

远景分析：展望未来

2010年信息消费者的认知

经济状况的摇摆不定并不一定带来社会的永久变革，但是在严重并持续的经济衰退中，有很少一部分经济因素会导致人们态度和行为的改变。过去十年所发生的经济大衰退证明无一例外。经济衰退对美国信息消费者的行为、态度、价值观包括对图书馆的使用和认知产生了深远的影响。不同年龄的人们对图书馆的使用增加，对图书馆的认知同样增加，但是图书馆经费却没有增加。

美国经济衰退，但信息技术发展的步伐却加快了。每一项新技术的发展都或多或少地帮助着美国人。在过去五年里，互联网从作为商人的工作发展成社交中心，在那里人们都可以成为朋友，这个观点最初被年轻人接受，现在所有年龄段的人都认可了。与此同时，Google的影响力也不断增加。大多数美国人使用搜索引擎开始他们的信息检索。另外，Google已经扫描了20000亿单词的图书，相当于所有印刷型图书的11%。信息消费者可以在维基百科上方便地获取文摘信息，尽管教育工作者和图书馆馆员对此提出质疑。在经济大衰退中，苹果公司飞速发展，手机也从传统手机发展到智能手机，十几岁的青少年平均每月要发3,000字的短信。

五年来尽管很多东西变化不大，但是究竟有何不同呢？图书馆就是图书，这个关于图书馆的品牌概念很难改变，对消费者来说，图书馆节约了他们的购书费用。随着新的替代产品和服务进入市场，图书馆的品牌概念得以加强，而不是重新定义。图书馆的核心价值如果被认识，那么它可以成为一个着力点，如果将它放到新的环境中，也可能成为一个新的增长点。

美国人依然热爱图书馆员。就像图书馆的品牌一样，这点也变得更强了。对于那些习惯于自助服务的信息消费者来说，他们看起来依然喜欢咨询专家并热爱学习，但是他们倾向于用自己的工具，在方便的时候随时咨询专家。在线咨询专家看起来很酷，1950年，找图书馆员帮忙，这看起来不酷（据1950年公共图书馆调查），如今依然如此。

2010年热点：

 图书馆帮人们省钱。2010年图书馆使用增加的最重要原因是：帮美国人省钱。经济危机中，工作受负面影响的美国人，在图书、CD和DVD上的花销减少了76%，而图书馆填补了这一变化。在工作受负面影响的美国人中，三分之一比以往更多地使用图书馆，他们现在借书和音像资料，而不是购买。

 搜索引擎依旧很热。信息消费者进行信息检索，最先使用搜索引擎。84%的信息消费者从搜索引擎开始信息检索，3%从维基百科开始。2010年，没有一个受访者，包括大学生是从图书馆网站开始信息检索的；2005年，这个比例还有1%。

 信息资源并没有像过去一样受欢迎。很多信息资源，从搜索引擎到网上书店不再像以前一样受到信息消费者的欢迎。虽然信息资源的受欢迎度依然很高，但是比2005年下降了10%。但是有一个除外，那就是图书馆网站的受欢迎度保持不变。

 搜索引擎和图书馆网站都是值得信赖的。由于使用方便快捷，搜索引擎广泛使用。由于提供有价值的、可靠、免费的信息，搜索引擎得到信赖。

 社交网络适合于各个年龄段的人。这已经不仅仅是年轻人的活动，Facebook在2010年3月超过Google，成为访问量最大的网站。婴儿潮一代中有52%，年长者中有40%使用社交网站。

 保持连线状况是最重要的。信息消费者会为互联网或手机接入服务付费，保持连线状况是最重要的。

 信息消费者是很自信的。他们知道如何找到他们需要的信息。他们喜欢自助服务，信息消费者运用经验和一般常识判断信息是否有价值。如果信息消费者对网上找到的信息有所怀疑的话，他们会马上搜索其他的信息，直到满意为止。

 在线提问数量增加。2005-2010年间，使用专家咨询服务的从15%增加到43%，增加了186%。各年龄段的人群都在使用专家咨询服务。

 图书馆员咨询服务始终没有热起来。2005年，信息消费者中只有5%的人只用了图书馆员咨询服务，而2010年，这个数字为7%。大学生中也仅仅只有不超过10%的人利用这一服务。

