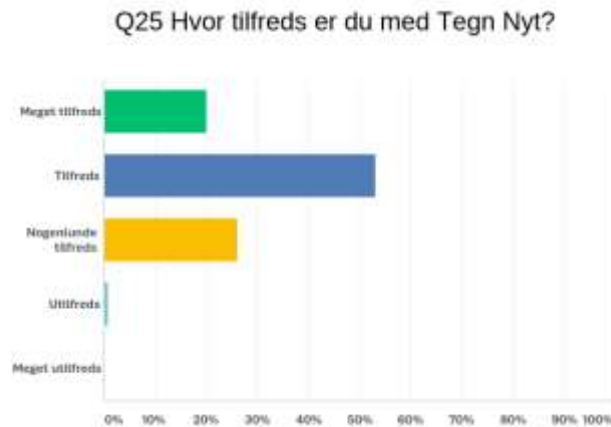
Respondenterne skulle svare på, hvor meget af TEGN Nyt de ser:

- 42% ser alle dagens nyheder.
- 58% ser kun de historier, jeg synes er interessante

> Der er en øget tendens i forhold til 2018-undersøgelsen til at være selektiv og vælge de nyhedshistorier ud, der interesserer en.

Respondenterne har svaret på, hvor tilfredse de er med TEGN Nyt.

- 73% svarer, at de er "tilfreds" (53%) eller "meget tilfreds" (20%) med TEGN Nyt.
- 26% svarer, at de er "nogenlunde tilfreds" med TEGN Nyt.
- En enkelt respondent svarer "utilfreds" og ingen svarer "meget utilfreds".



Dette afsnit med tilfredsheden har fået par kommentarer. Blandt andet hvorfor der vælges netop disse historier og hvorvidt der indføres en tegnsprogs kvalitet kontrol.

- "Igen hvordan vælger de netop disse historier? Og hvor tegnsprogs kvalitet kontrol?"
- "Når jeg har hørt rest og evt. kender historien fra andre medier, er der nogle gange, nogen vinkler som ikke kommer med. – Jeg er udmærket klar over at I har en meget bred målgruppe at skulle ramme – men syntes alligevel at der ind i mellem mangler flere vinkler på de sager i vælger"

> TEGN Nyt har stadig en høj grad af tilfredshed, hvor "meget tilfreds" er gået op fra 13% i 2018 til 20% i 2019.

De respondenter, der ikke ser TEGN Nyt, giver følgende begrundelse:

- 24% svarer, at det interesserer dem ikke
- 20% svarer, at jeg har travlt
- 19% glemmer det
- 11% ved ikke, hvor jeg kan se det
- 9 kender ikke programmet

17% svarer "andet". Der er angivet 26 kommentarer:

- "Har ofte set nyhederne på tekst før I udsender på tegnsprog, Nyder at læse nyhederne på dansk"
- "Lidt gamle historier"
- "Jeg har jo læst artikler på nettet så jeg behøver derfor ikke nødvendigt se TEGN Nyt"
- Jeg vil helst se nyheder med undertekster"
- Foretrækker nyheder på skrift. Det er nemmere at skimme igennem"
- Det er hurtigere og præcisere at læse den tilhørende artikeltekst"

En respondent skriver at niveauet er for lavt og indholdet er sjuksket med fejl. Vedkommende skriver også, at der skal undersøges mere på kilderne og informationerne og peger på Teamtegn konkurs som et eksempel.

> Størstedelen af dem, der ikke ser TEGN Nyt, angiver, at det ikke interesserer dem, har travlt, glemmer det eller at de ofte har set nyhederne på skrift andetsteds på nettet / foretrækker at læse nyheder på skrift.

Dialogen

Et af Døvefilms nye tilbud er aktualitetsprogrammerne Dialogen og Tegn på Viden.

Dialogen går ud på, at gæsterne inviteres i studiet og taler om aktuelle emner fx, "Absalon lukker" og "Brystkræft". Programmet sendes en fredag om måneden og genudsendes mandagen efter på Tegnsprogskanalen. Programmet kan desuden ses på Døvefilms hjemmeside og via TEGN Nyt's Facebook side (nu via Døvefilms Facebookside).

227 har svaret på, om de ser Dialogen. Det svarer til 79% af alle respondenter.

- 38% svarer ja til, at de ser Dialogen.
- 62% ser ikke Dialogen.

> Størstedelen af dem, der har svaret, ser dermed ikke Dialogen.

Dialogen udsendes eller deles fra 3 forskellige steder. Respondenterne vil helst se programmet via:

- Døvefilms hjemmeside deaf.tv.dk: 50%
- Via TEGN Nyt's Facebookside: 36%
- Tegnsprogskanalen fredag kl 19:30: 35%

> Størstedelen foretrækker dermed at se programmet, når de selv ønsker det.

Dialogens programmer varer 30 minutter. Respondenterne skulle svare på, hvor meget af udsendelsen de ser:

- 59% ser hele programmet.
- 23% ser halvdelen af udsendelsen
- 17% ser udpluk af udsendelsen.

> Da størstedelen ser hele programmet, kan det tyde på, at programmets længde er passende.

Respondenterne har svaret på, hvor tilfredse de er med Dialogen.

- 72% svarer, at de er "tilfreds" (48%) eller "meget tilfreds" (24%) med Dialogen.
- 28% svarer, at de er "nogenlunde tilfreds" med Dialogen
- Ingen svarer, at de er "utilfreds" eller "meget utilfreds" med Dialogen.

- Der er modtaget 3 kommentarer. En synes, at udsendelsen er for lang, en anden at researcharbejde skal gøre orden og den sidste kommentar er fra en, der ikke er klar over hvornår programmet vises.

> Der er stor tilfredshed blandt respondenterne med Dialogen som helhed.

