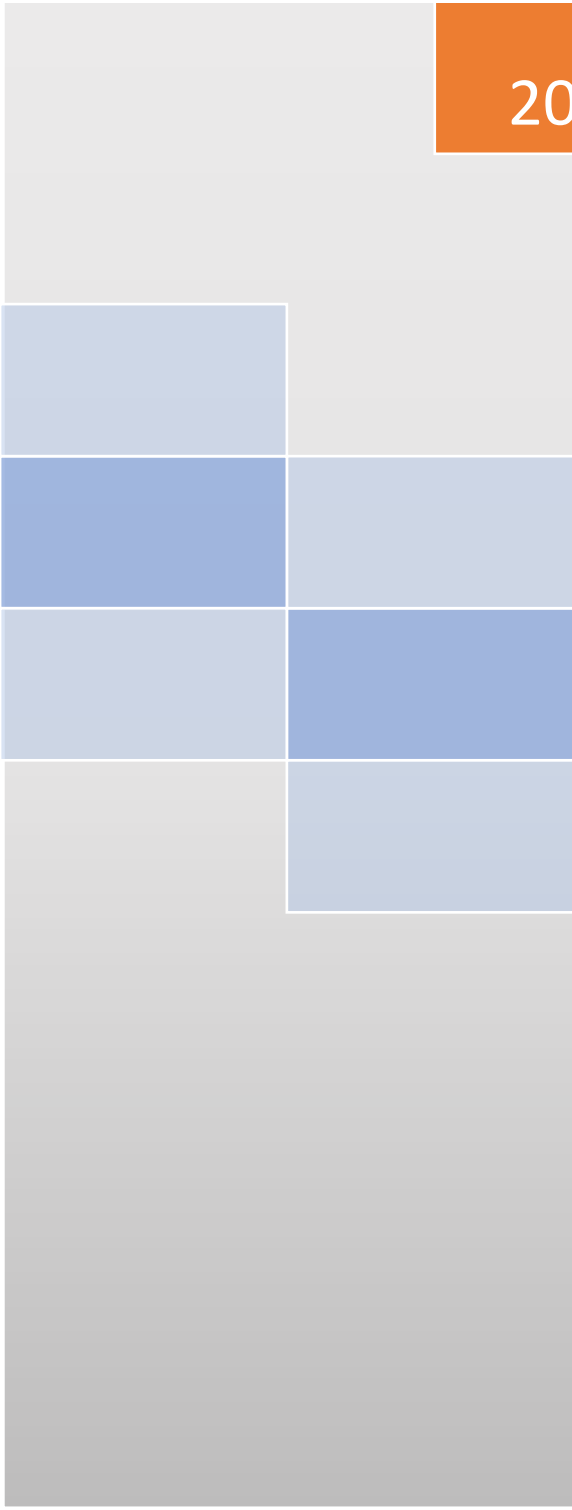




2018

Bruger- og seerundersøgelse 2018

Kvantitativ undersøgelse vedrørende Døvefilms aktiviteter:
Tidens Tegn, DR Ligetil – TEGN Nyt og tegnsprogstolkede
nyheder

Døvefilm ønsker med Bruger- og seerundersøgelse 2018 at holde sig opdateret omkring sine seere og omkring deres modtagelse og udbytte af Døvefilms aktiviteter: Tidens Tegn, DR Ligetil – TEGN Nyt og tegnsprogstolkede nyheder. Bruger- og seerundersøgelsen giver mulighed for at sætte fingeren på, hvor der kan ske forbedringer og nyskabelser og samtidig at få et billede af, hvad der fungerer i forhold til Døvefilms formål.



Indholdsfortegnelse

Indledning	2
Formål.....	2
Indsamling og metode	3
Datagrundlag	4
Analyse	5
Demografi	5
Medievaner	8
Tidens Tegn	12
Tidens Tegn historier.....	18
Samfundsmæssige historier	18
Asyldebatten	18
Trepartsforhandlingerne	20
Medieaftalen	21
Benjamin Backstage	22
Demokrati og deltagelse	23
Kommune- og regionsvalget 2017	23
Døvesamfundet	26
Døveforeningen af 1866's udfordringer.....	26
Uroen på tolkemarkedet.....	28
Udenlandske produktioner i Tidens Tegn	31
"Døvt Barn"	31
Alenemor: Ipeks historie	34
Historier på internationale tegn i Tidens Tegn.....	36
DR Ligetil – TEGN Nyt	38
Tegnsprogstolkede nyheder	42
Analyse af primær målgruppe - seere med mindre udbytte af skriftlig dansk.....	45
Demografi for den primære målgruppe	45
Medievaner for den primære målgruppe	48
Tidens Tegn for den primære målgruppe	51
Tidens Tegn historier for den primære målgruppe	53

Udenlandske produktioner i Tidens Tegn for den primære målgruppe	58
Historier på internationale tegn i Tidens Tegn for den primære målgruppe	60
DR Ligetil - TEGN Nyt for den primære målgruppe	62
Tegnsprogstolkede nyheder for den primære målgruppe	65
Konklusion	68

Indledning

Døvefilm ønsker med Bruger- og seerundersøgelse 2018 at holde sig opdateret omkring sine seere og omkring deres modtagelse og udbytte af Døvefilms aktiviteter. På trods af at Døvefilm har økonomiske begrænsninger, giver bruger- og seerundersøgelsen alligevel Døvefilm mulighed for at sætte fingeren på de steder, hvor der kunne ske forbedringer og nyskabelser. Ligeledes kan den kvantitative undersøgelse fungere som et pejlemærke, hvad angår de forhold, der er vigtige at få undersøgt i en kvalitativ undersøgelse.

Formål

Formålet med Bruger- og seerundersøgelse 2018 er at få et kvalificeret overblik over seerernes opfattelse af Døvefilms aktiviteter, herunder Tidens Tegn, DR Ligetil – TEGN Nyt og Tegnsprogstolkede nyheder. Det drejer sig især om, hvem seerne er og 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 hovedformålet, der er stillet:

”Døvefilm skal på dansk tegnsprog bidrage til demokratisk deltagelse, dialog og forståelse. Døvefilm skal med udgangspunkt i døves verden informere, udvikle, udfordre, underholde og producere relevant og troværdigt indhold på alle udbredte elektroniske billedmedier i Danmark. Det betyder, at demokratisk deltagelse, dialog og forståelse af værdier, vi skal skabe med vores aktiviteter, og at billedproduktion på tegnsprog er vores kerneområde og afgørende konkurrenceparametre” (Målplan for Døvefilm, 2018)

Ud fra missionen ovenover, er den forventede effekt hos seerne:

- *Målgruppen kan faktisk modtage vores programmer*
- *Målgruppen opnår større viden om spørgsmål af samfundsmæssig betydning*
- *Målgruppen involveres i den demokratiske proces*
- *Målgruppen bliver mødt med forståelse og accept af omgivelserne*
- *Målgruppen oplever mening med vores aktiviteter*

Denne undersøgelse er designet med udgangspunkt i ovenstående punkter ved spørgsmål om, hvor god dækningen af forskellige samfundsmæssige emner var og hvad seerne f.eks. synes om dækningen af kommune- og regionsvalget.

Undersøgelsen er også iværksat med henblik på at foretage sammenligninger med seneste undersøgelse (Bruger- og seerundersøgelse 2016) for at holde øje med en udvikling, i det omfang hvor det er relevant og muligt.

Spørgsmål om aflæsning af tegnsprog, taletempo og fortrukne emner i Tidens Tegn er udeladt. I stedet er der tilføjet spørgsmål om programmer i Tidens Tegn af samfundsmæssig og demokratisk betydning, om døvesamfundet samt internationalt indhold. Endvidere er spørgsmål om seernes medievaner blevet tilføjet.

Dette års undersøgelse er udvidet med spørgsmål om DR Ligetil – TEGN Nyt og Tegnsprogstolkede nyheder i forhold til seneste undersøgelse (Bruger- og seerundersøgelse 2016). Der vil derfor ikke være grundlag for sammenligning med tidligere undersøgelse for disse to sidstnævnte aktiviteter.

Indsamling og metode

Undersøgelsen består af 16 hovedspørgsmål med tilhørende underspørgsmål formuleret i et spørgeskema.

For at gøre undersøgelsen så tilgængelig som muligt for alle uanset læsefærdigheder, er både spørgsmål og svarmuligheder udformet så enkelt og ”tegnsprogsvenligt” som muligt i samarbejde med både en tolk og en døv. Der er lagt stor vægt på at undgå misforståelser, hvorfor det derfor også er blevet prioriteret at lave en forklarende video på tegnsprog til hvert enkelt spørgsmål.

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

SurveyMonkey er blevet anvendt som platform for udformningen og indsamlingen. Samme metode blev benyttet i seneste undersøgelse fra 2016. Døvefilm ønskede at skabe sammenlignelige forhold.

Undersøgelsen er opbygget i fire hoveddele, hvor den første del indsamler demografiske data samt respondenternes medievaner. De efterfølgende tre dele omhandler Døvefilms primære aktiviteter; Tidens Tegn, DR Ligetil – TEGN Nyt og Tegnsprogstolkede nyheder på Tegnsprogskanalen.

Da Døvefilm ikke kan påvirke indholdet af DR Ligetil – TEGN Nyt og de tegnsprogstolkede nyheder eller programmer (begge produktioner er i samarbejde med DR som laver indholdet, mens Døvefilm leverer tolkning/oversættelse til tegnsprog), er disse dele med fokus på, hvor målgruppen ser disse programmer. Således får Døvefilm i fremtiden en bedre fornemmelse af, hvilken

medieplatform målgruppen primært ser indholdet på og tilfredshedsgraden af disse produkter.

Tidens Tegns indhold er produceret eller indkøbt af Døvefilms redaktion og derfor er denne del af undersøgelsen uddybet med specifikke historier og serier, der skal understøtte Døvefilms hovedformål.

Underkategorierne er således:

- Emner af samfundsmæssig karakter (Asyldebatten, Trepartsforhandlinger og Medieaftalen)
- Demokrati og deltagelse (Kommune- og regionsvalget 2017)
- Emner af betydning for døvesamfundet (Døveforeningen af 1866's udfordringer samt Uro på tolkemarkedet)
- Internationalt indhold - købte programmer eller egenproduktion, hvor hovedperson bruger internationale tegn (Døvt Barn og Alenemor: Ipeks historie)

Undersøgelsen er indsamlet digitalt og blev lanceret via Døvefilms nyhedsbrev og på Døvefilms Facebook-side d. 30. juli – umiddelbart før Døves Nordiske Kulturfestival - med en forklarende og opfordrende tegnsprogsvideo med dertilhørende tekst.

- Spørgeskemaet blev offentliggjort på Facebook d. 30/7 med en forklarende video og følgende tekst:

Kære venner

Vi vil rigtig gerne have jeres hjælp. Vi har lavet et spørgeskema, som vi gerne vil have så mange som muligt til at besvare. Hjælp os med at dele opslaget her. Hvor mange kan vi mon nå ud til?

DU DELTAGER I UNDERSØGELSE VED AT TRYKKE PÅ LINKET HER:

- D. 3/8 blev der på Facebook sendt en opfordrende og forklarende video fra standen i Nørrebrohallen under Døves Nordiske Kulturfestival.

- D. 7/9 blev der afholdt en konkurrence på Facebook blandt dem der tilkendegav, at de havde deltaget i undersøgelsen, i håb om at tiltrække endnu flere respondenter.

- Opfordringen til at deltage i undersøgelsen blev gentaget på Facebook d. 10/8 og d. 14/8 med tegnsprøgsvideo og tekst.

Døvefilm har tidligere foretaget deres seerundersøgelser udelukkende digitalt og primært benyttet sig af kvantitative undersøgelser. Døvefilms Bruger- og seerundersøgelse 2018 er også udført digitalt, men der er gjort en større indsats for at nå ud til de mere ikke-digitale seere af Døvefilms produktioner.

Udover lanceringen af seerundersøgelsen på Døvefilms Facebook-side og via Døvefilms nyhedsbrev, har Døvefilm også bedt DDL, DDU og de lokale døveforeninger om at dele denne seerundersøgelse med deres medlemmer via deres Facebook-side og deres nyhedsbrev, hvor det var muligt. Endvidere havde Døvefilm et mål om at nå længere ud til det segment af døve, der ikke er så digitale, som f.eks. CFD's brugere og ældre personer, som ikke har taget de sociale medier til sig. Det er blandt andet gjort ved at kontakte de lokale døveforeninger, der sender nyhedsbreve ud pr. e-mail til deres medlemmer samt kontaktet CFD's døvekonsulenter, hvor de kunne informere deres brugere om Døvefilms seerundersøgelse.

Desuden var Døvefilm til stede ved Døves Nordiske Kulturfestival d. 2.-4. august 2018, hvor formålet var at informere om den igangværende undersøgelse og at give potentielle respondenter mulighed for at besvare undersøgelsen på stedet med støtte, hvis

der var behov for dette. Her var det også muligt at afgive videokommentarer.

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 bevares af den person, som linket er blevet sendt til.

Undersøgelsen er dog stadig et 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 forhold til seernes meninger.

Datagrundlag

Svarene er blevet indsamlet mellem d. 30. juli og d. 17. august 2018. I alt nåede antallet af respondenter op på 321, hvoraf 44 svarende til ca. 14 % var hørende. Hørende respondenter er ikke inddraget i analysen af besvarelserne, da dette segment ikke hører under Døvefilms målgruppe.

Af de resterende 277 respondenter har ikke alle besvaret alle spørgsmål. Svarandelen fremgår af de enkelte analyseafsnit. I gennemsnit har 225 respondenter fuldført undersøgelsen. Det svarer til en fuldførelsesprocent på 81 % og til ca. 6 % af målgruppen. I en landsdækkende undersøgelse af danskere vil dette svare til ca. 337.000 respondenter.

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

Analyse

Følgende afsnit indeholder:

Spørgsmålenes udformning og opdeling, svarene på disse samt fordelingen af respondenter. Ligeledes indeholder afsnittet de væsentligste resultater af svarene.

Demografi

277 respondenter har svaret på dette spørgsmål

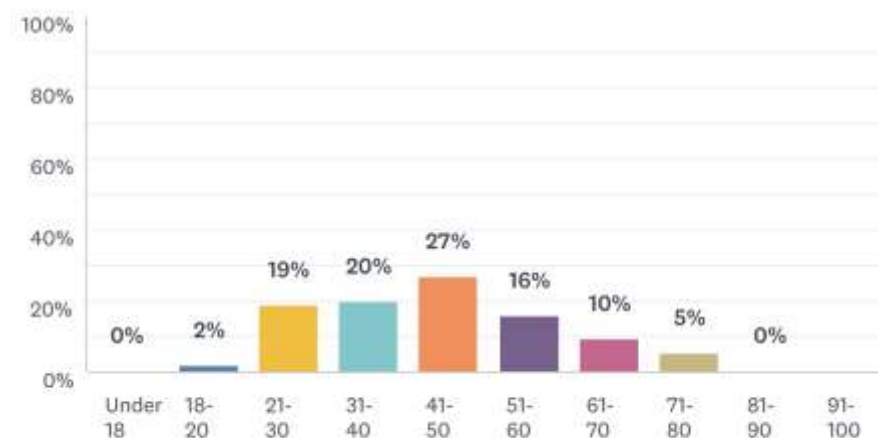
For at kunne beskrive respondenternes overordnede demografi er der i undersøgelsen blevet spurgt ind til alder, geografisk placering, højeste opnåede uddannelsesniveau, beskæftigelse samt syn og hørelse. Demografien har fordelt sig som afbilledet i diagrammerne.

Alder

Overordnet set er der en god aldersmæssig spredning blandt undersøgelsens respondenter, dog flest i alderen 21-50 år (66 %). I 2016-undersøgelsen var dette tal 69 %.

I forhold til 2016-undersøgelsen er der færre respondenter i alderen Under 18-40 år (41 % mod 50 % i 2016) og flere respondenter i alderen 41+ år (58 % mod 50 % i 2016).

Aldersmæssig spredning for alle respondenter



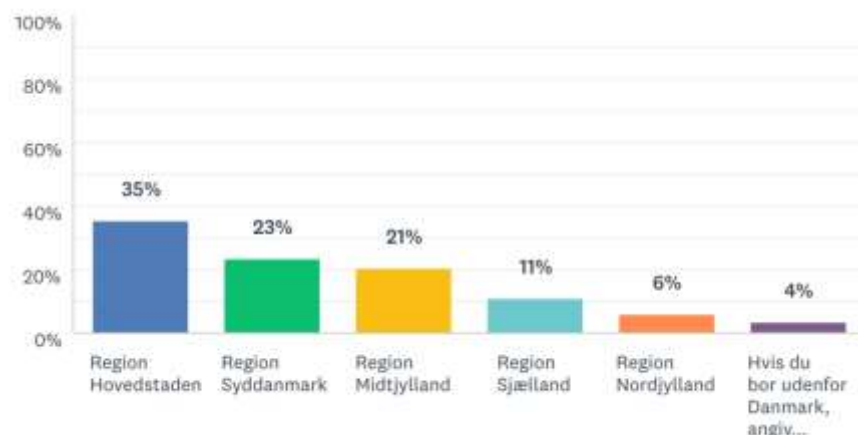
Der er 1 respondent "Under 18" og 1 respondent i alderen "81-90 år", som ikke kan ses afbildet her på grund af afrundede procenttal.

Geografisk placering

Geografisk kommer respondenterne især fra Region Hovedstaden (35 %), derefter fra Region Syddanmark (23 %) og Region Midtjylland (21 %). Fordelingen svarer godt til forestillingen om, at døve bor i de såkaldte "døvebyer", primært København, Odense, Nyborg, Fredericia og Aarhus.

"Andet" dækker primært respondenter bosiddende i andre nordiske lande, primært Sverige. Stort set samme fordeling som i 2016-undersøgelsen.

Geografisk placering for alle respondenter

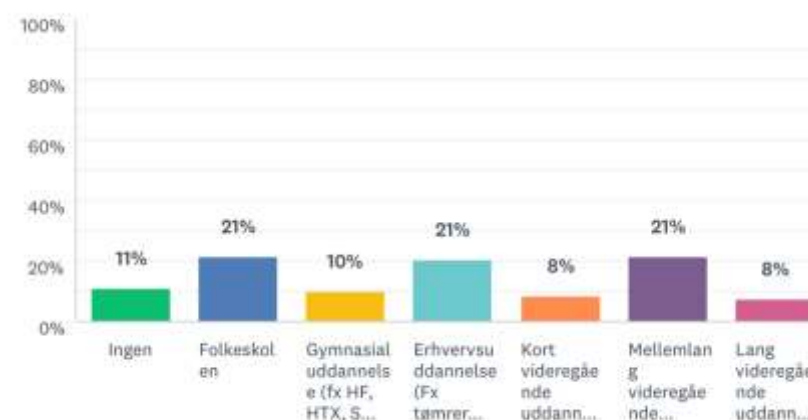


Højest opnåede uddannelsesniveau

Hovedparten af respondenterne (58 %) har en uddannelse udover folkeskole/gymnasialt niveau, heraf har 29 % en erhvervsuddannelse eller kort videregående uddannelse, mens 29 % har en mellemlang eller lang videregående uddannelse.

11 % af respondenterne har ingen uddannelse og 21 % har alene folkeskolens afgangseksamen.

Højest opnåede uddannelsesniveau for alle respondenter



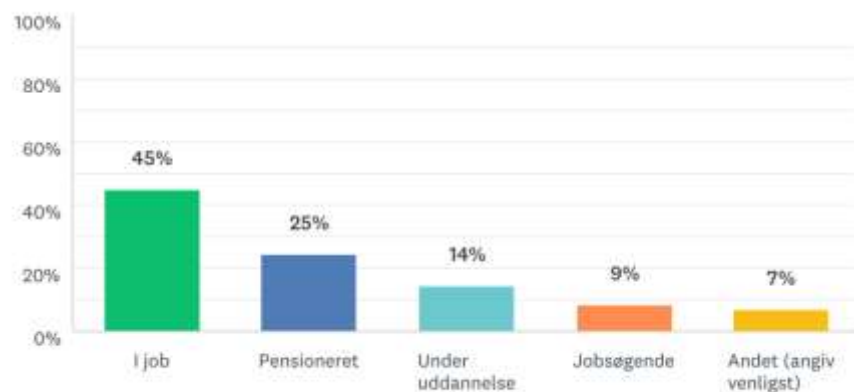
- Ingen
- Folkeskolen
- Gymnasial uddannelse (f.eks. HF, HTX, STX, HHX)
- Erhvervsuddannelse (f.eks. tømrer, murer, bager, SOSU)
- Kort videregående uddannelse (F.eks. Multimediedesigner, finansøkonom, tandplejer)
- Mellemlang videregående uddannelse (F.eks. lærer, pædagog, bioanalytiker, ergo-/fysioterapeut)
- Lang videregående uddannelse (med titler BA eller B.Sc. eller højere grader)

Beskæftigelse

Størstedelen af undersøgelsens respondenter arbejder til hverdag (45 %). Dernæst er de især pensionerede (25 %) – en stigning på 7 % i forhold til 2016-undersøgelsen - eller under uddannelse (14 %).

Under "andet" (7 %) er der bl.a. noteret "førtidspension", "efterløn", "praktik", "kontanthjælp" og "sygemeldt".

Beskæftigelse for alle respondenter

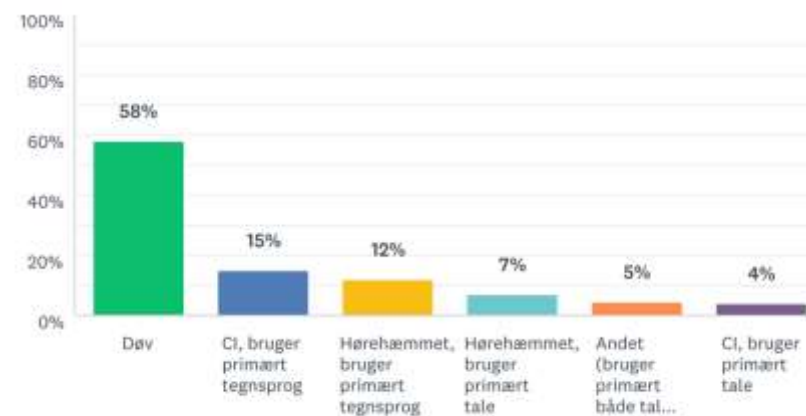


Hørelse

Overordnet set betegner respondenterne sig selv som døve (58 %), døve med CI (19 %) og hørehæmmede (19 %). Andet (5 %) dækker primært over CI eller hørehæmmede som bruger både tale og tegnsprog.

I alt 85 % kan betragtes som primære tegnsprogbrugere. Denne gruppe hører til Døvefilms brede målgruppe.

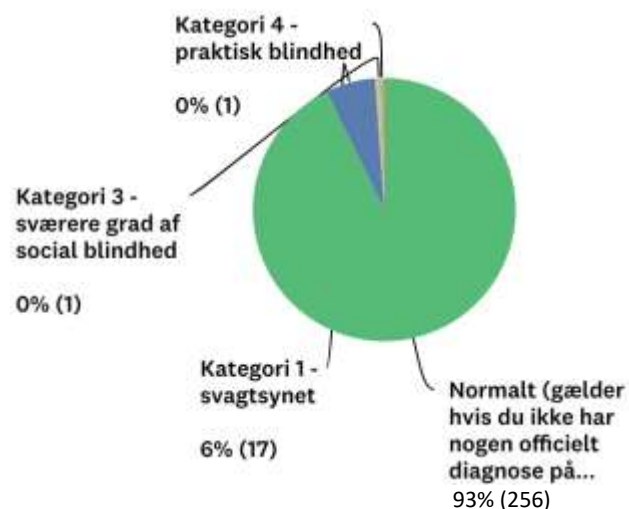
Hørelsen for alle respondenter



Syn

93 % af respondenterne betegner sig som havende normalt syn.
6 % af undersøgelsens respondenter betegner sig selv som svagtseende, social blinde eller praktisk blinde.

Synet for alle respondenter



Demografisk ligger undersøgelsens respondenter meget tæt på den demografiske profil i 2016-undersøgelsen med undtagelse af de nævnte væsentlige afvigelser, såsom lidt flere respondenter over 40 år og 7 % flere pensionerede.

Hvis den demografiske profil i denne undersøgelse skal ses i forhold til Døvefilms målgruppe af tegnsprogsbrugere, er der 85 % af respondenterne, som primært bruger tegnsprog (døve, CI og hørehæmmede).

Aldersmæssigt er tegnsprogsbrugerne fordelt som gennemsnittet.

Medievaner

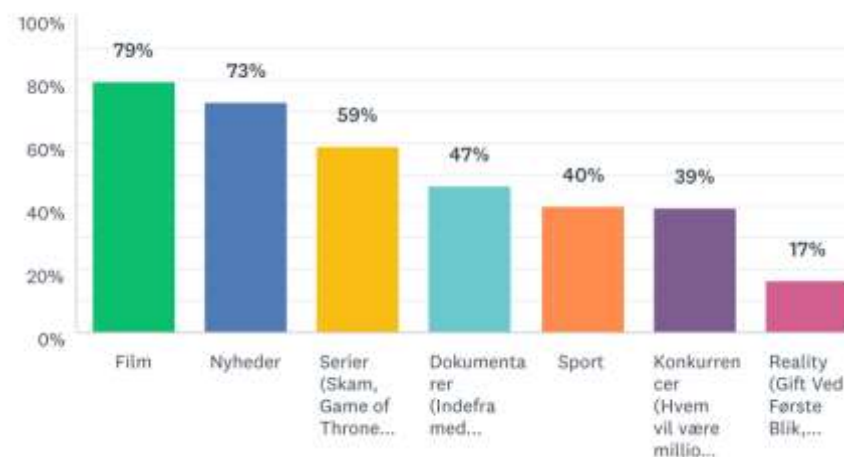
277 respondenter har svaret på dette spørgsmål

Formålet med disse spørgsmål er ud fra besvarelserne at kunne sige noget om respondenternes medieforbrug, hvilke medieplatforme de benytter mest og hvor de primært får deres nyheder og informationer fra.

Hvad ser du generelt? (sæt gerne flere krydser)

De fleste af respondenterne (79 %) ser film generelt, dernæst kommer nyheder med 73 %. Der er flere respondenter, der generelt ser serier og dokumentarprogrammer end dem der ser sport og reality-tv.

Generelle seervaner for alle respondenter



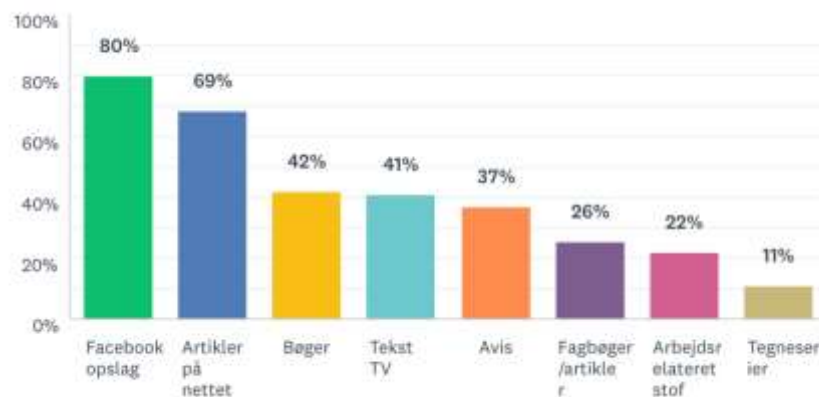
Hvad læser du typisk? (sæt gerne flere krydser)

Med dette spørgsmål er formålet ud fra besvarelserne at kunne sige noget om respondenternes læselyst og dermed eventuelt deres læseevne – og dermed også, hvor de får deres informationer fra.

80 % læser typisk opslag på Facebook og 69 % læser artikler på nettet. Det kan sige noget om, at størstedelen af de adspurgte i denne undersøgelse kan begå sig på de sociale medier og navigere på internettet.

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.

Typiske læsevaner for alle respondenter



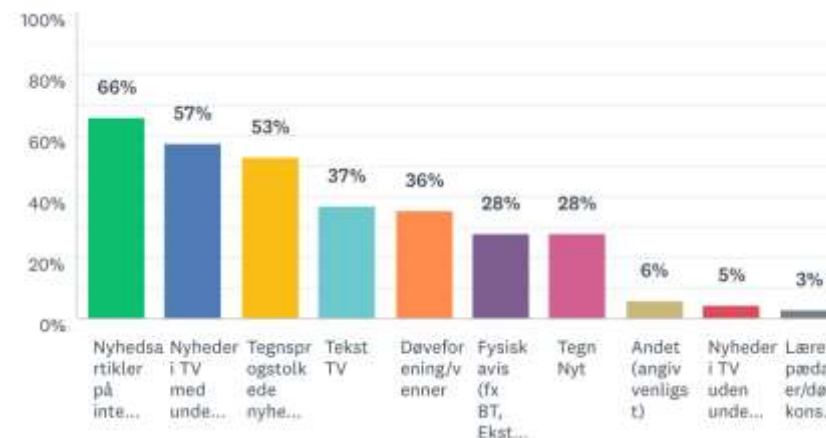
Hvor får du primært dine nyheder (informationer) fra?