五年来，信息消费者的很多认知和态度保持不变。他们还是喜欢在信息世界里自助服务，自己导航。2003年，他们发现了网上冲浪的好处；2010年，开始使用更多有用的工具，创建了自己的应用服务，也能发现有用的好信息。随着年龄的变化，他们的信息习惯和认知也会有所变化。最初，可能对网上信息并没有非常深的印象，而如今网上信息变得那么普通，没有东西可以代替搜索引擎的价值和速度。他们通过个人设备可以方便地连接互联网并共享获得的知识。他们可以和其他信息消费者共享信息，但并不喜欢信息控制者。

他们对图书馆的建议是：开放更多的时间、更多的内容、更多的计算机，当然还有更多的图书。

未来十年的远景展望

信息消费者今天的认知和信念将影响2011年及今后图书馆的使用和价值。如今，图书馆的预算日益紧张，但是信息消费者对图书馆的期望值则越来越高。因此，图书馆将如何平衡日趋紧张的经费和日益增长的读者需求与期望这对矛盾？在经济困难时候，图书馆如何寻求长远的战略投资？未来的信息消费者最需要图书馆怎样的服务？

我们需要考虑以下几点：

除建设图书馆网站以外，重新考虑图书馆的在线策略

2010年，没有一位信息消费者是通过图书馆网站开始他们的信息检索的。如果图书馆网站不是信息检索行为的第一站，而是其中的某一站，或者说，信息消费者根本不使用图书馆网站进行信息检索，那么我们应该什么做，才能让信息消费者更多地使用图书馆资源呢？在维基百科的关于网站易用性、语种和链接的调查中，发现图书馆网站缺失了什么呢？

68%的美国人拥有图书馆的读者证。那么为什么仅有33%的美国人使用图书馆网站呢？结合读者和员工的具体目标，对图书馆在线服务的重新考虑，可以产生一些新的想法、方法，并发现潜在的新的合作伙伴。

图书馆在很多方面，是其所服务的社区和大学的入口。图书馆的网站及其在线服务如何支持社会创新，同时也促进图书馆本身的创新？目前，图书馆的在线服务能和线下服务一样，支持大学和社会的重要工作吗？怎样的在线服务能更好地服务社会工作？

当读者越来越多地使用图书馆资源，他们也发现图书馆还提供很

多其他服务，这些服务同样有经济价值。现在有新的机会连接图书和图书馆提供的其他服务，而这些服务在经济大衰退之前是不被人认知的。

随着免费的图书借阅服务，图书馆有机会创新延伸新的读者体验，如免费就业帮助、免费辅导、免费计算机使用培训、免费电子书借阅、免费数字化存储等。随着新的替代物进入市场，图书馆现有的品牌更加巩固，而不是重新定义。在新环境中（今天的环境就是经济），图书馆的核心价值得到加强。

“图书”是我们的品牌，电子书也是图书

信息消费者找书时会有预期，那么图书馆对电子书同样有期望。图书馆现有的品牌前所未有地加强。随着电子书的普及、利用率的增加，图书馆有新的机会来增强图书的价值，这里图书不仅是电子书或者纸质书，而是包括上述两者，缺一不可。

Amazon、Google和其他电子书提供商对电子书有预期，但是对图书馆则没有期望。因此图书馆对电子书的战略是其远景规划中重要的一块。

如今不仅图书被重新定义，阅读也被重新定义了。73%的美国人认为他们自己是读者。这可能源于对阅读的重新定义，而不仅仅是对图书的重新定义，这可能会对图书馆的作用产生重要影响。对读者新的、广义的定义将如何帮助图书馆提供线上和线下的服务？在未来五年，如何开展夏季读者阅读活动？2015年，关于文化素养的活动如何开展？

请多宣传

调查中，受访者多次提到“图书馆需要对他们的服务多宣传。”只有17%的信息消费者看到过图书馆的宣传，大学生中仅11%看到过。那些知道图书馆宣传的读者指出，在图书馆内部的宣传单和宣传活动是图书馆宣传广告最常用的方式，但这不是最好的宣传策略。

图书馆没有必要对图书进行宣传，因为图书馆图书的认知度是很高的，但是对电子书和服务时间，图书馆也许有必要进行宣传。

延长图书馆在线服务时间

图书馆的使用率在上升，但是图书馆网站的使用率则保持稳定。许多图书馆目前正在为日益减少的经费而苦恼，由此他们开始裁员并缩短开放时间。但是读者对图书馆服务的需求则日益增加，因此延长图书馆在线服务时间是必须的。我们研究建议，过