Dialogen har udsendt 5 programmer og respondenterne har svaret på hvilke af disse programmer, som de har set:

- Absalon lukker: 70%
- Dansk Tegnsprogsdag: 66%
- DDU 25 år: 60%
- Brystkræft: 58%
- WFD: 51%

Derudover skulle det gives point for hvert emne i forhold til, hvor interessant emnet var for respondenterne.

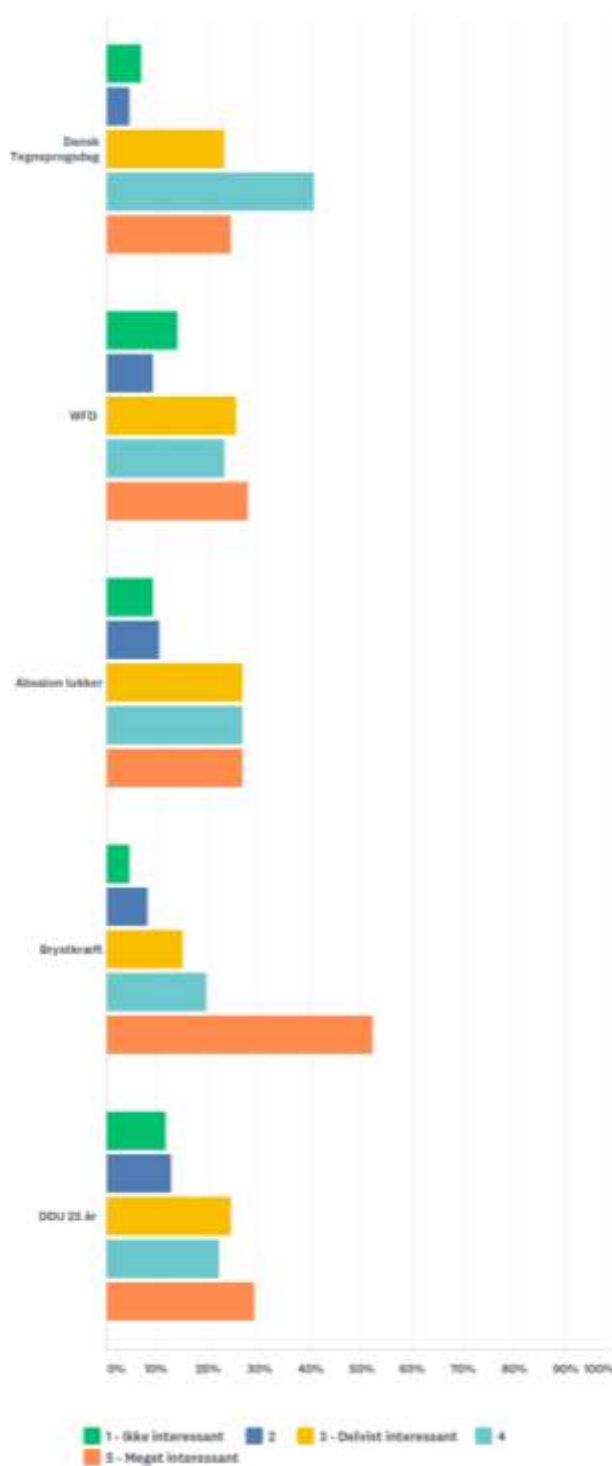
Der kunne gives 1-5 point, hvor 1 er "ikke interessant", 3 er "delvist interessant" og 5 er "meget interessant".

Besvarelserne kan ses i diagrammet på næste side.



- Hvis vi ser på vægtningen af points, scorer "Brystkræft" højest med 4,07 og dernæst "Dansk Tegnsprogsdag" med 3,71.
- De andre 3 emner har en vægtning mellem 3.42 og 3.51.

> Respondenterne vægter alle 5 programmer over middel for interessant emne. Særligt programmet om Brystkræft fandt mange meget interessant.



Spørgsmålsdiagram, hvor der afgives point for hvert et emne I Dialogen.

De respondenter, der ikke har set Dialogen, giver følgende begrundelse:

- 32% kender ikke programmet
- 24% svarer, at det interesserer mig ikke
- 14% glemmer det
- 14% svarer, at jeg har travlt
- 8% ved ikke, hvor jeg kan se det
- 8% svarer "andet", bl.a.:
 - "Det kommer an på hvad og hvem..."
 - "Ikke dybborende nok"
 - "Jeg fandt ud at det hænger sammen med tegn på viden. Ergo interessant tegn p viden følger dialogen med i interessen. Ellers dropper jeg dialogen".
 - "Så et afsnit med Asger og Kasper... Om WFD. Det var kedeligt – gør det bedre med levende billeder, fx bede kasper om at filme et WFD møde, eller noget andet som han laver i WFD"

Andre grunde er, at de ikke har Tegnsprogskanalen eller glemmer at se det på nettet, da de har for travlt til at se det, når det bliver sendt.

> De største grunde til at respondenterne ikke ser Dialogen er, at de ikke kender til programmet eller at det ikke interesserer dem.

Tegn på Viden

Ligesom aktualitetsprogrammet Dialogen tilbyder Døvefilm også programmet Tegn på Viden.

Tegn på Viden går ud på at informere om ét særligt aktuelt emne pr. gang. Programmet sendes fredag en gang om måneden skiftevis med Dialogen og Døvefilm Retro og genudsendes mandagen efter på Tegnsprogskanalen. Programmet kan desuden ses på Døvefilms hjemmeside via TEGN Nyt's Facebookside (nu via Døvefilms Facebookside).

224 har svaret på, om de ser Tegn på Viden. Det svarer til 78% af alle respondenter.

- 35% svarer ja til, at de ser Tegn på Viden.
- 65% ser ikke tegn På Viden.

> Størstedelen af dem, der har svaret, ser dermed ikke Tegn på Viden. Procentfordelingen er stort set lig med den for Dialogen.

Herfra svarer 75 personer (96% af ja-svarerne) på de følgende spørgsmål om Tegn på Viden.

