

미국의 기업 아카이브즈와 기업기록관리의 발전*

James E. Fogerty**

곽 정 역***

미국의 기업 아카이브즈의 발전과 기업 기록관리의 현실에 대하여 연설해달라는 요청을 받았다. 이러한 주제를 효과적으로 설명하는 가장 좋은 방법은 기업기록관리의 현주소를 살펴보고 어떻게 이 지점에 도착했는지를 검토해 보는 것이며, 나아가 기업기록관리가 현존하는 더 넓고 정밀한 국제적인 구조에서 토론을 거쳐보는 것이다. 세계의 모든 곳에서 아키비스트는 거대한 양의 기록을 영구보존하기 위하여 식별하고 평가하며 선별한다. 이러한 작업을 둘러싼 쟁점은 해결해야 할 과제로 인하여 훨씬 더 복잡해진다.

몇 년 전, 덴마크 국립 기업 아카이브즈(the Danish National Business Archives)의 제50회 창립기념식에 초대되었다. 이 아카이브즈는 유럽에서 가장 규모가 크고 잘 알려진 기업 아카이브즈 중 하나이다. 기념식에서 나는 “The Rising Tide and the Bottom Line”이라는 제목으로 발표

* 원제 : “Development Of American Business Archives And Business Records Management”

** Head, Acquisitions and Curatorial Department Minnesota Historical Society

*** 대한불교조계종 중앙기록관 팀장

하였는데, 그렇게 표제를 단 이유는 그러한 현실을 깨닫고 솔직하게 다루었을 때 기업 아카이브즈와 기업의 소장물에 근거한 연구의 앞날에 희망이 있을 것이라고 생각했기 때문이다. ‘밀려오는 조류(The Rising Tide)’는 문서와 포맷의 급증에 원인이 있다. 이것은 아키비스트와 클라이언트를 결코 그것들을 다루는데 성공하지 못하는 거대한 산사태 속으로 삼켜버리려고 위협한다.

‘전환점(the Bottom Line)’은 우리 모두가 좋건 싫건, 그것을 인정하건 인정하지 않건 간에 직면하고 있는 현실이다. 그것은 대망과 계획이 이용가능한 자원의 실제와 만나는 달성하기 힘들고, 냉정하고, 변경할 수 없는 지점이다. 다양한 종이기록과 전자적인 포맷의 처리를 위하여 이용할 수 있는 자원이 제한적인 상황에서, 아키비스트와 클라이언트가 기록군의 밀려오는 조류를 어떻게 조화시킬것이나가 결정적이고 중요한 문제이다.

미네소타의 경험

이러한 논의에 대한 배경으로, 내가 일하고 있는 환경을 간단히 스케치해 보겠다. Minnesota Historical Society는 미국에서 가장 규모가 큰 두개의 기업 기록 중 하나를 소장하고 있다. 다른 하나는 Delaware주의 Hagley Museum and Library에 소장되어 있다. 학회의 컬렉션에 기록이 소장되어 있는 회사들은 3M, Northwest Airlines, International Multifoods, Honeywell, American Crystal Sugar, The Great Northern, Northern Pacific, Soo Line Railroads 등이다. 철도회사의 기록만 보아도 미국 서북부 전체의 1/3에 해당하는 지역의 이주와 산업발전에 대한 기록이 10,000큐빅 피트 이상이나 된다.

기업사는 학회 작업의 주요한 부분이지만, 그것은 단지 일면일 뿐이다. 1992년 St. Paul에 8,000만 달러를 들여 새로운 본부로 이전한 Minnesota Historical Society는 400명 이상의 사람들을 고용하여 주와 교육부, 그리고 박물관에 걸친 20개의 역사 사이트의 네트워크를 운영하고 있다. 많은 동료들이 우리의 프로그램의 규모와 그 후원금을 부러워하지만, 유감스럽게도 나는 지금이 대단히 현실적인 전환점이라고 생각한다. 어떤 기업이나 문화기관처럼, 우리는 자주 우리의 능력 이상의 서비스를 위하여 예산을 세우고 요구해야만 한다. 우리는 프로그램을 위한 기금마련의 성공이 작업의 성공과 관련 있다는 것을 매우 잘 알고 있다. 우리는 평범할 수도, 작업과 자원을 조화시키는 필요를 넘어선 애매한 육필의 사치품일 수도 없다.

밀려오는 조류와 전환점을 조화시켜야 하는 필요 때문에, 우리는 'the Records of American Business'라고 불리는 국가적인 프로젝트에서 Hegley Museum and Library와 협력했다. 자원으로서 기업기록을 평가하고, 이용하며, 활성화하는 다양한 측면이 제기되면서, RAB 프로젝트는 평가와 그 결과에 초점을 맞추었다. Hegley와 학회 모두 밀려오는 조류를 난해한 현실로서 취급할 수는 없었다. 최근 Seagram과 Avon Products의 기록을 가진 Hegley와 3M과 Northwest Airlines의 기록을 가진 미네소타역사학회에서, 우리는 세계적인 기업과 방대한 양의 기록에 직면했고, 무엇을 남기고 무엇을 폐기할 것인지에 대한 현실적인 결정을 해야만 했다. 이러한 결정이 쉽지 않았지만, 모든 것을 남길 수는 없기 때문에 필수적으로 남겨야할 것을 결정해야했다. 우리는 우리의 결정이 전세계적으로 용인될 것이라고 생각하지는 않지만, 결정을 하지 않음으로써 결국 우리의 프로그램과 이용자는 방치될 것이다.

이러한 험겨운 과정에 대한 이해를 위하여, 프로젝트는 Society of American Archivists를 통해 지난해 늦게 책 한권을 발간하였다. 책제목은 “The Records of American Business”로 적절하게 붙여졌으며, 이 책에는 이와 관련한 쟁점과 최근의 사조, 그리고 실무적인 제안들을 요약한 4편의 논문이 실려 있다. 우리는 이 쟁점들이 미국에서만 유일한 것이 아니라 오히려 몇 년 전 University of Glasgow의 성공적인 컨퍼런스에서 가장 돋보였던 국제적인 논쟁의 일부라고 생각한다. 나는 이러한 쟁점에 대한 국제적인 논쟁에 집중함으로써 우리 모두가 구제될 수 있다고 생각한다.