2010年热点：

 “图书”是图书馆品牌，这一观点更加强化了。2005年，信息消费者就认为图书馆的品牌是图书。2010年，这一观念得以加强。2005年，69%的人认为图书馆品牌是图书；2010年，这个数字达到75%。

 除了少年儿童以外，所有人群对图书馆最重要的功能的认识是一致的。对18-65岁的人群来说，图书馆最重要的作用是作为提供图书和音像资料的场所，其次是提供免费信息。对14-17岁的人群来说，图书馆最重要的作用是阅读的场所，其次是获得图书和音像资料。大学生认为图书馆对个人的最大作用同样是获取图书和音像资料。

 如今美国人更希望图书馆开放更长的时间。2005年，对图书馆最多的建议是“提供更多的信息”。2010年，对图书馆最多的建议是更加的开放。

 很少有人 在研究中寻求图书馆的帮助。2005，有39%的人在研究中寻求图书馆的帮助，2010年，这个比例降低到28%。印刷型资料比例从2005年的68%下降到2010年的51%。

 网络图书馆并没有替代传统的读者到图书馆去。2010年，读者对图书馆的使用增加了，但是图书馆网站并没有吸引更多的用户。从2005年以来，图书馆网站使用率一直低于35%，其中最重要的原因和2005年是一样的：我并不知道有图书馆网站。大学生则觉得最重要的原因是“其他网站提供更好的信息”。

 17%的读者说图书馆就他们的服务做过广告。

 对31%的美国人而言，图书馆对社会的价值增加了，而那些受到经济危机负面影响的美国人中，有40%的人这样认为。

 图书馆员是有价值的。图书馆员的价值比2005年增大了。2005年，76%的信息消费者曾得到过图书馆员的帮助，他们认为图书馆员在他们信息检索中的作用是很明显的。2010年，这个比例达到83%，而在那些受到经济危机负面影响的美国人中，这个比例达到了88%。

去五年中，虽然图书馆网站几乎没有什么变动，但随着更多的宣传和更长的在线服务时间，图书馆网站无论是线上还是线下的服务，都会有重要的变化。

我们调查发现，接近四分之一的美国人认识到图书馆价值不断增加，但由于服务时间的减少和部分分馆的关闭，也有人表示对图书馆价值下降的担心。有些人说他们已经不再去图书馆。虚拟图书馆并不能替代实体图书馆的服务，因此我们需要有新的策略来弥补图书馆经费的紧缺，也需要有新的办法来实现图书馆服务时间的延长。

私人信息训导员

信息消费者通过常识和个人的知识来判断信息是否有价值。这种自我依赖式的判断信息价值的方法早在2005年就已经形成，而且随着实践不断强化。

在我们2010年的调查中，我们就不同种类的信息分别询问我们的受访者，是否都采用同一方法来查找，信息消费者对不同种类的信息是否有不同的查找方法？他们非常简单地回答：没有。从医疗保健到娱乐，从就业到金融，信息消费者对不同信息的检索方法则是一致的，搜索引擎比图书馆更受欢迎。

如果信息消费者如此信任搜索引擎，那么支持鼓励这种自助服务、自我评估的信息行为的最好策略是什么呢？换句话说，我们怎样才能以私人信息训导员而不是信息素养指挥员的身份服务我们的读者呢？我们如何帮助信息消费者更好地利用搜索引擎，或者其他检索工具？

把握时机（争取未来的经费）

就像聪明的财务顾问提醒的一样，在股价高的时候卖出股票。如今，图书馆的价值很高，有31%的美国人看到图书馆对社会的价值是提高了，在受经济危机负面影响的美国人中，这个比例更高，达到40%。因此我们同样需要好好留心经济学家的建议，好好营销图书馆的价值。其中最好的策略是鼓励我们的读者、中学生和大学生不厌其烦地、一遍一遍地、线上线下地讲述他们的图书馆故事。我们需要用今天的认知去争取明天的经费。

第三场所——网络

信息空间也是社会性的。三分之二的美国网民使用社交网络。但实际上，图书馆也是社交的场所，但网络图书馆则不是。图书馆作为“第三场所”，这一观点在2003年就已经有很多讨