Den største kilde til nyheder og informationer er nyhedsartikler fra nettet (66 %), dernæst Nyheder i TV med undertekster (57 %) og Tegnsprogstolkede nyheder på Tegnsprogskanalen (53 %). 28 % får nyheder fra DR Ligetil – TEGN Nyt.

I kategorien "Andet" (6 %) nævnes primært Facebook som nyhedskilde, men også nære venner og kontaktperson. Det kunne have været interessant for Døvefilm at vide i dette spørgsmål, hvor mange der primært får deres nyheder/informationer via Facebook.

36 % får primært deres nyheder og informationer fra døveforeninger og venner.

Primære nyheds- og informationskilder for alle respondenter

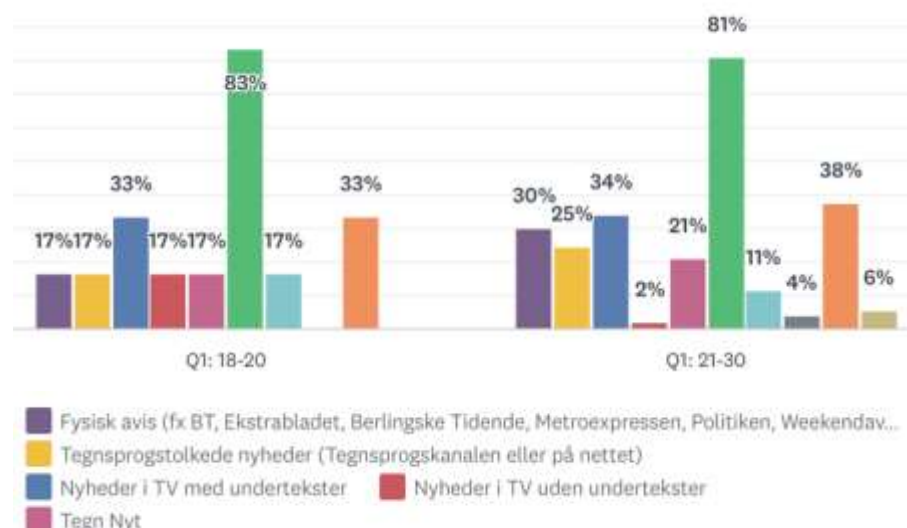


Aldersmæssigt er der en tendens til, at det yngre segment (18-30 år) primært får deres nyheder/informationer fra nyhedsartikler på nettet. Som sagt ved vi ikke om dette inkluderer nyheder delt via Facebook. Denne aldersgruppe ligger langt over gennemsnittet ift. at få informationer fra nettet (over 80 % mod 66 %).

Den midterste aldersgruppe (31-50 år) ligger tættere på gennemsnittet for alle respondenter, dog med en lidt større tendens til at se tegnsproglige nyheder.

Det ældre segment (51-80 år) bruger primært nyheder i TV med undertekster og tegnsproglige nyheder samt tekst-tv. De ældste i gruppen benytter sig også af at få nyheder fra fysiske aviser – ikke så overraskende, da det har været det nyhedsmedie, de er vokset op med – sammen med tekst-TV. Det ældre segment er dog rimelig godt med i forhold til at få deres nyheder fra nettet, ca. 55 % i gennemsnit for denne gruppe.

Primære nyheds- og informationskilder for alle respondenter fordelt efter alder

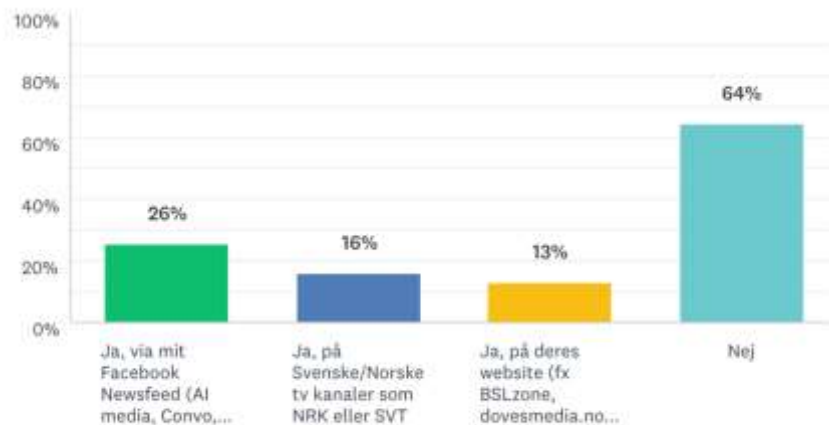


Ser du udenlandsk tegnsprogs-tv?

Ca. 36 % af alle respondenterne ser udenlandsk tegnsprogs-tv. I forhold til 2016-undersøgelsen er det en stigning på ca. 10 %, da kun 26 % dengang svarede *ja* og 74 % svarede *nej* til samme spørgsmål.

Flest ser udenlandsk tegnsprog via Facebook, lidt færre på svenske/norske tv-kanaler eller internationale hjemmesider.

Seere af udenlandsk tegnsprogs-tv for alle respondenter



SVARVALG	BESVARELSER
Ja, via mit Facebook Newsfeed (AI media, Convo, Yonma mm.)	26% 71
Ja, på Svenske/Norske tv kanaler som NRK eller SVT	16% 44
Ja, på deres website (fx BSLzone, dovesmedia.no, ideafnews.com, H3.com mm.)	13% 36
Nej	64% 178
Respondenter i alt: 277	

Der er ikke taget højde for at undersøge hvilke specifikke lande, der leverer indslagene.

Tidens Tegn

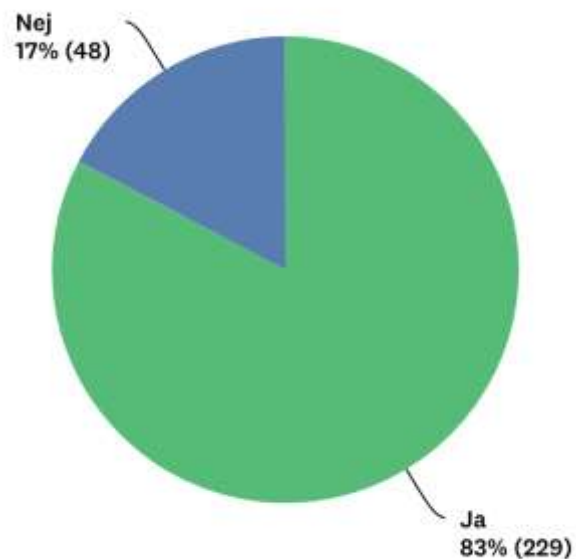
277 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Her undersøges der, hvem der ser Tidens Tegn, hvor ofte de ser det og hvor de helst ser det samt om de ser hele programmet eller selv vælger historier ud efter interesse.

Ser du Tidens Tegn?

83 % af alle respondenterne siger *ja* til, at de ser Tidens Tegn.
17 % siger *nej* til, at de ser Tidens Tegn.

Seere af Tidens Tegn for alle respondenter

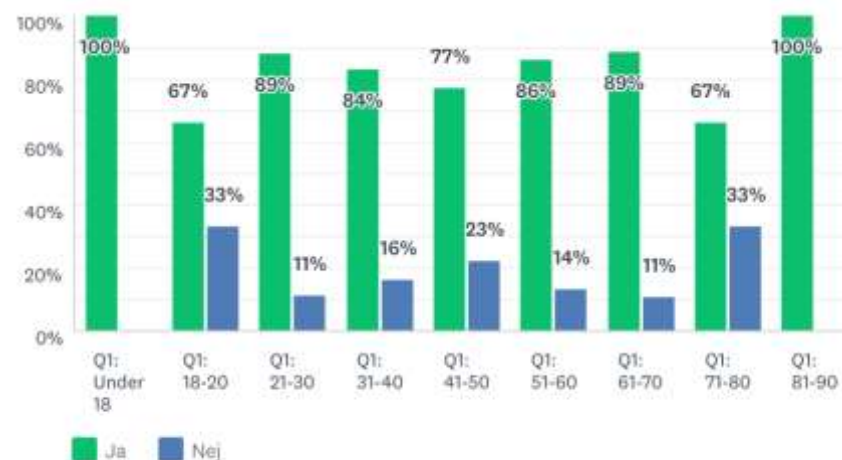


Aldersmæssigt ligger fordelingen som afbildet i diagrammet herunder.

Der ses bort fra "Under 18" og "81-90 år", fordi de kun har 1 respondent hver og derfor ikke giver et statistisk validt svar på dette spørgsmål.

Der er flest seere af Tidens Tegn i aldersgrupperne 21-40 år og i 51-70 år og færrest i aldersgrupperne 18-20 år og 71-80 år, men generelt har Tidens Tegn en høj seerrate på tværs af alle aldersgrupper.

Seere af Tidens Tegn fordelt på alder for alle respondenter



Hvor ser du helst Tidens Tegn?

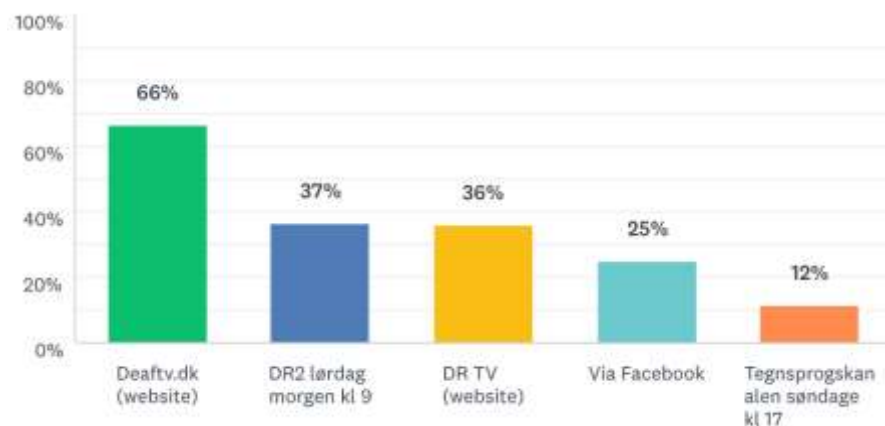
Blandt de respondenter, som ser Tidens Tegn, er det meget populært at se eller gense Tidens Tegn programmer på Døvefilms egen hjemmeside. 66 % foretrækker dette.

Antallet af de adspurgte som bruger DR TV's hjemmeside, er væsentligt lavere, kun 36 %. Til gengæld er det værd at lægge mærke til, at antallet af respondenter, der ser Tidens Tegn på DR2 om lørdagen, også kun ligger på 36 %.

Der er et mindretal af respondenterne (12 %), der ser Tidens Tegn på Tegnsprogskanalen om søndagen kl. 17.

Alligevel giver det et billede af den stigende efterspørgsel og det øgede forbrug af digital formidling ud over TV.

Hvor alle respondenter ser Tidens Tegn



Her er det værd at huske, at denne undersøgelse udelukkende har indhentet svar digitalt, og at seere, der ser Tidens Tegn lørdag morgen/søndag eftermiddag måske ikke har haft mulighed for at gå på nettet og svare på undersøgelsen.

Det fremgår ikke ud fra dette spørgsmål, hvor mange der udelukkende ser Tidens Tegn på TV eller på nettet. Det kunne være relevant at tilføje et ekstra spørgsmål, som giver Døvefilm mulighed for at se, om respondenterne udelukkende ser Tidens Tegn på nettet eller i tv'et – eller om de anvender begge muligheder og i hvilket omfang.

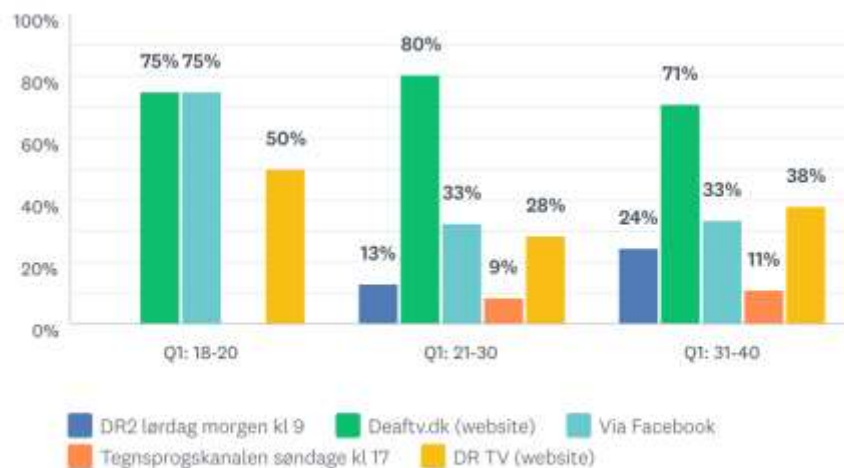
I 2016-undersøgelsen blev der svaret på "Hvornår ser du typisk Tidens Tegn?" og her så over halvdelen af respondenterne Tidens Tegn på Døvefilms egen hjemmeside, ca. 1/4 så Tidens Tegn lørdag morgen på DR2 og 15 % så det på DR's hjemmeside.

Tallene kan dog ikke sammenlignes direkte med dette spørgsmål, da respondenterne i år havde mulighed for at sætte flere krydser ved dette spørgsmål, hvilket de ikke havde i 2016. Desuden er Facebook en ny svarmulighed.

Dog viser der sig samme tendens, som undersøgelsen i 2016 også slog fast – at størstedelen af respondenterne ser Tidens Tegn på Døvefilms egen hjemmeside.

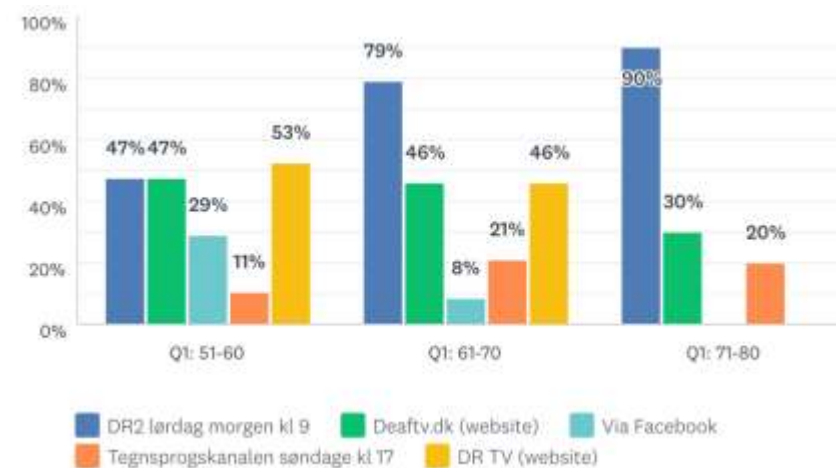
Det yngre segment (18-40 år) ser primært Tidens Tegn på nettet, enten på Døvefilms egen hjemmeside, via Facebook eller på DR TV's hjemmeside.

Hvor det yngre segment af alle respondenter ser Tidens Tegn



Det ældre segment (51-80 år) ser primært Tidens Tegn på DR2 lørdag morgen – jo ældre respondenter er, desto højere er andelen af seere – og i mindre grad end det yngre segment ser de Tidens Tegn på Døvefilms egen hjemmeside.

Hvor det ældre segment af alle respondenter ser Tidens Tegn



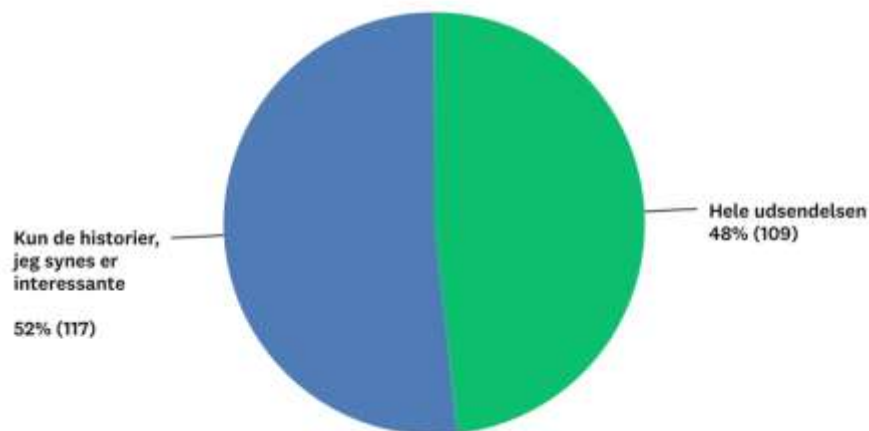
Hvor meget af Tidens Tegn ser du?

I forhold til hvor meget af respondenterne ser Tidens Tegn, så er det meget jævnt fordelt mellem at se *hele udsendelsen* (48 %) og at se *kun de historier, jeg synes er interessante* (52 %).

Sammenlignet med rapporten fra 2016 ligner resultaterne meget hinanden.

Dengang var der 46 %, der så hele udsendelsen og 54 %, der kun så historier, der interesserede dem.

Hvor meget af Tidens Tegn ser alle respondenter



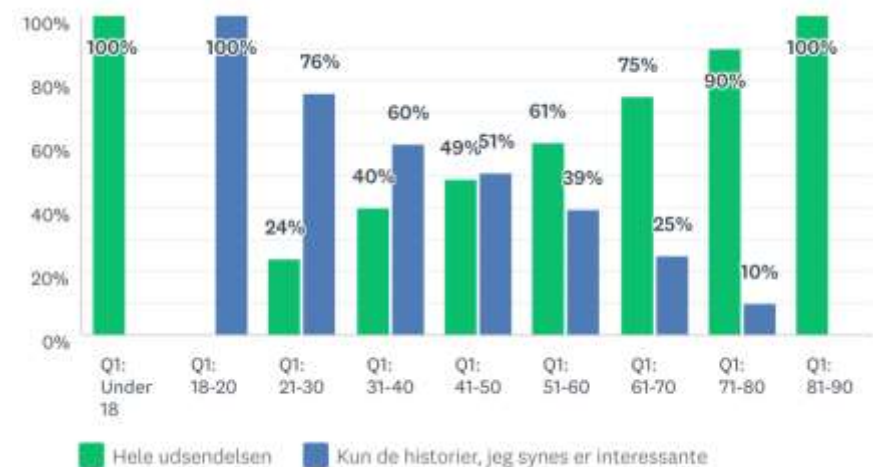
Det er efterhånden blevet meget almindeligt at se film, serier, programmer og tv på nettet "on demand" fremfor traditionelt "flow-tv" med fastlagte tider for udsendelserne.

Flere mennesker i dag ser fordelen i selv at kunne vælge, hvad de vil se og hvornår de vil se det.

Fordelingen i forhold til alder viser en klar tendens til, at de yngre seere vælger målrettet, hvad de vil se.

Jo ældre seere er, jo højere bliver andelen af hvor mange, der ser hele udsendelsen.

Det stemmer overens med analysen af aldersfordelingen på spørgsmålet "Hvor ser du helst Tidens Tegn?", hvor de unge primært så Tidens Tegn på Døvefilms egen hjemmeside og nettet generelt og de ældre primært så det på DR2 lørdag morgen.



Der ses bort fra "Under 18" og "81-90 år", fordi de kun har 1 respondent hver og derfor ikke giver et statistisk validt svar på dette spørgsmål.

Hvor ofte ser du Tidens Tegn?

Lidt over halvdelen af respondenterne (53 %) ser Tidens Tegn *hver uge* og 37 % ser det *1-3 gange om måneden*.

Det svarer til, at hele 90 % af respondenterne ser Tidens Tegn regelmæssigt. Det vidner om en trofast seerskare.

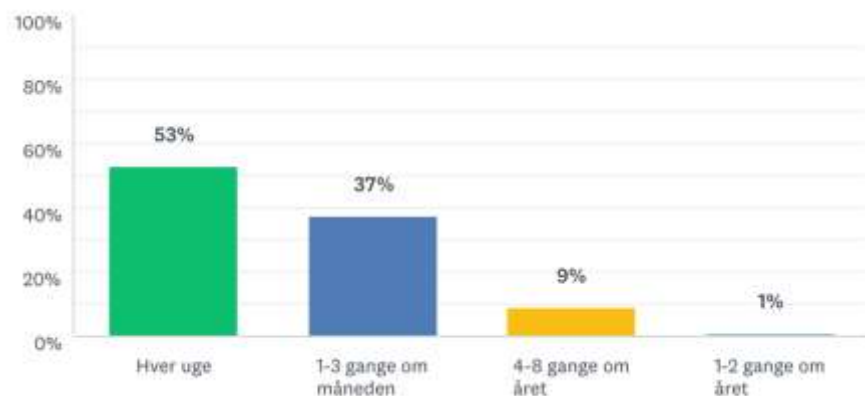
Kun 1/10 ser Tidens Tegn fra 1-8 gange om året.

Sammenlignet med 2016-undersøgelsen er der sket en stigning i forhold til, hvor mange der ser Tidens Tegn hver uge. I 2016 var det 48 % sammenlignet med 53 % i denne undersøgelse.

Til gengæld er andelen af dem, der ser Tidens Tegn mellem *1-3 gange om måneden* faldet fra 45 % i 2016 til 37 % i denne undersøgelse.

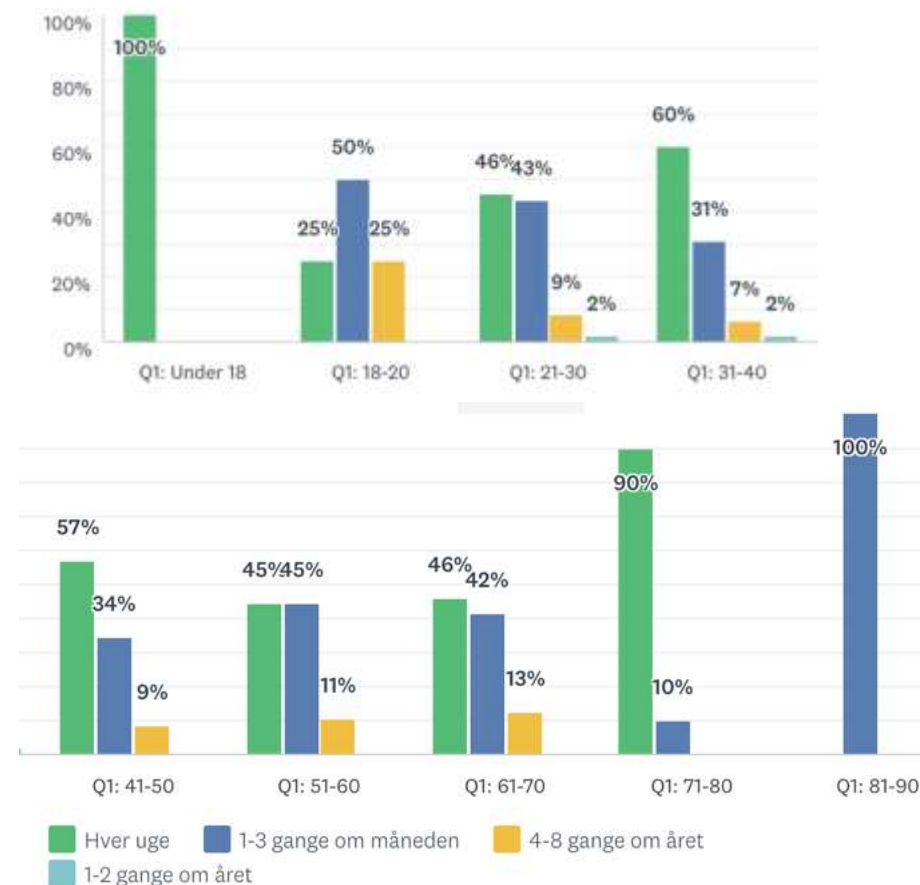
Sammenlagt er seere der ser Tidens Tegn hver måned gået en lille smule ned – 93 % i 2016 mod 90 % i denne undersøgelse. Men da andelen der ser Tidens Tegn hver uge er steget, må udviklingen betragtes som tilfredsstillende.

Hvor ofte alle respondenter ser Tidens Tegn



Aldersmæssigt ses fordelingen i diagrammet herunder.

De mest trofaste ugentlige seere er de 31-50-årige (46-60 %) og de 71-80-årige (90 %). Der er dog en generel tendens til at se Tidens Tegn jævnligt (pr. måned) i alle aldersgrupper. Kun de helt unge har en højere grad af frafald – dette følger alle internationale tendenser.



Der ses bort fra "Under 18" og "81-90 år", fordi de kun har 1 respondent hver og derfor ikke giver et statistisk validt svar på dette spørgsmål

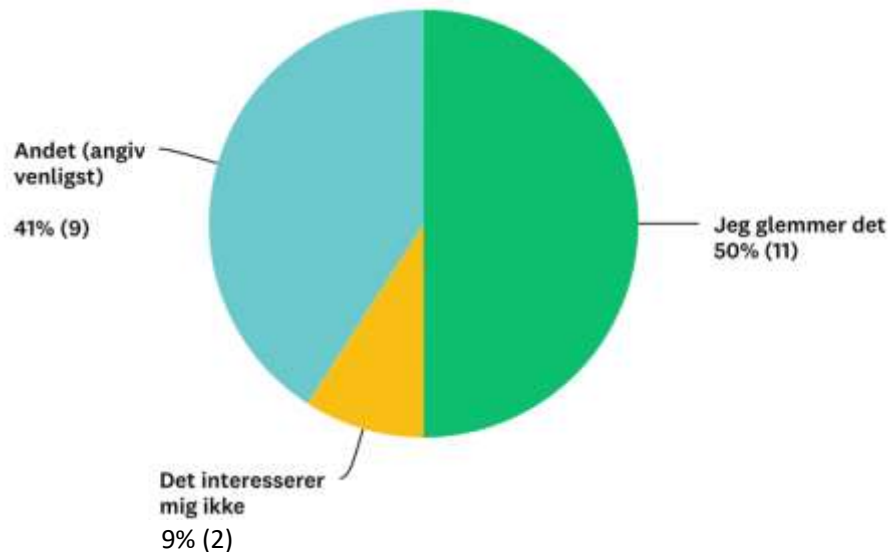
Hvorfor ser du ikke Tidens Tegn oftere?

Af de 22 respondenter der svarede, at de kun så Tidens Tegn 1-8 gang om året, angiver halvdelen at *jeg glemmer det* som grunden til, at de ikke ser Tidens Tegn oftere.

9 % siger, at det ikke interesserer dem.

41 % angiver en anden grund.

Hvorfor alle respondenter ikke ser Tidens Tegn oftere



Der blev givet følgende kommentarer under "Andet":

- *Manglende spændende indhold - døves høretab og unge med CIs oplevelser eller nyheder i verden. Ikke kun i Danmark.*
- *Programmernes indhold svinger rigtig meget. Nogle gange rammer det min interesse. Andre gange gør det ikke. Det er som hele ugens DR på en enkelt time hvilket er urimelige forhold for Døvefilm.*
- *Oftest er det fordi det ikke interesserer mig. Jeg ser typisk kun disse, som interesserer mig. - Jeg er heller ikke godt til at være aktivt og tjekker det ud. - Ofte synes jeg også, at det er hurtigere at læse en artikel end at se den på tegnsprog - når der både artiklen og tegnsprog-videoen er til rådighed.*
- *Mange af udsendelserne er kedelige.*
- *Har arb og børn at passe*
- *Prioritering*
- *Glemmer det ikke som sådan, men ser bare så meget andet også*

Konklusionen er, at grundene til at de sjældent ser Tidens Tegn er manglende prioritering af tid, at de glemmer det eller at indholdet ikke er interessant nok for den enkelte seer.

Tidens Tegn historier

Følgende afsnit vil omhandle specifikke historier fra Tidens Tegn. Disse historier har emner af samfundsmæssig karakter, om demokrati og deltagelse og om døvesamfundet.

Der vil blive undersøgt om seerne var tilfredse med dækningen i historien og om deres udbytte af historien - om de opnåede en større viden eller forståelse for emnet.

Besvarelsenerne er afgivet på en skala fra 1-10, hvor 1 er *meget dårlig* og 10 er *meget god* ved vurderingen af dækningen og hvor 1 er *nej, slet ikke* og 10 er *ja, jeg fik meget større viden* ved vurderingen om respondenterne fik større viden for emnet i indslaget.

Man bør huske på, at når respondenter skal afgive et svar på en skala fra 1-10, vil det altid være subjektivt ladet. Det kan være svært at få respondenterne til at krydse af i "slet ikke", fordi det er et yderpunkt i den negative retning i forhold til vurderingen af dem selv og deres egen forståelse og viden.

Ca. 77 % af alle respondenter har i gennemsnit svaret på spørgsmålene om Tidens Tegn historier, men der er en tendens til at tabe nogle af respondenterne undervejs i spørgsmålene. Sidste spørgsmål ligger på en svarprocent på ca. 54 %.

Næste gang kan det være værd at huske ikke at have for mange af de samme slags spørgsmål i træk, da det har en tendens til at få folk til at springe nogle af dem over.