기업 아카이브즈와 미국의 경험

기업과 아카이브즈는 미국에서 다소 어색한 관계가 유지되어왔다. 거대한 주요 미국의 기업은 아카이브즈가 없다. SAA의 Business Archives Section의 가장 최근 아카이브즈 디렉토리에는 258개의 기업 아카이브즈의 목록과 83명의 기업 아키비스트의 명단이 등록되어 있다. 기업 아카이브즈의 수는 최근 몇 년 동안 대체로 증가했고, 현재의 경제적 붐의 결과로 다수의 주요 기업에서 아카이브즈가 설립되었지만, 최근 10년 동안 합병, 소형화, 아웃소싱의 연속으로 문을 닫는 아카이브즈도 목격되었다. Winthrop Group, History Factory, History Associates와 같은 컨설팅 및 아카이브즈 서비스 회사들은 최근 몇 년 동안 고객도 생겼지만 비평도 받았으며, Hagley Museum and Library와 Minnesota Historical Society도 계속해서 기업 기록의 거대한 컬렉션을 소장하고 그렇게 함으로써 칭찬도 받았지만 비평도 받았다.

기업 아카이브즈 운영을 대리하는 기업에 대한 관심이 계속해서 증

가해 왔다. 그 관심은 서비스기업과 보관소 양쪽으로부터 아웃소싱의 위협을 느끼는 미국 기업 아키비스트로부터 우발적인 폭발에 의해 나타났다. 비록 Minnesota Historical Society와 Hagley처럼 서비스회사나 보관소의 부정하기 어려운 성공이 몇몇 기업 아키비스트간에 불을 당겼다고 할지라도, 그 위협은 실제 수보다 더한 수치로 나타났다. Karen Benedict는 이러한 쟁점에 대한 하나의 잠재적인 해결방안으로 “기업은 현재의 필요를 충족하고, 오래된 기록을 기증받으며, 영구보존을 위하여 기업 아카이브즈를 설립”하라고 제안하였다. 그녀는 기업 외부에서의 기업 기록의 광범위한 이용을 언급하면서, “아마도 이 시대는 기업 공동체에 대한 기업적 관심과 사회에 대한 연구 관심이 조화를 이루는 협력적 접근이 이루어질 것”이라고 덧붙였다.

사실상, 이러한 접근은 Ford Motor Company에서 시작되었다. 이 회사의 역사 기록물은 회사 안에 있는 기업 아카이브즈가 아닌 분리된 Henry Ford Museum 아카이브즈에서 이용할 수 있다. 이러한 접근에 대하여 앞날을 예측하기는 어렵지만, 그것은 혁신적이며 실용적이다.

밀려오는 조류

종이, 필름, 비디오, 사진, 전자적인 포맷의 문서가 급속도로 확산되고 있는 것은 20세기 후반부의 특징이다. 모든 사람들이 이러한 정보의 홍수와 정보가 발생되고 축적되는 방식의 증가로 영향을 받고 있다. 비록 아키비스트들이 이러한 도전을 알아차리고 받아들이는데 실패로 늦는다고 할지라도, 아키비스트보다 이러한 현실에 영향을 많이 받는 전문가가 없다. 변화와 도전을 꺼린다면 진행중인 목표를 다룸에 있어 현실적인 어려움에 놓이게 된다. 기술과 기록의 밀려오는 조류에

대해 방관자나 희생자가 되는 아카이브즈에서 벗어나야만 이러한 목표와 화해할 수 있다. 아키비스트는 그저 앉아서 이러한 현실을 물고가는 조류를 바라볼 필요도, 희생될 필요도 없다.

어쨌든 David Bearman과 같은 비평가들에 의하면 이런 상황은 이미 일어났고, 아키비스트들이 그들의 딜레마를 깨닫지 못함으로써 잠재적으로는 진부해졌다고 주장했다. 미국에서 주요 아카이브즈 교육 프로그램의 교수인 Richard Cox는 아키비스트가 “종이문서, 파일 캐비닛, 기록영화에 대해 오랜기간 동안 변명자”가 되는 것을 포기한다면, 현재와 미래의 진실을 다룰 수 있을 것이라고 생각하였다.

오늘날 대부분의 아키비스트, 적어도 살아남고 성공하려고 하는 아키비스트라면, 그들이 직면해 있는 거대한 도전을 깨닫게 된다. 그러나 도전을 인식하는 것과 그것들을 효과적으로 다루는 것은 상당히 차이가 있다. 물론 인식하는 것은 결정적이다. 그러나 이러한 인식은 전략과 성공으로 옮기는 효과적인 행위가 뒷받침될 때 결정적이다.

Glasgow에서 열린 International Business History Conference 동안의 저녁 만찬에서, 역사가나 카이브즈의 다른 이용자들이 겪는 문서의 급증이라는 현실의 어려움에 관해 충분히 거론되었다. 연구와 자원이라는 주제로 대화를 전환하면서, 특정한 기업의 기록에 대한 평가와 특정한 산업의 기업에 대한 쟁점을 다루기 위하여 Minnesota Historical Society의 소속대학에 의해 고안된 Minnesota Method에 대해 토론하였고 아울러 평가에 대한 쟁점도 다루었다.

Minnesota Method는 그날 밤 역사가들에게 히트했다. 그러나 그것은

아마도 한 발표에 대한 반응이었던 것 같다. 그 발표는 많은 아키비스트들이 다양한 클라이언트로부터 생성된 정보를 바라보는 모순에 관해 개괄한 것이었다. 저명한 미국 기업사가들은 아키비스트가 사실상 기록의 평가-명백히 어떤 것을 유지할 것이고, 어떤 것을 버릴 것인지에 관한 결정을 하는 활동-와 관련되어 있다는 견해에 대하여 충격과 분개를 하였다. 그날 나는 역사가들이 나의 기록학 대학(archival colleagues)에 대하여 이야기를 나누는 즐거움을 허용했다. 그러나 유모러스한 상황에도 불구하고, 이러한 논쟁은 대부분의 기업 아키비스트들로 하여금 놀라움과 절망으로 뒤섞이게 할 것이다. 결국, 평가는 항상 아카이브즈의 일이 되어왔으며, 심지어 기록의 밀려오는 조류로 인하여 점점 더 엄격한 평가가 중요해졌다. 단순히 미래의 어떤 이용자가 그것을 원할지 모른다는 것 때문에 모든 것을 남겨둘 수는 없다. 평가는 예상되는 이용에 대한 판단, 이용에 대한 패턴, 보존작업을 위하여 사용할 수 있는 자원에 기반하여 결정하여야 한다.

