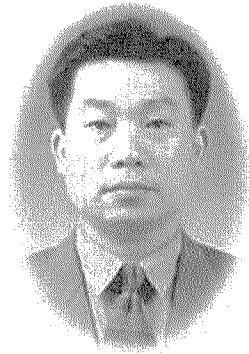


도서관인의
쏘 <1>

'묵묵히 맡은 일에 충실 하는 것'이 미덕이 아닙니다!



| 글 : 이우정*

오 늘도 '묵묵히 맡은 일에 충실하신 대다수
침묵하고 있는' 사서님들! 밤새 안녕하셨
습니까? 저는 감히 대다수의 '묵묵히...침묵하
면서... 맡은 일에 충실하신 분들'께 발칙하면서
도 자극적인 언어로 여러분의 심사를 뒤틀리게
할 작정입니다. 앞으로 길가다 저를 보시거나
제가 도서관에 가거들랑 저를 문전박대해 주시
고 뺨을 때려주실 것을 간절히 당부 드리면서
본론으로 들어가겠습니다.

지금 우리 사회에는 도서관이 민간에 팔리고
있는데 여러분은 여전히 '묵묵히...맡은 일에
충실하면서...침묵하고' 있던 말입니까?

대한민국 수도 서울에 있는 몇몇 구립 공공도
서관은 이미 민간위탁으로 시설관리공단이나
지역 문화원에서 운영한지 오래입니다. 최근에는
경기도의 한 도서관을 (사)한우리독서문화운동
본부에서 접수(?)하지 않았습니까? 여러분은
도서관계가 오래전에 민간위탁 반대 성명서를
낸 것을 기억하고 있을 것입니다. 지금도 '민간
위탁 반대' 입장에서 공식적으로는 한 치도 물러
서지 않고 있습니다.

참으로 아이러니컬한 것은 매년 집계하는 문화

관광부의 <도서관현황>에는 민간위탁 도서관이
라 하더라도 공립 시도청 소관으로 표기할 뿐 어
디에도 민간위탁이란 말을 찾아볼 수 없습니다.
뿐만 아니라 매년 가을 전국도서관대회에는 민
간위탁도서관 소속 관장과 직원들이 대거참여하
여 도서관대회를 빛내고 있습니다. 그 도서관들
중에는 서비스만족도와 시설관리운영 평가 (최)
우수기관으로 수상한 도서관도 있습니다. 모두
가 기쁜 마음으로 축하해 주었습니다.

도서관계를 대표하는 관계자분들! 이제 그만 빛
바랜 '민간위탁 반대' 깃발을 내리시죠. 지금은
시설관리공단 등과 경쟁할 수탁기관의 자격과 조
건을 갖추는 게 더 필요하지 않을까요? 민간위탁
반대만 하고 대안을 만들지 못하는 사이에 그들은
자격과 조건을 갖추기 위해 밤낮으로 준비하지 않
았습니까? 과연 도서관의 경영권을 빼앗긴 1급
정사서가 무슨 의미가 있는지 묻고 싶습니다.

'묵묵히 맡은 일에 충실하면서 침묵하고 있는 사서
님들', 혹시 BTL방식이 무엇인지 알고 계십니까?

BTL은 공공도서관 등 사회기반시설을 민간이
건설하고(Build)-이양하면(Transfer)-정부가 민간에
게 임대료(Lease)를 준다는 민간투자방식의 일환입

* 한국도서관협회 회원, seealso@naver.com

니다. 아마 이 글이 읽혀지는 시점에서는 이미 각 지자체별로 사업자 선정을 하고 있을 것입니다.

