

信息消费者：2003-2010

在我们开始2010年的报告前，有必要对我们以前的研究工作和关于经济环境的一些想法作一个简短的总结。

2003年

这时我们开始接触信息消费者，因为信息使用者开始体验因特网的力量。信息消费者可以在Amazon网站（Amazon）购买图书，在网络上“冲浪”或者用Yahoo收发电子邮件。那时，大多数信息消费者仅有几年的网龄，除了年龄较小（25岁以下）的以外，其中图书管理员是最专业的。

通过搜索引擎获取到信息的可信度在图书馆范围内引起了激烈的争论。然而，信息消费者对这些并不关心。2002年，美国有1400万消费者进行在线购物，涉及金额高达130亿美元。65%的大学生使用电脑、播放视频或玩在线游戏。

2003年9月，Google已经5岁了，Google开始推出问答服务。博客和维基百科成为了最新的信息协作技术。高德公司（Gartner Group）预言，未来5-10年将形成博客社区。

2005年

大多数网络信息消费者（82%）使用搜索引擎进行信息查询，他们粗略地意识到通过搜索引擎获取的信息和从图书馆获取一样可靠。1%的消费者开始在图书馆的网站上检索查询。

超过85%的信息消费者喜欢使用搜索引擎。同时，他们也乐于求助图书馆员，76%的消费者在图书馆员的协助下完成检索，这说明图书馆员对检索过程有帮助。信息消费者也非常相信图书馆员的检索能力。因为，如果怀疑检索结果，消费者能马上在其他站点上进行检索。

了解新的电子信息资源最直接的方法

是从朋友那里获取（58%），其次是从其他网站的链接获取（55%）。信息消费者并不愿意为信息付费，但是他们乐于进行在线消费。

当时，96%的在线信息消费者会偶尔访问图书馆。调查当天，有1%的人访问了图书馆。75%的美国信息消费者有读者证。这表明，他们在今后3-5年会稳定地使用图书馆，我们在2010年的统计结果表明这一预测是正确的。

2003-2007年，美国经济每年都在增长。经济增长的积极效果随处可见，但是，公共图书馆除外。

2005年，据报告，超过三分之一的美国公共图书馆降低了预算。图书馆的费用也很紧张。75%的图书馆的运营费刚刚达到90年代中期的水平；2005年，运营费的比例已经下降到60%以下。在加强经济全球化中，对于人民来说，图书馆的价值似乎很小。图书馆确实是一个很好的公共机构，但是图书馆的馆长们经常不受社会领导的重视，选举官员考虑图书馆未来的角色时，认为我们已经有了Google而不重视图书馆。但是美国大学图书馆的预算则保持稳定。

2007年

这一年，产生了社交网络一词。37%的在线信息消费者使用社交网络。MySpace占领了75%社交网站的市场份额；其次是Classmate.com和Facebook，共计31%的市场份额。高校学生连接他们自己的社会关系网，Facebook是专门为高校学生使用的社交网站。不到10%的信息消费者认为图书馆的任务是构建社交网站，并且，图书馆员也认可这一数字。

当未来学家预测安全漏洞和侵犯隐私时，信息消费者却并不担心。他们不怕同朋友、新的在线伙伴、图书馆员和商业机构分享信息。信息消费者自身界定了什么是个人隐私，而不是商业机构和图书馆员。

信息消费者已经最大程度地使用了搜索引擎，大约86%的人使用搜索引擎，高于2005年的71%。Yahoo!是顶级的全球网站。Amazon是顶级的商业网站，在美国92%的图书馆员使用Amazon；其中，21%的人每天都用。Google是使用最多的搜索引擎。YouTube是成长最快的网站，紧随其后的是Facebook。

大约59%的信息消费者使用即时信息服务，20%的信息消费者创建了个人网站。创建个人网站的一个原因是与家人和朋友进行沟通。手机铃声也很热门，有5.5亿美元的交易（BMI，2008年3月）。

63%的信息消费者有图书馆读者证。

2003年热点

- ① 34%的互联网使用者是年龄超过65岁的用户。
- ② Google已经使用5年了。它的搜索支持88种语言，平均每天有2亿次的访问量。
- ③ 图书馆刚开始购买电子资源。美国图书馆仅2%的经费用于电子资源的采购和订阅。
- ④ 高校学生使用互联网。73%的高校学生表示他们使用互联网超过使用图书馆。
- ⑤ 搜索引擎的检索结果开始受到争论。78%的调查对象表示网络提供了“大多数他们所需要的”。
- ⑥ 网络购物刚刚起步。差不多一半的美国人在线购书。