전환점

아키비스트에게 큰 걱정을 불러일으키는 전환점은 밀려오는 조류와 밀접한 관련이 있다. 생산성과 상업적 가치 때문에 존재 자체가 정당화되지 못했던 전문직종에서, 아키비스트는 그렇게 해야 하는 필요성에 대해 자주 마음이 불편하고 심지어 분개한다. 그리고 이러한 필요성이 점점 더 명백해지고 있지만, 현재는 헌신적인 현실주의자가 대부분이다. Coca-Cola Company의 아키비스트 Philip Mooney는 기업 아카이브즈에 관하여 다음과 같이 기술하였다. “기록관리프로그램과 자원은 그 당시의 마케팅 프로그램의 기동력과 결합될 수 있을 때, 기록관리 프로그램은 적당한 지원을 받을 수 있을 것이다.” 그리고 그는 “Coca-Cola

Company에서 허가하는 상품은 매년 자사의 Archives Department로부터 나온 정보를 이용한 상품이며, 그런 상품이 7백만 달러를 초과하고 있다.”고 지적하였다. 다른 많은 아카이브즈 만큼 잠재력이 존재하고 있다.

한 기업의 상품과 서비스가 다른 기업에게 제공되는 내부 상거래인 intraprise라는 개념은 상당히 추진력을 얻어왔으며, 이것은 아카이브즈에도 적용 가능하다. “일반 직원이 고객이나 자본을 발견할 수 있다면, 자유 intraprise는 그들이 조직 안에서 ‘사업’(또는 intraprise)을 시작할 수 있도록 자격을 부여한다.” Royal Bank of Canada의 아카이브즈는 대단히 성공적으로 이러한 접근방식을 선택했으며, 심지어 이러한 개념은 내가 근무하는 조직과 같은 비영리조직에서 매우 잘 적용되고 있다. 내가 근무하는 부서는 개발부서(Development Office), 교육부서(Education), 전시부서(Exhibits departments)와 상위기관에 상품과 서비스를 제공할 수 있는 기회를 많이 가지려고 노력한다. 우리는 우리의 소장물, 즉 기업기록을 자산으로 이용하며, 그리고 그 자산은 업무를 위한 현실적인 답례를 얻기 위하여 이용된다.

오늘날 아웃소싱의 유행은 다수의 아카이브즈를 위한다는 관점에 있고, 특히 기업사를 다룬다는 관점에 있다. 비교적 새롭고 다소 세련되지 못한 용어인 아웃소싱은 각각의 기능이 조직에 긍정적인 측면을 제공하도록 하는 요구에 주목한다. 기록관리사(records manager)는 아카이브즈에서 부문을 갖는 것 보다 아웃소싱의 위협에 더 빨리 응답했다. 기록관리사를 위한 생존기술을 세밀히 하기 위하여, 어떤 저자는 “기록관리는 현재도 관리되고 있고 앞으로도 계속해서 관리될 그런 사업 중의 하나로서 간주되어 왔다”고 설명한다. “게다가 많은 기업이

현재 서비스를 기업 밖에서 더 싸게 얻을 수 있는지 평가해 달라고 요구하고 있으며, 그러한 범주 내에서 움직인다”고 언급한다.

기업문화에 대한 이해와 서비스를 연결하는 것은 기업 아카이브즈가 이윤을 창출하는 기업구조 안에 존재할 것인지 아니면 밖에 존재할 것인지라는 측면에서 결정적이다. 일부의 이러한 이해에 의하면 기업을 포함한 많은 조직이 Peter Drucker에 의한 “정보에 기반을 둔 조직”으로 전환되어 왔다고 인식하고 있다. 그는 미래의 기업이 대학이나 병원과 같은 실체와 약간의 면에서 닮을 것이라고 예측한다. 대학이나 병원과 같은 기관은 지식에 기반을 두고 있으며, 비록 대학이나 고객, 본부로부터 조직적인 피드백이 있다고 할지라도, 이들 기관은 자신들의 실적을 향하여 훈련하는 전문가들로 구성되어 있다는 특징이 있다. 아카이브즈는 지식과 정보를 퍼뜨린다. 그래서 내가 속해있는 기록관리대학에서 이미 다음과 같이 언급하였다. “진실로 정보기업이라고 말하는 기업의 아카이브즈들이 아키비스트가 종이를 나르는 기업에 있을 것인지 정보관리의 참다운 참여자가 될 것인지를 결정할 때이다.”

정보관리와 확산이라는 목표를 실현한다는 점에서, 아키비스트는 관리자일 뿐만 아니라 창조자임에 틀림이 없다. 그러나 기업 아카이브즈와 그 안에 포함하고 있는 정보가 점차 가치중심의 세계에서 명백한 가치를 받아들인다면, 기록의 실제적인 전환점이라는 의미는 명확하다.

“이것은 모든 기업이 아카이브즈나 혹은 역사에 투자하는 것에 대하여 동의할 것이라는 의미가 아니라, 이러한 연계가 만들질 때 기록관리를 위한 이 같은 투자의 기회가 상당히 커진다는 의미이다. 물

론 이러한 연계는 말이나 약속이상으로 옹호되어야 하며 문서화 그 자체가 이런 이용을 지지해야만 한다. 만일 기업 아카이브즈가 세워지고 전통적인 기업사에 의해 제공되는 것보다 기업의 직원과 광범위한 관중의 실제적인 필요에 주목한다면 그것은 가능하다.”

전환점과 관련하여 미국에서는 아카이브가 제한받지도 않으며 기업 아카이브즈가 독점적이지도 않다. “The Records of American Business”를 쓴 Scottish Business Archives의 Michael Moss와 Lesley Richmond는 다음과 같이 언급했다. “더 많은 협동조합주의자의 관례가 있었던 유럽의 나라에서 아키비스트가 재정적인 압력으로부터 격리되지 않았던 상황은 북미에서도 마찬가지이다. 직간접적으로 많은 아카이브즈 서비스를 제공하는 국가와 지역 정부는 한때 재정적으로 대단한 압박을 가했었다. 이것은 많은 아카이브즈가 그들의 콜렉션으로 잠재적인 수입을 창출하는 방법을 찾도록 강요하였다.” 예상컨대, 이러한 압력은 미래에 더욱 증가할 것이다.