TEGN på Viden udsendes eller deles fra 3 forskellige steder. Respondenterne vil helst se programmet via:

- Døvefilms hjemmeside deaftv.dk: 44%
- Via TEGN Nyt's Facebookside: 39%
- Tegnsprogskanalen fredag kl 19:30: 45%

> Størstedelen foretrækker at se programmet på nettet, når de har lyst, men en større andel ser programmet på sit faste sendetidspunkt fredag end for Dialogen (45% mod 35%).

Tegn på Videns programmer varer 30 minutter. Respondenterne skulle svare på, hvor meget af udsendelsen de ser:

- 59% ser hele programmet.
- 27% ser halvdelen af udsendelsen
- 15% ser udpluk af udsendelsen.

> Da størstedelen ser hele programmet, kan det tyde på, at programmets længde er passende. Tallene er stort set ens for Dialogen.

Respondenterne har svaret på, hvor tilfredse de er med Tegn på Viden.

- 68% svarer, at de er "tilfreds" (39%) eller "meget tilfreds" (29%) med Tegn på Viden.
- 29% svarer, at de er "nogenlunde tilfreds" med Tegn på Viden
- 2,5% svarer, at de er "utilfreds". Ingen svarer "meget utilfreds".

> Der er stor tilfredshed blandt respondenterne med Tegn på Viden som helhed. Enkelte er utilfredse.

Tegn på Viden har udsendt 4 programmer og respondenterne har svaret på hvilke af disse programmer, som de har set:

- Brexit: 67%
- Sundhedsreformen: 65%
- Klimaforandringer: 64%
- EU: 61%

Derudover skulle det gives point for hvert emne i forhold til, hvor interessant emnet var for respondenterne.

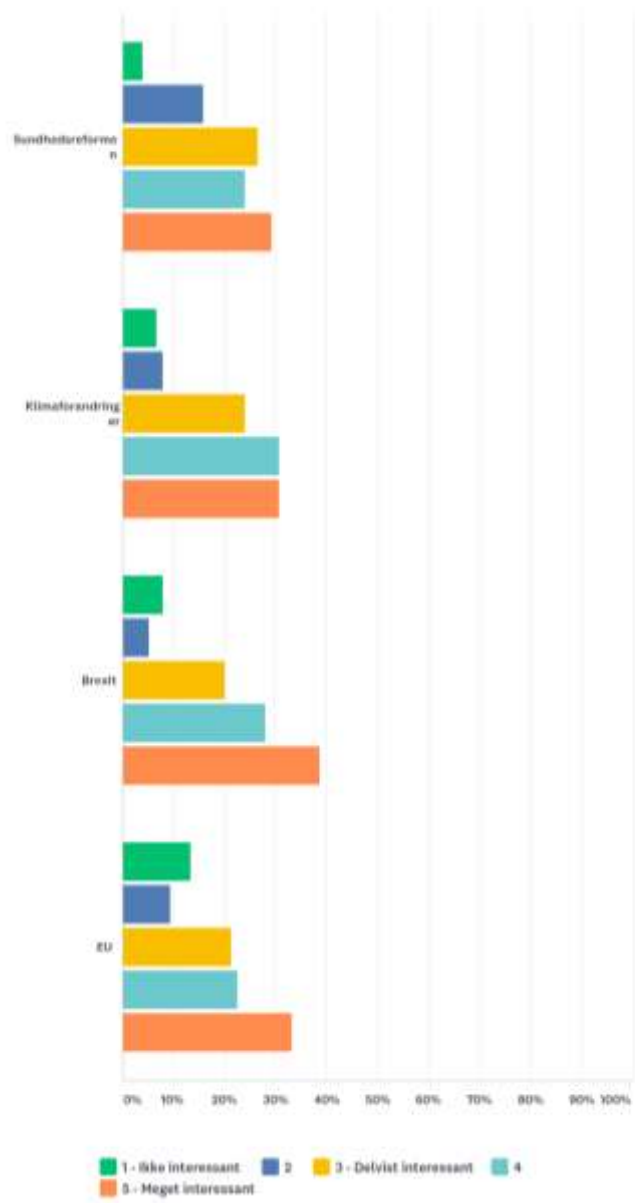
Der kunne gives 1-5 point, hvor 1 er "ikke interessant", 3 er "delvist interessant" og 5 er "meget interessant".

Besvarelsene kan ses i diagrammet på næste side.

■ 1 - Ikke interessant ■ 2 ■ 3 - Delvist interessant ■ 4
■ 5 - Meget interessant

- Hvis vi ser på vægtningen af points, scorer "Brexit" højest med 3,84 og dernæst "Klimaforandringer" med 3,71.
- De andre 2 emner har en vægtning mellem 3.53 og 3.59..

> Seerandelen er stort set stabilt til hvert program. Respondenterne vægter alle 4 programmer over middel for interessant emne.



Spørgsmålsdiagram, hvor der afgives point for hvert et emne for Tegn På viden.

De respondenter, der ikke har set Tegn på Viden (50% af alle respondenter har svaret), giver følgende begrundelse:

- 32% kender ikke programmet
- 22% svarer, at det interesserer mig ikke
- 17% glemmer det
- 13% svarer, at jeg har travlt
- 10% ved ikke, hvor jeg kan se det
- 5% svarer "andet", bl.a.:
 - "Fordi jeg ikke har overblik over hvilke emner det er nu, I skal gennemgå og hvornår. I har for mange forskellige mindre navne under Døvefilm".
 - "Manglende tekster og mandlig hovedrolle. Plus tegnsprog går allt for hurtigt".
 - "Hvor I nettet jeg finder".
 - "Får min viden andre steder fra"

> De største grunde til at respondenterne ikke ser Tegn på Viden er de samme som for Dialogen: at de ikke kender til programmet eller at det ikke interesserer dem.