2005年热点

- ① 图书馆起到了很多社会的作用。美国人认为图书馆是学习的场所（83%这样认为）并能提供免费的计算机和互联网接入（75%这样认为）。
- ② “图书”——图书馆的品牌。69%的人表示当想到图书馆时首先会想到图书。
- ③ 信息检索开始使用搜索引擎。大多数美国人（91%）对他们最近的搜索引擎进行检索的经历表示满意。
- ④ 信息消费者在互联网和图书馆采用自助服务。65%的人在图书馆从未请求过图书馆员的帮助。
- ⑤ 搜索引擎成为最爱。超过半数的美国人（54%）认为搜索引擎是完全符合他们的生活方式。仅有18%的人对图书馆也有如此美好的结论。
- ⑥ 图书馆受到欢迎。大多数美国人（80%）都赞同图书馆作为信息来源这一观点。

2007年热点

- ① 社交网络开始发展。41%的美国人非常熟悉社交网站。
- ② 社交网站使用频繁。每周有四分之三的使用者注册社交网站。
- ③ 争论网络隐私问题。尽管超过半数（55%）的社交媒体使用者已经在社交媒体网站分享照片。
- ④ Amazon成为顶级商业网站。76%的美国人曾在Amazon进行在线购物。
- ⑤ 大多数美国人（91%）在过去的四年内使用了互联网。
- ⑥ 社交媒体更受欢迎。YouTube是各年龄段使用最多的社交媒体网站，2007年6月有1.88亿用户访问了该网站。
- ⑦ 手机使用者增多。41%的美国手机使用者利用手机阅读，20%的人下载铃声。
- ⑧ 57%的高校学生使用社交网站。

2010年热点

- ① 大衰退冲击美国。失业率达到9.8%。更多美国人（20%）经历消极的工作影响。
- ② 受美国经济影响，81%的美国人持有图书馆读者证。他们感到图书馆对于他们自身和社会的价值在提升。
- ③ 移动电话更普及。23%的美国移动电话为能够提供网络接入的智能手机。
- ④ 网络使用者为各年龄段用户。90%的婴儿潮一代使用电子邮件和搜索引擎。超过50%的人使用社交网站。
- ⑤ 图书馆员积极的认知影响了图书馆经费。2010年，图书馆员的价值强势增长。这对图书馆经费是有好处的。资料显示公共图书馆的经费支持和图书馆员积极的认知之间有高度的相关（资料来源：OCLC，2008）。

2010年

美国的经济繁荣被“大衰退”所取代（纽约时报，2009年3月）。2010年1月，当我们分析最近的研究时发现，美国的失业率高于9.8%（美国劳工统计局，2010年2月）。2011年1月这一数字超过9%。美国人在这次衰退中经历了负面工作冲击（失业、降低工资再就业或不得不同时做多份工作维持生计）的数量很大，我们的调查显示这个数字是失业率的2倍，有20%。在这次大衰退中，三分之一的美国家庭至少有一个家庭成员的工作经历了负面冲击。

虽然经济滑坡，但信息消费者的在线活动却在增加。

77%的美国人上网，超过2005年12个百分点（Internet World Stats，2010年9月）。comScore的报告为四分之一的美国移动电话现在是智能手机并提供互联网接入，比2005年增加了1050%。2005年，很多有在线习惯的年轻信息消费者在2010年进入了各个年龄段。婴儿潮一代有90%使用电子邮件和搜索引擎，超过50%使

用社交网站。

2010年，68%的信息消费者持有图书馆读者证。对于受经济影响的美国人，这个比例更高，为81%。工作上经历了消极影响的信息消费者不只是在拥有读者证方面有更高的比率；2010年，他们使用图书馆更多的服务并更经常来图书馆。他们对图书馆价值的认知明显不同于工作没有受到冲击的人，这些人对图书馆的认知价值提高了。

今天和明天

本报告描述了过去五年里信息消费者行为、态度和认知方面的变化和进展。我们从其他研究中了解到，大衰退已经在许多生活方式上改变了人们的观点和做法，并且，我们也想更好地理解它对于信息消费者使用在线信息和图书馆的影响。我们研究了在大衰退中工作受到消极影响的信息消费者与没有受到相应影响的人之间有什么不同点和相似点。随着“数字鸿沟”逐渐消失，我们将更加关注2010不同年龄段的信息消费者对信息和图书馆认知和态度的差异。