

英國數位轉換插曲

策發部 孫青 2009 年 4 月

英國的數位轉換（ASO）預設在 2012 年完成。在此之前，採取一區一區關掉類比訊號的方式。

2009 年的 3 月底，負責傳達數位轉換資訊的 Digital UK 公司，因為轉換時重整電波頻率方式的服務欠周到，被英格蘭南部一大批失去無線數位平台 Freeview 節目的觀眾，罵到一頭是包。

英國的 Digital UK 是一個非營利性組織，2005 年 4 月 13 日成立，原本名叫 Switch Co，成立 5 個月後改為 Digital UK。股東是英國幾個公共廣電媒體（BBC、ITV、C4、FIVE、S4C、Teletext）及發射機製造商 SDN 及 Arqiva。Digital UK 與監理機構 Ofcom 及文化媒體體育部 DCMS 密切合作，但不受其管轄。主責是向民眾解釋何謂數位轉換？告知何時發生？如何預作準備？。

2006 年 5 月，Digital UK 推出其 7 年的計畫，預算高達 2 億英鎊，全數來自於執照費。這是英國歷年來最龐大的公共資訊告知活動，包括寄信到每一戶，以機器人『愛爾』為代言，持續的廣告播出。消費者可透過網站與專線電話尋求協助。Digital UK 業務包括協調 9 千多座發射機與 1 千多座塔台建佈。Digital UK 也是一個平台中立的組織，意味著不會去為那一種數位廣播服務加持。與數位收視有關的家電廠商也與 Digital UK 合作，用一個打勾的數位標誌來標明是合格的數位器材。（Digital UK 詳見網站：<http://www.digitaluk.co.uk/>）

這回出問題的是在 Isle of Wight 上的 Rowridge 發射機群，其涵蓋區是居住在 Hampshire、Dorset 東部、Sussex 西部及 Isle of Wight 本身的收視戶，約有 50 萬家庭。他們為了配合數位轉換計畫，必須重新調整數位機上盒。許多人調整失敗，因而不能收看 BBC、ITV 節目，也有人看不到 B SKY B 的服務。用戶在束手無策之後只好付錢找專業電器廠商協助，因此怒責 Digital UK。

有人在網路上寫道：我們被告知這個調整很簡單，結果證明專家們是大錯特錯，我們花了數小時重調還是找不到節目。老人家怎麼會搞得懂？也有人抱怨 Digital UK 網站上有關重調或是掃瞄資訊付之闕如，Digital UK 欠民眾一個解釋何以有如此之多的觀眾失去原有的節目訊號？業內人士表示，這種現象是一個公共政策的災難，如果觀眾失去對 FREEVIEW 服務的信心，會持續對 FREEVIEW 品牌造成損傷。對其對手 B SKY B 而言，就是奉送江山了。

Digital UK 自圓其說，表示只收到 500 到 600 通 FREEVIEW 觀眾的抱怨，這是 50 萬中的一小部分意見而已，其中大多是收視範圍的邊緣住戶，或是因為使用者年齡偏高、天線角度不對、弄不懂器材等有關的問題。Digital UK 也會提供詳細的說明，理論上大多數人都可以順利調整成功。

不過，電視維修公司的工程師還是覺得，實際情況是一團混亂。他們先前接了 200 多通電話，持續每天還有抱怨湧進來。電話大多來自年長者，根本搞不定機上盒。客戶對於 Digital UK 的電話服務也至感失望，他們抱怨客服人員還沒搞清楚問題就先叫客戶去把軟體升級。重點是軟體升級所費不貲，要 49 到 69 英鎊之譜。

另一位維修工程師每天要接 30 到 40 通電話，也多來自老年用戶。這些觀眾只習慣處理開、關、頻道 12345、音量大或小的問題，不太弄得懂操作手冊，往往聽說明也是聽得一頭霧水。許多人是照表操課，但結果還是不得不找專人代勞，花了錢一肚子不甘願。網路上已經有人呼籲大家去找民意代表或是監理機構 Ofcom 表達不滿了。還有網友建議成立一個類似 FACE BOOK 的網站，以便評估到底有多少人權益受到影響。

Digital UK 沒有提出受影響的人數，也沒有評估到 2012 年前，有多少收視戶將會經歷類似的困擾。Digital UK 表示英國是複頻網，這次的調整是為了避免來自附近 Stockland Hill，即將在 2009 年 5 月關掉類比訊號的發射機群的干擾。