Tegnsprogstolkede tilbud

Tegnsprogskanalen på tv sender hver dag mellem kl. 17-21. Der sendes nyheder fra TEGN Nyt, snigpremierer og genudsendelse af Tidens Tegn og aktualitetsformater. Derudover tolkes der nyhederne fra DR og TV2 samt livsstilsprogrammer – Horisont, Kender Du Typen? og andre dokumentarer. Besvarelserne nedenfor drejer sig om sidstnævnte.

220 har svaret på, om de ser de tolkede tilbud. Det svarer til 77% af alle respondenter.

- 56% svarer ja til, at de ser tegnsprogstolkede tilbud.
- 44% ser ikke tegnsprogstolkede tilbud.

> Over halvdelen har dem, der svarer, ser tegnsprogstolkede tilbud.

De tegnsprogstolkede tilbud kan ses 3 forskellige steder. Respondenterne vil helst se tilbuddet via:

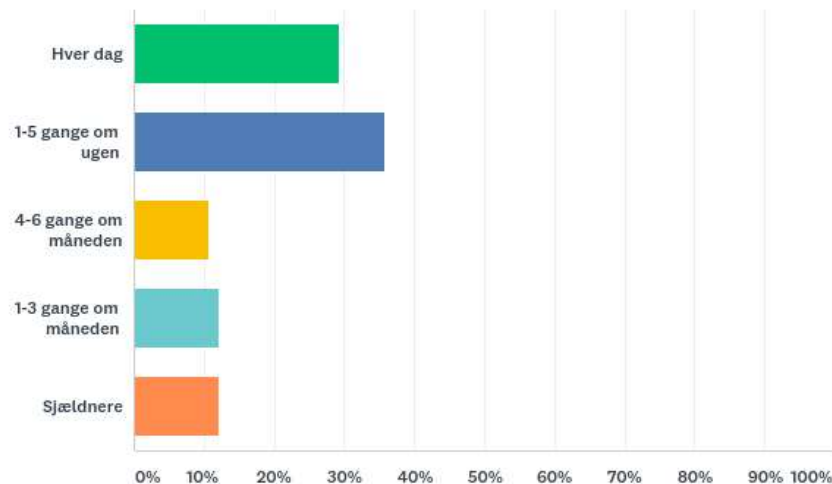
- Tegnsprogskanalen: 89%
- DR TV (app/hjemmeside): 24%
- TV2 Play (App/hjemmeside): 1,5%

> Langt størstedelen ser de tegnsprogstolkede tilbud på Tegnsprogskanalen og foretrækker dermed at se dem på de faste sendetidspunkter mellem 17-21.

Respondenterne har svaret på, hvor ofte de ser tegnsprogstolkede tilbud:

- 65% ser dem ugentligt, heraf 29% dagligt.
- 35% ser dem 1-6 gange om måneden eller sjældnere.

> Størstedelen af dem, der ser de tegnsprogstolkede tilbud, ser dem ugentligt og en 1/3 ser dem dagligt.



De respondenter, der ikke ser tegnsprogstolkene tilbud (45% af alle respondenter har svaret), giver følgende begrundelse:

- 19% kender ikke programmet
- 19% ved ikke, hvor jeg kan se det
- 17% svarer, at det interesserer mig ikke
- 17% svarer, at jeg har travlt
- 13% glemmer det

16% svarer "andet", bl.a.:

- "Har ikke overblik, det er kommet mange forskellige program, som jeg ikke har styret på. Synes det er rodet".
- "De fleste tolke er ikke gode, og skærmen bag er for lille til at se på".
- Jeg kan ikke lide tolke eller mangler tillid til dem. Oplevelser hvor undertekster ikke er i overensstemmelse med hvad tolken siger. Også nogle gange lidt utydelig hvad tolken siger. Det virker altid lidt fattigere".

Andre grunde angives som, at de ikke har tv og derfor ikke kan se kanalen eller at de ikke har kanalen på Færøerne og i Sverige.

Der nævnes også, at man foretrækker at se dem med undertekster.

> De største grunde til at respondenterne ikke ser de tegnsprogstolkede tilbud er, at de ikke kender programmet eller ved hvor de kan se dem. Endvidere er enkelte ikke tilfredse med kvaliteten af tolkningen.

Analyse af den primære målgruppe

I det følgende afsnit kigger vi på tendenserne for den primære målgruppe, defineret af bestyrelsen som de tegnsprogsbrugere, der har mindre udbytte af at få informationer på skriftligt dansk. Tidens Tegn henvender sig dog principielt til alle danske tegnsprogsbrugere. Der er filtreret på uddannelsesgrad ud fra den antagelse, at denne siger noget om i hvor høj grad man får udbytte af informationer på skriftligt dansk. Respondenter uden uddannelse eller med Folkeskolens afgangseksamen eller en erhvervsuddannelse som højeste uddannelse udgør respondenterne i denne del.

Den primære målgruppe udgør i denne undersøgelse 177 respondenter svarende til ca. 62% af datagrundlaget.

Det er en højere andel end i 2018-undersøgelsen, hvor andelen lå på ca. 50% (135 respondenter).

> Undersøgelsen har dermed i år fået flere besvarelser fra den primære målgruppe.

Besvarelserne fra den primære målgruppe er sammenlignet med besvarelserne fra alle respondenter (følgende kaldet "alle").

Demografi for den primære målgruppe

Alder og geografi:

- Den primære målgruppe er gennemsnitligt lidt ældre end alle med hovedvægten på alderen 31-60 år.
- De bor jævnt spredt i landet med vægt på de regioner, hvori de store "døvebyer" findes. Der er 8% færre respondenter fra Region Hovedstaden (24% mod 32%) end for alle.
- 45% angiver de har en erhvervsuddannelse (mod 40% i 2018), 27% at de har Folkeskolens afgangseksamen som højest opnåede uddannelse (mod 40% i 2018) og 29% angiver, at de ingen uddannelse har (mod 20% i 2018).

> Der er dermed en stigning i andelen af dem, der ingen uddannelse har på ca. 9% i forhold til 2018-undersøgelsen.