Samfundsmæssige historier

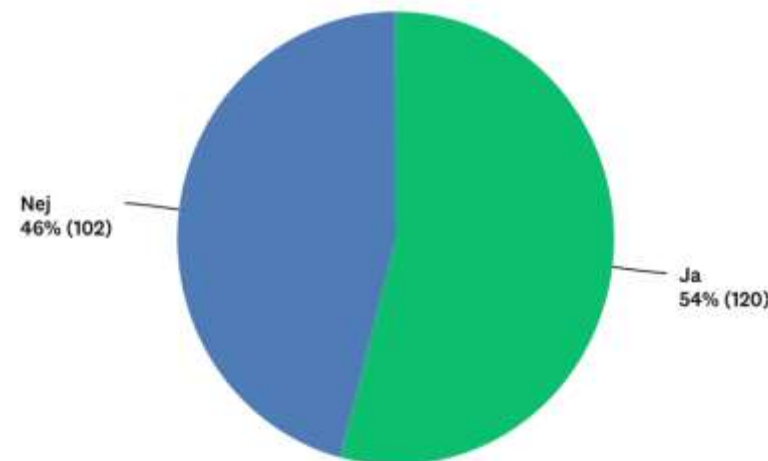
Asyldebatten

222 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 80 % af alle respondenter.

Har du set udsendelsen om asyldebatten?

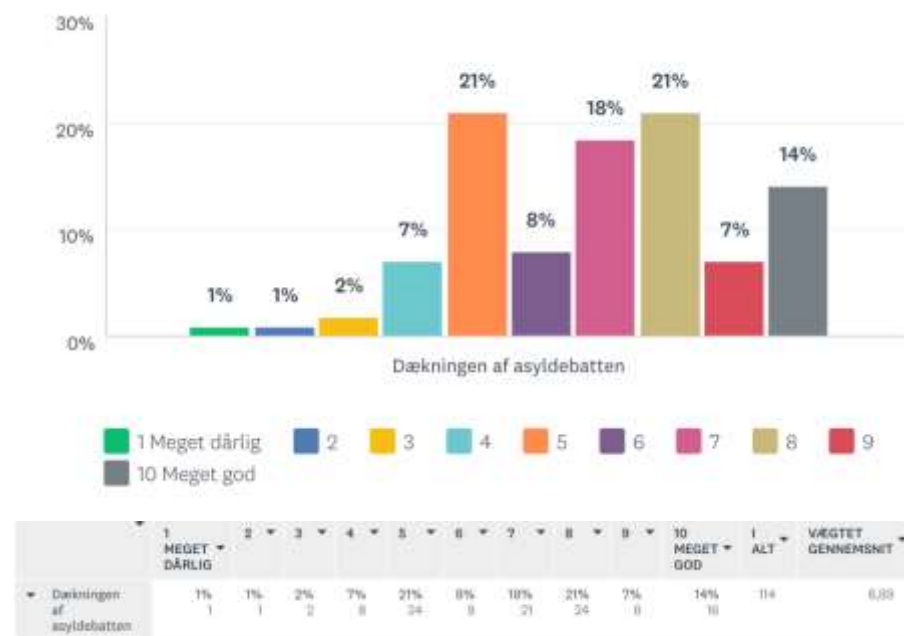
Godt halvdelen (54 %) af respondenterne har set udsendelsen om asyldebatten.



Hvordan var dækningen af asyldebatten?

Tilfredsheden med dækningen har et vægtet gennemsnit på 6,89.

- 42 % fandt dækningen god (8-10), heraf fandt 14 % dækningen *meget god*.
- 47 % fandt dækningen middel eller over middel (5-7).
- 11 % fandt dækningen dårlig eller under middel (1-4), heraf fandt 1 % dækningen *meget dårlig*.



Fik du større viden om asyldebatten?

Udbyttet af historien har et vægtet gennemsnit på 6,33.

- 41 % fik større viden (8-10), heraf svarede 18 % *ja, fik meget større viden*.
- 37 % fik nogen større viden (5-7).
- 24 % fik ingen eller under middel større viden (1-4), heraf fandt 9 % at de *slet ikke* fik større viden.



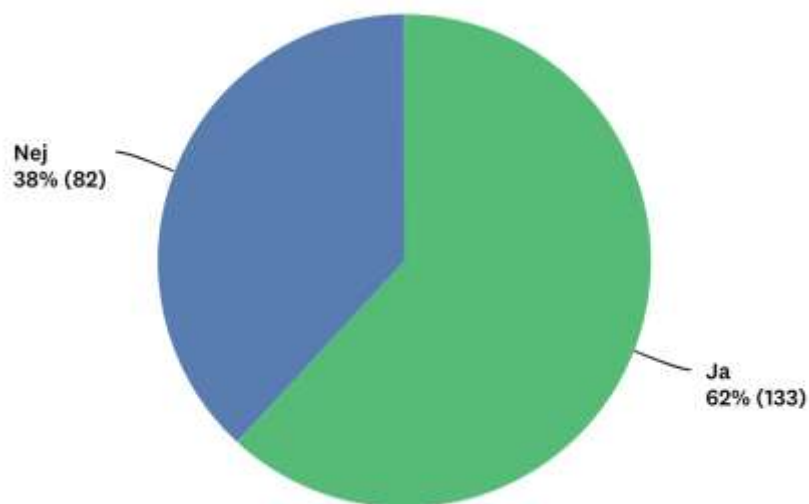
Trepartsforhandlingerne

215 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 77 % af alle respondenter.

Har du set udsendelsen om trepartsforhandlingerne?

Knap 2/3 af respondenterne (62 %) af respondenterne har set udsendelsen om trepartsforhandlingerne.



Hvordan var dækningen af trepartsforhandlingerne og konflikten mellem arbejdstagere og arbejdsgivere?

129 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Tilfredsheden med dækningen har et vægtet gennemsnit på 7,54.

- 55 % fandt dækningen god (8-10), heraf fandt 22 % dækningen *meget god*.
- 40 % fandt dækningen middel eller over middel (5-7).
- 6 % fandt dækningen dårlig eller under middel (1-4), heraf fandt 1 % dækningen *meget dårlig*.



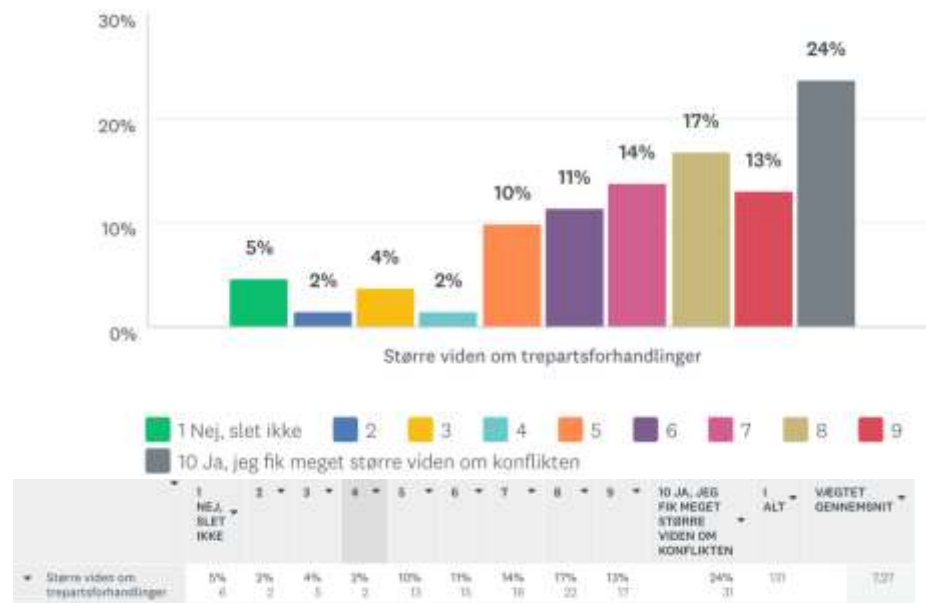
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	ALT	VÆGTET GENNEMSNIT
Dækningen af trepartsforhandling	1%	0%	0%	5%	14%	12%	14%	19%	14%	22%	109	7,54

Fik du større viden om trepartsforhandlinger og den truende strejke og lockout?

131 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Udbyttet af historien har et vægtet gennemsnit på 7,27.

- 54 % fik større viden (8-10), heraf svarede 24 % *ja, fik meget større viden*.
- 35 % fik nogen større viden (5-7).
- 13 % fik ingen eller under middel større viden (1-4), heraf fandt 5 %, at de *slet ikke* fik større viden.



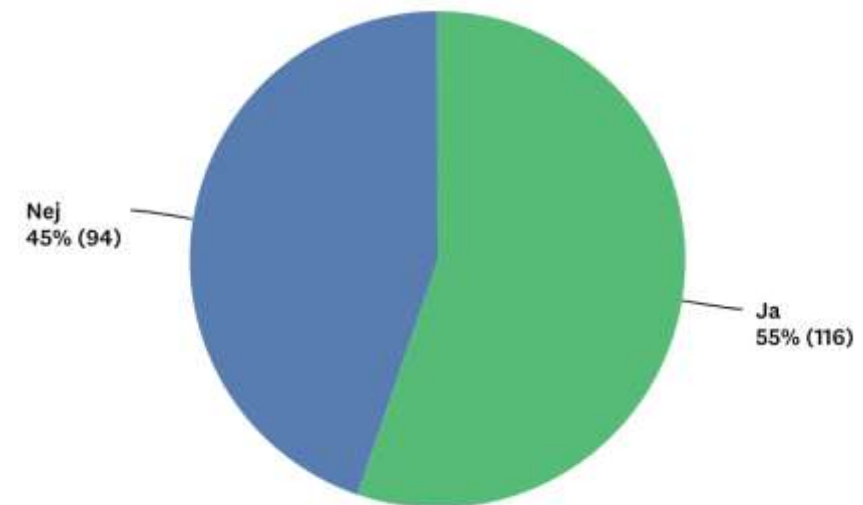
Medieaftalen

210 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 76 % af alle respondenter.

Har du set udsendelsen om regeringens medieaftale?

Godt halvdelen af respondenterne (55 %) af respondenterne har set udsendelsen om regeringens medieaftale.

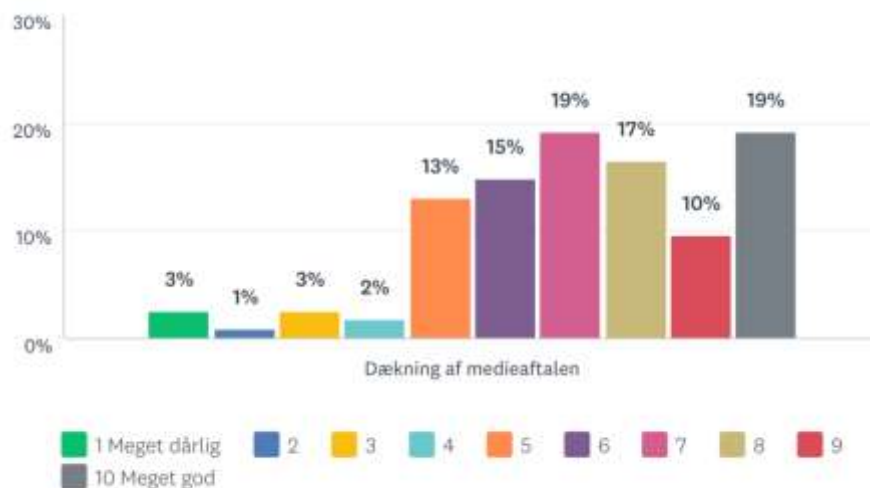


Hvordan var dækningen af regeringens forslag til medieaftalen?

115 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Tilfredsheden med dækningen har et vægtet gennemsnit på 7,17.

- 46 % fandt dækningen god (8-10), heraf fandt 19 % dækningen *meget god*.
- 47 % fandt dækningen middel eller over middel (5-7).
- 9 % fandt dækningen dårlig eller under middel (1-4), heraf fandt 3 % dækningen *meget dårlig*.



	1 MEGET DÅRLIG	2	3	4	5	6	7	8	9	10 MEGET GOD	1 ALT	VÆGTET GENNEMSNIT
* Dækning af medieaftalen	3%	1%	3%	2%	13%	15%	19%	17%	10%	19%	115	7,17
	3	1	3	2	13	15	19	17	10	19		

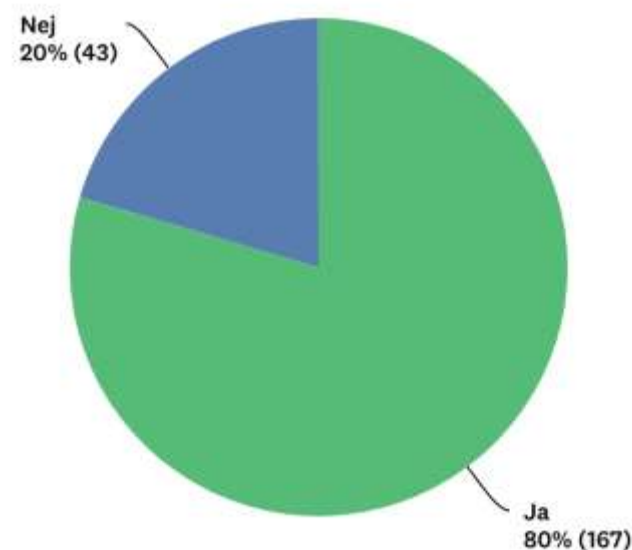
Benjamin Backstage

210 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 76 % af alle respondenter.

Har du set Benjamin Backstage?

Størstedelen af respondenterne (80 %) har set udsendelserne om Benjamin Backstage.

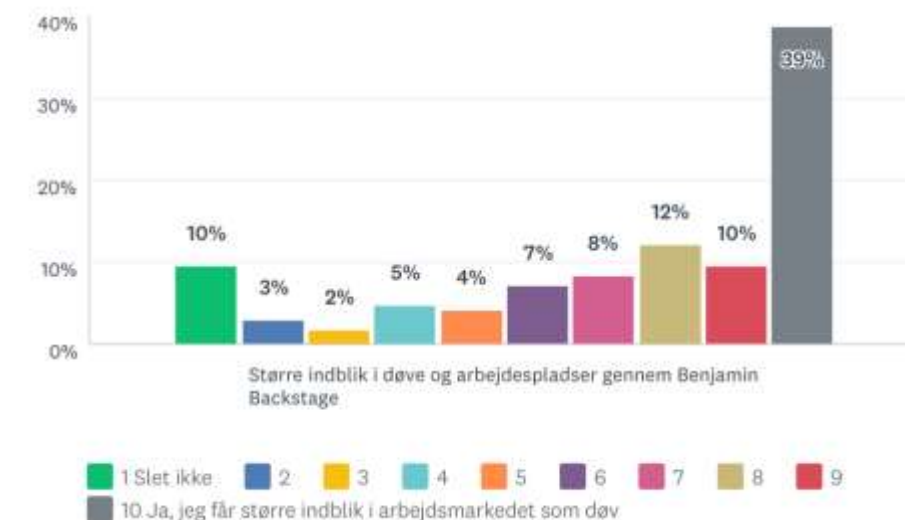


Fik du større indblik i døve og arbejdspladser gennem Benjamin Backstage?

165 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Udbyttet af historierne har et vægtet gennemsnit på 7,37.

- 61 % fik større viden (8-10), heraf svarede 39 % ja, fik meget større viden.
- 19 % fik nogen større viden (5-7).
- 15 % fik ingen eller under middel større viden (1-4), heraf fandt 10 %, at de slet ikke fik større viden.



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	I ALT	VÆGTET GENNEMSNI
Større indblik i døve og arbejdspladser gennem Benjamin Backstage	10%	3%	2%	5%	4%	7%	8%	12%	10%	39%	165	7,37

Demokrati og deltagelse

Et af Døvefilms formål er at informere og holde døve opdateret om Danmarks demokrati – f.eks. når der er valg

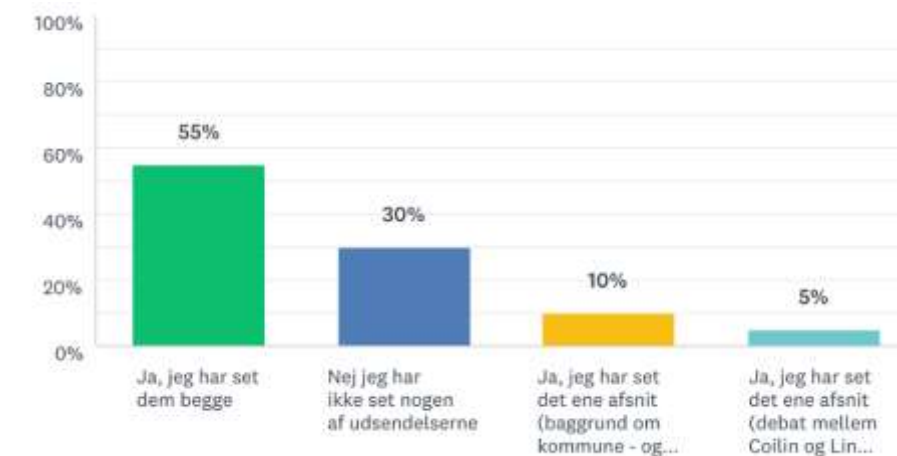
Kommune- og regionsvalget 2017

160 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 58 % af alle respondenter.

Har du set udsendelserne om kommune og regionsvalget?

70 % af respondenterne har set én eller begge udsendelser om kommune- og regionsvalget.



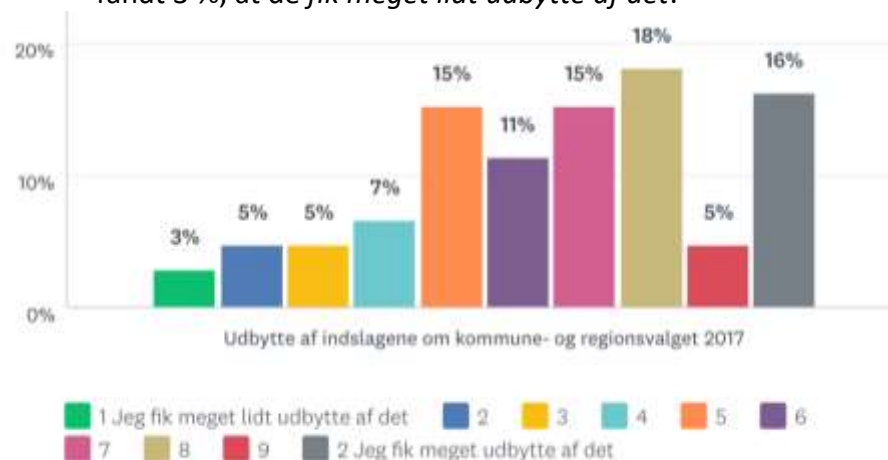
SVARVALG	BESVARELSE
Ja, jeg har set dem begge	55% 88
Nej jeg har ikke set nogen af udsendelserne	30% 48
Ja, jeg har set det ene afsnit (baggrund om kommune- og regionsvalg fortalt af Maja)	10% 16
Ja, jeg har set det ene afsnit (debat mellem Colin og Line og vælgermøde i døveforeningen af 1886)	5% 8
I ALT	160

Hvor stort var dit udbytte af indslagene om kommune- og regionsvalget 2017?

105 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Udbyttet af indslagene har et vægtet gennemsnit på 6,54.

- 39 % fik udbytte af det (8-10), heraf svarede 16 % *ja, fik meget udbytte af det*.
- 41 % fik middel eller over middel udbytte (5-7).
- 20 % fik ingen eller under middel udbytte af det (1-4), heraf fandt 3 %, at de *fik meget lidt udbytte af det*.



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	ALT	VÆGTET GENNEMSNI
Udbytte af indslagene om kommune- og regionsvalget 2017	3%	5%	5%	7%	15%	11%	15%	18%	5%	16%	105	6,54

Hvordan synes du, at værtens forklaring/beskrivelse af det forestående kommunal- og regionsvalg var?

106 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Tilfredsheden med værtens forklaring har et vægtet gennemsnit på 7,40.

- 53 % fandt værtens forklaring god (8-10), heraf fandt 26 % værtens forklaring *meget god*.
- 37 % fandt værtens forklaring middel eller over middel (5-7).
- 9 % fandt dækningen dårlig eller under middel (1-4), men ingen fandt værtens forklaring *meget dårlig*.



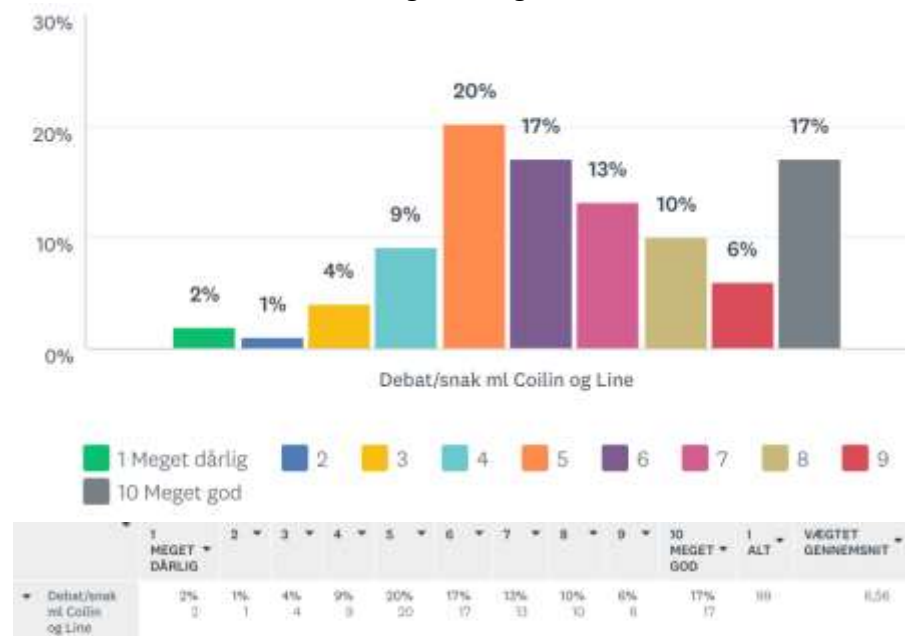
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	ALT	VÆGTET GENNEMSNI
Værtens forklaring af valget	0%	1%	2%	6%	19%	9%	9%	18%	9%	26%	106	7,40

Hvad synes du om debatten/snakken mellem Coilin og Line?

99 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Tilfredsheden med debatten har et vægtet gennemsnit på 6,56.

- 33 % fandt debatten god (8-10), heraf fandt 17 % debatten *meget god*.
- 50 % fandt debatten middel eller over middel (5-7).
- 16 % fandt debatten dårlig eller under middel (1-4), heraf fandt 2 % debatten *meget dårlig*.

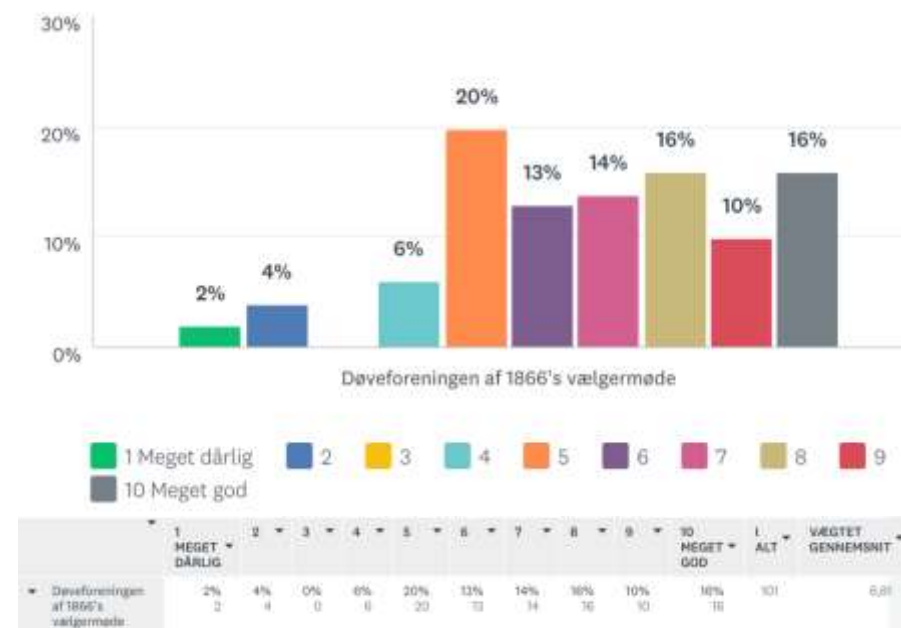


Hvad synes du om indslaget af Døveforeningen af 1866's vælgermøde?

101 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Tilfredsheden med indslaget har et vægtet gennemsnit på 6,81.

- 42 % fandt indslaget godt (8-10), heraf fandt 16 % det *meget god*.
- 47 % fandt indslaget middel eller over middel (5-7).
- 12 % fandt indslaget dårlig eller under middel (1-4), heraf fandt 2 % indslaget *meget dårlig*.



Hvad kan gøres anderledes til det næste folketingsvalg i 2019?

44 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Følgende kommentarer til dette spørgsmål er dominerende og kan evt. bruges til idéudvikling af dækningen af folketingsvalget i 2019:

- *En præsentation af dem man kan stemme på og deres kerneområder, evt. hvad det kan betyde for døve...*
- *Mere stof på. Flere skrappe vinkler.*
- *Fokus på mærkesager som er vigtig for døvesamfundet.*
- *Brug live optagelser Lav en sjov udsendelse om konsekvenser ved at være sofavælger og at stemme*
- *Ikke kun i kbh. Jylland og Fyn kan være med i folketingsvalg (kommentar fra usikker læser)*
- *Tolk på når der er val, på tv debatterne var uden tolk (kommentar fra usikker læser)*
- *Mere i web side, facebook side pga se hverdage med mobil*
- *Forsæt som nu*

Det kan med fordel overvejes, om dækningen af næste folketingsvalg skal være rundt om i landet. På den måde vil flere af Døvefilms seere føle sig inkluderet og set, når det ikke kun handler om Hovedstaden.

Døvesamfundet

Døvefilm sørger for at være til stede ved større begivenheder i døveverdenen.

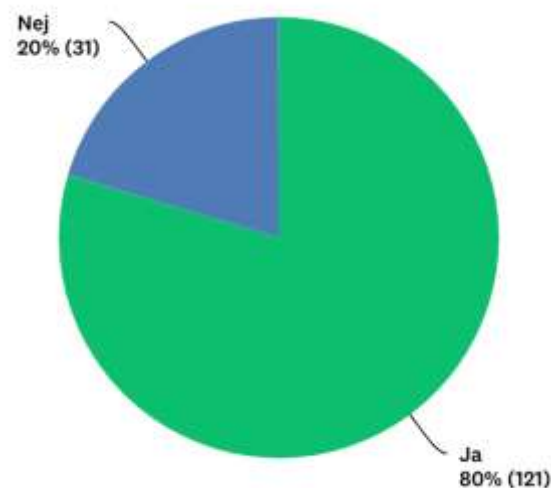
Døveforeningen af 1866's udfordringer

152 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 55 % af alle respondenter.

Har du set indslag i forbindelse med Døveforeningen af 1866's udfordringer?

Størstedelen af respondenterne (80 %) har set indslag om Døveforeningen af 1866's udfordringer.

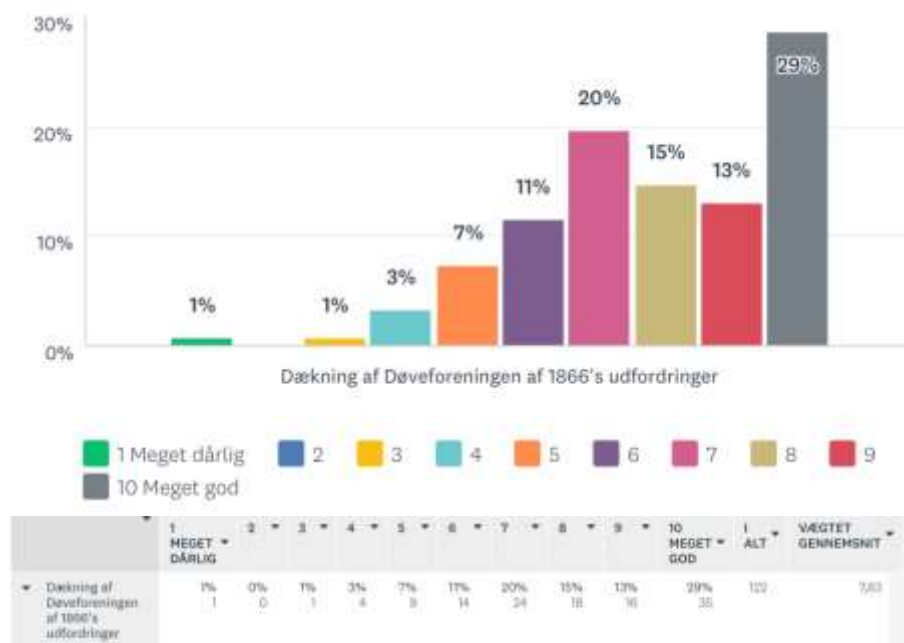


Hvordan synes du at dækningen af Døveforeningen af 1866's udfordringer var?

122 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Tilfredsheden med dækningen har et vægtet gennemsnit på 7,83.

