

远景分析：互联网时代

8年前，我和我的同事完成了OCLC第一篇会员报告《审视发展环境 认清前景趋势》，当时我们的目的是了解正在增长的网络信息消费者的态度和习惯。报告中我们探寻在早期互联网信息环境下的三个主题：自助服务、用户满意度和无缝连接。该报告的研究还是非常肤浅的，但是它引发了大量的讨论，OCLC也出现了对信息消费者的一系列研究。

如今，我们完成了第五篇会员报告，记录2010年信息消费者的认知和实践。前面四份OCLC会员报告分别是：2005年《对图书馆和信息资源的认知》、2006年《大学生对图书馆和信息资源的认知》、2007年《网络世界中的共享、隐私与信任》和2008年《从认知到资助——有关美国图书馆经费支持的研究》。这次完成的《图书馆的认知度2010：环境与社会》则是第五篇报告。

上述OCLC的每一份会员报告都针对当时社会的关注热点，有一个特定的主题，所有报告有一个共同的目标，那就是通过对信息消费者的认知研究，为图书馆的未来发展提供战略框架。对信息消费者行为的理解成为我们研究的基本目的。如果认知就是现实，或者高于现实，那么认知将预见未来。我们的目标是提供对当下图书馆、互联网、信息或者三者关系认知的数据，因此报告就物理图书馆、网络图书馆、搜索引擎、搜索行为、互联网隐私和信任、社交网络、图书馆经费来源和图书馆价值等问题进行了调研。我们迫切地需要更多地理解信息消费者对图书馆品牌的认知度。

我们收集了21世纪美国信息消费者的大量数据。就我们的知识而言，我们认为这是反映互联网时代图书馆读者的唯一有效数据集合，这些数据记

录了信息消费者对图书馆和网络信息的使用和认知情况。有些人也许会认为这些数据太老以至于没有对互联网信息消费者的远景分析有任何作用。但我认为在互联网时代，8年就是一代人。无论这是一个简单的8年观点还是真正预见社会的永恒变革、重要趋势、认知变化和新热点的出现，我们相信它画出了图书馆未来发展的蓝图。

对图书馆而言，远景意味着挑战，更代表着机会。



Cathy De Rosa

OCLC美洲区副总裁

OCLC全球市场副总裁

“如果认知就是现实，或者高于现实，那么认知将预见未来。我们的目标是提供关于信息消费者对现实认知的确切通讯数据。”