Tallene fordelt på uddannelsesniveau er ca. 1,5 gange højere end for alle.

- Lidt færre end alle har svaret, at de er i arbejde (33% mod 42%). Der er 8% flere pensionister i den primære målgruppe: 32% har svaret, at de er pensioneret, 15% har svaret "Andet", som bl.a. dækker over førtidspensionister, praktik og sygemeldt.

> Den primære målgruppe udgør generelt en større andel udenfor arbejdsmarkedet og uddannelsessystemet end for alle.

- 94% i den primære målgruppe er tegnsprogsbrugere, heraf bruger 69% dansk tegnsprog som primær sprog. Det svarer til 2018-undersøgelsen, hvor andelen var 95%.
- 53% beskriver sig som døve, 26% som døve med CI eller høreapparat og 20% som hørehæmmede. Det svarer stort set til tallene for alle. Samme gør sig gældende for syn.

Medievaner for den primære målgruppe

144 respondenter har svaret svarende til 82% af den primære målgruppe.

Sociale Medier og særligt Facebook scorer højt hos den primære målgruppe. Det skal selvfølgelig nævnes igen, at besvarelserne er indhentet digitalt og dermed er det respondenter, der allerede færdes på de sociale medier. Det må antages, at ikke alle i den primære målgruppe deler samme tendens.

- De ser overordnet de samme ting som alle respondenter – primært film og nyheder.
- Den primære målgruppe læser væsentligt mere tekst-tv (47% mod 37%) og lidt mere avis end alle. De læser også Facebook opslag (78%) og artikler på nettet (53%), men i lidt mindre omfang end for alle og i forhold til 2018. Bøger, fagbøger og arbejdsrelateret stof læses som forventet i klart mindre omfang end for alle – f.eks. bøger 15% mod 30% for alle, hvilket er en nedgang for den primære målgruppe fra 29% i 2018.

> Det bekræfter den primære målgruppes betegnelse som " usikre læsere".

- De får primært deres nyheder fra:

Tegnsprogstolkede nyheder (56%)

Tidens Tegn / Tegn på Viden / Dialogen (51%)

Sociale Medier (Facebook, Instagram mv.) (38%)

Nyheder i TV med undertekster (32%)

- Tekst-tv som nyhedskilde ligger på 18% til trods for at den primære målgruppe har svaret, at de læser mere tekst-tv (47%).
Det kan skyldes, at spørgsmålet i år kun kunne besvares med 3 primære valg og ikke som i 2018, hvor der kunne svares på så mange muligheder som ønsket.
Ændringen er lavet for at få mere viden om seernes primære færden.
- De bruger i mindre grad artikler på nettet end alle (28% mod 44%) og i lidt mindre grad de sociale medier end alle (38% mod 45%).
- De får i højere grad deres nyheder fra de tegnsprogstolkede nyheder ift. alle (56% mod 47%) og fra Tidens Tegn/Dialogen/Tegn på Viden (51% mod 42%) og TEGN Nyt (26% mod 20%) end for alle. Tallene er højere for dem uden uddannelse.
- Andelen af TEGN Nyt seere i den primære målgruppe er gået fra 42% i 2018 til nu 26%. For dem uden uddannelse er andelen dog fortsat på ca. 40 %.
- Den primære målgruppe får i langt mindre grad end tidligere primært deres nyheder og informationer fra døveforeninger og venner – ca. 18% (samme for alle) mod 47% i 2018.

> Den primære målgruppe benytter sig i højere grad af Døvefilms tilbud end alle til at få deres nyheder og informationer. De bruger i lidt mindre grad artikler på nettet og sociale medier til det samme og endnu mindre døveforeninger og venner.

- De ser lidt mindre udenlandsk tegnsprogs-tv og foretrækker at se det i TV eller på Face book fremfor på nettet generelt.

Tidens Tegn for den primære målgruppe

144 respondenter har svaret, svarende til 81% af den primære målgruppe.

Den primære målgruppe er meget loyale seere af Tidens Tegn og ser det regelmæssigt.

De ser det mest på nettet på Døvefilms hjemmeside, men også i tv lørdag morgen. De ser gerne hele udsendelsen.

- 83 % af den primære målgruppe ser Tidens Tegn
- 91% ser det regelmæssigt, 1 til flere gange om måneden – heraf ser 64% Tidens Tegn ugentligt mod 52% for alle.
- 53% af disse seere ser helst Tidens Tegn på Døvefilms hjemmeside. I 2018 var det 60% for samme gruppe. For alle er tallet i år 57%.
- 51% ser det som flow tv på DR2 lørdag morgen og 13% på Tegnsprogskanalen om søndagen – samlet set er det 18% flere end alle. Det er stort set det samme som i 2018.
- 32% ser det on demand på DR TV's hjemmeside eller app og 19% via Facebook. Det er stort set samme tal som for alle, men lavere tal for den primære målgruppe end i 2018-undersøgelsen.
- 62% ser hele udsendelsen mod 47% for alle.

> I forhold til 2018 er der mindre spredning på de forskellige platforme generelt. Der er en tendens til, at den primære målgruppe ser Tidens Tegn mere on demand end tidligere, men der er stadig en stabil seerskare, som ser det som flow tv.

> Grundene til at respondenterne ikke ser Tidens Tegn er primært de samme som for alle og som i 2018-undersøgelsen: de glemmer det, det interesserer dem ikke eller de har ikke tid.

- Den primære målgruppe vil stort set se de samme typer historier i Tidens Tegn som alle, dog med lidt mere vægt på "Information om samfundet" og "Underholdning".

PLUM TV for den primære målgruppe

137 respondenter har svaret, svarende til 77% af den primære målgruppe.

Af den primære målgruppe ser et mindretal (20%) webkanalen PLUM TV og de ser primært de afsnit, som de finder interessante for dem. Tilfredsheden med PLUM TV er i gennemsnit over middel og ingen seere i den primære målgruppe er utilfredse eller meget utilfreds med tilbuddet. Størstedelen af dem der ikke ser programmet, angiver grunden, at de ikke kender programmet.