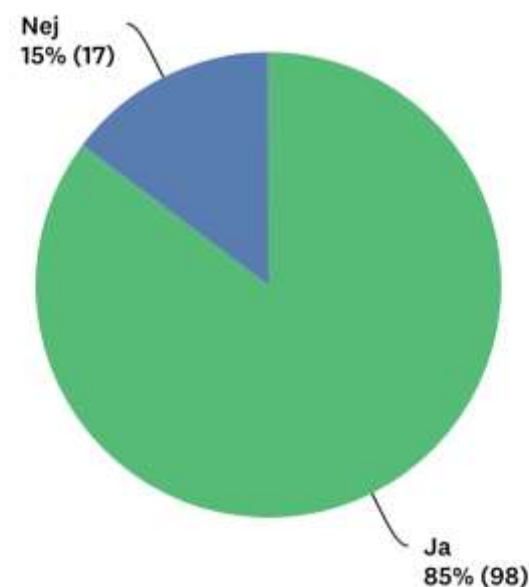
- 57 % fandt dækningen god (8-10), heraf fandt 29 % dækningen *meget god*.
- 38 % fandt dækningen middel eller over middel (5-7).
- 5 % fandt dækningen dårlig eller under middel (1-4), heraf fandt kun 1 % dækningen *meget dårlig*.



Synes du der var sammenhæng i historien om 1866's udfordringer, selvom de to indslag blev udsendt med to ugers mellemrum (7/4 og 21/4)?

115 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Langt størstedelen af respondenterne (85 %) fandt, at der var en fin sammenhæng i historien i de to indslag om Døveforeningen af 1866's udfordringer, selvom de blev sendt med to ugers mellemrum.



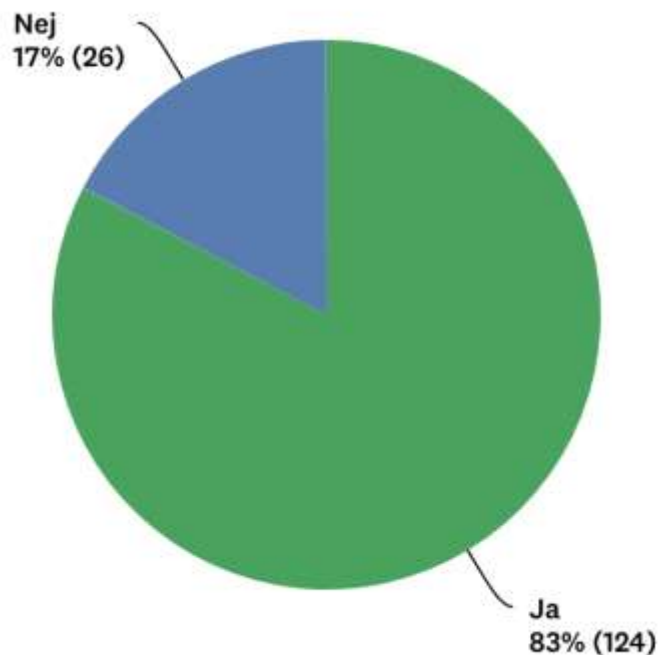
Uroen på tolkemarkedet

150 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 54 % af alle respondenter.

Har du set udsendelser om uroen på tolkemarkedet?

Størstedelen af respondenterne (83 %) har set udsendelser om uroen på tolkemarkedet.

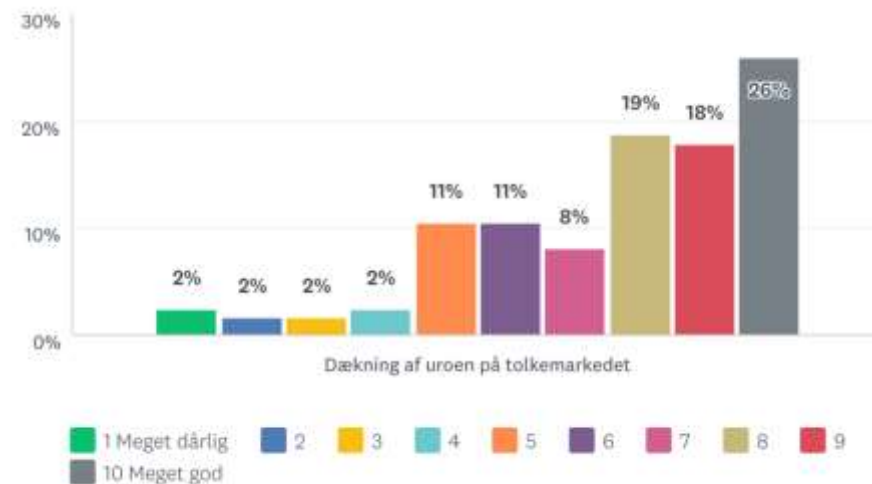


Hvordan synes du at Døvefilm har dækket uroen på tolkemarkedet?

123 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Tilfredsheden med dækningen har et vægtet gennemsnit på 7,64.

- 63 % fandt dækningen god (8-10), heraf fandt 26 % dækningen *meget god*.
- 30 % fandt dækningen middel eller over middel (5-7).
- 8 % fandt dækningen dårlig eller under middel (1-4), heraf fandt 2 % dækningen *meget dårlig*.

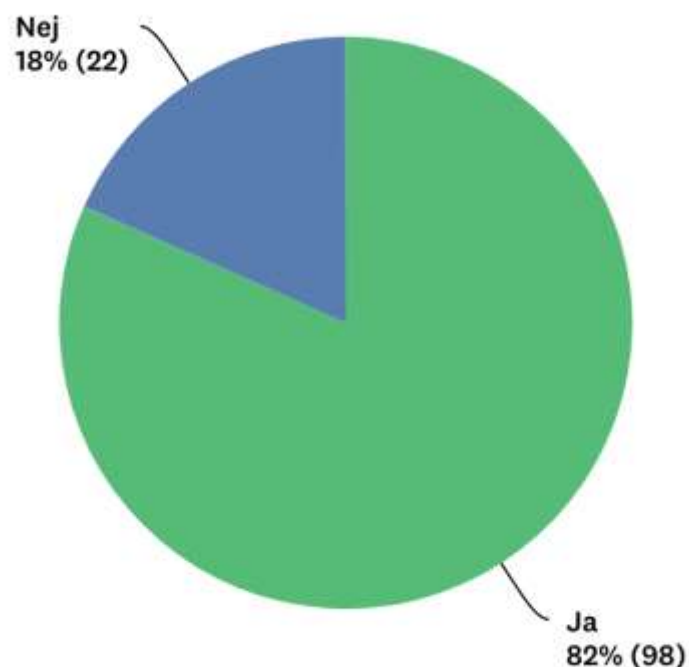


	1 MEGET DÅRLIG	2	3	4	5	6	7	8	9	10 MEGET GOD	I ALT	VÆGTET GENNEMSNI T
Dækning af uroen på tolkemarkedet	2% 3	2% 0	2% 2	2% 3	11% 13	11% 13	8% 10	19% 23	18% 22	26% 32	123	7,64

Synes du der var sammenhæng i emnet om uroen på tolkemarkedet, selvom indslagene bliver udsendt efterhånden som nye historier om tolkemarkedet dukker op?

123 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Størstedelen af respondenterne (82 %) synes, at der var sammenhæng i emnet om uroen på tolkemarkedet, selvom indslagene blev udsendt løbende.



Sammenfatning af afsnittet om Tidens Tegn historier:

Seerandel

Tidens Tegn ses i gennemsnit af 83 %.

Af de vurderede historier er der flest respondenter, som har set indslagene fra Døvesamfundet (80-85 %) i forhold til de samfundsmæssige indslag (54-62 %) og valgindslagene (70 %).

Undtagelsen er de samfundsmæssige historier Benjamin Backstage, som ligger højere med en seerandel på 80 %.

Det kunne være relevant at se nærmere på idéer til, hvordan seerandelen på de samfundsmæssige historier kan forbedres. En god idé kunne måske være at inddrage døveverdenen endnu mere i historierne, så Døvefilms målgruppe føler sig set og hørt og dermed får en øget interesse i at se indslagene.

Tilfredshed og udbytte

Den gennemsnitlige vurdering af de specifikke historier fra Tidens Tegn ligger væsentligt over middel med et vægtet gennemsnit for dækningen på mellem 6,89 til 7,83 og for udbyttet mellem 6,33 og 7,37.

I denne undersøgelse er Asyldebatten den lavest rangerede historie, mens de historier som omhandler døve, såsom Benjamin Backstage, Døveforeningen af 1866's udfordringer og uroen på tolkemarkedet, er de højst rangerede.

Generelt scorer de samfundsmæssige og demokratiske historier lidt lavere end historierne om døvesamfundet i denne undersøgelse.

En af de mest populære historier har været Benjamin Backstage – her har udbyttet et vægtet gennemsnit på 7,37.

Den høje vurdering kan måske skyldes, at historien er den rette kombination af flere populære faktorer hos seerne:

- en kendt figur som seeren er tryk ved på skærmen
- historien handler om døves hverdag
- der "sker noget" i indslaget – det er ikke personer, der sidder og taler i lang tid

Andre populære historier er dem fra døvesamfundet, bl.a. indslag om uroen på tolkemarkedet. Der ses en tendens til en stor nysgerrighed på at se disse indslag, der har en høj seerandel (83-87 %).

Langt størstedelen af seerne, mellem 82- 85 % synes, at der er fin sammenhæng i formidlingen af historien, selvom det bliver splittet op i flere indslag og sendt over flere omgange. Det tyder på, at seerne godt kan forholde sig til den sammen historie over længere tid.

Det hænger godt sammen med, at de lidt større emner nu samles i temaprogrammer i Tiden Tegn og TegnNyt kan supplere med historier om højaktuelle emner.

Det vil dog stadig være svært for Døvefilm at få vurderingerne til at give udslag ved langt over middel og tættere på *meget godt*. Døvefilms målgruppe spænder meget bredt og det er en velkendt udfordring at tilfredsstille alle med kun meget lidt programindhold til rådighed.

I gennemsnit ligger størstedelen af vurderingen af de udvalgte indslag med specifikke historier over middel, hvilket vidner om, at Døvefilm gør noget rigtigt.

Seerne synes også, at de får mere viden, når de ser programmerne – det gælder også for den primære gruppe, som det vil blive belyst senere i denne rapport.

Udenlandske produktioner i Tidens Tegn

147 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til 53 % af alle respondenter.

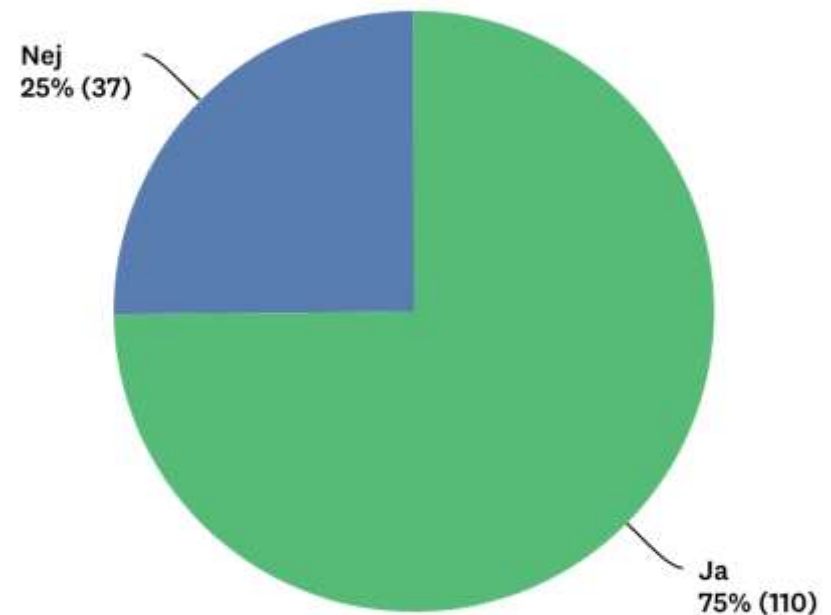
Døvefilm er begyndt at indkøbe udenlandske programmer, som bliver tekstede og/eller tegnsprogstolkede. I dette afsnit bliver der spurgt ind til hvilken slags oversættelse seeren så to indkøbte programmer med og oplevelsen af oversættelsen.

Det skal bemærkes, at kun halvdelen af undersøgelses respondenter har besvaret dette spørgsmål. Derfor vil resultatet være behæftet med en vis usikkerhed.

"Døvt Barn"

Har du set den hollandske dokumentar "Døvt barn" der handler om Tobias?

75 % af respondenterne har set den hollandske dokumentar "Døvt Barn" og 25 % af dem har ikke set den.



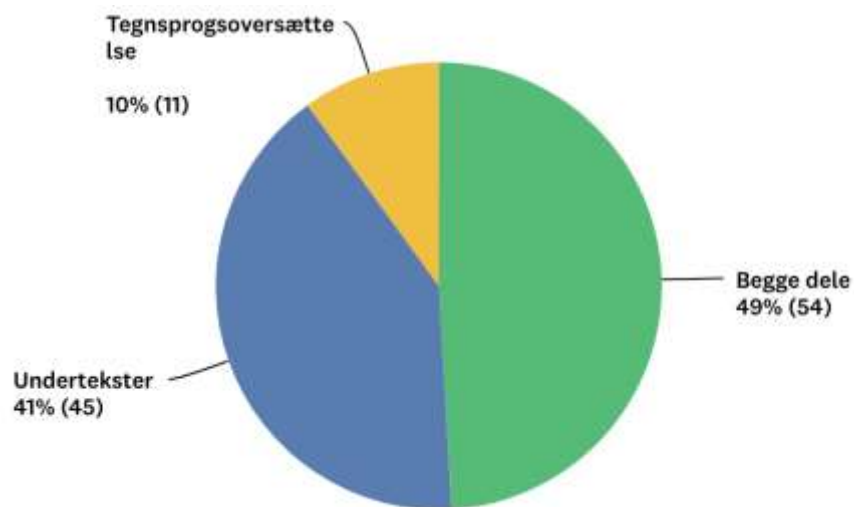
Så du Døvt Barn med:

110 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Halvdelen (49 %) af respondenterne har svaret, at de så programmet med både undertekster og tegnsprogsoversættelse.

41 % så programmet udelukkende med undertekster og 10 % så det kun med tegnsprogsoversættelse.

Det betyder, at 90 % så programmet med undertekster og 59 % med tegnsprogsoversættelse.



Fordelingen i forhold til uddannelsesniveau

I diagrammet ses fordelingen af hvad respondenterne så Døvt Barn med i forhold til uddannelsesniveau. Her ses, at de bogligt uddannede har større tendens til at kunne klare sig kun med undertekster.



Det skal bemærkes, at kun halvdelen af alle undersøgelsens respondenter har besvaret dette spørgsmål. Derfor vil resultatet være behæftet med en vis usikkerhed

Hvordan var din oplevelse med oversættelsen?

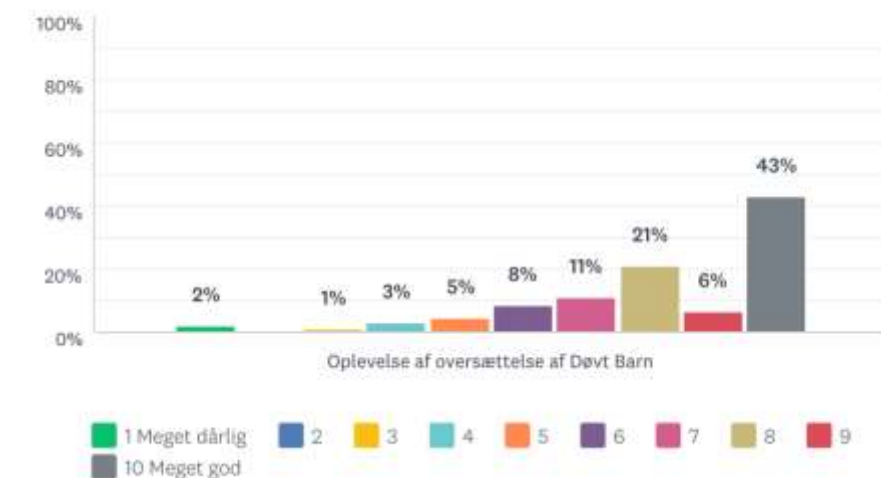
109 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Spørgsmålet er besvaret på en skala fra 1-10, hvor 1 er *meget dårlig* og 10 er *meget god*.

Der er generelt en stor tilfredshed med oversættelsen.

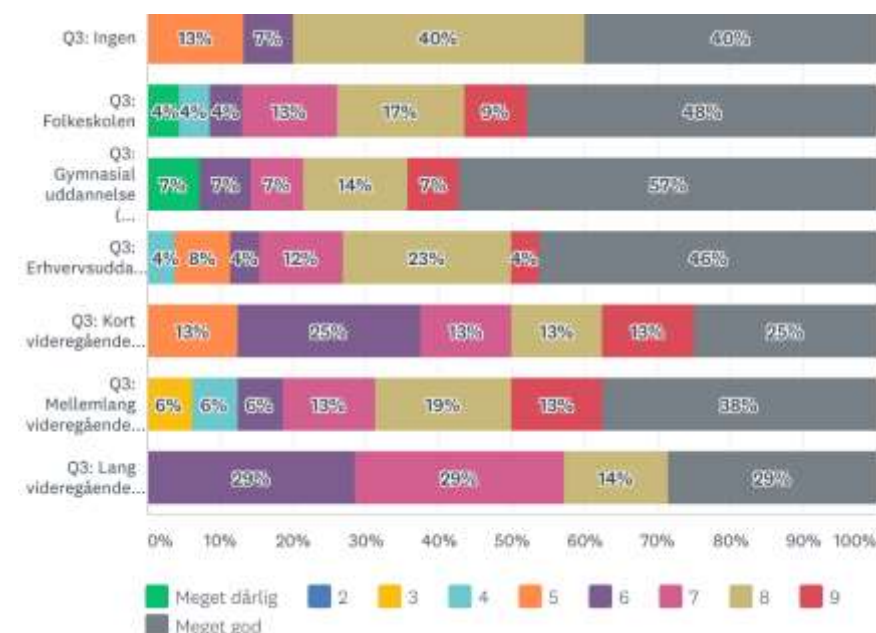
Besvarelsene har et vægtet gennemsnit på 8,23 og 43 % har svaret at deres oplevelse med oversættelse var *meget god*.

Der er 2 % af respondenterne, der synes oversættelsen var *meget dårlig*.



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	ALT	VÆGTET GENNEMSNI
Oplevelse af oversættelse af Døvt Barn	2%	0%	1%	3%	5%	8%	11%	21%	6%	43%	109	8,23
	2	0	1	3	5	9	12	23	7	47		

Oplevelsen af oversættelsen af Døvt Barn i forhold til uddannelsesniveau



Hvis oplevelsen af oversættelsen sættes i sammenhæng med uddannelsesniveau, er der ikke en klar tendens til fordelingen af tilfredsheden.

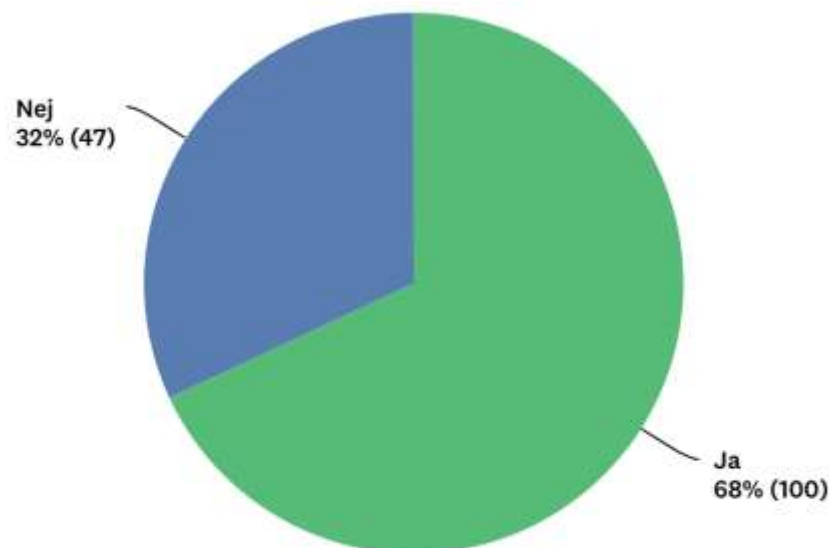
Folkeskolen og gymnasialt niveau har både den største andel af de mest tilfredse og mest utilfredse respondenter. Det er oplagt at overveje, om det kan handle om indholdet eller kompleksiteten heri. Dem uden uddannelse eller med kort og lang videregående uddannelse er generelt godt tilfredse og scorer oplevelsen til middel eller derover.

Alenemor: Ipeks historie

Har du set Alenemor: Ipeks historie?

147 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

68 % af respondenterne har set den svenske dokumentar ”Alenemor: Ipeks historie” og 32 % af dem har ikke set den.

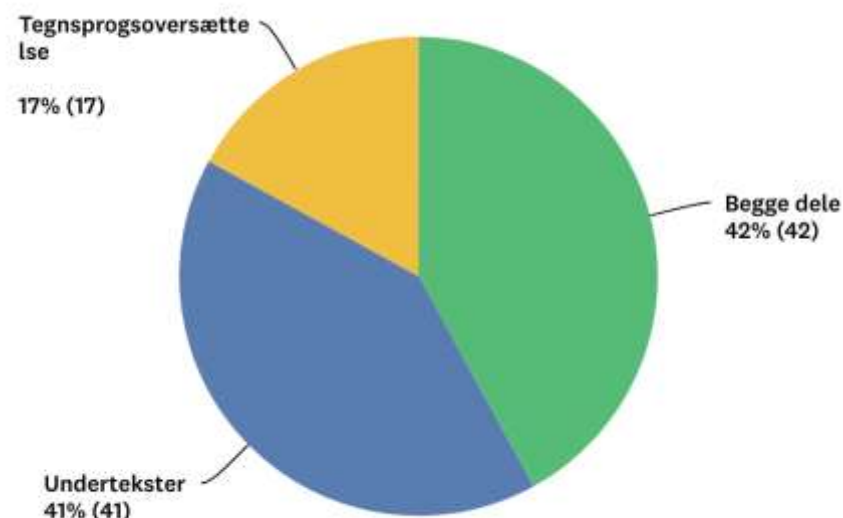


Så du Alenemor: Ipeks historie med:

100 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Lidt under halvdelen (42 %) af respondenterne har svaret, at de så programmet med både undertekster og tegnsprogsoversættelse. 41 % så programmet udelukkende med undertekster og 17 % så det kun med tegnsprogsoversættelse.

Det betyder, at 83 % så programmet med undertekster og 59 % med tegnsprogsoversættelse.



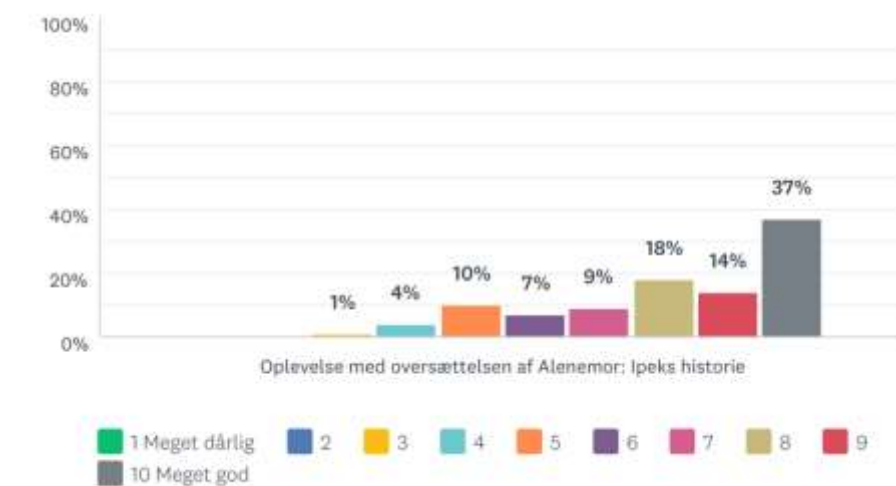
Hvordan var din oplevelse med oversættelsen?

100 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Spørgsmålet er besvaret på en skala fra 1-10, hvor 1 er *meget dårlig* og 10 er *meget god*.

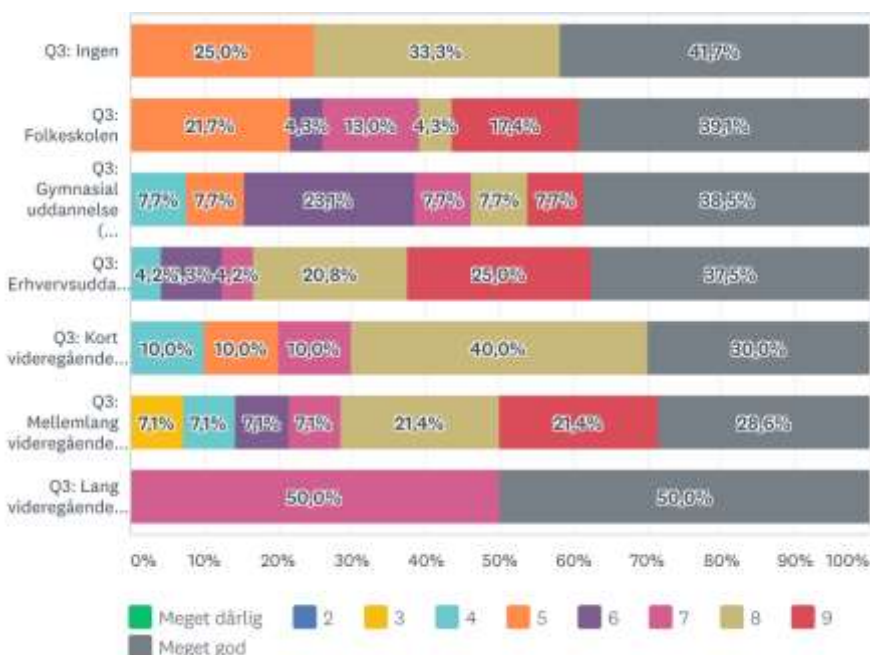
Der er generelt en stor tilfredshed med oversættelsen. Besvarelsesne har et vægtet gennemsnit på 8,14 og 37 % har svaret *meget god*.

Der er ingen af respondenterne, der synes oversættelsen var *meget dårlig*.



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	ALT	VÆGTET GENNEMSNI
Oplevelse med oversættelsen af Alenemor: Ipeks historie	0%	0%	1%	4%	10%	7%	9%	18%	14%	37%	100	8,14
	0	0	1	4	10	7	9	18	14	37		

Oplevelsen af oversættelsen af Ipeks historie i forhold til uddannelsesniveau



Hvis oplevelsen af oversættelsen sættes i sammenhæng med uddannelsesniveau, er der ingen klar tendens til fordelingen af tilfredsheden. Der er dog ikke helt så store udsving inden for det enkelte uddannelsesniveau som for det hollandske program.

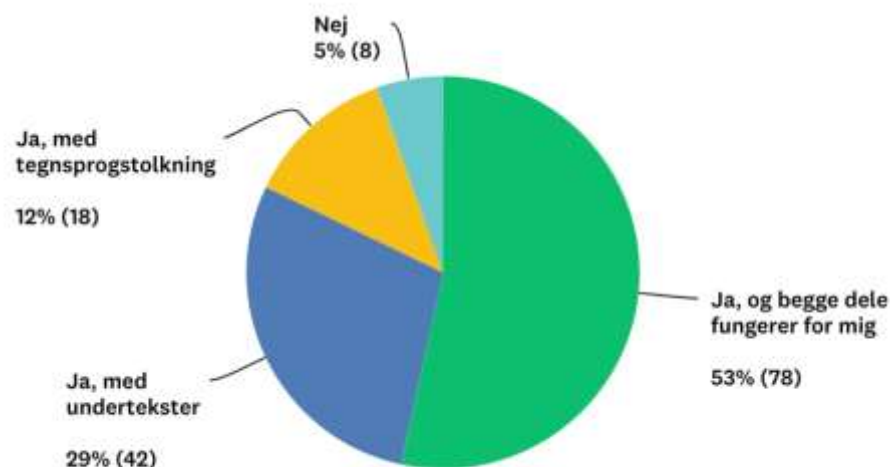
50 % af dem med lang videregående uddannelse og 41,7 % af dem uden uddannelse har vurderet oplevelsen af oversættelsen til *meget god* (10) mod 37 % for gennemsnittet. Det kan dog desværre ikke ses her, om det er set ud fra brug af undertekster eller tegnsprogsoversættelse.

Kunne du tænke dig at se flere udenlandske produktioner som Døvefilm køber hjem med undertekstning/tegnprogstolkning?

146 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Hele 95 % af respondenterne kunne godt tænke sig, at Døvefilm køber flere udenlandske produktioner hjem.

82 % siger det vil passe dem, hvis de sendes med undertekster.
65 % siger det vil passe dem, hvis de sendes med tegnsprogstolkning.



Historier på internationale tegn i Tidens Tegn

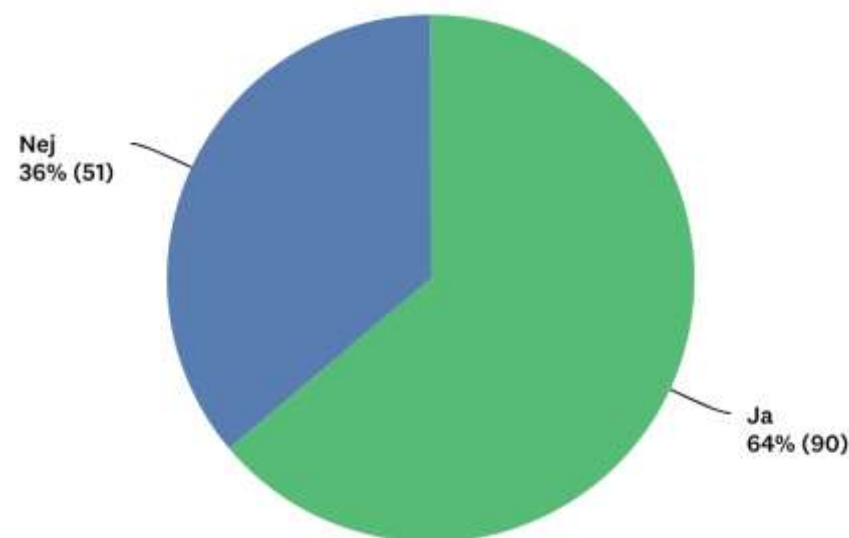
141 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Døvefilm producerer ind imellem indslag, hvor hovedpersonen ikke er dansk tegnsprogtalende. Her undersøges seernes forhold til indslag med internationale tegn.