论。该观点指的是美国人正在寻找除了家庭、单位以外的第三场所，可以联系、交流、激发智慧。

那么网络第三场所指的是什么呢？网络第三场所能提供怎样的服务和灵感呢？现在美国图书馆在Facebook和其他社交网站上建立自己的站点，并相对比较积极参与其中，这可以看作是网络第三场所的第一步，是一种联系读者的方式。图书馆作为网络第三场所，这一观念还没有被“社会化”。对个体图书馆来说，这意味着什么？对所有图书馆来说，这又意味着什么？建立图书馆的社交网络可能吗？

从我们新的信息消费者中学习

有大约20%的美国人在经济危机中，其工作受到了负面影响，有三分之一的家庭受到负面影响。本调查发现，上百万受经济危机影响的美国人对图书馆的使用增加，同时他们认为图书馆的价值也增加了。

工作受负面影响的美国人中，每天使用图书馆的人数是不受经济危机影响的美国人的两倍，他们中有50%以上每周去图书馆，33%以上每月去图书馆。在图书馆中，他们也乐于使用一些新的服务，他们中81%拥有图书馆读者证，而未受经济危机影响的美国人中68%拥有图书馆读者证。

受经济危机影响的美国人中，40%看到图书馆对他们价值的提升，这个比例是未受经济危机影响人群的两倍多。40%的人同时也认可图书馆对社会价值的提升。

对多数美国人而言，图书馆体验是新鲜的或者是较新鲜的。对将图书馆作为一个有价值的社会资产的读者而言，图书馆有更多的机会为读者提供他们需要的有价值信息。

无处不在

对图书馆和图书馆读者来说，如今真正面临有挑战性的经济环境。在这样一个时代里图书馆需要新做法、新服务。因为传统的服务已经不再是读者需要的。因此，只有在研究2010年信息消费者认知和习惯的基础上，才能提出好的建议。我们期望有机会共同对图书馆的远景规划提出建议和观点。

调查明白显示：信息消费者指望图书馆做“远景分析”。本次调查中，对图书馆最多的需求集中在“延长开放时间”和“增加馆藏资源”。如何增强图书馆的优势、建立图书馆品牌和核心价值、抓住机遇、讲述关于图书馆核心价值的故事，这都是我们面临的挑战。就像一位18岁的信息消费者讲述的一样：“图书馆是信息的热点区域，我们生活在这样一个信息时代，因此图书馆是一个重要的场所。”又如一位77岁的老人所说的：“图书馆总是在那里。”

2010年对图书馆的建议

“一位受经济危机影响的24岁美国人说：“图书馆需要向社会更多地讲述能提供的服务。”

“一位受经济危机影响的73岁老人说：“更多的开放时间，但无论如何在经济危机中，我对图书馆充满感激。”

“一位17岁的青少年说：“图书馆广告宣传是有帮助的，因为人们可能会忘记哪里能找到资料。”

“一位73岁的老人说：“图书馆需要上网，并让公众知道。”

“一位23岁的青年说：“无论从在线浏览还是保存资料的角度来说，图书馆都需要有更好的网站。”

“一位50岁的美国人说：“我们需要你。别让他们拿走你们的经费。图书馆作为社会的重要场所，为你们的生存和发展斗争比以往更重要。”

“一位46岁的大学生说：“为社会所需要的图书更新、计算机互联网接入争取更多的经费。”

“一位45岁的美国人说：“努力成为社会活动的中心。”

“一位受经济危机影响的68岁美国人说：“争取开放更多的时间服务公众。”

“一位18岁的青年说：“图书馆读者证办理希望更加方便些。”

“一位70岁的老人说：“请坚持下去，因为社会需要你的服务。”

“一位71岁的老人说：“请继续帮助所有到馆的读者。”

“一位59岁的美国人说：“请不断游说政治家关于图书馆对社会的重要作用，并需要提供更多的服务。”

“一个21岁的大学生说：“请继续关注社会的需求。”

“一位受经济危机影响的18岁青年人说：“我给图书馆最简单的建议是：如不考虑经济状况，图书馆继续坚持服务读者，一定会发展得更好。”

“一位受经济危机影响的24岁青年人说：“让图书馆的服务被社会更多人了解。”

“一位受经济危机影响的20岁青年人说：“请增加更多的资料，并开放更长的时间。”

“一位18岁的青年说：“要适应电子书的发展趋势。”

“一位20岁的大学生说：“跟着数字化走。”

“一位受经济危机影响的39岁美国人说：“跟上当今技术发展的步伐。”



一位18岁的大学生说：“图书馆是信息的热点区域，我们生活在这样一个信息时代，因此图书馆是一个重要的场所。”