기업 아카이브즈와 클라이언트

모든 아카이브즈는 클라이언트가 계속해서 존재해야 한다. 만일 아키비스트가 어떤 기록을 찾는데 도와주거나 그 기록들을 이용하고 싶어하는 사람이 아무도 없다면, 아키비스트는 할 일이 없을 것이며 아카이브즈는 존재하지 않을 것이다. 아카이브즈에서 다양한 클라이언트를 식별하고 서비스하는 것이 중요하다는 것은 기업 아키비스트가 복무하는 시장영역에서 더 확실히 확인된다. 기업기록을 수집, 보존, 접근하는데 드는 비용은 크다. 그리고 그 기록을 중요하게 여기는 클라이언트가 없다면 지출되는 비용도 없다. 기업에서처럼, 기업기록의

보존과 관리에 대한 이득은 기업 활동에 대한 실제적인 이점과 균형을 이루어야 한다. 필요하다면 기금을 마련하는 것도 가능하지만, 비본질적인 기능처럼 보여지는 것을 위해서는 아니다.

기업 아카이브즈에서 이용자를 식별하고 그들의 필요를 충족시키는 것은 아카이브즈 업무의 중요한 부분이다. ‘Records of American Business Project’에서는 전통적인 것을 넘어서는 필요에 대하여 언급하고 있다. 전통적인 필요란 기업기록의 결정적인 이용 목적은 기업사를 쓰기 위한 것이라는 전제로 지금은 크게 시대에 뒤떨어진 전제이다. Harvard Business School의 Laura Linard와 Brent Sverdlhoff의 최근 논문에서는 Hagley Museum and Library와 Minnesota Historical Society의 아키비스트가 훗날 알려지게 될 것이며, 기업사가, 만일 아직도 결가지가 아니라면, 적어도 더 이상 1순위도 아니라는 사실을 명백히 인정하고 있다. 비전통적인 이용자가 1순위이다. Linard와 Sverdlhoff는 “우리는 학제적인 연구의 시대에 있다. 분야를 가로지르는 학자들은 전통적인 범주를 넘어서고 있다...”고 말한다. 그리고 그들은 이용자들간에 앞으로 터기식 바자로부터 소셜에서 언급된 사람과 사건에 관한 더 많은 정보를 찾는 Jane Austen에 이르기 까지 쇼핑아케이드의 발전을 고찰하는 것에 대하여 언급한다.

기업기록을 위한 주요 아카이브즈에서 1순위의 이용자는 전략관리, 기업정보, 관리심리학, 관리직과 고용인의 보상과 같은 분야의 연구원으로 드러났다. 이로 인하여 아카이브즈에 대한 신뢰가 확대되었고, 일반적으로 기록관리 업무가 지원받지 못한 기업과 기관으로부터 기금을 지원받았다. 비록 몇몇 아키비스트와 역사가의 시각에서는 문제가 많을지라도, 아카이브즈는 일반적으로 영구기록, 특히 기업의 영구

기록의 상업적 이용을 증가시키는데 유용하다. 최근 높은 쟁점이 되고 있는 이러한 이용에 대한 사례로 History Channel에서 착수한 기업사에 관한 텔레비전 시리즈를 들 수 있다. 실제로, History Channel 그 자체의 대 전제-역사는 판매할 수 있는 상품이라는 전제-는 몇몇 시청율이 높은 뉴스에서 논쟁이 되었다. 미국에서만 2천5백만 이상의 가입자를 가진 History Channel은 아키비스트가 몇 년전에 꿈꿀 수 있었던 중대한 아웃리치를 제공한다. 아웃리치 하기 위한 이러한 상업적인 이용은 아카이브즈가 필사적으로 자원을 위하여 끝없이 사냥하는 것이 필요한 전환점과 관련성이 있다.

Minnesota Historical Society에서 아카이브즈 소장물에 대한 클라이언트는 현재 지역 TV와 라디오 뉴스, 다큐멘터리 제작소 등이며, Biography, America's Castles과 같은 시리즈와 다른 많은 시리즈를 방영하는 Art and Entertainment와 History Channel의 국내 이용자들이다. 실제로, 소장물에 대한 이용 요금은 아키비스트가 오늘날 생활하고 일하는 세계에서 인지하고 개척해야 하는 중요한 수입 자원이 되고 있다.

기업의 아키비스트는 그들이 한 일에 대한 가치가 기업의 업무에 대한 가치에 직접적으로 달려있다고 알고 있다. 기업내부 이용자에게 제공되는 서비스는 기업 아카이브즈에 결정적이며, 종종 기업 아카이브즈와의 협력에 의해서 전시, 발행, 비디오로 제작된 거대한 사진, 공예품, 문서에서 명백하게 나타난다.

기업 기록의 세계화

세계는 오늘날 이전보다 더 작고, 앞으로 더욱더 작아질 것이다. 덴

마크로 여행을 갔을 때 나는 미국에서 요청받은 방문 보다 조금은 편한 시간을 보냈다. 올림픽 경기 중에는 텔레비전을 오래도록 시청했는데, 그곳에서는 누구나 기업과 스포츠의 세계적 규모에 대한 증거를 쉽게 볼 수 있었다. 나는 항상 Toyota와 Coca-cola와 같은 협찬기업의 세계적인 광고로부터 강한 인상을 받는다. 그런 기업들은 국제적인 경계가 없고, 그들의 기록도 국제적이다. 3M, Honeywell, Northwest Airlines와 같은 기업의 아카이브즈를 관리할 때, 이러한 사실에 매일 직면한다. 3M은 83개국에, Honeywell은 64개국에 퍼져 있다. Northwest는 Continental Airlines에서 최근 매각에 대한 관심을 보이기 이전에도 이미 환태평양지역에서 가장 큰 미국 운송회사로서 세계적인 실체를 가졌었다. Continental Airlines의 관리와 KLM Royal Dutch Airlines와의 성공적인 동맹으로 인하여, Northwest Airlines는 기록되어야 하는 국제적인 실체를 가진다.

