

Konklusion seerundersøgelse forår 2021

Med undersøgelsen ville vi gerne blive klogere på målgruppens seeradfærd generelt, men også hvordan I seere forbruger digitale tilbud i forhold til den mere klassiske broadcasting - TV.

Endvidere har vi spurgt ind til seernes opfattelse af de tolkede programmer, herunder kvaliteten af tolkningen.

Nu ligger resultatet klart. Du kan se den på vores hjemmeside.

Hovedkonklusionerne er her:

Stabil seerandel i 2021

Generelt er der en stor tilslutning og tilfredshed med Døvefilms tilbud. Tidens Tegn er stadig Døvefilms flagskib og bliver set af flest – det skaber samhørighed blandt seerne. I forhold til 2020-undersøgelsen bliver programmerne set af lige så mange seere i procent. Vi ser således, at de nyeste tilbud fra 2019 – aktualitetsprogrammerne Dialogen og Tegn på Viden – hverken har fået flere eller færre seere.

Så mange har set inden for det seneste år:

Tidens Tegn	91%
TEGN Nyt	63%
Dialogen	62%
Tegn på Viden	55%
Tolkede programmer	78%

Stort engagement fra respondenterne

Vi har aldrig haft så mange individuelle kommentarer i en seerundersøgelse som i år. Respondenterne har taget sig tid til ikke bare at sætte et kryds, men til at skrive en kommentar. Det vidner om et højt engagement hos vores seere – også fra den primære målgruppe - og en interesse for, hvad der tilbydes.

Hjælp til streaming

Døvefilm ønsker, at så mange som muligt får udbytte af de programmer vi laver og dem vi har lavet i fortiden. Vi er også tilhængere af, at folk kan vælge at se indhold, når det passer dem. I forhold til streaming af Døvefilms tilbud

viser undersøgelsen, at selvom en stor del jævnligt benytter sig af streaming, så kan det stadig være en udfordring, særligt for den primære målgruppe og for seere over 50 år. Særligt TEGN Nyt og de tegnsprogstolkede programmer, begge tilbud til de seere som ikke kan nøjes med undertekster, bliver i høj grad set på TV.

Det vil kræve en stor indsats at ændre på dette.

- Traditionen om at se TV på faste tidspunkter hænger ved
- Det er typisk generationer, som ikke er vokset op med digitale færdigheder
- Det er typisk seere, som ikke møder digitale krav i deres arbejdsliv.
- Der er formentlig også en hel gruppe af seere, som er underrepræsenteret i undersøgelsen, og som nok slet ikke ejer de rigtige platforme (smartphones, tablets, computer etc.)

For mange af disse er alt digitalt uoverskueligt, farligt og teknisk uforståeligt – noget som gør dem usikre. Der anes dog en interesse hos flere for at lære det, helst via undervisning af en slags.

Navigation på hjemmesiden

På Døvefilms hjemmeside kan man søge på rigtig mange ord; navne, steder, emner, dato m.m. – så har man bare set en lille bid af et program eller kan man svagt huske noget fra et program, kan man principielt søge hele historien frem på hjemmesiden.

På hjemmesiden er videoerne desuden også sorteret i emner som f.eks. døves historie, foreningsliv, tegnsprog, børn og unge, portrætter, religion o.m.a.

Der synes dog at være et tydeligt behov for at forklare mere og bedre om, hvordan man søger og streamer – og måske skal den information allerhelst ske i TV (og ikke på de sociale medier eller hjemmesiden).

Fælles oversigt over tilbud

Det er velkendt, at det kan være svært for nogle seere at kende navnene på Døvefilms programmer. Stadig den dag i dag hører vi om seere, som kalder programmerne for "Viften" (Red: Det er 14 år siden, at det navn udgik).

Der ER også kommet flere forskellige TV-tilbud til. Der er flere Facebook sider og en Instagramprofil. Derudover er der også stadig abonnenter til nyhedsbrevene.

Flere giver udtryk for, at det kan være svært at orientere sig om navn, tidspunkter, indhold osv. Det kunne være oplagt at kigge på, hvordan vi bedst orienterer seerne – også dem som ikke benytter vore sociale medier (24%). En let genkendelig visuel identitet for Døvefilms tilbud kunne også hjælpe brugerne med at skabe et nemmere overblik over de forskellige tilbud.

Kommunikation via Facebook

Af denne undersøgelse kan vi se, at Døvefilms Facebookside er vældig populær blandt respondenterne. Vi ved også fra tidligere års undersøgelser, at den primære målgruppe er hyppige brugere af Facebook. Det kan derfor være let at drage den konklusion, at Døvefilm kan nå ud til denne gruppe af seere ved at være til stede på Facebook. Her skal det dog tages med i betragtning, at mange døve fra den primære målgruppe mest bruger Facebook til at holde nem kontakt til deres familie og venner og måske mindre til at hente ny viden. Endvidere svarer lidt mere end 1 ud af 5 i undersøgelsen, at de ikke bruger Døvefilms sociale medier.

Derfor er det vigtigt for Døvefilm at lægge en strategi for, hvordan vi informerer om Døvefilms tilbud - også til dem, som ikke bruger Døvefilms Facebookside.

Indhold, formål og økonomi

Der er ingen tvivl om, at flere seere gerne så programmer på tegnsprog, som læner sig mere op ad hvad der bliver sendt i den bedste sendetid på DR og TV2, herunder rene underholdningsprogrammer og konkurrencer såsom Den store Bagedyst. Der er heller ingen tvivl om, at flere seere måler kvaliteten af Døvefilms produktioner med DR og TV2. Døvefilm har et ekstremt skrabet budget - hvorunder der ikke er råd til grafikere, colourgradere, bibliotekarer, lydfolk, graver-redaktioner, hjemmesideprogrammører, app-udviklere e.lign. Det er derfor en fortsat opgave for Døvefilm at kommunikere til vores seere, at vores primære formål er at lave programmer, som sikrer døves mulighed for at indgå i det danske demokrati og kunne deltage i samfundsdebatten –

og at vi kun har meget beskedne midler at gøre det for. Dette kunne givetvis sikre en større forståelse hos seere, at denne forventningsafstemning udføres.

De tolkede programmer

Til trods for, at der for tiden er nogen debat om C2 tolkninger, døvetolke og mere dansk-nær tolkninger, viser undersøgelsen ikke en stærk tendens til hverken det ene eller det andet. Der udtrykkes kritik af døvetolke, der udtrykkes kritik af erfarne tolke som ikke har høj nok kvalitet, der udtrykkes kritik af dansk-nære tolkninger. Samtidig er der rigtig mange, som er glade for de tolkede tilbud og kvaliteten. Vi må derfor fortsat antage, at der er forholdsvis store forskelle på ønsker og behov blandt seerne.

Tolkene på Tegnsprogskanalen er sidste år blevet vurderet af eksterne tegnsprogseksperter og tolkeeksperter. Hver tolk har fået en anvisning på de elementer, som de skal arbejde videre med. Tolkene har sammen arbejdet med de mere generelle udviklingspunkter over en weekend. Hos Døvefilm forventer vi, at tolkene hver især arbejder videre med de udviklingsområder, de har fået påpeget og vi vil følge op på, om der sker en udvikling.

Er nysgerrig efter flere detaljer fra seerundersøgelsen, kan du klikke dig frem til den fulde rapport også☺