Tendensen er dermed den samme som for alle respondenter.

Da dette er et nyt tiltag, kan der ikke sammenlignes med tidligere undersøgelser.

TEGN Nyt for den primære målgruppe

135 respondenter har svaret, svarende til 76% af den primære målgruppe.

TEGN Nyt har stadig en stor seerandel fra den primære målgruppe. Lidt under halvdelen ser disse nyheder regelmæssigt hver uge og er tilfredse med tilbuddet. De ser mest tilbuddet på Tegnsprogskanalen eller via TEGN Nyt's Facebookside.

- 60% af den primære målgruppe ser TEGN Nyt – det er 10% mere end for alle og ca. samme andel som i 2018.
- 73% ser TEGN Nyt regelmæssigt flere gange om ugen. Det er 7% højere end for alle.
- 70% ser TEGN Nyt på Tegnsprogskanalen, 35% via TEGN Nyt's Facebookside og 28% via DR.dk - Ligetil på tegnsprogs hjemmeside.
- Halvdelen ser alle dagens nyheder, hvilket hænger godt sammen med at den primære målgruppe helst ser nyhederne i samlet blok på Tegnsprogskanalen. Det er 10% mere end for alle, som mere plukker ud i nyhederne efter interesse.
- 74% er "tilfreds" eller "meget tilfreds" med TEGN Nyt, 26% er "nogenlunde tilfreds". Ingen svarer, at de er utilfredse eller meget utilfredse. Tallene er ens for alle. I forhold til 2018-undersøgelsen blev tilfredsheden dengang målt med vægtning, og kan derfor ikke direkte sammenlignes, men antallet af "meget tilfredse" er fortsat ca. 23% som i 2018 og tilfredsheden ligger generelt over middel som i 2018.
- Hovedårsager til at den primære målgruppe ikke ser TEGN Nyt er de samme som for alle: Jeg har travlt, det interesser mig ikke eller jeg glemmer det

Dialogen for den primære målgruppe

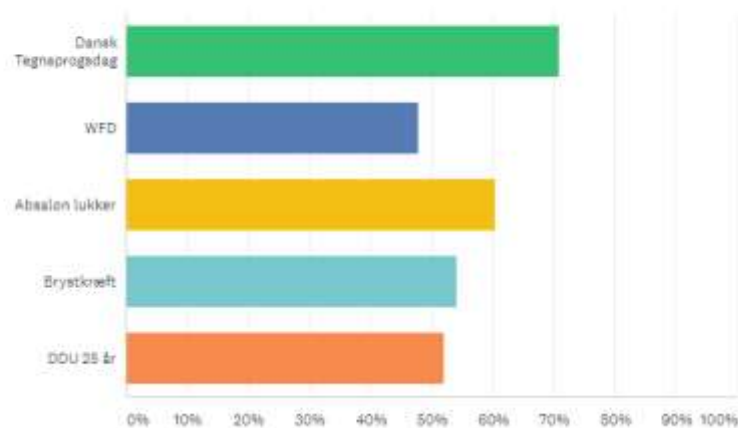
133 respondenter har svaret, svarende til 75% af den primære målgruppe.

Størstedelen af den primære målgruppe ser ikke Dialogen. Hvis de gør, er det primært på Tegnsprogskanalen eller Døvefilms hjemmeside. De ser gerne hele udsendelsen og er generelt tilfredse med tilbuddet og emnerne.

- 36% af den primære målgruppe ser Dialogen. 58% heraf ser hele udsendelsen, hvilket er de samme tal som for alle.
- 48% (mod 35% for alle) ser det på Tegnsprogskanalen fredag kl. 19:30, 46% ser det på Døvefilms egen hjemmeside og 31% via TEGN Nyt's Facebookside.
- 69% er "tilfreds" eller "meget tilfreds" med Dialogen. Ingen er utilfredse eller meget utilfredse. Tallene er stort set de samme som for alle.
- Den primære målgruppe har stort set de samme udsendelser i lige stort omfang som alle, dog lidt flere der har set udsendelsen om Dansk Tegnsprogsdag. De har også vægtet emnernes interessantheit på samme måde som for alle.

Hvilke af Dialogens udsendelser har du set?

Answered: 48 Skipped: 129



- Den primære årsag til at den primære målgruppe ikke ser Dialogen, er fordi de ikke kender programmet (33%) og at det ikke interesserer dem (27%).

> Tendensen er den samme som ved Tidens Tegn, hvor programmerne ses både som flow tv og on demand, men der er stadig en forkærlighed i den primære målgruppe for at se tilbuddene på Tegnsprogskanalen.

Tegn på Viden for den primære målgruppe

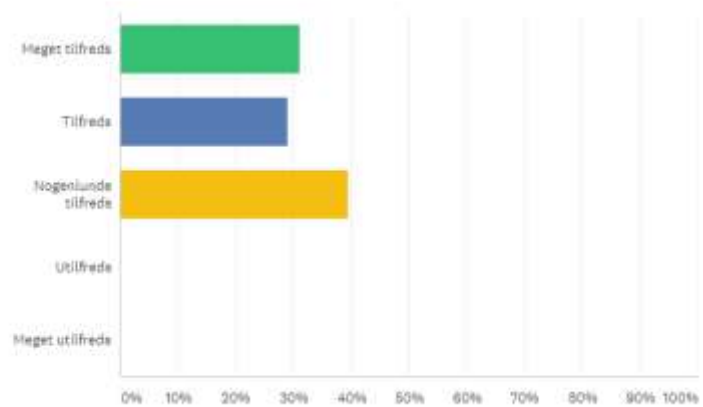
133 respondenter har svaret, svarende til 75% af den primære målgruppe.