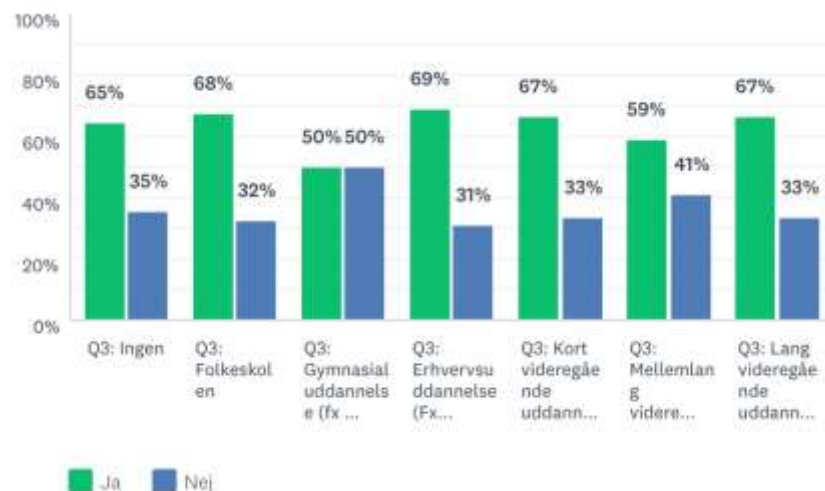
Har du set indslag med internationale tegn?

Omkring 2/3 af de adspurgte har set indslag med internationale tegn i Tidens Tegn.

Fordelingen af seere i forhold til uddannelsesniveau viser ikke de store udsving i forhold til gennemsnittet på 64 %.



Gymnasialt niveau og mellemlang videregående uddannelse (samlet 29 % af de adspurgte) ligger en anelse under gennemsnittet med henholdsvis 50 % og 59 %.



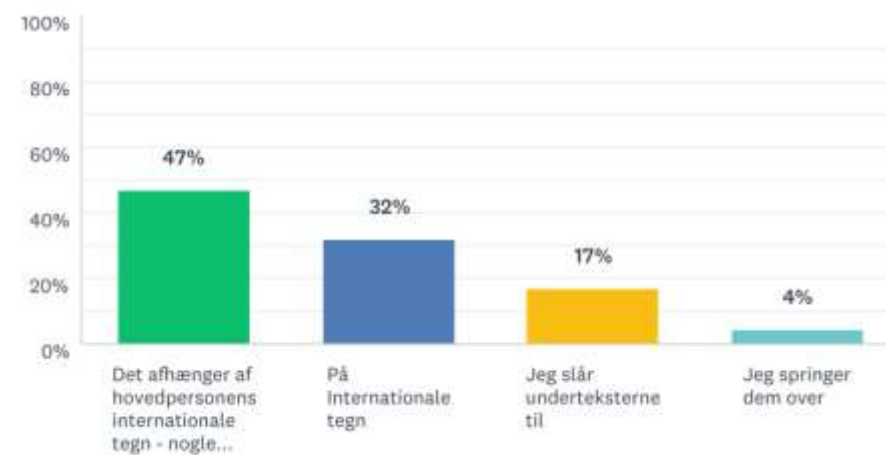
Det skal bemærkes, at kun halvdelen af alle undersøgelsens respondenter har besvaret dette spørgsmål. Derfor vil resultatet være behæftet med en vis usikkerhed.

Hvordan ser du de programmer hvor der bruges internationale tegn?

94 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Knap halvdelen af respondenterne (47 %) har svaret at *det afhænger af hovedpersonens internationale tegn - nogle forstår jeg lettere, andre er jeg nødt til at slå undertekster til.*

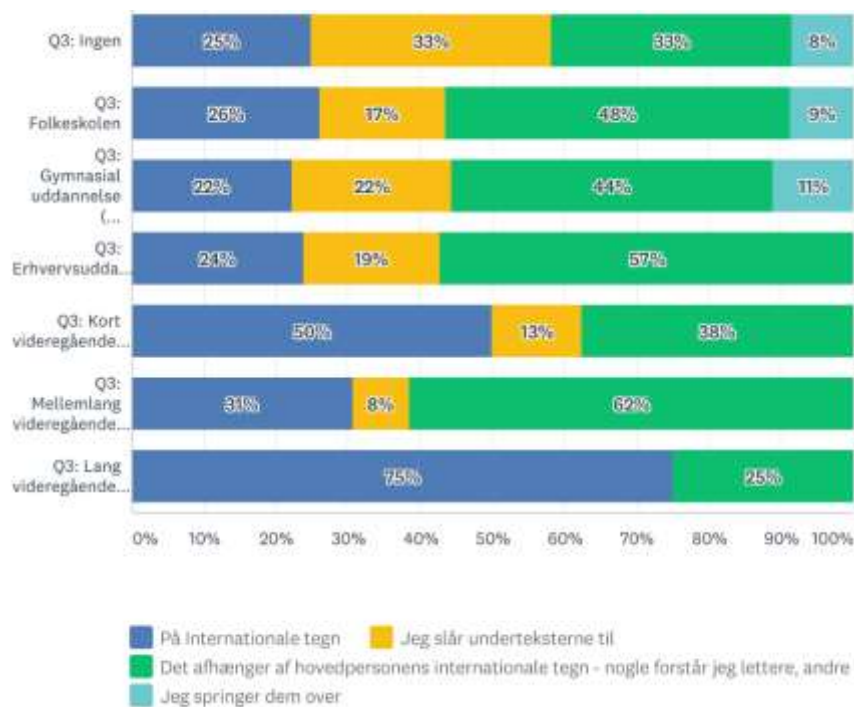
Ca. 1/3 af respondenterne (32 %) ser programmerne på internationale tegn og 17 % slår underteksterne til. 4 % springer programmerne over.



Hvis resultatet sammenlignes med uddannelsesniveaue, er der en klar opdeling i måden at se programmerne med internationale tegn på.

Respondenter med en videregående uddannelse ser langt overvejende programmerne på internationale tegn eller slår undertekster til efter behov.

Respondenter med ingen uddannelse, folkeskolen eller erhvervsuddannelse (den primære målgruppe) ser i mindre grad programmerne på internationale tegn, ca. 25 % mod gennemsnittet på 32 %, og slår oftere undertekster til fra starten i forhold til dem med videregående uddannelse - særligt dem uden uddannelse.



DR Ligetil – TEGN Nyt

233 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 84 % af alle respondenter.

DR Ligetil – TEGN Nyt er det nyeste tilbud i Døvefilm regi siden april 2018. DR Ligetil – TEGN Nyt oversætter DR Ligetils daglige nyheder til tegnsprog og udgiver dem som video på nettet løbende på alle hverdage og samlet for dagen på Tegnsprogskanalen kl. 18.

Målgruppen for DR Ligetil – TEGN Nyt er de såkaldte usikre læsere, der foretrækker tegnsprogstolkede nyheder men i et mere letforståeligt sprog end det hidtidige nyhedstilbud - de tegnsprogstolkede nyheder fra DR og TV som sendes på Tegnsprogskanalen.

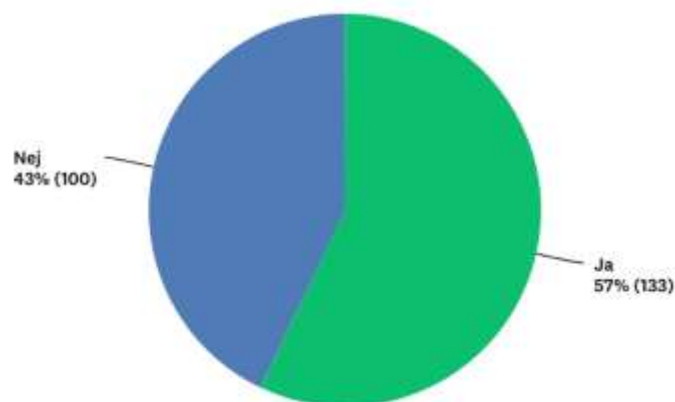
I dette afsnit undersøges DR Ligetil – TEGN Nyts seerandel, hvilken medieplatform de ser det på, tilfredshedsgrad med tilbuddet og hvor ofte de ser det.

Der vil samtidig blive undersøgt, om Døvefilm har formået at bringe DR Ligetil – TEGN Nyt ud til den primære målgruppe, de såkaldte usikre læsere eller med andre ord, de døde danskere som har mindre udbytte af informationer på skriftligt dansk.

Har du set DR Ligetil – TEGN Nyt?

233 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Godt halvdelen (53 %) af respondenterne har set DR Ligetil – TEGN Nyt.

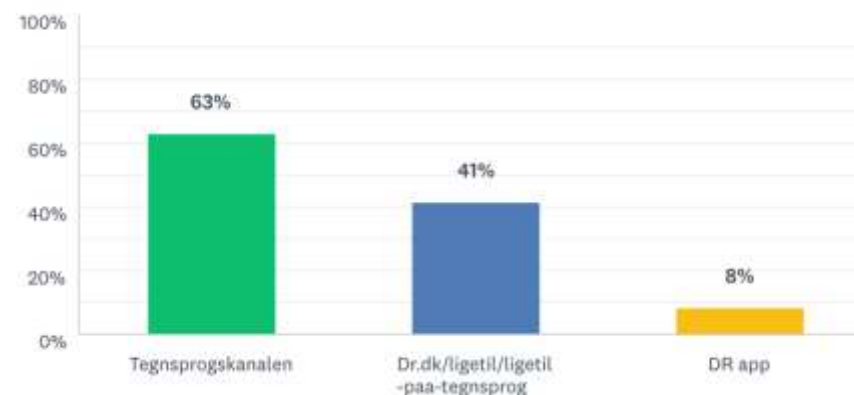


Hvor ser du DR Ligetil – TEGN Nyt?

133 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Størstedelen af seerandelen (63 %) ser DR Ligetil – TEGN Nyt på Tegnsprogskanalen. Dvs. de ser versionen, hvor dagens nyhedshistorier er klippet sammen til en kort video på ca. 10 min.

41 % ser DR Ligetil – TEGN Nyt på DR Ligetils hjemmeside under DR. Om de ser alle nyhederne fra dagen eller kun de enkelte der interesserer dem, vides ikke.



Hvor tilfreds er du med DR Ligetil – TEGN Nyt?

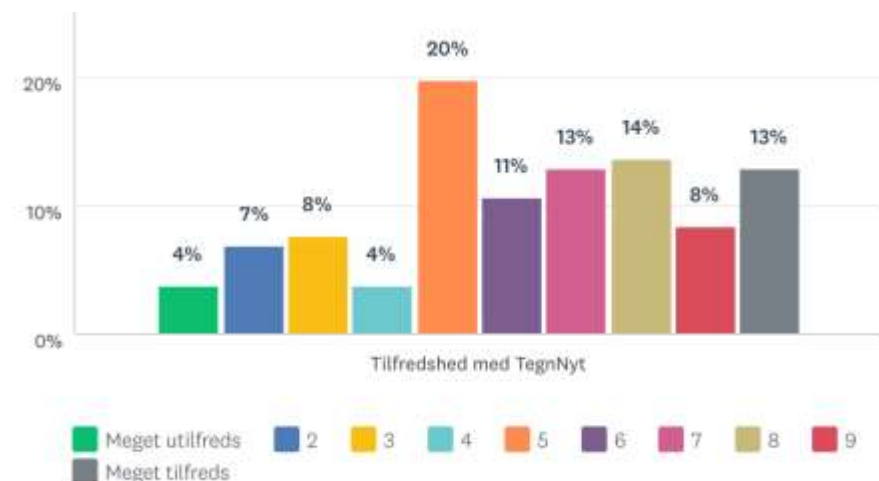
123 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Generelt er respondenterne positive over for DR Ligetil – TEGN Nyt.

Den gennemsnitlige tilfredshedsgrad med DR Ligetil – TEGN Nyt ligger på et vægtet gennemsnit på 6,20.

Flest seere (79 %) vurderer DR Ligetil – TEGN Nyt til middel eller over, heraf var 13 % *meget tilfreds* med DR Ligetil – TEGN Nyt.

Knap 1/5 er utilfredse (20 %), heraf svarer 4 % at de er *meget utilfreds* med DR Ligetil – TEGN Nyt.



	MEGET UTILFREDS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	MEGET TILFREDS	I ALT	VÆGTET GENNEMSNIT
Tilfredshed med TegnTyt	4% 5	7% 8	8% 10	4% 5	20% 25	11% 14	13% 17	14% 18	8% 11	13% 17	100	6,20	

Hvor ofte ser du DR Ligetil – TEGN Nyt?

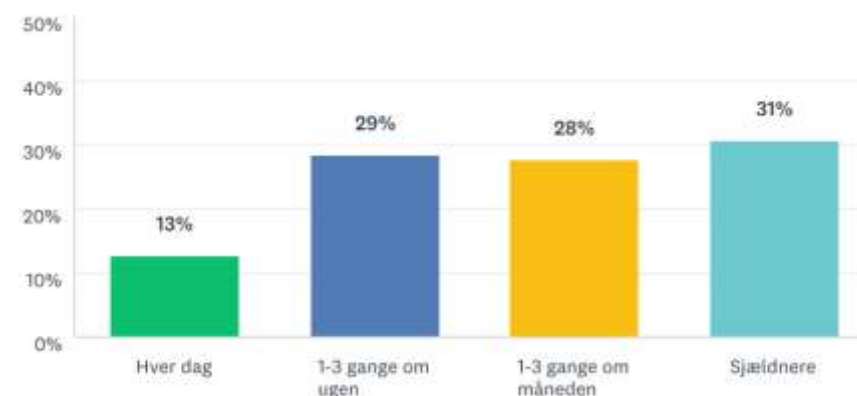
133 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

- 13 % ser DR Ligetil – TEGN Nyt hver dag
- 29 % ser DR Ligetil – TEGN Nyt 1-3 gange om ugen
- 59 % ser DR Ligetil – TEGN Nyt 1-3 gang om måneden eller sjældnere

Det svarer til, at 42 % ser DR Ligetil – TEGN Nyt regelmæssigt.

Når man ser på fordelingen af frekvensen i forhold til den samlede seerandel (57 %), er det ikke tilfredsstillende, at der ikke er flere faste daglige eller ugentlige seere.

59 % af alle respondenter ser DR Ligetil – TEGN Nyt sjældent eller få gange pr. måned. Forklaringen kan være, at alle respondenterne ikke nødvendigvis er DR Ligetil – TEGN Nyt's primære målgruppe og derfor interesserer de sig ikke for tilbuddet.



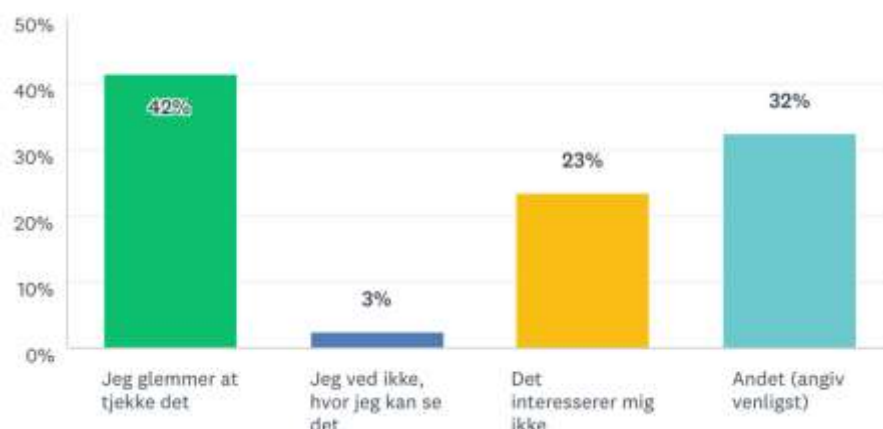
Hvorfor ser du ikke DR Ligetil – TEGN Nyt oftere?

77 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Af dem der er månedlige eller sjældnere seere angiver de fleste grunden til, at de ikke ser DR Ligetil – TEGN Nyt oftere, at de glemmer at tjekke det.

Dog er der også en stor andel (23 %), der siger at *det interesserer mig ikke*. Det må formodes at være dem, som ikke er DR Ligetil – TEGN Nyt's primære målgruppe og/eller som ikke interesserer sig for nyheder.

3 % ved ikke, hvor de kan se DR Ligetil – TEGN Nyt.



Andre grunde kan findes under "Andet" – og disse kommentarer kan bruges som inspiration til forbedringer, der kunne højne seerandelen af DR Ligetil – TEGN Nyt:

- *Blev skuffet kun 2 nyheder og vise samme hele tiden så gad ikke se der igen*

- *"Gamle nyheder"*
- *Tid og dårligt dag at sende den på*
- *synes at speakerne ikke nødvendigvis behøver at stave navnet når det står på billedet, det irriterer mig, spild af tid. og nyhederne er "genudsendelser"*
- *Synes at værterne sjusker med navne/steder, o. lign.*
- *Der bliver undladt nogle ord. Er stærk læsere så jeg synes ikke det matcher sammen*
- *Det virker lidt rodet. Mangler vist en fælles sprogpraksis og teknikstil over Tegn Nyt fladen. Prøv at blive inspirere af BBC.*
- *B/C Det er fordi jeg synes at tegnsprogkanalen og tegn nyt udsender næsten samme informationer.*
- *Jeg har ikke kunne fundet links hvor der kun er tegn Nyt ligetil. Jeg kunne kun bogmærke Ligetil. Og derefter skal jeg scrolle og lede efter de tegnsprogede.*
- *Det er på et for lavt niveau for mig. Jeg er meget engageret i politik og elsker politiske debatter så Tegn Nyt er for simpelt for mig. Men jeg kender nogle døve der er svage boglige. De har stor gavn af Tegn Nyt. Ligeledes de udviklingshæmmede døve.*
- *Jeg er ikke en del af målgruppen.*

Tegnsprogstolkede nyheder

232 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 84 % af alle respondenter.

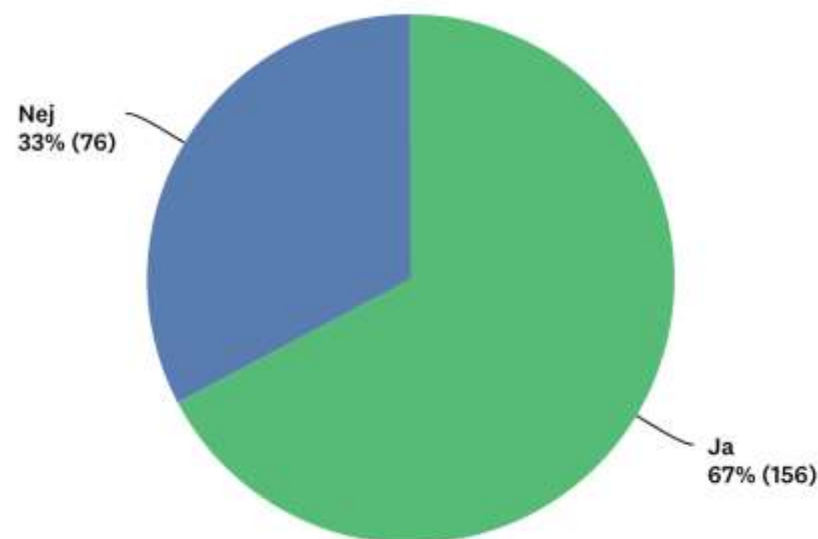
Der har i mange år været sendt tegnsprogstolkede nyheder (DR og TV2) hver dag på Tegnsprogskanalen. Det har været det eneste nyhedstilbud til tegnsprogsbrugere.

Udfordringen har været, at da det er nyheder produceret til hørende, som bliver oversat fra dansk tale til dansk tegnsprog i et højt tempo, vil sproget ofte være mindre letforståeligt for tegnsprogsbrugere, særlig de usikre læsere, som ikke har de stærkeste danskkundskaber.

Det var bl.a. på dette grundlag, at DR Ligetil – TEGN Nyt blev oprettet, så de usikre læsere fik mulighed for at få nyheder på tegnsprog produceret til tegnsprogsbrugere i et letforståeligt sprog.

Ser du tegnsprogstolkede nyheder?

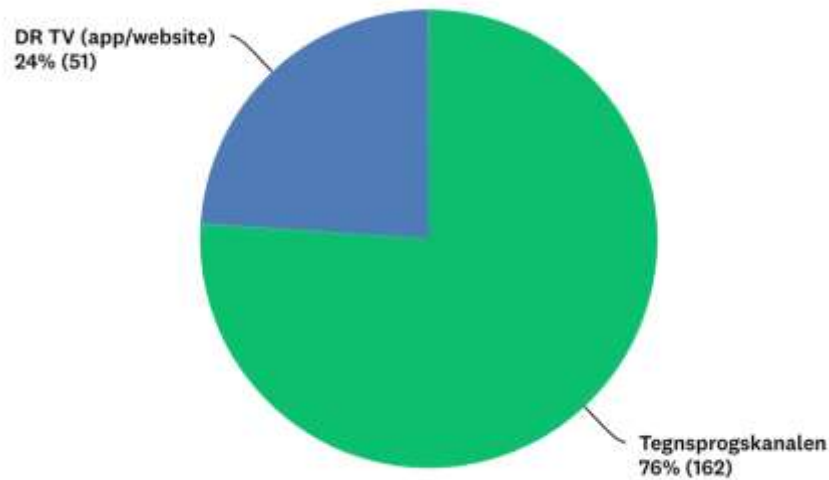
- 67 % ser tegnsprogstolkede nyheder.
- 33 % ser dem ikke.



Hvor ser du tegnsprogstolkede nyheder?

213 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

- 76 % ser de tegnsprogstolkede nyheder på Tegnsprogskanalen
- 24 % ser dem via DR TV's hjemmeside/app

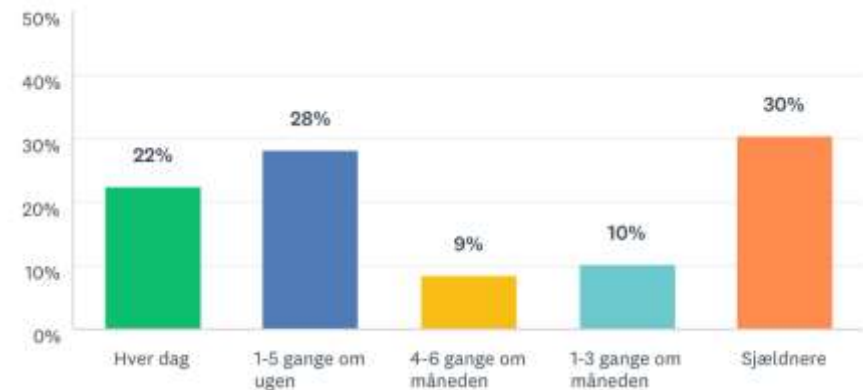


Hvor ofte ser du tegnsprogstolkede nyheder?

223 respondenter har svaret på dette spørgsmål

- 22 % af respondenterne svarer, at de ser tegnsprogstolkede nyheder hver dag.
- 28 % ser dem på ugentlig basis.
- 19 % ser dem 1-6 gange om måneden.
- 30 % svarer, at de ser dem sjældnere.

Det svarer til, at 50 % af respondenterne ser Tegnsprogstolkede nyheder regelmæssigt.



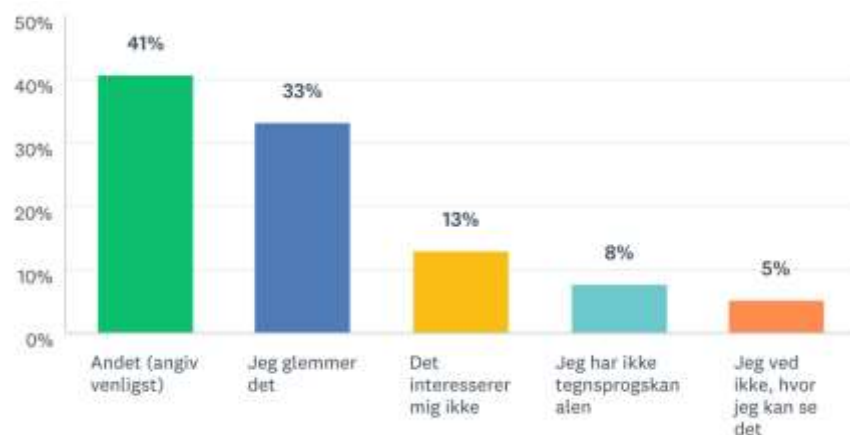
Hvorfor ser du ikke tegnsprogstolkede nyheder oftere?

208 respondenter har svaret på dette spørgsmål

Her optrådte en fejl i spørgeskemaet, så det ikke kun var de månedlige og sjældnere seere, der kunne gå videre til dette spørgsmål, men at alle respondenter kunne svare på det.

Derfor har hele 208 respondenter svaret på dette spørgsmål. Resultatet vil derfor være mindre akkurat end oprindelig tænkt. Vi kan dog bruge kommentarerne under "Andet" som inspiration til forbedringer.

Grunden til, at respondenterne ikke ser Tegnsprogstolkede nyheder oftere, er de samme grunde som nævnt for DR Ligetil – TEGN Nyt - enten glemmer de at se nyhederne eller også interesserer det dem ikke.



Andre grunde kan findes under "Andet" – og disse kommentarer kan bruges som inspiration til forbedringer af Døvefilms nyhedstilbud:

- Tegnsprogstolke formidler på et sprog som jeg ikke engang bruger, så hellere læse nyhederne på dansk. Eller døve nyhedsværter med dansk tegnsprog som modersmål.*
- Mangler undertekst, og kan kun optage fra 17 til 21 og ikke bare en af dem, gider ikke lede efter, hvad jeg vil se. Kan ikke være limet til så lang tid. Også svært at følge med tegnsprog*
- befinder mig steder hvor jeg ikke kan se tegnsprogskanal. ville trykke både internet og tegnsprogskanal, men det var ikke muligt, ser det begge steder afhængigt af hvad jeg laver mens det bliver udsendt på tv. Det ville være rat hvis det var nemmer at finde tegnsprogstolkede udsendelser, evt via en app ? Der er ikke logik i det når jeg søger på DR.DK der skal man vide hvilke programmer der er tolket, man kan ikke bede søgemaskinen om at finde dem til en.*
- Jeg har skæv arbejdstid, som gør jeg ikke ser dem hverdag. MEN når jeg er hjemme og ser meget gerne den nyhed under aftensmad.*
- Har en travlt hverdag og udsendelserne ligger typisk lige ved aftensmad og børnenes sengetid.*
- Jeg tænder for TV. Venter på hvem tolker. Dårliche tolke, så slukker jeg.*
- En vane jeg ikke har. Tolken forstyrrer mig, så jeg foretrækker underteksterne.*

Analyse af primær målgruppe - seere med mindre udbytte af skriftlig dansk

Døvefilms fokus ligger først og fremmest på at informere om samfundet, så vi bidrager til, at døve kan være en del af samfundet.

Følgende afsnit indeholder en filtreret analyse med udgangspunkt i udbyttet for den af bestyrelsen definerede primære målgruppe indenfor tegnsprogsbrugere: de som har mindre udbytte af informationer på skriftlig dansk. Vi kalder det segmentering.

Segmentering er en måde at inddele målgruppen, således at man mere bevidst rammer de rigtige seere med de rigtige tilbud – selvom det ikke altid er rimeligt at sætte mennesker i bås. Seere har forskellig alder, forskellig geografi, forskellige behov og ønsker. Denne segmentering sker ikke mindst i erkendelsen af, at Døvefilm ikke i øjeblikket har ressourcer til at nå ud til alle seere hele tiden med alle Døvefilms tilbud.

Ikke alle får udbytte af de tolkede nyhedsudsendelser på Tegnsprogskanalen. Nogle læser selv nyhederne på skrift, nogle foretrækker at læse undertekster i tv, nogle kan ikke følge med indholdsmæssigt og andre har simpelthen ikke interessen for informationsmættede programmer.

Besvarelsene fra den primære målgruppe sammenlignes nedenfor med dem gældende for alle respondenter.

Den primære målgruppe udgør 135 respondenter ud af alle 277 respondenter.

Det svarer til ca. halvdelen. Dog er der undervejs nogle, der springer spørgsmål over. I gennemsnit fuldførte 101 respondenter fra dette segment undersøgelsen.

Her er det værd at huske, at denne undersøgelse udelukkende har indhentet besvarelser via nettet, og at seere, der ikke er stærke digitalt måske ikke har haft mulighed for at svare på undersøgelsen.