아카이브즈와 국제적인 기업 간의 관계는 다른 측면에서 만큼이나 밀접한 관계임이 명확하다. 기업은 점차 유럽공동체에서 사업을 하는데 필요한 International Standards Organization (ISO) 9000 시리즈를 따라가고 있다. 유사하게, 캐나다, 멕시코, 미국간의 NAFTA(North American Free Trade Agreement)는 대규모 상품의 기록화를 요구한다. 다국적 기업의 확산은 미국적 현상이 아니다. 그것은 실로 국제적이며 세계의 기업 아키비스트에게 영향을 미친다. 내가 Glasgow에서의 마지막 여름에 쓴 발표문에서 처럼, 가장 큰 미국식품회사 중의 하나가 London에 기반을 둔 복합기업체로 인수되고, British Midlands의 한 전자회사가 Midwestern United States의 한 회사로 인수될 때, 국제 경제와의 관계는 밀접한 관계임이 명확해졌다. 사실상 모든 미네소타인은 매일 본 대형 트럭과 철도차가 전시된 Maersk라는 이름에 익숙하다. 다시 말해서, 아

카이브즈와의 관계는 국제적이며, 공통의 기준에 입각하여 공동작업을 할 필요가 있다.

문제의 핵심 : 현실에서의 결정

결국, 모든 논쟁과 걱정은 하나의 단순한 현실로 요약된다. 즉, 무엇을 보존하고 무엇을 폐기해야할지 결정해야하는 현실이다. 이전에는 Charles Babbage Institute for the History of Computing에 근무하였고, 현재는 Cargill, Inc에 근무하는 Bruce Bruemmer는 아카이브즈의 기록화의 전술로서 전통적인 이용에 대해 옹호하는 사람이다. 기록으로서의 전자 데이터의 충격을 논할 때, 그는 다음과 같이 설명한다. “기업을 업무와 정보교환으로서 설명한다면, 정보교환으로 나타나고 있는 변화는 곧 아카이브즈의 발전을 좌절시킬 것이다. 컴퓨터는 이러한 변화의 주범이다. 컴퓨터 덕분에, 정보처리과정은 정확하게 기록되고, 기업이나 회사에서 정보교환의 변화를 가져오고 있다.” 그는 “기업의 캐비닛이나 지하창고에서 사건의 증거를 찾아내는 날들이 얼마 남지 않았다”고 단호하게 예언했다. 역사가와 아키비스트는 적당하건 적당하지 않건 간에 기록이 존재함으로 인하여 아키비스트가 내려야할 어려운 결정이 거의 없고, 역사가가 모순된 사료가 거의 없어 편했던 옛날을 갈망한다고 언급하였다.

아마도 기업 아키비스트와 이용자를 위하여 이러한 논쟁과 논쟁의 중요성을 제일 잘 요약한 것은 미국의 기업관리 전문가 Peter Drucker의 글일 것이다. 기업과 기업사에 대한 그의 인식은 우리에게 결정적인 것을 제공한다. 그는 우리가 변하기 쉬운 시대에 살고 있고, 미래의 기업구조가 불확실하다고 언급하면서, 기업 아키비스트에게 무시할

수 없는 명백한 충고를 주고 있다. “동요의 시대는 위험한 시대이지만, 그것의 최대의 위험은 현실에 저항하려는 유혹이다”라고 그는 말한다. Drucker의 관점에서 동요는 부정적인 것이 아니라, 오히려 새로운 현실을 이해하고, 수용하고, 개척할 수 있는 사람들을 위한 큰 기회의 시대이다. 무엇보다도 그것은 리더십을 위한 기회의 시대이다. Drucker는 “현실에 맞서고 어제의 산물-오늘날에는 해로운 고정관념이 된 산물의 유혹에 대항하려는 사기업의 의사결정자에게” 절대적으로 필요하다고 지적한다. 아키비스트, 특히 기업 아키비스트는 기업 기록과 이용의 미래를 좌우하게 될 명백한 기회가 부여된 의사 결정자들이다. 그러나 그러기 위해서는 변화의 방관자도 희생자도 아닌 경기에 뛰어들어 선수가 되어야 한다. Drucker에 의하면, 아키비스트는 현재 존재하는 현실을 기꺼이 받아들이고, 그 현실을 다루는데 적극적인 역할을 수행하는 선수이다. 어떤 측면에서는 두렵고 또 다른 측면에서는 기쁘게도, 기업은 우리가 사는 세계에서 중심 세력이다. 그런 세력의 일부가 되고 기업의 역사를 기록하며, 기업의 미래를 준비하도록 돕는 변화는 가치있는 기회이다.

Ford Motor Company의 아키비스트이면서 세계적인 정보 관리자인 Elizabeth Adkins은 때때로 미국의 기업 기록을 보존하기가 힘든 것 같다고 설명했다. 일반적으로 미국에서 기업을 위한 기업 아카이브즈의 존재는 관례적이기 보다 이례적이다. 미국 아카이브즈의 아키비스트는 상대적으로 젊은데, 그것은 주로 20세기에 와서야의 현상이다. 그리고 국가의 성장과 발전에서 기업의 중요성에도 불구하고, 공공 아카이브즈는 미국 기업의 방대한 기록을 수집하고 처리하는데 필요한 시설과 직원을 거의 갖추고 있지 않다. 그래도 기록할만한 몇 가지 성공과 성장의 사례가 있다. 역사가와 아키비스트는 기업 기록 보존의 중요성

에 대해 경영자를 납득시키는 방법을 배우는데 60년이 걸렸고, 그러고 나서야 성과를 거두기 시작했다. 비록 경제가 불확실해지고 주주의 기쁨을 위한 이윤 증가만을 추구하기 때문에 많은 기업 아카이브즈가 문을 닫게 될지라도, 어떤 회사는 기록관리프로그램을 시작하거나 그들의 기록을 공공 아카이브즈에 기증하는 지혜로움을 보여주고 있다. 미국 기업 아카이브즈는 이 지점에 있다.

1943년에 세워진 Firestone Tire & Rubber Company Archives는 일반적으로 미국에서 전문적인 관리가 이루어지고 있는 기업 아카이브즈의 첫 사례로 알려져 있다. 회사 설립자인 Harvey Firestone과 그의 아들의 기록을 처리하기 위해서 1937~1938년 동안 Firestone의 직원으로 Ohio State 아키비스트 William D. Overman이 처음 채용되었다. 이러한 사실은 기업에 기울인 노력의 성과에 대한 역사적인 이야기를 보존하려는 보기 드문 인식을 보여주고 있다.