Størstedelen af den primære målgruppe ser ligesom ved Dialogen ikke Tegn på Viden. Hvis de gør, er det primært på Tegnsprogskanalen, men ellers også på Døvefilms hjemmeside og TEGN Nyt's Facebookside. De ser gerne hele udsendelsen og er generelt tilfredse med tilbuddet og emnerne.

- 38% af den primære målgruppe ser Tegn på Viden. 58% heraf ser hele udsendelsen, hvilket stort set er de samme tal som for alle.
- 50% (mod 45% for alle) ser det på Tegnsprogskanalen fredag kl. 19:30, 40% ser det på Døvefilms egen hjemmeside og 40% via TEGN Nyt's Facebookside.
- 60% er "tilfreds" eller "meget tilfreds" med Tegn på Viden, mens 40% er "nogenlunde tilfreds" (mod Dialogens 31%). Ingen er utilfredse eller meget utilfredse. Tallene er stort set de samme som for alle. Dog er enkelte af alle utilfredse (ca. 3%).

Hvor tilfreds er du med Tegn på Viden?

Answers: 48 Skipped: 129



- Den primære målgruppe har stort set de samme udsendelser i lige stort omfang som alle, dog lidt flere der har set udsendelsen om Sundhedsreformen Dette emne er også vægtet højere i interessanthed end for alle.
- Den primære årsag til at den primære målgruppe ikke ser Tegn på Viden, er fordi de ikke kender programmet (35%) og at det ikke interesserer dem (18%).

> Tendensen er den samme som ved Tidens Tegn, hvor programmerne ses både som flow tv og on demand, men der er stadig en forkærlighed i den primære målgruppe for at se tilbuddene på Tegnsprogskanalen.

> Tilfredsheden er en smule højere for Dialogen end for Tegn på Viden for den primære målgruppe, men ligger generelt over middel. Samme tendens gælder for alle respondenter.

> At der ikke er en højere seerandel for aktualitetsprogrammerne for den primære målgruppe er af samme årsager som angivet under alle.

Tegnsprogstolkede tilbud for den primære målgruppe

130 respondenter har svaret, svarende til 73% af den primære målgruppe.

Den primære målgruppe benytter sig i høj grad af de tolkede tilbud på Tegnsprogskanalen. Over halvdelen ser dem regelmæssigt i løbet af ugen. Enkelte har svært ved at finde indholdet eller kan ikke modtage tilbuddet i udlandet.

- 59% af den primære målgruppe ser tegnsprogstolkede tilbud. Det er ca. det samme som for alle, men et fald på 14% fra 2018.
- 70% ser dem ugentligt, heraf ser 39% dem dagligt. Det er 10% flere end for alle. Tallene var henholdsvis 60% og 31% i 2018.

> Selvom seerandelen er faldet for den primære målgruppe i forhold til 2018-undersøgelse, så er der en stigning i hvor ofte tilbuddene ses.

- 91% foretrækker at se tilbuddene direkte på Tegnsprogskanalen.
- Den primære årsag til at den primære målgruppe ikke ser de tegnsprogstolkede tilbud, er fordi de ikke kender programmet (21%) og at de ikke ved, hvor de kan se dem (20%).

Konklusion

- **Generel tilfredshed med Døvefilms tilbud**

Overordnet set er der stor tilfredshed hos respondenterne med Døvefilms tilbud. De oprindelige tilbud (Tidens Tegn og TEGN Nyt) ligger på samme niveau som i 2018-undersøgelsen. Tilfredsheden er også stor for de nye formater Dialogen og Tegn på Viden hos dem, der ser med på disse formater. Enkelte kritiserer kvaliteten af tegnsproget eller tolkningen på de tegnsprogstolkede tilbud.

- **Tidens Tegn**

Størstedelen af respondenterne (83%) ser Tidens Tegn og gør det regelmæssigt. Det vidner om en meget loyal seerskare på Tidens Tegn. Det kan tyde på, at den nedsatte programlængde fra 45 til 30 minutter ikke har haft indflydelse på seerandelen

Cirka halvdelen ser kun de udsendelser som er interessante og den anden halvdel ser hele programmet. Tallet er dog 60/40 for den primære målgruppe.

Seerne har ikke problemer med at finde programmet og ser det helst på Døvefilms hjemmeside. Den primære målgruppe foretrækker dog lige så meget at se Tidens Tegn i TV på faste tidspunkter.

Døvekultur, information om samfundet og portrætter af mennesker og foreninger er favoritterne af, hvad de gerne vil se i Tidens Tegn.

Næste gang kan der med fordel spørges til den generelle tilfredshed med Tidens Tegn.

- **PLUM TV**

Mange kender ikke tilbuddet. Det bør overvejes, om der skal reklameres mere for PLUM TV eller om der overhovedet skal bruges flere ressourcer på tilbuddet.

- **TEGN Nyt**

Et lille fald i seere siden 2018. Ca. halvdelen af respondenterne ser TEGN Nyt og gør det primært ugentligt. Dem der ikke er interesseret i TEGN Nyt nævner bl.a., at de foretrækker at læse nyheder på skrift.

De der har besvaret, at de ikke er interesseret. Der kunne præcisere mere vedrørende dette. Er de ikke interesseret i Tegn Nyt eller er det nyhederne, de ikke er interesseret i? Menes det at koncepten er god, men valget af nyhederne bør overvejes eller menes det, at generelt er Tegn Nyt ikke noget man er interesseret i.

- **Aktualitetsformaterne – Dialogen / Tegn på Viden**

Over 60% af respondenterne ser ikke Dialogen og Tegn på Viden. Den primære årsag er enten, at de ikke kender til programmerne, ikke finder dem interessante eller ikke kan finde ud af hvor de kan ses. Det må konkluderes, at der ikke er blevet informeret godt nok om disse nye tilbud og de er ikke nået ud til vores primære målgruppe i ønsket omfang. Det kan dog også skyldes en manglende interesse for informationstætte programmer hos den primære målgruppe.