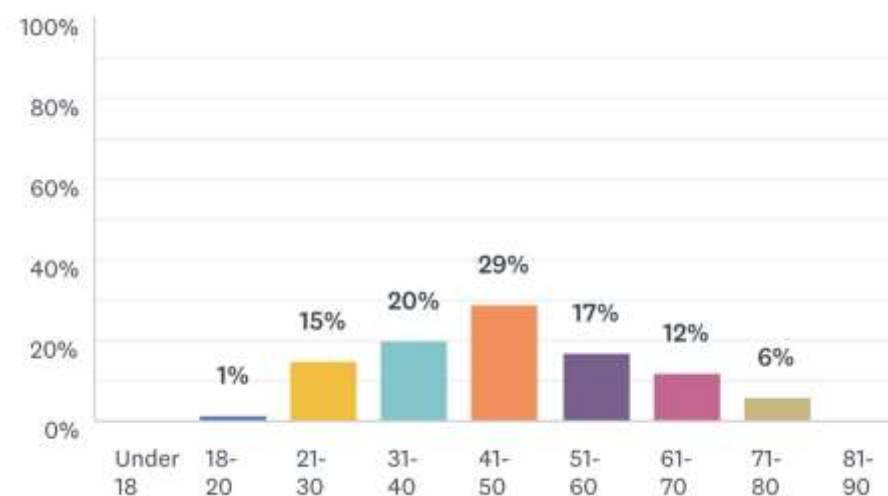
Demografi for den primære målgruppe

135 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Alder

Overordnet set er der en god aldersmæssig spredning blandt undersøgelsens respondenter i den primære målgruppe, dog er der flest i alderen 31-60 år (samlet 66 %).

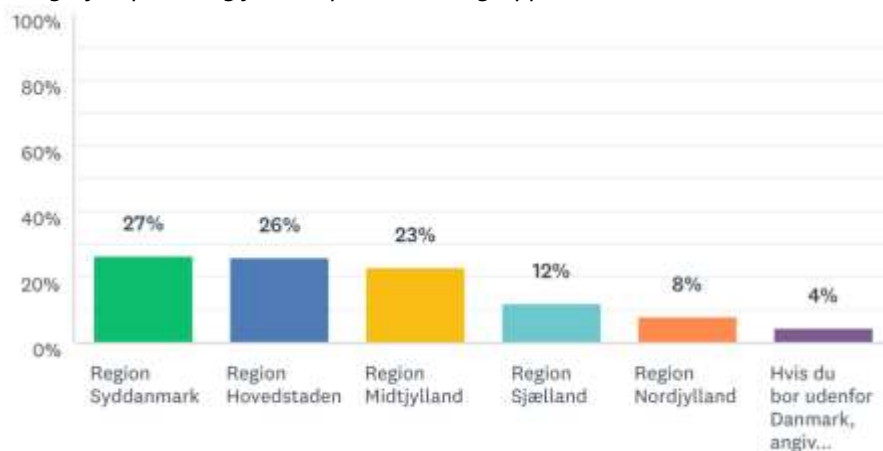
Aldersmæssig spredning for den primære målgruppe



Geografisk placering

Der er lige mange respondenter (ca. 25 %) bosiddende i Region Syddanmark, Hovedstaden og Midtjylland. Sammenlagt 20 % kommer fra Region Sjælland eller Nordjylland. 4 % har angivet andet – de besvarelser dækker over Fyn/Lolland.

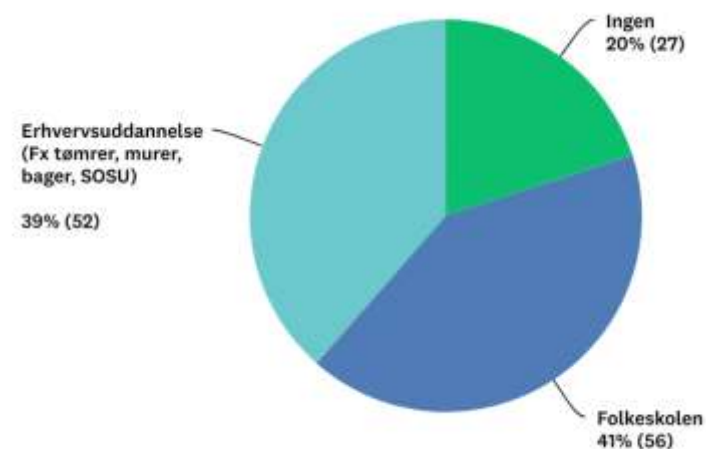
Geografisk placering for den primære målgruppe



Højest opnåede uddannelse

Lige mange respondenter (ca. 40 %) har enten en uddannelse på folkeskoleniveau eller en erhvervsuddannelse. 20 % svarer, at de ingen uddannelse har.

Højest opnåede uddannelse for den primære målgruppe



Beskæftigelse

40 % af den primære målgruppe er i arbejde og 34 % er pensionerede.

10 % svarer "Andet", hvilket primært dækker over førtidspensionister, efterlønnere og respondenter i praktik. 9 % er under uddannelse og 7 % er jobsøgende.

Beskæftigelse for den primære målgruppe



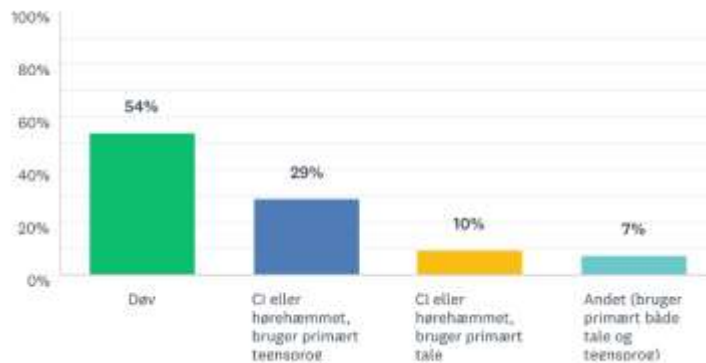
Hørelse / syn

Godt halvdelen er døve (54 %), resten er døve med CI eller hørehæmmede, der primært bruger tegnsprog (29 %) eller tale (10 %) eller begge dele lige meget (7 %).

90 % i dermed primært tegnsprogsbrugere.

90 % angiver de har normalt syn, 8 % at de er svagtseende.

Hørelsen for den primære målgruppe



Sammenlignet med alle respondenternes besvarelser (uden segmentering) er der følgende tendenser i demografien for den primære målgruppe:

- Største aldersgruppe er gennemsnitligt lidt ældre, 31-60 år mod 21-50 år
- Ca. 10 % flere fra Jylland/Fyn og ca. 10 % færre fra Hovedstaden
- Der er tre uddannelsesniveauer (ingen, folkeskole, erhverv) og de har ca. dobbelt så høje procenttal som for alle besvarelser samlet
- Lidt færre i job (40 % mod 45 %), ca. 15 % flere pensionerede, herunder førtidspensionister og efterlønnere og lidt færre under uddannelse (9 % mod 14 %)
- 90 % er primære tegnsprogsbrugere mod 85 % for alle besvarelser med marginalt flere svagtseende.

Den primære målgruppe er gennemsnitligt lidt ældre, bor jævnt spredt i landet med vægt på de store byer og har en større andel udenfor arbejdsmarkedet og uddannelsessystemet. Langt størstedelen er tegnsprogsbrugere.

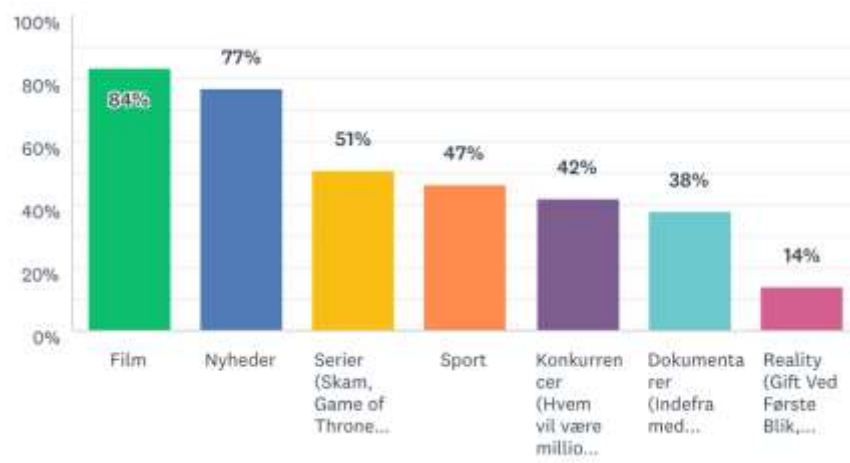
Medievaner for den primære målgruppe

135 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Hvad ser du generelt? (sæt gerne flere krydser)

Størstedelen ser både film (84 %) og nyheder (77 %). Ca. halvdelen ser serier og sport, ca. 40 % ser konkurrencer og dokumentarer, mens 14 % ser reality-tv.

Generelle seervaner for den primære målgruppe



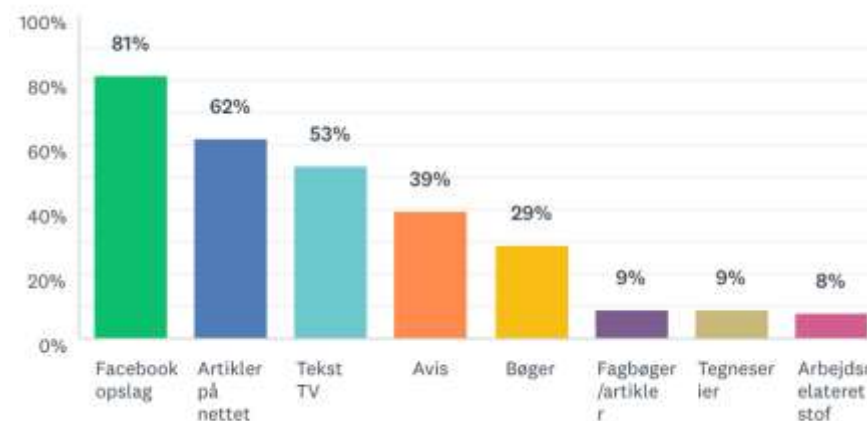
Hvad læser du typisk? (sæt gerne flere krydser)

Langt størstedelen af respondenterne i den primære målgruppe læser typisk opslag på Facebook (81 %) efterfulgt af artikler på nettet (62 %). Godt halvdelen læser Tekst-tv. (62 %).

Det er værd at bemærke, at den primære målgruppe primært læser opslag på Facebook – et digitalt medie. Det siger ikke noget om selve kompleksiteten af det de læser på Facebook, kun at dette segment kan begå sig på de sociale medier og være digitale i hverdagen.

39 % svarer at de læser avis og 29 % at de læser bøger. Man kunne fristes til at tro, at tallene er højere end forventet for dette segment, fordi der i aviser og bøger kan læses nyheder eller historier i et tempo tilpasset egen læseevne (ift. f.eks. undertekster i tv). Der kan også være tale om aviser med mere sensationsprægede overskrifter og mindre dybdegående stof, som f.eks. Ekstra Bladet/BT. Det kan dog også skyldes, at den primære målgruppe har en større andel af pensionister, som har mere tid (og evt. overskud) end dem med arbejde til at læse flere bøger.

Typiske læsevaner for den primære målgruppe



Hvor får du primært dine nyheder (informationer) fra?

- Nyhedstilbud på tegnsprog: 68 % får deres nyheder fra de tegnsprogstolkede nyheder på Tegnsprogskanalen og 42 % fra DR Ligetil – TEGN Nyt.
- 61 % får fra nyheder i tv med undertekster
- 50 % får fra tekst-tv og 27 % fra aviser.
- Godt halvdelen får deres nyheder og informationer fra nyhedsartikler på nettet (55 %)
- Værd at bemærke, at 47 % får deres nyheder og informationer via Døveforeninger/venner.

Under "Andet" angives Facebook og omgangskreds som kilder

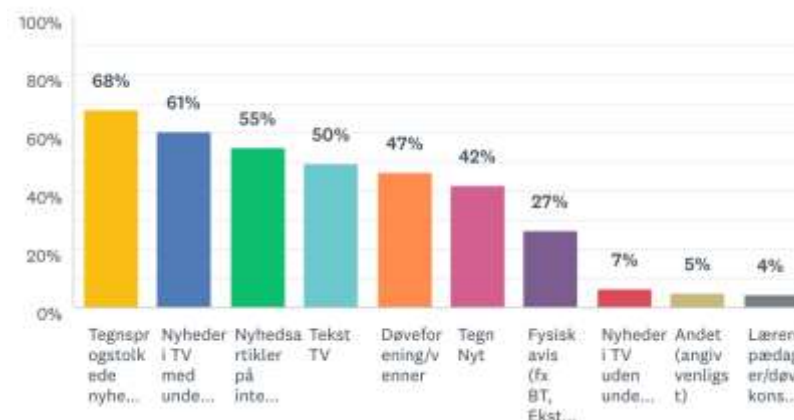
Som med de fleste vaner tager det tid at ændre dem, men det taget i betragtning, må det siges at være tilfredsstillende, at 42 % af den primære målgruppe på nuværende tidspunkt her kun 4 måneder efter premieren svarer, at de får deres nyheder fra DR Ligetil – TEGN Nyt. Det tyder på, at DR Ligetil – TEGN Nyt når ud til den tiltænkte målgruppe.

Man kan kigge nærmere på dem i den primære målgruppe, som ingen uddannelse har og som må formodes at have mere usikre dansk kundskaber end dem med folkeskolens afgangseksamen eller en erhvervsuddannelse. Her er tendensen da også, at de får deres nyheder langt mere fra DR Ligetil – TEGN Nyt – 56 % mod 42 % for hele den primære målgruppe og langt mindre fra nyheder i TV og nettet.

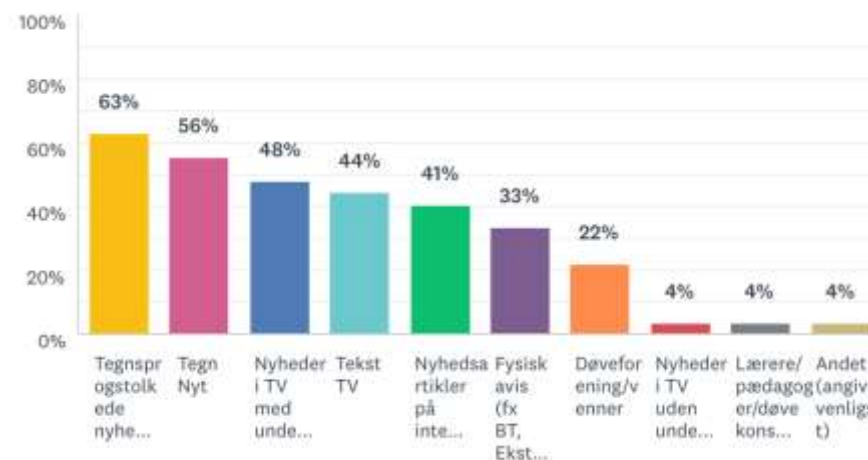
Man kunne have forventet en højere procentdel for "døveforeninger/venner" for dem uden uddannelse, men de 22 % kunne netop være en afspejling af, at disse respondenter i højere

grad har brug for hjælp til at begå sig på nettet og derfor har færre af dem ikke deltaget i denne undersøgelse.

Primære nyheds- og informationskilder for den primære målgruppe



Primære nyheds- og informationskilder for dem i den primære målgruppe uden uddannelse



Da man kunne krydse flere svarmuligheder af i dette spørgsmål, kan det skabe en usikkerhed omkring resultatet forbundet med om respondenterne har forstået spørgsmålet korrekt og kun valgt de

primære kilder eller om respondenterne blot har valgt alle de kilder, som de både ofte eller indimellem benytter sig af.

Nu da vi kan se, at den primære målgruppe er meget på Facebook, kunne det have været interessant næste gang at vide mere præcist, hvor mange af dem, der primært får deres nyheder via Facebook.

Ser du udenlandsk tegnsprogs-tv?

Af den primære målgruppe er der lidt færre, der ser udenlandsk tegnsprogs-tv end for besvarelsene for alle respondenter. 31 % mod 36 %.

Få af respondenterne i den primære målgruppe (7 %) ser det på hjemmesider på nettet, men foretrækker ellers Facebook eller svenske/norske tv kanaler i stedet.

Seere af udenlandsk tegnsprogs-tv for den primære målgruppe



Sammenlignet med alle respondenternes besvarelser (uden segmentering) er der følgende tendenser i medievaner for Den primære målgruppe:

- Den primære målgruppe ser mindre serier og dokumentarer og mere sport.
- De læser lidt færre artikler på nettet og markant færre bøger, fagbøger og arbejdsrelateret stof, hvilket bekræfter den primære målgruppe betegnelse som "usikre læsere".
- De læser lige så meget opslag på Facebook og aviser, mens brugen af Tekst-tv er væsentligt højere.
- De benytter de tegnsprogstolkede nyhedstilbud i langt højere grad – heraf DR Ligetil – TEGN Nyt med 42 % mod 28 % - til at få nyheder og informationer.
- De ser lige så meget nyheder i TV med undertekster, men bruger i lidt mindre omfang nyhedsartikler på nettet til at få nyheder.
- Dette segment får deres nyheder og informationer i højere grad fra døveforeninger og venner – 47 % mod 36 %.
- De ser lidt mindre udenlandsk tegnsprogs-tv og foretrækker at se det i TV eller på Facebook fremfor på nettet.
- 56 % af dem uden uddannelse i den primære målgruppe får deres nyheder fra DR Ligetil – TEGN Nyt.

Den primære målgruppe benytter de tegnsprogstolkede nyhedstilbud på TV i langt højere grad og læser mindre generelt, i så fald gerne tekst-tv eller aviser. De er meget på Facebook og får ofte nyheder fra døveforeninger og venner.

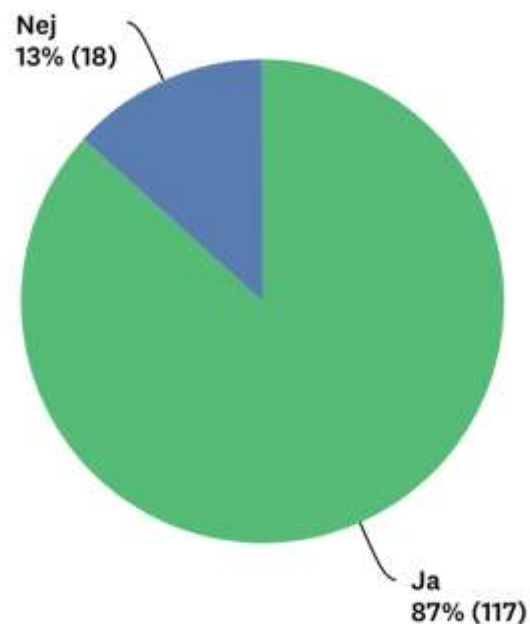
Tidens Tegn for den primære målgruppe

135 respondenter har svaret på dette spørgsmål

Ser du Tidens Tegn?

87% fra den primære målgruppe ser Tidens Tegn. Det svarer til 117 respondenter. Af dem svarer 115 på de følgende spørgsmål.

Seerantal af Tidens Tegn for den primære målgruppe



Hvor ser du helst Tidens Tegn?

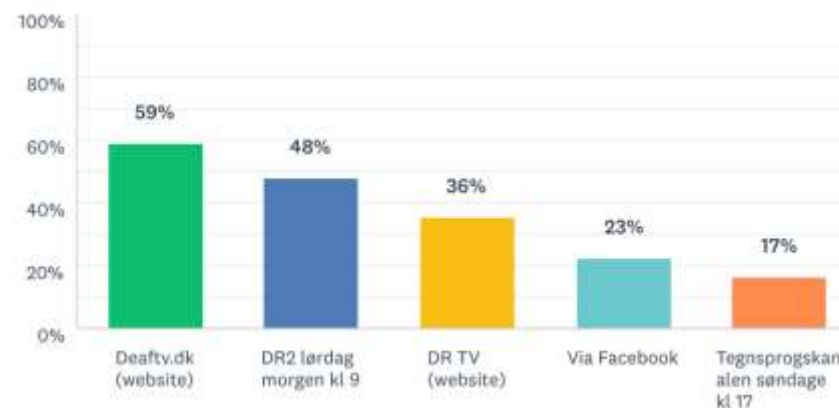
Blandt den primære målgruppe er det populært at se eller gense Tidens Tegn på Døvefilms egen hjemmeside. 60 % foretrækker dette.

Knap halvdelen (48 %) ser Tidens Tegn som flow-tv lørdag morgen på DR2. Det er flere sammenlignet med for alle respondenter (uden segmentering). Det ligger godt i tråd med, at den primære målgruppe har en lidt ældre alderssammensætning og at det ældre segment foretrækker at se Tidens Tegn DR2 lørdag morgen fremfor Døvefilms hjemmeside.

36 % ser det on-demand på DR TV's hjemmeside og 23 % via Facebook.

17 % ser Tidens Tegn på Tegnsprogskanalen om søndagen.

Hvor den primære målgruppe ser Tidens Tegn

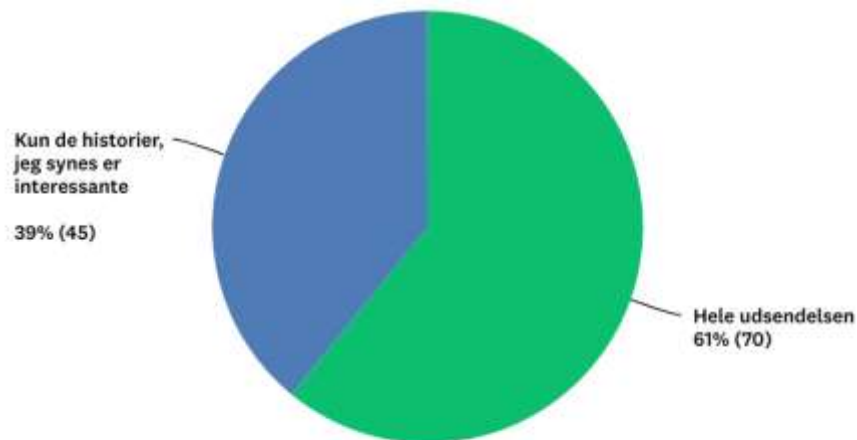


Hvor meget af Tidens Tegn ser du?

60 % ser hele udsendelsen og 39 % ser kun de historier, som de synes er interessante.

Sammenlignet med besvarelserne for alle respondenter er der 10 % flere, der ser hele udsendelsen. Det stemmer overens med, at en højere andel af den primære målgruppe ser Tidens Tegn som flow-tv på DR2 lørdag morgen.

Hvor meget den primære målgruppe ser af Tidens Tegn



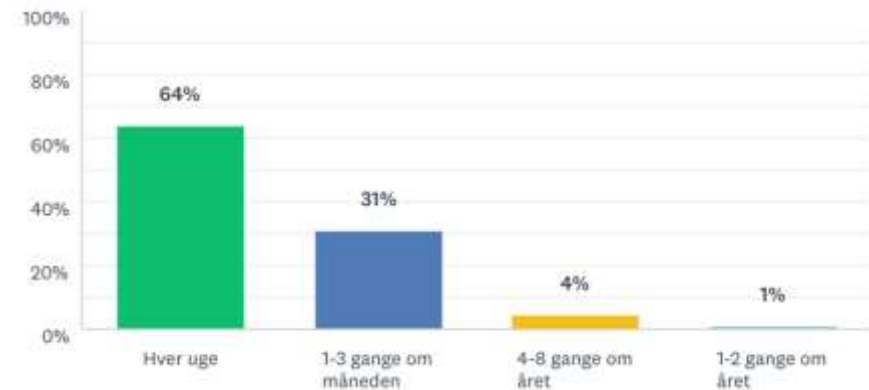
Hvor ofte ser du Tidens Tegn?

64 % ser Tidens Tegn *hver uge* og 31 % ser det *1-3 gange om måneden*.

Det svarer til, at 95 % af den primære målgruppe ser Tidens Tegn regelmæssigt, dvs. 1 gang om måneden eller oftere.

Det vidner om, at den primære målgruppe er en trofast seerskare af Tidens Tegn.

Hvor ofte den primære målgruppe ser Tidens Tegn



Hvorfor ser du ikke Tidens Tegn oftere?

Der er kun 5 % - svarende til 6 respondenter - der har svaret på dette spørgsmål. Tendensen er dog den samme som for alle respondenter; enten glemmer de det eller også interesserer det dem ikke.

Sammenlignet med alle respondenternes besvarelser (uden segmentering) er der følgende tendenser i seervaner for den primære målgruppe for Tidens Tegn:

- En lidt højere seerandel for Tidens Tegn – 87 % mod 83 %
- De ser Tidens Tegn både på tv og på nettet – og flest ser det helst på Døvefilms egen hjemmeside
- Flere vælger at se programmet som flow-tv på DR2 lørdag morgen – 48 % mod 37 % - eller på Tegnsprogskanalen søndag – 17 % mod 12 %
- Der er 10 % flere, der ser hele udsendelsen
- 95 % af den primære målgruppe ser Tidens Tegn regelmæssigt, 1 eller flere gange om måneden, heraf ser 10 % flere programmet ugentligt

Den primære målgruppe er meget loyale seere af Tidens Tegn og ser det regelmæssigt. De ser det mest på nettet på Døvefilms egen hjemmeside, men også i tv lørdag morgen. De ser gerne hele udsendelsen.

Tidens Tegn historier for den primære målgruppe

Specifikke historier med emner af samfundsmæssig karakter, om demokrati og deltagelse og om døvesamfundet.

Har du set udsendelsen?

105 respondenter har i gennemsnit svaret på dette spørgsmål vedrørende samfundsmæssige historier.

84 respondenter har i gennemsnit svaret på dette spørgsmål vedrørende historier om demokrati og deltagelse samt døvesamfundet.

Andel fra den primære målgruppe, som har set disse specifikke historier:

Samfundsmæssige historier

- | | |
|---------------------------|------|
| • Asyldebatten | 60 % |
| • Trepartsforhandlingerne | 62 % |
| • Mediaaftalen | 61 % |
| • Benjamin Backstage | 87 % |

Demokrati og deltagelse

- | | |
|--|------|
| • Kommune- og regionsvalg | |
| - Begge programmer | 65 % |
| - Kun program om baggrund | 11 % |
| - Kun debat ml. Coilin og Line | 0 % |
| - Døveforeningens vælgermøde (ikke optalt) | |

Døvesamfundet

- | | |
|--------------------------------|------|
| • Døveforeningens udfordringer | 80 % |
| • Uroen på tolkemarkedet | 78 % |

De mest sete af de specifikke historier var *Benjamin Backstage*, *Døveforeningens udfordringer* og *Uroen på tolkemarkedet* med et gennemsnit på ca. 82 %.

Det understøtter definitionen af den primære målgruppes - at de gerne vil se historier, der omhandler døveverdenen.

De mindst sete af de specifikke historier med et gennemsnit på 62 % omhandler emner af mere samfundspolitisk karakter. Her har den primære målgruppe pr. definition en mere uens baggrundsviden og derfor kan det være en forklaring på, at interessen er mindre for denne type historier, fordi nogle kan have sværere ved at følge med i emnet.

Hvordan var dækningen af udsendelsen?

62 respondenter har i gennemsnit svaret på dette spørgsmål.

Den primære målgruppe har vurderet dækningen af disse specifikke historier med et vægtet gennemsnit på:

Samfundsmæssige historier

- Asyldebatten 7,14
- Trepartsforhandlingerne 7,81
- Mediaaftalen 7,29
- Benjamin Backstage (ikke vurderet)

Demokrati og deltagelse

- Kommune- og regionsvalg
- Begge programmer
- Baggrund (værtens forklaring) 7,30
- Debat ml Coilin og Line 6,59
- Døveforeningens vælgermøde 7,08

Døvesamfundet

- Døveforeningens udfordringer 7,98
- Uroen på tolkemarkedet 8,07

	1 MEGET DÅRLIG	2	3	4	5	6	7	8	9	10 MEGET GOD	1 ALT	VÆGTET GENNEMSIT
Dækningen af asyldebatten	2% 1	0% 0	3% 2	5% 4	17% 11	5% 3	19% 12	21% 13	6% 4	21% 13	63	7,34
Dækningen af trepartsforhandlingerne	0% 0	0% 0	0% 0	3% 2	18% 10	30% 16	12% 8	14% 9	18% 10	29% 18	63	7,81
Dækning af mediaaftalen	2% 1	2% 1	3% 2	2% 1	13% 8	16% 10	16% 10	13% 8	8% 5	26% 16	62	7,29
Værtens forklaring af valget	0% 0	2% 1	2% 1	5% 3	21% 12	10% 6	11% 7	15% 9	7% 4	28% 17	61	7,30
Debat/snak ml Coilin og Line	2% 1	2% 1	4% 2	9% 5	15% 10	18% 10	14% 8	13% 7	4% 2	18% 10	56	6,59
Døveforeningens af 1866's vælgermøde	2% 1	3% 2	0% 0	2% 1	25% 15	8% 5	12% 7	12% 11	10% 6	30% 12	60	7,08
Dækning af Døveforeningens af 1866's udfordringer	2% 1	0% 0	0% 0	3% 2	8% 5	12% 8	14% 9	13% 8	13% 8	36% 23	64	7,98
Dækning af uroen på tolkemarkedet	0% 0	0% 0	0% 0	1% 1	12% 8	12% 8	9% 6	16% 11	19% 13	31% 21	68	8,07

Med hensyn til vurderingen af dækningen af de specifikke historier er den primære målgruppes besvarelser generelt positive og ligger et godt stykke over middel, med 20-36 % der er *meget tilfreds* (10).