1942년까지, 대부분의 Firestone의 생산품은 미국전쟁의 성과물이었기 때문에, Harvey Firestone, Jr.은 군의 공적만큼이나 Firestone의 기록을 주의 깊게 기록하고 보존할 필요가 있으며 이에 자사가 중요한 기여를 하고 있다고 인식했다. 그는 또한 1950년에 있을 창립 50주년 기념 행사를 준비하기를 원했다.

이러한 이해관계에 따라, William Overman은 1943년 3월에 기업 아카이브즈를 세우기 위하여 상임직으로 채용되었다. 1953년에, The American Archivist에 게재된 논문에서, Overman은 Firestone이 기록관리 프로그램을 지지함으로써 얻고자했던 실제적인 이득중의 하나를 표현했다.

기업의 성장과 발전에 대한 사실 기록과 더불어, Mr. Firestone, Jr.은 회사가 직면했던 문제와 그것을 풀기위한 방법에 대하여 확실한 설명을 언급해주시기를 바랐다. 이것은 기업의 매일의 업무를 처리하는데 뿐만 아니라 미래의 과정을 도표화하는데도 도움을 줄 것이라고 그는 생각했다.

이러한 주장은 아카이브즈가 단지 과거만을 주목한다는 경영자들의 근심에 대해 답을 주는데 도움이 되었다. 실제로, 아카이브즈는 회사가 성공하기 위하여 미래에 주시하고 확고히 세워야할 개념을 지원했다.

아마도 이러한 호소력 있는 로비의 노력의 결과 때문인지, 기업 기록관리프로그램은 미국에서 뿌리를 내리기 시작했다. 1940년대~1950년대 동안, 아카이브즈는 INA, The Time, Inc., Armstrong Cork, Alcoa, Lever Brothers, Eastman Kodak, Ford Motor Company, Sears Roebuck, New York Life Insurance, Eli Lilly, Procter & Gamble, Bank of America, Coca-cola에 설립되었다. 그러나 기업 아카이브즈에 있어서 비교적 느리지만 꾸준한 성장은 4개의 주요 기록관리프로그램이 수립된 1960년대에 들어와 사실상 멈추게 되었다.

그럼에도 불구하고, 1960년대에 폭발적인 성장의 열매를 맺었다. 1964년, the Society of American Archivists는 402개 회사에 설문 조사를 실시하였는데, 이 설문 조사에 의하면 자사의 기록을 보존하기 위하여 노력하고 있다고 대답한 기업은 단지 40개사에 지나지 않았다. 5년 후, 700개 회사를 대상으로 설문 조사를 실시하였고, 이때 “영구기록”으로 언급했던 집합적인 기록세트를 가지고 있다고 대답한 기업은 133개사에 달하였다. 이들 기업 중 단지 10%만이 아키비스트를 정규 직원으

로 고용하고 있었지만, 역사적 기록을 보존하려는 노력이 증가됨으로써 다가올 10년에 있어서는 좋은 징조였다.

1970년대는 기업 기록관리프로그램이 전례 없는 급성장을 보였다. 매년, 하나의 기록관리프로그램이 적어도 한 개사의 주요 기업에 수립되었다. 1982년 *The American Archivist*에 게재된 한 논문에서 Walt Disney의 아키비스트 David Smith는 그 이유에 대해 서술하였다.

과거의 향수에 대한 열광으로 인하여 많은 기업에서 비교적 기업의 최근 산출물(역사·현용기록)이 아닌 인스턴트 골동품이나 “수집품”이 생겨났다. 대학들은 교육 분야의 직업을 찾고 있던 많은 역사학 전공 대학생들을 배출하였는데, 이들은 기록관리프로그램을 수립하는 것이 유용한 기업들을 설득하는데 도움이 되었다. 임박해진 미국 200주년 기념축하행사는 역사학에 다시 새로운 관심을 가져다주었다. 많은 기업이 주요한 기념일을 맞이하였고 그들의 역사를 쓰기 위하여 컬렉션을 조직할 필요가 있었다. 또한 기업들과의 소송이 기업 모두에게 더욱 보편화되면서, 기업 변호사에게 필수적인 역사적 기록에 대한 접근이 용이해졌다.

Smith가 암시했던 것처럼 최근 역사학 전공 대학원생들이 기업 아카이브즈의 설립에 많은 영향을 주었을 거라는 사실은 있음직하지 않은 반면, 200주년 기념축하행사는 실로 역사학분야에서 대단한 관심을 불러일으켰다. 기업은 역사를 강조하는 것이 공공과 관련된 이윤에 긍정적으로 작용할 수 있다는 것을 깨달았을 것이다. 다음에 덧붙인 3가지 원인으로 인하여 1970년대에는 기업 아카이브즈의 성장이 가속화되었다.

첫 번째, 10년의 절반이 인플레이션과 불경기였음에도 불구하고 10년 동안 상당히 성장한 경제를 들 수 있다. 경제가 활성화됨으로써, 기업은 비록 절대적으로 필요한 것은 아니지만, 유익한 것이라고 생각되어지는 것에 빠질 여유가 있었다.

두 번째, 많은 기업은 기업 문화에 있어서 주요한 변화를 경험하고 있었다. 그 변화는 종업원이 일생동안 근무하던 가족 지향적인 환경으로부터 뜨내기 노동자나 편의주의적인 종업원이 늘어나는 것이었다. 장기근무 종업원이 퇴직했을 때, 많은 기업의 집합적인 기억은 붕괴되기 시작했고 체계적인 기록관리의 실행으로 그것을 대신할 필요가 있었다.

세 번째, 아마도 가장 중요한 것일 텐데, 아키비스트와 역사가는 기업 기록을 보존하기 위하여 점점 더 정교한 논리를 제시하였다. 얼마 되지 않은 기업 기록관리프로그램이지만 계속적으로 성공하였고, 그로 인하여 기록관리의 유용한 사례가 모이고 공유되었다.

