

특 집 도서관의 생존전략, 도서관 마케팅 및 도서관 PR ⑤

도서관에서 우리는 무엇을 꿈꾸는가



양혜미*

울릉도 동남쪽 뱃길 따라 200리, 우리 섬 독도. 그런데 자꾸 자기네 땅이라 우기는 일본 때문에 가끔 나라가 들썩인다. 열혈청년 '지킴이' 군은 인터넷 포털 사이트가 제공하는 정보 보다 근본적이고 실증적인 증거를 찾고 싶다. 그래서 찾아간 곳은, 바로 도서관! 우리나라 역사에 관한 자료가 방대하다는 A도서관은, 지하철역에서 15분은 족히 걸어야 한다. 평지가 끝나는 지점부터 시작되는 오르막길, 그래도 대한의 건아 '지킴이' 군은 도서관을 향해 발걸음을 옮긴다.

네모반듯한 도서관 입구를 지나면, 가장 먼저 경비를 담당하는 나이 드신 어른의 무료하진 얼굴을 대하게 된다. 이곳저곳 기웃거리다 미로에 빠진 듯 난감해진 '지킴이' 군은 어디에 무얼 물어봐야 할지 정신이 없기만 하다. 학교 도서관보다 규모도 방대하고 사람도 너무 많아, 길 잃은 아이처럼 '지킴이' 군은 맥없이 지하철역을 향해 터벅터벅 되돌아간다.

멀고도 먼, 도서관 가는 길~

독서는 자고로, 산 좋고 물 좋은 곳에서 하는 법인지 우리나라 도서관들은 유난히 언덕을 지나야 도달할 수 있는 높은 지대에 위치한다. 한눈에 내려다보이는 시가지를 친구삼아 독서를 하다보면 책과 하나 되는 물아일체의 경지를 맛보기도 한다. 그러나 지하철역에서부터 적게는 10분, 많게는 20분이 족히 넘는 거리를 건다보면 요즘 같이 더운 날은 집에서 만나는 인터넷 세상이 더 좋게만 느껴진다. 이왕이면 좀 더 우리생활과 밀접한 곳에, 수시로 만날 수 있는 위치에 있다면 얼마나 좋을까. 접근(access)하기 쉬운 것이 이용하기 편하다는 것을 설명해 무엇하랴.

우리 실생활권과 멀리 떨어져 있으면, 그만큼 지역주민이나 이용자에게 더 손을 뻗어야 할 도서관인데..... 도서관은 중요한 정보를 이용자에게 알리는 일에는 열심일지 모르나, 자기 스스로의 가치를 알리는 데는 참 인색하다. 도서관이 지역사회에 얼마나 기여할 수 있는지, 얼마나 가치있는 자료들을 소장하고 있는지 좀체 알리지 않으니 말이다. 성서를

* 네이버 생생리포터, inapec@yonsei.ac.kr

퐁퐁 숨겨두었던 중세시대 수도원의 경고함처럼 느껴질 따름이다.

함께가요, 이용자의 마음으로

고객이 'OK!' 할 때까지, 고객이 '됐다' 할 때까지 노력하겠다는 기업들의 열심과 도서관은 너무 동떨어져 있다. 고객을 먼저 찾아가는 행동형이 아니라 고객이 찾아올 때까지, 아니 고객이 스스로 할 때까지 기다리는 인내형이 도서관의 모습이다. 고객이 만족하는 순간까지 서비스를 제공하는 것은, 비단 수익을 창출하는 기업만의 일이 아니다. 국가도 국민의 만족을 위해 봉사해야 하며, 도서관도 이용자의 만족을 위해 노력해야 한다. 이용자가 즐거운 마음으로 도서관을 찾도록 하는데에는 그리 많은 조건이 필요한 것은 아니다. 먼저, 원하는 것을 쉽게 찾을 수 있으면 된다. 그리고 찾기 힘든 자료는 도움을 받아 찾을 수 있으면 된다. 혹시 찾지 못하더라도 소중한 고객으로서 대우받았다면 이용자는 만족할 것이다.