Undtagelsen er *Debat/snak mellem Coilin og Line* – her er vurderingen af dækningen sat lidt lavere.

Den højeste tilfredshed ses for dækningen af *Døveforeningens af 1866's udfordringer*, *Uroen på tolkemarkedet* og *Trepartsforhandlingerne*.

Fik du større viden om emnet?

63 respondenter har i gennemsnit svaret på dette spørgsmål.

87 % har svaret på spørgsmålet om Benjamin Backstage.

Følgende fra den primære målgruppe har vurderet udbyttet af disse specifikke programmer med et vægtet gennemsnit på:

Samfundsmæssige historier

- Asyldebatten 6,78
- Trepartsforhandlingerne 7,55
- Mediaaftalen (ikke vurderet)
- Benjamin Backstage 7,99

Demokrati og deltagelse

- Kommune- og regionsvalg 6,38 (alle indslag)
- Begge programmer
- Baggrund
- Debat ml Coilin og Line
- Døveforeningens vælgermøde

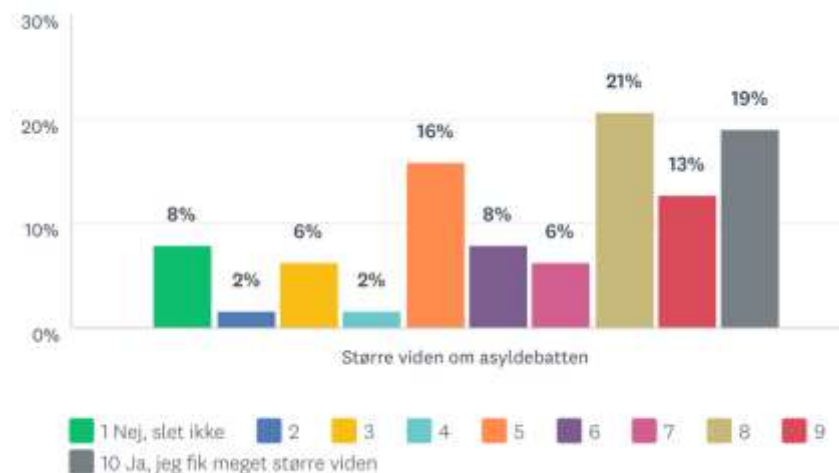
Døvesamfundet

- Døveforeningens udfordringer (ikke vurderet)
- Uroen på tolkemarkedet (ikke vurderet)

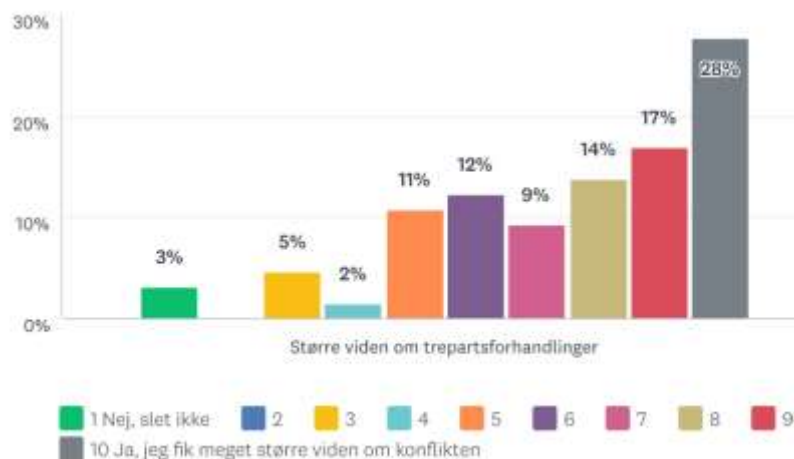
Med hensyn til vurderingen af udbyttet af de specifikke historier er den primære målgruppes besvarelser generelt positive og ligger et godt stykke over middel. Den mest udbytterige historie af de specifikke var den om *Trepartsforhandlingerne*, hvor 28 % fik meget større viden om konflikten.

Dog er Benjamin Backstage klar topscorer – historierne var generelt meget populære blandt alle seerne. Knap halvdelen (45 %) af den primære målgruppes seere af historierne fik *meget større viden* om døve og arbejdspladser gennem Benjamin Backstage.

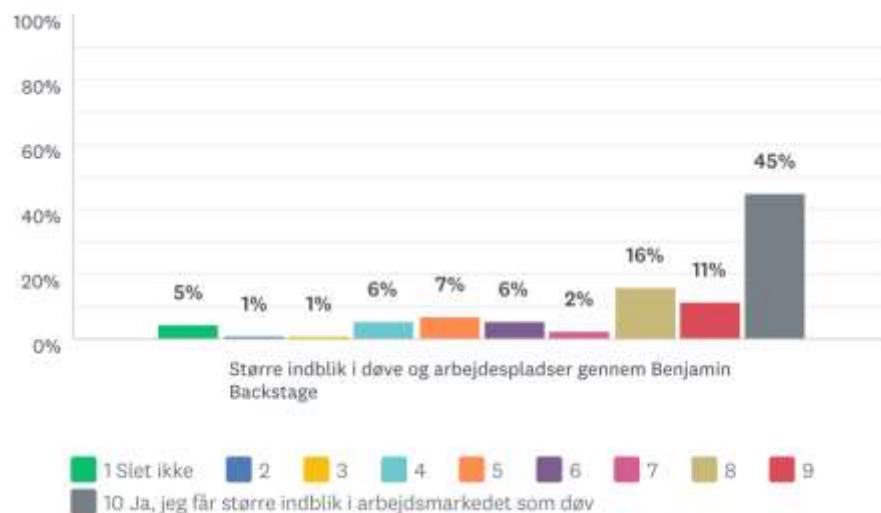
Fordeling af udbyttet for den primære målgruppe vedr. Asyldebatten



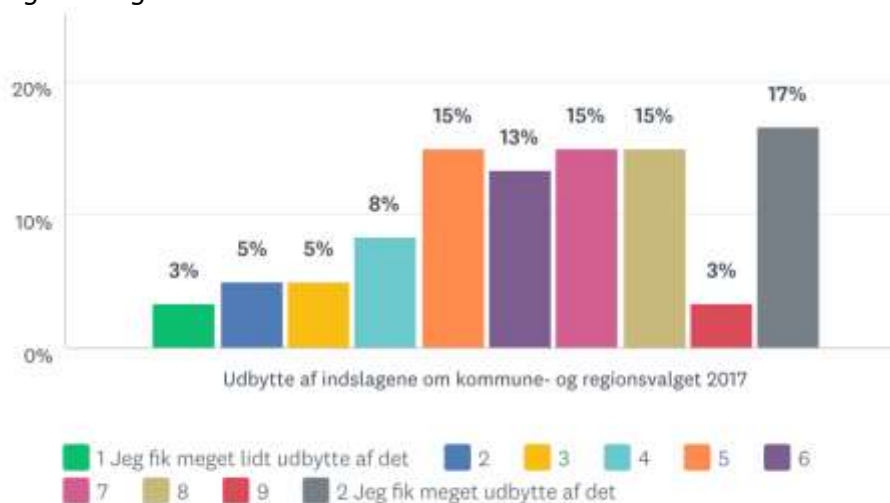
Fordeling af udbyttet for den primære målgruppe vedr. Trepartsforhandlingerne



Fordeling af udbyttet for den primære målgruppe vedr. Benjamin Backstage



Fordeling af udbyttet for den primære målgruppe vedr. Kommune- og regionsvalget 2017



Sammenhæng i emnet ved indslag udsendt over flere omgange

62 respondenter har i gennemsnit svaret på dette spørgsmål.

85 % som har set historierne om Døveforeningen af 1866's udfordringer og Uroen på tolkemarkedet har svaret, at de synes der var sammenhæng i emnet, selvom det blev udsendt i indslag over flere omgange.

Hvad kan gøres anderledes til det næste folketingsvalg i 2019?

28 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Et resumé er udtrykt i følgende udplukkede kommentarer og kan fungere som inspiration til forbedringer:

- Døvefilm kan arrangere folketingsvalg hos Aalborg, Odense og Næstved og debat forskellig side. Samt døvefilm fortælle hvad partner prioritere
- Som de bor flere døv i kommune kan fedt se har mener om det og hvem vi skal stem.. handler kun i Kbh. Hvad med rest Danmark? Som de har mange døv.. Vejle og Fredericia.
- Fortalt om hver parti ønsker i hver programmer, det giv bedre overblikket over hver parti
- Tolk på når der er valg. på tv debatterne var uden tolk
- At værterne har enartet, mørke bluser på, at deres tegn er tydelige

- *Mere i web side, facebook side.. pga se hverdage med mobil*
- *Ønsker mere og flere gange om ugen end kun en gang om ugen , feks tidens tegn og nyt tegn . Nyt tegn ønsker jeg mere forklare om dagen*

Sammenlignet med alle respondenternes besvarelser (uden segmentering) er der følgende tendenser i oplevelsen for den primære målgruppe vedrørende specifikke historier i Tidens Tegn:

- Der er i gennemsnit ca. samme andel seere fra den primære målgruppe eller lidt højere
- Den primære målgruppe vurderer generelt de specifikke historier mere positivt, både for dækning og udbytte – og der er færre vurderinger, der ligger under middel
- Vurderingen af dækningen ligger i gennemsnit på samme niveau eller lidt højere
- Vurderingen af udbyttet ligger i gennemsnit lidt højere, kun indslagene om kommune- og regionsvalget lå en smule lavere.
- Af de specifikke historier var det emner fra døveverdenen, som generelt blev vurderet højest – særligt Benjamin Backstage – fremfor samfundspolitiske historier

Den primære målgruppe ser i lidt højere grad Tidens Tegn og er generelt positive i deres vurdering af dækningen og udbyttet af de specifikke historier. De er mest positive stemt overfor indslag, også af samfundsmæssig karakter, der omhandler døveverdenen og dermed deres egen hverdag.

Udenlandske produktioner i Tidens Tegn
for den primære målgruppe

Har du set den hollandske dokumentar ”Døvt barn” der handler om Tobias?

75 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

81 % af den primære målgruppe har set den hollandske produktion ”Døvt Barn”.

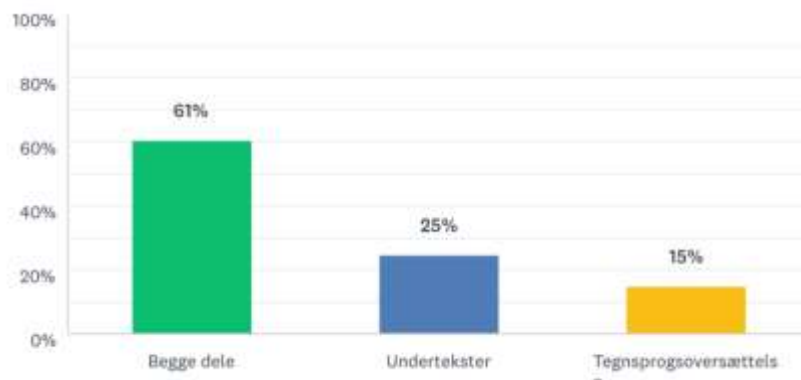
Så du Døvt Barn med tegnsprog eller tegnsprogsoversættelse?

61 respondenter har svaret på dette spørgsmål

Flest (61 %) så det med både undertekster og tegnsprogsoversættelse.

Samlet så 86 % det med undertekster og 76 % med tegnsprogsoversættelse.

Hvordan den primære målgruppe så Døvt Barn



Hvordan var din oplevelse med oversættelsen?

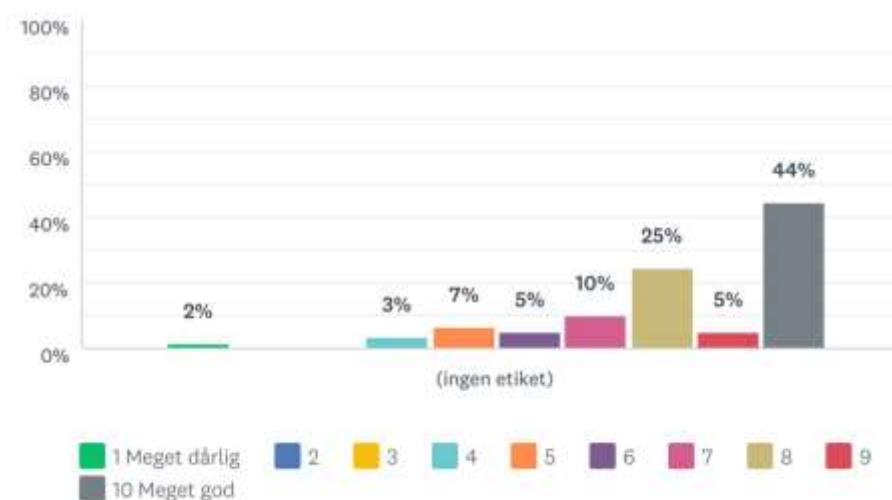
61 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Der var generelt en meget god oplevelse med oversættelsen for den primære målgruppe.

Tilfredsheden med oversættelsen har et vægtet gennemsnit på 8,30.

44 % fandt, at oversættelsen var *meget god* (10), 5 % under middel, heraf 2 % der fandt oversættelsen *meget dårlig* (1).

Tilfredshed med oversættelsen af Døvt Barn for den primære målgruppe



Har du set Alenemor: Ipeks historie?

75 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

73 % af den primære målgruppe har set "Alenemor: Ipeks historie"

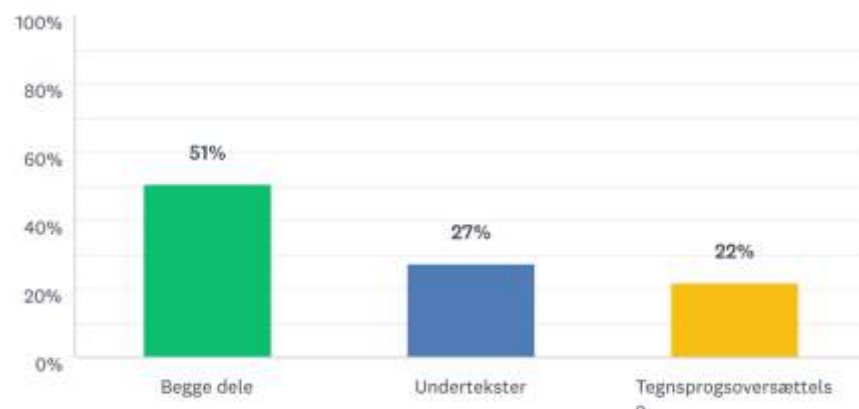
Så du Alenemor: Ipeks historie med tegnsprog eller tegnsprogsoversættelse?

55 respondenter har svaret på dette spørgsmål

Flest (51 %) så det med både undertekster og tegnsprogsoversættelse.

Samlet så 78 % det med undertekster og 73 % med tegnsprogsoversættelse.

Hvordan den primære målgruppe så Alenemor: Ipeks historie



Hvordan var din oplevelse med oversættelsen?

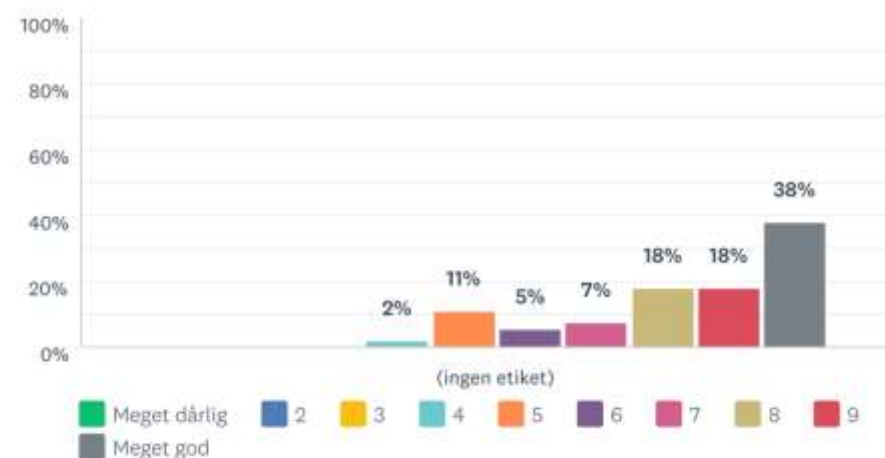
55 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Der var generelt en meget god oplevelse med oversættelsen for den primære målgruppe.

Tilfredsheden med oversættelsen havde et vægtet gennemsnit på 8,36.

38 % fandt, at oversættelsen var *meget god* (10), 2 % under middel, heraf fandt ingen oversættelsen *meget dårlig* (1).

Tilfredshed med oversættelsen af Alenemor: Ipeks historie for den primære målgruppe



Kunne du tænke dig at se flere udenlandske produktioner som Døvefilm køber hjem med undertekstning/tegnprogstolkning?

74 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Stort set alle fra den primære målgruppe kunne godt tænke sig flere udenlandske produktioner i Tidens Tegn.

For 80 % ville undertekster fungere og for 80 % ville tegnsprogstolkning fungere.

Flere indkøb af flere udenlandske produktioner for den primære målgruppe



Historier på internationale tegn i Tidens Tegn for den primære målgruppe

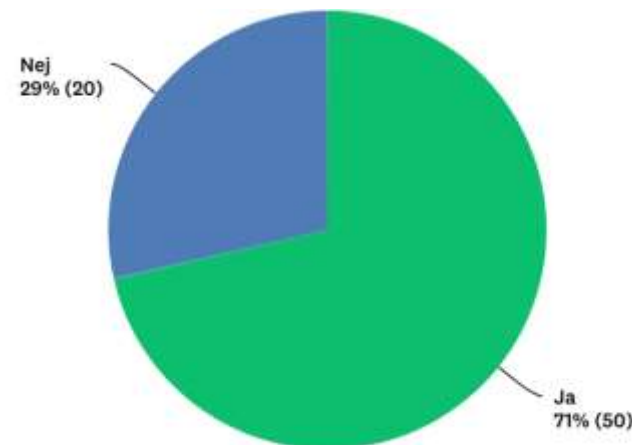
Har du set indslag med internationale tegn?

70 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det skal bemærkes, at kun halvdelen af den primære målgruppes respondenter har besvaret dette spørgsmål. Derfor vil resultatet være behæftet med en vis usikkerhed.

71 % af den primære målgruppe har set historier på internationale tegn i Tidens Tegn.

Seere fra den primære målgruppe af indslag med internationale tegn



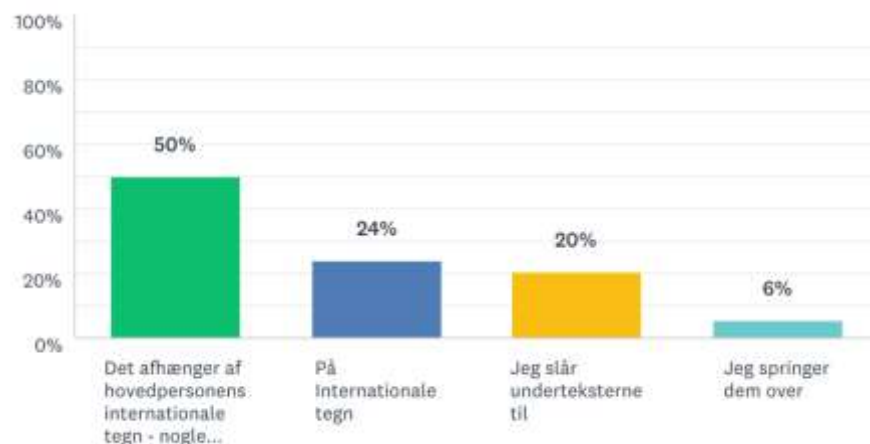
Hvordan ser du de programmer, hvor der bruges internationale tegn?

54 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Halvdelen har svaret, at det afhænger af hovedpersonens internationale tegn - nogen forstår jeg lettere, andre er jeg nødt til at slå undertekster til.

Ca. 1/4 ser programmerne på internationale tegn og 20 % slår undertekster til. 6 % springer programmerne over.

Hvordan den primære målgruppe ser programmer med internationale tegn



Sammenlignet med alle respondenternes besvarelser (uden segmentering) er der følgende tendenser for udenlandske produktioner i Tidens Tegn for den primære målgruppe:

- Lidt flere så Døvt Barn – 81 % mod 75 %
- Lidt flere så Alenemor: Ipeks historie – 73 % mod 68 %
- Lige så stor tilfredshed med oversættelsen af begge udenlandske produktioner – over 8 i snit.
- Lidt færre (86 % mod 90 %) så Døvt Barn med undertekster, mens langt flere (76 % mod 59 %) så det med tegnsprogsoversættelse. Flere (61 % mod 49 %) så det med begge
- Lidt færre (78 % mod 83 %) så Alenemor: Ipeks historie med undertekster, mens langt flere (73 % mod 59 %) så det med tegnsprogsoversættelse. Flere (51 % mod 42 %) så det med begge muligheder
- Stort set alle fra den primære målgruppe kunne godt tænke sig flere udenlandske produktioner.
- 80 % mod 82 % siger, at det vil passe dem, hvis de sendes med undertekster
- Flere (80 % mod 65 %) siger, at det vil passe dem, hvis de sendes med tegnsprogsoversættelse.
- Lidt flere (71 % mod 64 %) har set historier på internationale tegn i Tidens Tegn
- 25 % færre ser historierne på internationale tegn på internationale tegn – 24 % mod 32 % - og lidt flere slår underteksterne til – 20 % mod 17 %

Den primære målgruppe er generelt glad for udenlandske produktioner i Tidens Tegn. Det vil være en fordel at sende dem med tegnsprogsoversættelse, da det tilfredsstiller flere fra dette segment. Historier på internationale tegn ses gerne, men der er et større behov for at slå undertekster til.

DR Ligetil - TEGN Nyt for den primære målgruppe

104 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 72 % af respondenterne fra den primære målgruppe.

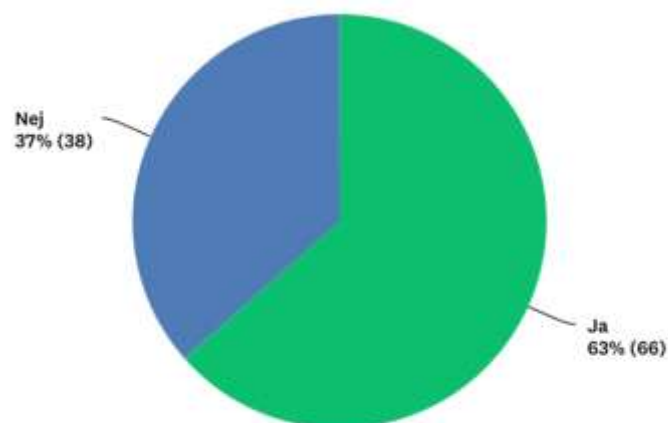
Har du set DR Ligetil – TEGN Nyt?

63 % af den primære målgruppe har set DR Ligetil – TEGN Nyt.

37 % har svaret nej til, at de har set DR Ligetil – TEGN Nyt.

Døvefilm er tilsyneladende nået ud til en stor del af sin målgruppe allerede inden for de første 4 måneder siden tilbuddets start. Andelen kan sagtens reelt være højere, hvis det tages med i betragtning, at den primære målgruppe ikke nødvendigvis har kunnet deltage i denne undersøgelse, som kun blev udbudt på nettet.

Seerantal for DR Ligetil – TEGN Nyt for den primære målgruppe



Hvor ser du DR Ligetil – TEGN Nyt?

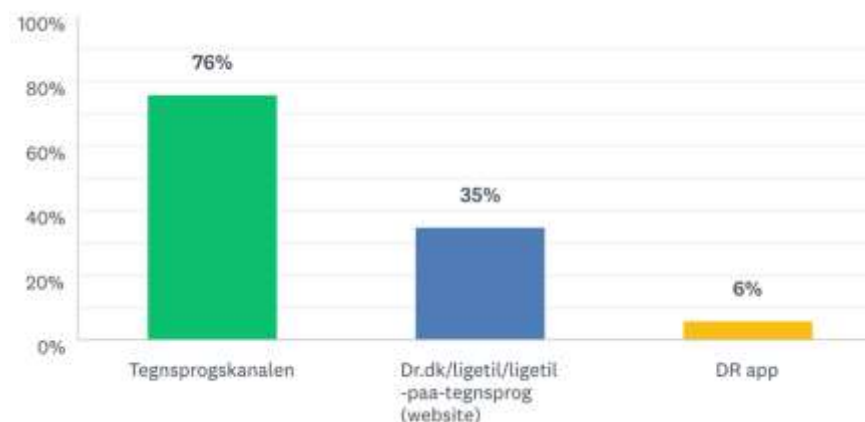
66 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

76 % af DR Ligetil – TEGN Nyts seerne fra den primære målgruppe ser DR Ligetil – TEGN Nyt på Tegnsprogskanalen.

35 % ser det på DR Ligetils hjemmeside og 6 % via DR app'en.

Der er altså en tendens til, at den primære målgruppe mere ser DR Ligetil – TEGN Nyt, når det sendes som en samlet nyhedsvideo sidst på dagen på Tegnsprogskanalen, end at de ser dem enkeltvis på DR's hjemmeside. Grunden kunne være, at den primære målgruppe allerede er vant til at være på Tegnsprogskanalen, hvor de primært får deres nyheder fra – som det kunne ses i afsnittet for deres medievaner.

Hvor den primære målgruppe ser DR Ligetil – TEGN Nyt



Hvor tilfreds er du med DR Ligetil – TEGN Nyt?

66 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

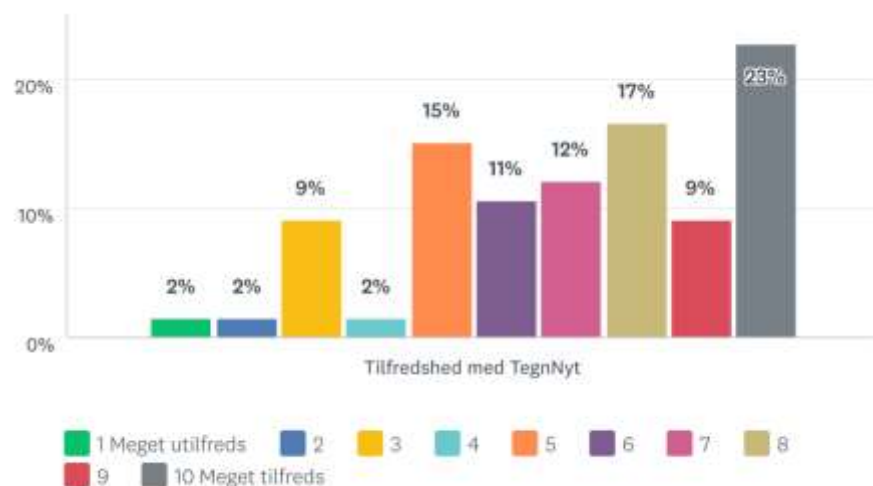
Der er overordnet en stor tilfredshed over middel med DR Ligetil – TEGN Nyt i den primære målgruppe.

De har vurderet DR Ligetil – TEGN Nyt med et vægtet gennemsnit til 7,05.

Sammenlignet med alle besvarelserne (uden segmentering) er det lidt højere – de vurderer DR Ligetil – TEGN Nyt til 6,20. At tallet for den primære målgruppe ligger højere må formodes at være fordi de vurderer DR Ligetil – TEGN Nyt mere positivt, da de tilhører den primære målgruppe for DR Ligetil – TEGN Nyt og produktet netop er designet til dem.

23 % var *meget tilfreds* (10) med DR Ligetil – TEGN Nyt, 15 % under middel, heraf var 2 % *meget utilfreds* (1) med DR Ligetil – TEGN Nyt.

Hvor tilfreds den primære målgruppe er med DR Ligetil – TEGN Nyt



For dem i den primære målgruppe uden uddannelse er det vægtede gennemsnit 7,46 og 31 % er *meget tilfreds* (10), 16 % under middel, heraf 8 % som er *meget utilfreds* (1).

Der er dog kun 20 respondenter for dette spørgsmål på denne segmentering, så resultatet er behæftet med meget stor usikkerhed.

Hvor ofte ser du DR Ligetil – TEGN Nyt?

66 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

21 % ser DR Ligetil – TEGN Nyt hver dag og 35 % ser det 1-3 gange om ugen.

Det giver samlet 56 %, der ser DR Ligetil – TEGN Nyt ugentligt.

De daglige seere ser primært DR Ligetil – TEGN Nyt på tegnsprogskanalen.

De ugentlige seere ser DR Ligetil – TEGN Nyt både på tegnsprogskanalen og på DR Ligetils hjemmeside.