此外，Digital UK 表示由於生產機上盒的廠商眾多，製作規格差異大，又有些電視機有內建 FREEVIEW 接收器的設計，使得 Digital UK 工作遭到不少困難。

英國在整體的數位轉換計畫之中，原本含括一個協助專案 Switch Help Scheme 也會使用電視執照費來運作。但是該專案以轉換為主軸，並未支援重調機上盒或天線問題。所以 BBC 與其他廣電業者已經著手提議：在執行專案中提供機上盒時，要自動有重調機上盒的服務，以免 Rowridge 事件再度發生。但是 Gradana 地區的 Winder Hill 已經要改頻率了，BBC 的美意是否及時可成，便不得而知。

2008 年設於瑞士的 DigiTAG (The Digital Terrestrial Television Action Group) 組織發表一篇 Analogue switch-off: Learning from experiences in Europe 的報告，明敘 ASO 的目的、如何選擇正確的策略、ASO 成功的因素，並強調應以觀眾的需求為關注點。

在成功因素方面，第一項條件是『業內相關環節都要到位』。

不論是國家主管機構、電視台、網路營運業者及製造廠商都得有一致的主動性與步驟。主管機構要採取政治決定，設定確切的時間表。電視台要確認觀眾有被告知，同時持續看得到節目。網路營運業者要配合數位播出做必要的設備升級。製造廠商則供應充足的無線數位電視平台接收設備。電視服務供應者的角色亦不可或缺。他們一旦發現數位轉換時的市場環境不利於無線數位電視平台時，必須告知觀眾在其他播映平台上收視的機會。

第二項條件是『強而有力的領導能力』。

ASO 的進行要在時間與方式上做明確的宣示與指令規劃，以展現其正當性並避免不必要的延宕。政府與監理機構都需要有如此的領導能力。大多數國家專設一組織處理 ASO，居間協調各環節。而充分的法制力與經費是成功的要素。

第三項條件是『有效的溝通策略』。

在準備 ASO 時，觀眾得在有限時間內擷取充足資訊，包括無線數位電視平台啟動時間與其他數位廣播平台的選擇。

第四項條件是『足夠的財務資源』。

各國所需的 ASO 經費不同，但是溝通、行銷與協助弱勢族群是需要足夠經費的。例如補貼無線數位電視平台接收器、製作平台上有吸引力的宣傳節目。

公眾的需求絕對是最重要的。透過全國性的活動、網站、廣告、印刷媒體、電器零售商告知資訊是各國採用的方式。瑞典就以粉紅色的公車在各地地方巡迴，固定時間在城市中心點停留，讓民眾去拜訪及提出問題。當地媒體會公布粉紅巴士的到訪時間。區域的傳播溝通在英國被證明是有效的。2006 年底時，80% 民眾被告知 ASO 一事，而預定先關掉類比訊號的 2 個區域，被告知率更高達 90%。瑞典斯德歌爾摩有 ASO 專業代表去拜訪不同新聞機構，請民眾透過電子郵件或簡訊提出相關疑問。

至於台灣的 ASO 問題，其實時間並不很充裕。第一單頻網推出時有短暫的宣傳。但是長久以來，何謂無線數位電視，新數位節目有多精彩，可以改善收視不良問題等說明，並未持續。機上盒的購買出現在有銷售的電視公司廣告中。依據台灣數位電視協會最新數據，台灣第一單頻網的機上盒，外加車機共有 335 萬台左右，顯見民眾對新媒體新服務雖然還是有興趣的，但無線數位電視普及率仍然偏低。公視在 2008 年中推出實驗性高畫質 HI HD 頻道以來，又必須透過 HD-READY 顯示器與 MPEG-4 壓縮的機上盒才能收看，對觀眾而言又是一筆花費。一旦 NCC 第二單頻網頻譜核發後，勢必有更多的民眾要選購或是換購新機上盒，才能收看高畫質節目。此外高畫質是什麼？數位轉換是什麼？都應該有系統的協助民眾瞭解。台灣號稱 2010 年數位轉換，亦有雜誌指出類比訊號在 2012 年關閉。這段過

程中，似乎該援引國外例子，設立專門單位進行教育、告知、並有協助弱勢收視者的功能，以免造成混亂引發民怨。

資料來源：

Digital UK comes under fire after homes lose channels in retuning

New Media Markets April 3, 2009

Analogue switch-off: Learning from experiences in Europe

DigiTAG 2008

Digital UK--wikipedia

PTS R&D
PTS R&D