

簡訊在資訊傳播的應用

農業推廣課 助理研究員賴信忠分機411

台灣手機的發展起始於1989年中華電信開始營運，期間手機不斷演進，從第一代通訊系統到現在第三代行動通訊系統，功能亦從早期語音到現在具多功能的數據、傳真、影音播放、廣播、電玩及一系列加值服務。早期持有手機是昂貴的消費，但於1996年1月16日立法通過電信三法，開放多家民間系統業者加入後，在市場自由競爭下，業者紛紛推出更多的優惠措施，吸引消費者購買，現在手機已經成為大多數人生活的一部分，甚至有取代市話的傾向。根據國家通訊傳播委員會的統計資料顯示，台灣在1998年底客戶數約為476萬戶，到2009年2月底客戶數已達2,558萬戶，9年間成長了6倍，平均每人1.11個門號，普及率在國際上名列前茅，手機已成為全民在日常生活上必備的現代科技設備，也是最精準可與個人直接有效傳達訊息的傳播媒介。

Wikipediay在2007年度指出GSM（全球行動通訊系統）是當前應用最廣泛的行電電話標準，全世界超過200個國家和地區，10億人以上使用GSM行動電話，第2代GSM是以數位方式傳送，簡訊在其通訊技術規格中具SMS（Short message service）功能，2004年全球一年中約有5,000億則簡訊互相寄送，在亞洲、澳洲和



歐洲地區特別受到歡迎。在中國簡訊市場更是驚人，根據『中國移動通訊在線』統計其用戶的簡訊傳達，2007年就已經突破5000億封，而台灣2007年8月份單月簡訊量即高達3.96億封，平均每人每個月使用16.76則簡訊，2007年行動加值調查顯示，簡訊為目前最受歡迎，使用率最高的訊息傳達方式。

簡訊被廣為利用主要原因是民眾可從手機、電子郵件到網頁介面發送與接收簡訊，而且全世界網路都可通用，簡訊發送後如果沒有被立即接收，會等下一次在重新傳送，具有類似電子郵件與聊天室功能，簡訊的特質具有普遍性，可跨越

不同系統與時空，即時傳遞訊息，只要隨身攜帶手機即可進行數位文字傳播，惟所含的文字與數字的資料量較小，每次只限170個英文字或70個中文字。由於高度記憶性容易保存，依照國外經驗，消費者的廣告記憶性高達60%，文字內容可被大量傳播，且手機方便攜帶，因此廣為民眾使用。簡訊傳播屬於單向，可有效率傳達訊息，不佔用通訊頻道，具有高度私密性等特性。根據資策會在2005年調查台灣受訪者有95%曾使用過手機簡訊服務，商業週刊2005年提出手機簡訊傳達率高達80%，遠比傳統DM不到1%，高出甚多。現行每則簡訊收費約1.3~1.7元。

目前廣告型態已從傳統傳單、電視、報紙、廣播、大型看板等模式進化到數位廣告，廣告業者必須選擇最低成本將訊息傳遞到用戶手上，其中行動廣告最被業者廣為應用。行動廣告為利用非固網連結方式，將廣告訊息透過如手機或PDA等無線通訊設備，可在最短時間內，將訊息傳送至特定對象，以達到廣告效果。

簡訊發送成本不高，又非常具有個人化，且強迫送達、開啟閱讀率高，回應快速，位居消費者加值服務排行榜第一名，使得廣告業者不得不

重視它的傳播效率，目前應用範圍廣泛，在農業方面可運用於設施環控訊息、病蟲害疫情及氣象監測系統、農產交易市場行情、教育訓練講習、天然災害預警、產銷活動訊息等傳播，其他舉凡醫院監控病患，定期提供就醫訊息、老人安養照顧及關懷、簡訊遊戲、行事曆提醒、行動字典、電子郵件、理財情報、電子優惠券、新聞資訊、文宣廣告、電子賀卡、即時聊天、刷卡通知、催繳帳款、車輛保養通知、購物成交通知、中獎通知、交通資訊，候選人催票、會議通知等亦常以此為傳達訊息的方式，早期簡訊只能以手機播送，目前可藉由簡訊發送系統利用網路傳送，使用者僅需使用網頁或軟體程式登入伺服器，以鍵盤輸入，即可建立通訊錄，大量傳送。

本場為了將重要農業政策、天然災害、病蟲害疫情警報、農業訓練及產銷活動等資訊即時提供農友，於去年推出簡訊服務，藉由中華電信emome網站發送簡訊，每次可發送至200門號，傳遞效率高，歡迎農友來電加入，聯絡電話03-4768216分機411。