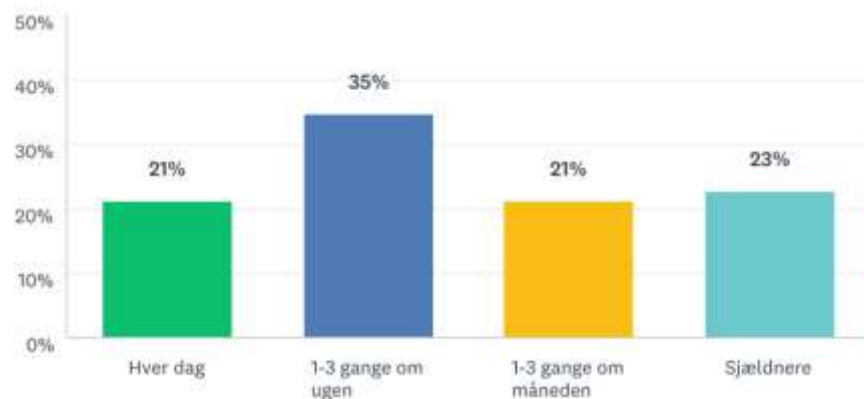
21 % ser DR Ligetil - TEGN Nyt få gange om måneden og 23 % sjældnere.

De månedlige seere ser DR Ligetil – TEGN Nyt overvejende i DR app'en.

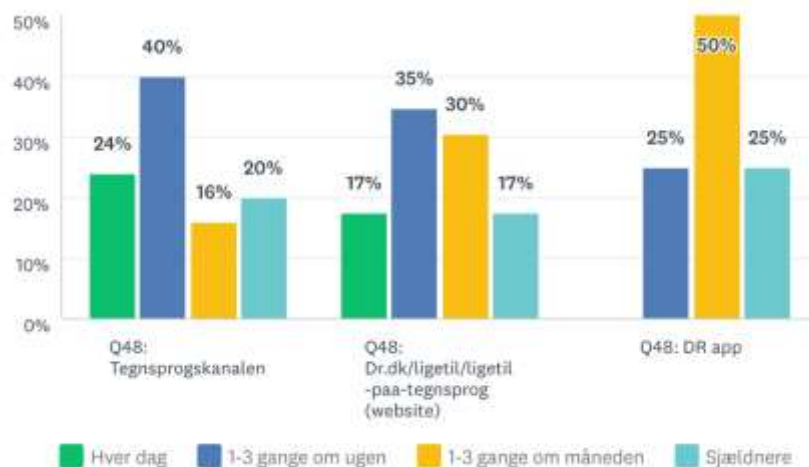
Det ligger i forlængelse af, at den primære målgruppe færdes mest på Tegnsprogskanalen.

Døvefilm kunne overveje, om det skal have konsekvenser for den daglige løbende upload af nyhedshistorier på DR Ligetils hjemmeside, idet kerneseerne tilsyneladende alligevel først ser dem samlet om aftenen på Tegnsprogskanalen.

Hvor ofte den primære målgruppe ser DR Ligetil – TEGN Nyt



Hvor den primære målgruppe ser DR Ligetil – TEGN Nyt sorteret efter frekvens



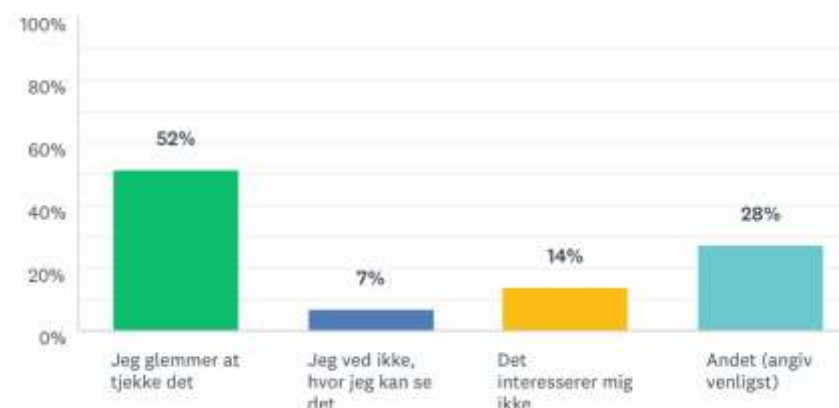
Hvorfor ser du ikke DR Ligetil – TEGN Nyt oftere?

29 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Af de månedlige eller sjældnere seere fra den primære målgruppe angiver halvdelen grunden til, at de ikke ser DR Ligetil – TEGN Nyt oftere, at de glemmer at tjekke det.

For 14 % interesserer det dem ikke og 7 % ved ikke, hvor de kan se DR Ligetil – TEGN Nyt.

Hvorfor den primære målgruppe ikke oftere ser DR Ligetil – TEGN Nyt



Andre grunde kan findes under "Andet" – og disse kommentarer kan bruges som inspiration til forbedringer, der kunne højne seerandelen blandt den primære målgruppe:

- Blev skuffet kun 2 nyheder og vise samme hele tiden så gad ikke se der igen
- Synes det er kort

- *“Gamle nyheder”*
- *Det er fordi jeg synes at tegnsprogkanalen og tegn nyt udsender næsten samme informationer*
- *Kedeligt billede baggrund (dr eller tv2 havde video baggrund) Lidt langsom (forstår godt det henvendelsen sig til ældre) Ikke alt nyheder interesse mig (dr og tv2 havde bedre nyhed og info)*

Sammenlignet med alle respondenternes besvarelser (uden segmentering) er der følgende tendenser for den primære målgruppe for DR Ligetil – TEGN Nyt:

- Lidt flere har set DR Ligetil – TEGN Nyt – 63 % mod 57 %
- Markant flere ser DR Ligetil – TEGN Nyt på Tegnsprogskanalen (76 % mod 63 %) og lidt færre på DR Ligetils hjemmeside (35 % mod 41 %)
- De ser i højere grad DR Ligetil – TEGN Nyt som samlet video på slutningen af dagen på Tegnsprogskanalen fremfor som enkelthistorier inde på DR Ligetils hjemmeside. Dette gælder også de daglige seere
- Tilfredsheden for DR Ligetil – TEGN Nyt er højere – vægtet gennemsnit på 7,05 mod 6,20 – 85% vurderer DR Ligetil – TEGN Nyt til over middel, heraf 23 % *meget tilfreds* mod 13 %
- Langt flere (56 % mod 40 %) ser DR Ligetil – TEGN Nyt dagligt eller ugentligt
- Andre grunde til ikke at se det oftere er, at det er for kort og kedeligt

DR Ligetil – TEGN Nyt er nået ud til en stor del af sin primære målgruppe. Over halvdelen af den primære målgruppe ser DR Ligetil – TEGN Nyt regelmæssigt og er tilfredse med tilbuddet. De ser det mest på Tegnsprogskanalen.

Tegnsprogstolkede nyheder for den primære målgruppe

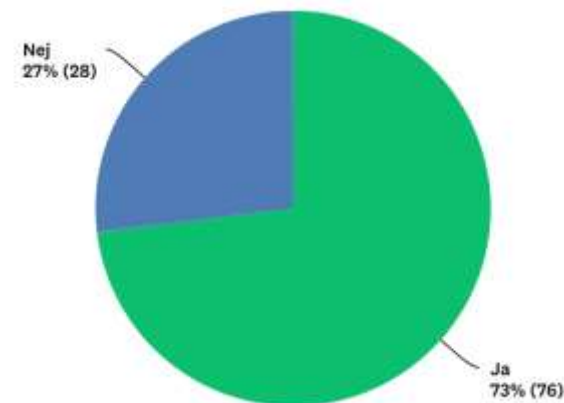
104 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Det svarer til ca. 72 % af respondenterne fra den primære målgruppe.

Har du set Tegnsprogstolkede nyheder?

73 % af den primære målgruppe har set Tegnsprogstolkede nyheder.
27 % har svaret nej til, at de har set Tegnsprogstolkede nyheder.

Seerantal for Tegnsprogstolkede nyheder for den primære målgruppe

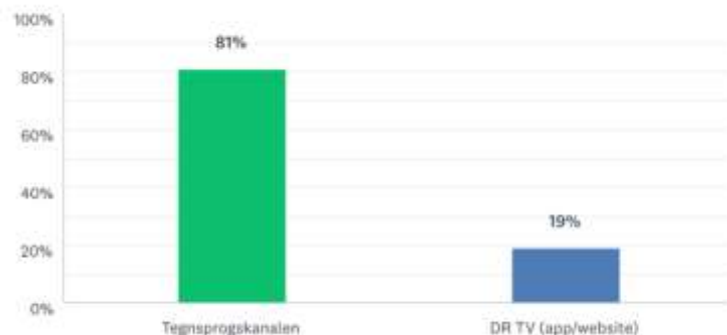


Hvor ser du Tegnsprogstolkede nyheder?

95 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

81 % af seerne fra den primære målgruppe ser Tegnsprogstolkede nyheder på Tegnsprogskanalen.
19 % ser det på DR TV's hjemmeside eller app.

Hvor den primære målgruppe ser Tegnsprogstolkede nyheder



Hvor ofte ser du Tegnsprogstolkede nyheder?

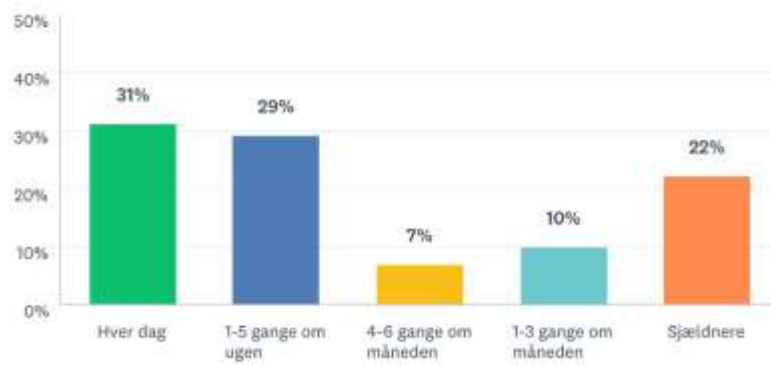
99 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

31 % ser Tegnsprogstolkede nyheder hver dag og 29 % ser det 1-5 gange om ugen.

Det giver samlet 60 %, der ser Tegnsprogstolkede nyheder ugentligt.

17 % ser Tegnsprogstolkede nyheder 1-6 gange om måneden og 22 % sjældnere.

Hvor ofte den primære målgruppe ser Tegnsprogstolkede nyheder



Hvorfor ser du ikke Tegnsprogstolkede nyheder oftere?

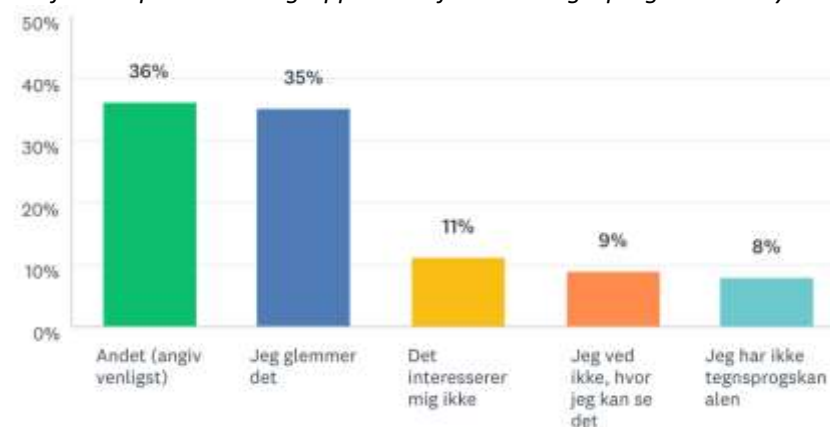
88 respondenter har svaret på dette spørgsmål.

Her skal bemærkes fejl i spørgeskemaet – se note på side 44.

Af respondenterne fra den primære målgruppe på dette spørgsmål angiver ca. 1/3 grunden til, at de ikke ser Tegnsprogstolkede nyheder oftere, at de glemmer at tjekke det.

For 11 % interesserer det dem ikke, 7 % ved ikke, hvor de kan se Tegnsprogstolkede nyheder og 8 % ikke Tegnsprogskanalen

Hvorfor den primære målgruppe ikke oftere ser Tegnsprogstolkede nyheder



Andre grunde kan findes under "Andet" – og et resumé af disse kommentarer kan bruges som inspiration til generelle forbedringer af Tegnsprogstolkede nyheder:

- *Oftest pga tidspunkter. Nåede ikke at se.*
- *Pga arbejde kl 13-19:30, men jeg ser kun tegnsprogstolkede Nyheder lørdag/søndag*

- *Har en travlt hverdag og udsendelserne ligger typisk lige ved aftensmad og børnenes sengetid.*
- *Mangler undertekst, og kan kun optage fra 17 til 21 og ikke bare en af dem, gider ikke lede efter, hvad jeg vil se. Kan ikke være limet til så lang tid. Også svært at følge med tegnsprog*
- *Jeg synes, det er nemmere for mig at læse nyheder eller se det med undertekster, så jeg får det hele med, og hvor mine øjne ikke behøver at være klistret til tolken for at få det hele med. Men læste tekster eller undertekster er det mindre anstrengende for øjnene, synes jeg og jeg kan selv bestemme læsehastighed.*
- *Jeg læser hellere teksttv*
- *befinder mig steder hvor jeg ikke kan se tegnsprogskanal. ville trykke både internet og tegnsprogskanal, men det var ikke muligt, ser det begge steder afhængigt af hvad jeg laver mens det bliver udsendt på tv. Det ville være rat hvis det var nemmer at finde tegnsprogstolkede udsendelser, evt via en app? Der er ikke logik i det når jeg søger på DR.DK der skal man vide hvilke programmer der er tolket, man kan ikke bede søgemaskinen om at finde dem til en.*

Sammenlignet med alle respondenternes besvarelser (uden segmentering) er der følgende tendenser for den primære målgruppe for Tegnsprogstolkede nyheder:

- 10 % flere (73 % mod 67 %) ser Tegnsprogstolkede nyheder
- Flere (81 % mod 76 %) ser dem på Tegnsprogskanalen og færre (19 % mod 24 %) på DR TV's hjemmeside og app
- Flere (60 % mod 50 %) ser dem ugentligt – og langt flere ser dem dagligt (31 % mod 22 %)
- Lidt flere (samlet 17 % mod 13 %) ved ikke hvor de skal se det eller har ikke Tegnsprogskanalen
- 39 % mod 49 % samlet ser det sjældnere. De glemmer typisk at se det eller synes, at tidspunkterne ligger dårligt i forhold til aftensmad. Der udtrykkes også utilfredshed med manglende undertekster eller at de skal lede efter interessant indhold.

Den primære målgruppe benytter sig i høj grad af de Tegnsprogstolkede nyheder og ser dem på Tegnsprogskanalen. Over halvdelen ser dem regelmæssigt i løbet af ugen. Enkelte har svært ved at finde indholdet og flere finder, at tidspunktet ikke harmonerer med f.eks. aftensmaden.

Konklusion

Overordnet set hersker der positive vurderinger af Døvefilms aktiviteter: Tidens Tegn, DR ligetil – TEGN Nyt og de tegnsprogstolkede nyheder.

Idet indsamlingsmetode, spørgsmålsdesign – og logik er sammenlignelige med bruger- og seerundersøgelsen fra 2016 kan nogle af resultaterne ses i forhold til hinanden. Der er dog i dette års undersøgelse tilføjet en del yderligere spørgsmål, som ikke før er behandlet i Døvefilms bruger- og seerundersøgelser og som derfor ikke har et sammenligningsgrundlag fra tidligere år.

Dette års undersøgelse har ligeledes et mindre respondentantal end i 2016, hvilket kan skabe en lidt større usikkerhed omkring resultaterne.

Her er det igen vigtigt at huske på, at undersøgelsen ikke er repræsentativ, men kan bruges som pejlemærke.

I denne undersøgelse analyseres svarene fra alle respondenter og svarene fra den primære målgruppe. De to segmenter sammenlignes, hvor det er relevant.

Den primære målgruppe defineres som de tegnsprogsbrugere, der har mindre udbytte af at få informationer på skriftligt dansk. Der er filtreret på om respondentens højeste uddannelsesgrad er ingen uddannelse, Folkeskolens afgangseksamen eller en erhvervsuddannelse.

DEMOGRAFI

Der er en god aldersmæssig spredning blandt alle respondenterne, dog flest i alderen 21-50 år (66 %). Den primære målgruppe er gennemsnitligt lidt ældre med hovedvægten på alderen 31-60 år.

Geografisk kommer respondenterne fra især Region Hovedstaden (35 %), Region Syddanmark (23 %) og Region Midtjylland (21 %). Den primære målgruppe bor jævnt spredt i landet med vægt på regioner, hvor de store ”døvebyer” ligger.

Hovedparten af respondenterne (58 %) har en uddannelse udover folkeskole- og gymnasialt niveau. 11% har ingen uddannelse og 21% har alene folkeskolens afgangseksamen.

45 % arbejder til daglig, dernæst er de især pensionerede (25 % - en stigning på 7 % i forhold til seneste brugerundersøgelse fra 2016) eller de er under uddannelse (14 %).

For den primære målgruppe er der en større andel udenfor arbejdsmarkedet og uddannelsessystemet end for gennemsnittet. Der er ligeledes 15 % flere pensionister.

I alt 85 % af respondenterne kan betragtes som primære tegnsprogsbrugere mod 95 % for den primære målgruppe.

MEDIEVANER

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.

- 80 % læser typisk opslag på Facebook og 69 % læser artikler på nettet. Det kan sige noget om, at størstedelen af de adspurgte i denne undersøgelse begår sig på de sociale medier og navigere på internettet.

- Der er tendens til, at de yngre seere i højere grad får deres nyheder fra nettet og de ældre seere i højere grad fra TV og aviser, som det ses i samfundet generelt.
- Der er en stigning på ca. 10 % i forhold til 2016-undersøgelsen af dem, som ser udenlandsk tegnsprogs-tv. Flest ser det via Facebook.

Den primære målgruppe benytter de tolkede nyhedstilbud på TV i langt højere grad - – heraf DR Lige til – TEGN Nyt med 42 % mod 28 % for gennemsnittet - og læser generelt mindre, i så fald gerne tekst-tv eller aviser. De er meget på Facebook og får ofte nyheder fra døveforeninger og venner.

- 56 % af dem uden uddannelse i den primære målgruppe får deres nyheder fra DR Lige til – TEGN Nyt

Det høje forbrug af tolkede nyheder kan skyldes, at dette i lang tid har været det eneste nyhedstilbud på tegnsprog.

Som med de fleste vaner tager det tid at ændre dem. Det taget i betragtning må det siges at være et tilfredsstillende resultat, at 4 måneder efter start svarer 42 % i den primære målgruppe, at de får deres nyheder fra DR Lige til – TEGN Nyt. Det tyder på, at tilbuddet når ud til den primære målgruppe.

Det er værd at gentage her, at resultaterne er indhentet på nettet, og derfor sandsynligvis ikke inkluderer de respondenter, som er mindre hjemmevante på nettet.

TIDENS TEGN

Størstedelen af respondenterne ser Tidens Tegn og ser det regelmæssigt. De ser det mest på nettet på Døvefilms egen hjemmeside, men også i tv lørdag morgen eller på DR's hjemmeside.

Halvdelen ser gerne hele udsendelsen - resten vælger de historier ud, som de finder interessante.

- 90 % ser Tidens Tegn regelmæssigt, 1 eller flere gange om måneden, heraf ser 53 % programmet ugentligt.
- Fordelingen i forhold til alder viser en klar tendens til, at de yngre seere vælger at se Tidens Tegn on-demand fremfor som traditionelt flow-tv, og de vælger i langt højere grad kun at se de historier, som interesserer dem.

Den primære målgruppe er meget loyale seere af Tidens Tegn og ser det regelmæssigt. De ser det mest på nettet på Døvefilms egen hjemmeside, men også i større grad end gennemsnittet i tv lørdag morgen. De ser gerne hele udsendelsen.

- 95 % ser Tidens Tegn regelmæssigt, 1 eller flere gange om måneden, heraf ser 10 % flere programmet ugentligt.
- 48 % ser det som flow tv på DR2 lørdag morgen og 17 % på Tegnsprogskanalen om søndagen – det er samlet 16 % flere end gennemsnittet.
- 36 % ser det on-demand på DR TV's hjemmeside og 23 % via Facebook.

At flow tv andelen er højere og flere ser hele udsendelsen, stemmer godt overens med den primære målgruppes ældre alderssammensætning, som generelt foretrækker tv fremfor nettet.

TIDENS TEGN HISTORIER

Generelt scorer de samfundsmæssige og demokratiformidlende historier lidt lavere end historierne om døvesamfundet. Der er flest seere på de historier med højst vurdering (skala fra 1-10).

- Den gennemsnitlige vurdering af de specifikke historier fra Tidens Tegn ligger over middel - med et vægtet gennemsnit for dækningen på mellem 6,89 til 7,83 og for udbyttet mellem 6,33 og 7,37.
- Værtens forklaring/beskrivelse af det forestående kommunal- og regionsvalg blev vurderet til væsentligt over middel (7,40).
- Af de specifikke historier var de mest populære historier omhandlende døveverdenen, særligt *Benjamin Backstage* om døve og arbejdspladser. Her fik 39 % af den primære målgruppe *meget større viden* om emnet. Dog fik samtidig 10 % *slet ikke større viden*.
- Derudover var de mest udbytterige historier dem om *Kommunal- og regionsvalget* og *Trepartsforhandlingerne*, hvor henholdsvis 26 % og 24 % *fik meget større viden* om emnet.
- Seeren har fortsat en stor interesse i at se historier fra døveverdenen.
- Langt størstedelen af seerne (ca. 83 %) finder at sammenhængen er fin, selvom et emne bliver behandlet over flere programmer – og dermed med uge(r) imellem.

Den primære målgruppe ser i lidt højere grad Tidens Tegn og er generelt positive i deres vurdering af dækningen og udbyttet af de

specifikke historier. De er mest positive stemt overfor indslag, også af samfundsmæssig karakter, der omhandler døveverdenen og dermed deres egen hverdag.

- Andelen af seere er lidt højere end gennemsnittet, igen tegn på den loyale seerskare.
- Den primære målgruppe vurderer generelt de specifikke historier lidt mere positivt end gennemsnittet, både for dækning og udbytte – og der er færre vurderinger, der ligger under middel.
- Af de specifikke historier var de mest populære helt klar historier omhandlende døveverdenen, særligt *Benjamin Backstage* om døve og arbejdspladser. Her fik 45 % af den primære målgruppe *meget større viden* om emnet.
- Derudover var den næstmest udbytterige historie af de specifikke den om *Trepartsforhandlingerne*, hvor 28 % *fik meget større viden om konflikten*.
- Indslagene om kommune- og regionsvalget lå en smule lavere i vurderingen end gennemsnittet for alle respondenter. Især debatdelen blev dårligt modtaget af denne gruppe.

UDENLANDSKE PRODUKTIONER I TIDENS TEGN

Størstedelen af alle respondenter og af den primære målgruppe ser gerne udenlandske produktioner i Tidens Tegn og kunne godt tænke sig flere.

- Ca. 80 % vil gerne se dem med undertekster.

- 65 %-80 % vil gerne se dem med tegnsprogstolkning – højest for den primære målgruppe.
- Flest seere (85 %) så de to specifikke produktioner i undersøgelsen med undertekster, heraf så ca. 45 % det i kombination med tegnsprogsoversættelse. Flere fra den primære målgruppe brugte kombinationen af begge oversættelsesmetoder.
- De havde en god oplevelse af oversættelsen af det hollandske program "Døvt Barn" og den svenske produktion "Alenemor: Ipeks historie" – oversættelsen blev vurderet til over 8 i snit.
- Historier på internationale tegn ses gerne, men der er et større behov for at slå undertekster til.

DR Ligetil – TEGN Nyt

Nyhederne på modersmål – kaldet DR Ligetil – TEGN Nyt - er nået ud til en stor del af sin primære målgruppe.

Lidt under halvdelen af alle respondenter ser disse nyheder regelmæssigt og tilfredsheden med tilbuddet er over middel. De fleste ser nyhederne på Tegnsprogskanalen, men også på DR Ligetils hjemmeside.

Over halvdelen af den primære målgruppe ser disse nyheder regelmæssigt og er mere tilfredse med tilbuddet end gennemsnittet. Det gælder særligt for dem uden uddannelse. Den primære målgruppe ser mest tilbuddet på Tegnsprogskanalen.

- 63 % af den primære målgruppe har set DR Ligetil – TEGN Nyt. Det er 7 % mere end gennemsnittet (57 %).

- 56 % af den primære målgruppe ser nyhederne ugentligt, heraf 21 % dagligt – det er ugentligt set 16 % flere end gennemsnittet.
- Tilfredsheden med tilbuddet er højere for den primære målgruppe – vægtet gennemsnit på 7,05 mod 6,20 for alle respondenter – 85 % vurderer DR Ligetil – TEGN Nyt til over middel, heraf 23 *meget tilfreds* mod 13 % af gennemsnittet.
- For dem i den primære målgruppe helt uden uddannelse er det vægtede gennemsnit højere (7,46) og 31 % er *meget tilfredse*.
- Markant flere fra den primære målgruppe ser nyhederne på Tegnsprogskanalen (76 % mod 63 %) og lidt færre på DR Ligetils hjemmeside (35 % mod 41 % for gennemsnittet). Generelt ses DR Ligetil – TEGN Nyt som samlet video i slutningen af dagen på Tegnsprogskanalen fremfor som enkelthistorier inde på DR Ligetils hjemmeside.
- Grundene til at de evt. ikke ser disse nyheder oftere er: *jeg glemmer det, det interesserer mig ikke* eller for alle respondenter at det er for lavt niveau eller at det næsten er de samme informationer, som på de tolkede nyheder.

TEGNSPROGSTOLKEDE NYHEDER

Respondenterne, også den primære målgruppe, benytter sig i høj grad af de tolkede nyheder og ser dem primært på Tegnsprogskanalen. Halvdelen ser dem regelmæssigt i løbet af ugen, lidt højere andel for den primære målgruppe. Enkelte har svært ved at finde indholdet og flere finder, at tidspunktet ikke harmonerer med aftenmaden.

- 60 % fra den primære målgruppe ser tegnsprogstolkede nyheder ugentligt – heraf 31 % dagligt. Det er ca. 10 % flere end gennemsnittet.
- 75 % ser dem på Tegnsprogskanalen, 25 % på DR TV's hjemmeside eller app. For den primære målgruppe ligger fordelingen på 81 % / 19 %.
- Ca. 15 % ved ikke hvor de kan se de tegnsprogstolkede nyheder eller har ikke Tegnsprogskanalen.
- 39 % mod 49 % samlet for gennemsnittet ser det sjældnere. Begrundelserne for at respondenterne ikke oftere ser tolkede nyheder, er de samme forklaringer som nævnt for modersmålsnyheder - enten glemmer de at se nyhederne, det interesserer dem ikke eller det passer ikke med aftensmaden og børnenes puttetid. Der udtrykkes også utilfredshed med manglende undertekster eller at man skal lede efter interessant indhold.

UMIDDELBARE ANBEFALINGER:

Dækning af Tidens Tegn historier:

Det kunne være relevant at se nærmere på idéer til, hvordan seerandelen på de samfundsmæssige historier kan forbedres. En god idé kunne måske være at inddrage døve endnu mere i historierne – at døve ”er på besøg” i samfundet og ikke betragter det ”på afstand”, så Døvefilms målgruppe føler sig set og hørt og dermed får en øget interesse i at se indslagene. Dette gør sig i hvert fald gældende for programserien ”Benjamin Backstage”, som virker.

Af seernes forslag til forbedringer til næste folketingsvalg i 2019 var bl.a. at optage mere rundt omkring i landet, mere info om hvert parti i forhold til mærkesager for døvesamfundet, tegnsprogstolkning på tv-debatter samt mere inddragelse af nettet/Facebook.

Udenlandske produktioner i Tidens Tegn:

Det vil være en fordel også/altid at gøre dem tilgængelige med tegnsprogsoversættelse, da det tilfredsstiller flere fra den primære målgruppe.

DR Ligetil – TEGN Nyt

Da disse nyheder primært ses på Tegnsprogskanalen fremfor på DR Ligetils hjemmeside, kunne Døvefilm overveje om det skal have konsekvenser for det daglige løbende upload af nyhedshistorier på DR Ligetils hjemmeside, idet kerneseerne tilsyneladende alligevel først ser dem samlet om aftenen på Tegnsprogskanalen. Alternativt at undersøge mulighederne for app, link via Facebook e.lign.

Seere har kommenteret, at de synes nyhederne er for korte – pt. lige godt 10 minutter pr. dag. Man kan overveje om antallet af indslag pr. dag kan øges eller om den samlede udsendelse for dagen skal bestå af flere end lige dagens nyheder fra Ligetil redaktionen.

Nogle seere synes, at værterne ikke behøver at stave navne, der allerede står på skærmen. Andre synes værterne sjusker med navne/steder o.l. og igen andre synes, at det går for stærkt.

Alt i alt giver denne undersøgelse Døvefilm mulighed for at holde sig opdateret omkring sine seere og deres modtagelse og udbytte af Døvefilms aktiviteter: Tidens Tegn, DR Ligetil – TEGN Nyt og de tegnsprogstolkede nyheder. Ved at dykke ned i resultaterne af denne undersøgelse kan Døvefilm sætte fingeren på, hvor der eventuelt kan ske forbedringer og nyskabelser. Desuden kan Døvefilm også få et pejlemærke omkring, hvor det går godt og hvad der allerede fungerer.

Denne kvantitative undersøgelse kan også danne grundlag for, hvilke forhold der er vigtige at få undersøgt i en kvalitativ undersøgelse.