정부의 예산만으로는 부족한 도서관을 설립하기에는 한계가 있으므로 시중의 여유자금을 유치해 도서관 등 문화 복지 시설을 조기에 건설하고 아울러 고용창출효과를 가져올 수 있다는 논리입니다. 재정경제부 및 기획예산처 홈페이지에는 올해 경제종합계획 중 화두라고 할 수 있는 BTL방식에 대해 대대적으로 홍보를 하고 있습니다. 특히 前 이현재 재경부 장관은 공공도서관 건설을 예를 들어 설명하기를 “만약 100억 건물을 민간이 건설하면 정부는 연간 8억원의 임대료(국채+α)를 20년간 지급 한다”고 하였습니다. 아울러 도서관운영과 관련 부대사업(식당, 매점 등)을 아웃소싱 할 수도 있다고 했습니다.

제가 이렇게 공공도서관 설립과 운영에 대한 변화를 이야기 하니까 대학도서관의 사서들은 잠시 고개를 돌리 실지도 모릅니다. 저는 파견 근로와 계약직은 이미 상당수 대학들이 시행하고 있기 때문에 그 문제로 호들갑을 떨 생각은 없습니다.

아직 대학의 이름을 댈 수는 없지만 대학도서관을 통째로 외부에 위탁운영 하려는 계획이 행정본부의 기획실 캐비닛 안에 존재하고 있다고 합니다. 대한민국의 내노라하는 컨설팅회사들이 대학의 효율적 운영을 위해 ‘고액연봉의 사서들을 정리하라’는 권유를 단골메뉴로 삼는다는 사실을 ‘묵묵히 업무에 충실하면서 침묵하고 있는 여러분’도 알고 계시겠지요? 컨설팅 전문가들이 생각하는 도서관의 모습을 한번 들여다 볼까요? 도서관 입구의 경비아저씨 대신에 예쁜 도우미가 친절히 안내합니다. 이용자를 혼계하는 사서아저씨, 아줌마 대신에 세련된 유니폼을 입은 서비스맨들이 고객의 Needs를 10초안에 해결해 줍니다. 고압적인 전화응대 보다는 뼈를 녹이는

(?) 텔레마케터들이 콜센터를 운영합니다. 도서관의 모든 서비스를 맡은 용역회사 직원들은 고객감동을 위해 철저히 연구된 매뉴얼에 따라 일사분란하면서도 활기차게 움직입니다. 대학의 이용객(교수, 학생)은 너무나 감동할 것입니다. 따라서 캠퍼스의 외로운 섬, 도서관을 통째로 위탁을 준다 해도 대학 구성원 그 누구도 마음 아파하거나 대신 눈물을 흘려줄 사람은 없습니다.

이제 더 이상 ‘보이지 않는 곳에서 묵묵히 일한다는 것이 얼마나 위험한 일인가?’를 직시해야 합니다.

‘The Visible Librarian : asserting your value with marketing and advocacy’ (미국도서관협회, 2003년 발행)이라는 책을 쓴 Judith A. Siess는 “눈에 띄지 않는 사서는 미덕이 아닙니다.”라고 경고합니다. 사람들에게 우리를 알리지 않으면 몰락할 수도 있기 때문에 이제 더 이상 ‘보이지 않는 곳에서 묵묵히’ 일하지 마십시오.”라고 경고하면서 도서관마케팅 도입을 강력히 주장하고 있습니다.

물론, 도서관마케팅의 1차 목표는 이용자의 지지를 얻는 것이지만 지금 우리에게 권력자를 설득하는 것이 더욱 긴급하다고 생각합니다. 즉, 예산을 다루는 고위관료와 도서관을 보도하는 기자들과 무엇보다도 도서관정책을 결정하는 국회의원들에게 다가가 큰소리로 우리의 가치를 알려야 합니다. 그들에게 다가가는 것이 두렵다구요? 그들에게 무엇을 말해야 하는지를 모른다고요? 그럼, Siess의 책을 다시 펼쳐주세요.

“너무 걱정하지 마십시오. 도서관마케팅은 격렬한 시위나 정치적인 운동이 아닙니다. 또한 입에 담아서 안 될 말도 아닙니다. 다만 현실을 똑바로 바라보아야 한다는 말입니다.” 