위와 같은 사례로 1969년 ARMA Quarterly에 게재된 Eli Lilly의 아키비스트 Helen Davidson의 논문을 들 수 있다. 기업 아카이브즈를 소재로 한 이전의 논문-이들 논문은 기업사를 쓰는 의미로서의 기록관리 프로그램에 초점을 맞추고 있다.들과는 달리, Davidson은 Lilly Archives를 행정적인 이용의 사례로서 제시하고 있다. 즉 Lilly의 상표에 대한 방어, 약품산업의 가격협정에서 정부의 세금에 대한 성공적인 대응, 기업 출판물에 논문을 지원하는 등이 이에 해당된다.

Davidson의 의견은 1년 후 반향을 일으켰다. 그때는 Coca-Cola 아키비

스트 Wilbur George Kurtz, Jr.가 1970년 4월 발행된 ARMA Quarterly에 “기업 기능에서의 기업 아카이브즈”에 관한 논문을 기고했을 때이다. Kurtz는 정책을 조직화하고, 심층적인 보고를 위한 정보를 지원하며, 광고 문안과 승진을 위한 배경연구를 제공하는 중추부로서 기업 아카이브즈를 자리매김하였다. 그는 영구기록은 기업의 역사나 상품에 대한 기업적 공적을 만들어주는 마케팅 도구라고 지적했다.

Kurtz와 Davidson은 기업 공동체의 필요에 대하여 번갈아 가며 언급하면서, 기업 아키비스트 사이에서 새로운 의견을 주장하였다. 그들은 현재의 기업의 필요와 접목시키면서 기업에 조력하기 위하여 영구기록을 이용하는 것에 관심이 있었다. 그들은 학술적인 논문과 책을 쓰기 위하여 기록을 이용하고자 하는 기업사가들과는 달랐다. Social American Archivists는 1969년에 133개 아카이브즈와 13개 전담 아키비스트에 대한 내용이 포함된 “Directory of business Archives”를 발간하였다. 1980년대 발간된 판까지 보면, 기업 아카이브즈는 200개로 증가했으며, 아키비스트는 60여명에 달하였다.

또한 이 시기에 많은 회사들은 그들의 기록을 공공 아카이브즈에 인계하였다. 대학과 역사학회는 첫 기업 아카이브즈가 설립되기 10년 전부터 기업 기록을 수집하고 있었다. 1916년에, Arthur Cole이 Slater Company의 기록을 요구했을 때, 하바드 대학은 체계적으로 기업기록을 수집하는데 앞장섰다. 비록 대부분의 대학이 1950년까지 기업기록의 수집을 시작하지 않았지만, California at Los Angeles, Illinois, Michigan, North Carolina, Virginia, Cornell 등 몇몇 대학은 기업기록을 수집하고 있었다.

1970년대 기업 아카이브즈의 성공은 아키비스트가 기업의 역사적 기록을 보존하고 이용하고 있던 기업들에게 실제적이면서도 비용을 절감할 수 있는 이득에 대한 많은 사례를 모으는데 도움을 주었다. 1981년에, 역사가이면서 컨설턴트인 George David Smith와 기업 컨설턴트 Laurence E. Steadman은 기업기록의 보존을 옹호하는 논문을 출판하였다. 논문에서 그는 기업 아카이브즈를 위한 설득력 있고 강력한 논지를 입증하였다.

그는 “Present Value of Corporate History”라는 제목의 논문에서 많은 기업의 사례에 근거하는 기업기록관리프로그램의 계획, 관리방식의 개발, 마케팅, 법적 적용 등을 열거하였다. 그러나 이 논문은 역사학 간행물이나 기록학 간행물이 아닌 Harvard Business Review에 실렸다. 따라서 작가의 주장은 매우 행정적인 측면에 닿아 있다. 이러한 행정적인 주장은 새로운 프로그램 수립의 열쇠였다.

몇 년 전 Ford의 Elizabeth Adkins은 기업 기록의 평가에 관한 Association of Canadian Archivists의 모임에서 논문을 발표하였다. 그녀는 더 많은 연구가 필요한 몇몇 복잡한 쟁점을 언급하였다. 이 쟁점에서는 기업기록의 잠재적인 이용을 이해한다는 것은 하나의 가장 중요한 선별기준이라는 전제를 포함한다. 또한 그녀는 기업 환경에서는 증거적인 가치보다 정보적인 가치의 측면에서 기록을 평가하는 것이 더욱 중요하다는 그녀의 신념을 언급하였다. Kraft와 Ford에서의 그녀의 경험은 경영 간부와 직원은 기업이 수년에 걸쳐 수행한 증거의 기록이 아닌, 기록의 작동사니 정보를 요구하는 경향이 있다는 것을 보여주었다.

또한 그녀가 Kraft Food의 아키비스트로 재직중일 때 직면했던 주요

한 문제들을 언급하였다. 그것은 팔려진 기업 상표나 부가물에 대한 기록을 어떻게 다룰 것인가 하는 문제이다. 비록 기업사회에서 매각은 일반적인 일일지라도, 기업 아키비스트는 그런 문제를 다룸에 있어 기업들이 합의하는 접근방식을 따르지는 않는다. 이러한 기록은 매각하는 회사의 아카이브즈에 남겨져야 하는가 아니면 인수한 회사로 이양해야 하는가? 두 가지 입장이 있을 수 있다. 하나는 기업 아카이브즈는 모기관의 기업 거래에 대한 충분한 기록을 가능한 한 많이 반영해야 한다는 것이다. 다른 하나는 인수한 기업은 인수한 상표나 그 부가물에 대한 전 역사를 알 가치가 있다는 것이다.

Kraft에서 그녀는 인수한 회사에 그 기록을 제공하는 쪽을 선택했다. 그러나 그녀는 그러한 접근방식에 혼재된 의견을 가지고 있었다. 실제적인 견지에서 보면, 한 상표가 매각되었을 때 Kraft 내부에서는 그 상표의 역사에 대해 거의 알고자 하지 않았다. 그 기록을 소장함으로써 Adkins는 그녀의 직원이 그들 자신의 회사에 정보를 제공하는 대신에 인수하는 회사에 정보를 제공해야 할지도 모른다고 생각했다. 결과적으로 이것은 우리의 주요한 사명으로부터 멀어진 것이었다. 한편, 거의 대부분의 경우, 자체 기록관리프로그램이 없는 기업에 상표에 대한 기록을 양도했다. 그녀는 우리가 주의 깊게 정리하고 기술하고 보존해 온 그 기록이 적합한 보존시설이 없는 기업의 알 수 없는 미래로 보내진다는 것을 깨달았다.