그렇다면 원하는 것을 쉽게 찾기 위해서는 어떤 노력이 필요할까? 우선은 소장자료가 이용자의 요구와 부합하는 것이어야 한다. 베스트셀러만을 제공하라는 말은 아니다. 다만 이용자의 사랑 없이는 도서관이 쑥쑥 커나가지 못한다는 점을 잊지 않았으면 좋겠다. 이용자의 성향을 꾸준히 파악하는 노력이 없다면, 결국은 이용자와 만나지 못하고 멀어지게 될 것이다. 문화공간의 하나로, 영화를 상영하고 만화책을 선별하여 소장하고 문화강좌를 개설하는 노력은 결코 헛되거나 도서관의 가치를 훼손하는 일은 아니라고 생각한다.

다음으로 안내가 간결하고 친절했으면 좋겠다. 아직은 우리나라 도서관에 지시와 설명은 미흡하다고 느껴진다. 처음 도서관을 이용하는 이용자도 큰 불편 없이 도서관의 시설을 이해하고 활용할 수 있는 지시와 안내의 기능을 좀 더 보완하면 어떨까. 게시판의 기능을 십분 활용하여 공지사항을 알리고 유용한 정보를 제공하는 것도 좋을 것 같다. 이왕이면 알록달록 색을 입혀서 말이다. 시각적인 효과가 얼마나 큰지, 굳이 강조할 필요도 없다고 생각한다. 무채색인 도서관이 따뜻한 파스텔톤의 색을 입고 나면 한결 이용자와 가까워지지 않을까?

또 소식지와 메일링 서비스를 통해, 지역사회와 함께 소통했으면 좋겠다. 이용자가 잠재적 욕구를 지각하는 데에는 뜻하지 않은 소식의 한 귀퉁이에서 시작될 수도 있다. 연체료를 받는 데에는 매우 발 빠른 토끼가 되면서 좋은 소식을 알리는 데에는 느림보 거북이가 되는 도서관이라니, 아이러니가 아닐 수 없다.

지역사회와 소통하는 또 다른 방법에는, 학교와 자매결연을 맺는 방법도 있다. 도서관 이용교육을 실시해 어릴 때부터 도서관과 친해지는 법을 배우는 아이들은 분명 풍요로운 세계를 경험할 수 있다. 도서관이 어떤 곳인지 알리지 않아도, 생활 속에 스며드는 마케팅 효과를 얻을 수 있는 것이다. 혹은 지역사회에서 열리는 벼룩시장과 함께하는 책시장을 열어 도 좋겠다.

도서관에는 눈에 보이지 않는 정보가 무궁무진하다고 말한다. 그런데 막상 도서관을 접

하면 정보는 사라져 버린다. 자료를 보관하는 창고의 개념에서 탈피해 정보의 교류와 소통으로 한걸음 더 나아가게 하는 일에 도서관이 앞장설 수는 없을까. 소통은 대화에서 비롯되고 대화는 이해하기 위한 노력에서 비롯된다. 이용자를 이해하려는 노력을 먼저 시작하면, 도서관은 이용자와 소통할 수 있는 길을 발견하게 될 것이다. 이해는 곧 들어주는 행위에서 나는 것이며 소통은 곧 들려줌으로 인해 실현된다. 이제, 도서관이 이해와 소통을 위해 한걸음을 디뎌야 할 때이다. 헛되이 걸음을 되돌리는 이용자가 없도록, 도서관은 지루하고 따분한 곳이라는 생각을 지우도록, 긍정적이고 활기찬 시작을 준비하여야 할 것이다.

그런데, 도쿄의 '나미꼬' 양 이라면 독도가 누구 땅인지 발견해 냈을까? 아니면 '지킴이' 군처럼 맥없이 도서관에서 발길을 돌려야 했을까? 독도가 우리 땅이라고 외칠 수 있는 작은 시작점이 도서관이라고 생각한다면, 우리는 더욱 서둘러야 하지 않을까. 꿈꾸는 어린 새싹들이 자라서 또다시 '독도는 우리 땅' 이라고 외치는 수고를 덜어줄 수 있도록 말이다.