(Da disse tilbud er nye, er der ingen sammenligningsgrundlag med 2018-undersøgelsen).

- **Tegnsprogstolkede tilbud**

De tegnsprogstolkede tilbud ses af godt halvdelen af respondenterne, hvoraf 1/3 ser dem dagligt. Tallene er lidt højere for den primære målgruppe. Stort set alle seere af ts-tilbud ser det via Tegnsprogskanalen på de faste sendetidspunkter ml. 17-21. Det kan indikere en tendens til at gøre som man plejer og at tv'et stadig fungerer som samlingspunkt i familien om aftenen eller at seerne ikke er klar over, hvordan de kan se tilbuddene på andre tidspunkter på nettet.

I forhold til aktualitetsprogrammerne kender flere de tegnsprogstolkede tilbud, men kan have udfordringer med at finde ud, hvordan de ser dem – og måske også udfordringer af teknisk karakter, så de ikke ser dem andre steder end på Tegnsprogskanalen.

- **Sociale medier**

Størstedelen (over 80%) af respondenterne færdes på de sociale medier, primært Facebook. Dette gælder også for den primære målgruppe. Det er derfor oplagt at bruge denne platform til at informere og orientere Døvefilms seere vedrørende nye tiltag. Facebook er også et godt sted at komme i kontakt med seerne og få deres mening.

Besvarelserne tyder på, at Døvefilms øgede indsats på de sociale medier har haft en positiv effekt - gentagelser på Facebook fungerer som påmindelser om at se Døvefilms tilbud eller være med, når der sendes live fra døvebegivenheder på Facebook. Seerne tilkendegiver gerne deres mening i løbende meningsmålinger og klikker sig i højere grad end tidligere videre til programmerne fra Facebook.

- **Den primære målgruppe**

Undersøgelsen er besvaret af en større andel fra den primære målgruppe end seneste undersøgelse i 2018. Demografi afviger som forventet stort set kun fra samtlige respondentsvar på uddannelses- og beskæftigelsesområdet med lavere uddannelsesniveau (som der også er segmenteret ud fra), færre i job og flere pensionister. De oprindelige tilbud Tidens Tegn og TEGN Nyt har fortsat en stabil andel af seere fra den primære målgruppe set i forhold til 2018-undersøgelsen, særligt for dem uden uddannelse. Til gengæld kniber det mere med de nye tiltag, særligt aktualitetsprogrammerne som har en seerandel på ca. 38%— her er den generelle udfordring, at den primære målgruppe ikke kender til programmerne eller ikke interesserer sig for dem. Om de ikke interesserer sig for tilbuddene, fordi de ikke kender dem og ved hvad de kan få af udbytte fra dem eller om de generelt ikke er interesseret i informationstætte programmer, vides ikke præcist. Udfordringen er den samme for alle respondenter og kan således ikke isoleres til den primære målgruppe.

Samme udfordring gælder for de tegnsprogstolkede tilbud, selvom flere har dem som deres primære kilde til nyheder og informationer.

Den primære målgruppe har en øget efterspørgsel på undertekster til at støtte forståelsen af tegnsprog.

De færdes gerne på de sociale medier, særligt Facebook, men bruger det mindre til at få deres nyheder og informationer fra end alle.

Umiddelbare anbefalinger

Information til seerne om Døvefilms tilbud

I takt med at Døvefilm har fået flere tilbud til seerne - som både sendes på faste tidspunkter og genudsendes i TV/på Tegnsprogskanalen og kan ses on demand på Døvefilms egen hjemmeside, DR's hjemmeside eller app – stiller det større krav til Døvefilms formidling til seerne om, hvad de kan se hvor, hvornår og hvordan (med eller uden lyd og undertekster).

Seere er generelt godt tilfredse med Døvefilms tilbud.

Ud fra undersøgelsen kan det dog ses, at der hos mange seere hersker forvirring om Døvefilms tilbud og hvor de kan se dem. Udfordringen er derfor primært at øge informationsniveauet om tilbuddene.

Derfor vil der med fordel kunne arbejdes med en mere målrettet indsats for at gøre det mere overskueligt for seerne, hvilke programmer Døvefilm producerer og hvor de kan se dem.

Selvom de fleste af seerne befinder sig på Facebook, er der også brug for at give information videre på andre måder. Facebook er bedst egnet til løbende aktuel information og her fungerer teasere for de forskellige programmer fint som en påmindelse. Generel information drukner dog oftest i opslagsstrømmen på Facebook.

Derfor vil Døvefilms hjemmeside være et oplagt sted samlet at præsentere Døvefilms tilbud og hvor de kan findes.

Det kunne f.eks. ske via informationskampagner på de sociale medier, en letlæselig visuel programoversigt og overskuelige links til programmerne på Døvefilms hjemmeside samt letforståelige tekniske vejledninger på tegnsprog til brug af f.eks. DR's app eller hvor man finder Tegnsprogskanalen på sit tv.

Tidens Tegn vil også være et oplagt sted at reklamere/informere om andre tilbud, da programmet har en stor loyal seerskare, også i den primære målgruppe.

Endvidere kan der ses nærmere på, om der skal informeres yderligere om Døvefilms formål og hvordan seerne kan få et udbytte af tilbuddene, selvom de har forskelligt forståelsesniveau.

Da den primære målgruppe kan have tekniske udfordringer på de digitale platforme, vil det være Døvefilms opgave at forenkle informationen om hvor de kan finde Døvefilms tilbud, hvordan de kan se dem, at de kan se dem når de vil og at de kan sætte undertekster på i DR's app.

Tilgængelighed

Da undertekster efterspørges fra den primære målgruppe til at støtte deres forståelse af tegnsproget, vil det være relevant at diskutere igen, om Døvefilm skal bruge ressourcer på at lave undertekster selv, så de ligger på programmerne på Døvefilms hjemmeside. DR's tekster tilhører dem og dem har Døvefilm ikke rettigheder til at bruge på andre platforme.