국제시장 경쟁이 증가함에 따라 대부분의 미국산업에 있어 변형이 초래되었다. 이러한 미국산업의 변형은 유럽과 아시아의 산업에도 영향을 미치는 경향이다. 진실로, 제2차 세계대전 이후에 일본 산업의 부흥으로 인하여 미국 기업 구조는 많은 급격한 변화를 겪었다. 미국 시장은 미국 상품이 유사한 성공을 달성했던 나라의 시장보다 상품의

질, 선정, 가격에 있어서 영향을 받기 쉽다는 것을 입증했다. 그러한 현실은 전 세계에 걸쳐 있는 미국에 기반한 회사의 빠른 확장을 가져왔고, 지역 경쟁상대와 국제적인 제조업이나 유통업의 구조 양자에 있어서 미국시장이 아닌 시장으로의 진출에 대한 피할 수 없는 결과를 가져왔다. 단지 Shanghai나 Guangzhou, Jakarta나 Mumbai를 방문해보면, 즉시 그 현실이 납득이 간다. Adkins는 그러한 현실을 다루어야 하는 미국의 기업 아키비스트는 사명을 수행하고, 더 빠른 속도와 이해를 가진 전자적인 정보교환, 구술과 영상 역사, 시각 이미지를 이용하는 도구를 선택함에 있어서 더욱더 혁신적이 되어야 한다고 주장했다.

아키비스트와 다국적 기업의 기록

다국적기업을 이해하고 상세히 기록할 때 아키비스트가 직면하게 되는 도전은 단지 몇 년 전의 상황보다 더 명확하다. 이러한 맥락에서 다국적 기업은 일반적이지 않은 것으로 간주될 리 없으며, 아키비스트에게 도전과 결말 모두에 대한 전면을 제공한다. 그래서 기본 원칙은 새롭고 경험하지 않은 컴퓨터 소프트웨어만큼이나 당혹감을 줄 수 있다. 아키비스트의 업무는 관세법, 시장규제, 심지어 International Standards Organization(ISO) 9000 시리즈 표준의 이행으로 복잡해지고 확장될 수 있다. 다국적기업이 거래하는 국가의 다양한 국가적 관심 때문에도 그럴 수 있다. 지방법을 따르거나 이용하기 위하여 다양한 국가에서 지방정부의 관리를 유지하기 위한 부가물들이 추가될 것이다. 이를테면 1994년 Norwegian law은 기업기록이 문화적 자원으로 간주되기 때문에 [Norwegian State Archives]에 그 권한을 위임한다고 설명하고 있다. 그 권한이 다른 것들의 범위를 넘어설지 모르지만, 이 법은 많은 국가에서 국가적인 관심을 보호하기 위해 만들어진 법과 유사하다. 이러한 법

때문에 국제 기업에 대하여 문서화하기가 어렵고 그것을 수행하는 아키비스트의 작업이 복잡해진다는 것을 쉽게 이해할 수 있다.

국제 기업을 문서화하는 작업은 그 작업 자체의 매우 국제적인 성격과 모험 때문에 활발하게 진행된다. 거대 기업들만이 오늘날의 세계 경쟁에서 살아남을 것이라는 통례적인 믿음으로 인하여 전 세계적으로 더 많이 획득하려는 광란이 벌어지고 있다. 미국 전자통신의 거대 기업(MCI)은 강력한 규모의 세계적인 경쟁자들과 동맹을 맺기 위하여 British Telecom으로 넘어갔다. 미국 전기가스회사는 British utilities가 민영화되었을 때 인수하기 위하여 영토나 이전의 논리를 문제로 삼지 않는다. National airlines는 사실상 많은 항공사를 제거하려는 국제항공사와 동맹관계를 맺고 있다.

현실에서 아키비스트는 위와 같은 현상이나 많은 다른 발전들과 밀접한 관련이 있다. 논문에서 나는 국제시대에서 기업을 문서화하는 현실과 직접적으로 관련된 몇 가지 사례를 지적하였다. Minnesota Historical Society는 미국의 기업기록 가운데 거대 영구기록 중 하나를 소장하고 있으며, 자사의 아카이브즈를 설립하고 유지하기 위하여 기업들과 함께 작업하고 있다. 수년전 나는 Pillsbury Company에서 기업 아카이브즈의 설립을 돕기 위하여 1년 이상을 근무하였다. 이 회사는 미네소타에 설립되고 본부를 둔 거대한 국제적인 음식 가공회사이면서 주와 국가 도시계획사업의 주요 주자이다. 우리의 도움으로 그 회사는 아카이브즈를 설립하고, 첫 전문직 아키비스트를 고용했으며, 아주 훌륭한 기업역사를 생성했다. 나는 기뻐다. 특히 이것은 General Mills, Inc.-미네소타의 또 다른 국제적인 음식업체-에 아카이브즈를 설립했던 이전의 성공적인 프로젝트에 필적했기 때문이다.

1980년대 중반 국제 합병 매니아가 증가하면서, Pillsbury에 기업 침입자가 등장하였다. Grand Metropolitan PLC-영국 음식과 주류의 거대 기업-은 1987년에 Pillsbury에 불리한 제안을 하였고, 지역의 저항에도 불구하고 회사를 인수하는데 성공했다. Grand Metropolitan PLC가 관리를 시작한 첫 주에 Pillsbury 본부에서 아카이비스트를 포함한 554명의 고용인을 해고했다. 아카이브즈는 몇 년 동안 문이 닫힌 채 있었다. General Mills, Inc.가 작년 말 Grand Metropolitan PLC으로부터 Pillsbury를 인수했을 때, 마침내 Pillsbury의 아카이브즈는 General Mills, Inc.의 아카이비스트에게 인계되었다.

다시 나의 일로 돌아오면, Northwest Airlines와 KLM Royal Dutch Airlines 사이의 마케팅 동맹은 흥미 있는 주제이다. Minnesota Historical Society는 Northwest 아카이브즈와 그것의 이전 기업에게 장소를 제공하고, 현재 네 개의 거대 미국 항공사의 문서화에 주요한 관심을 가지고 있다.

이러한 사례를 보면 국제 기업의 기록을 대상으로 작업하는 일이 현실의 도전임을 알 수 있다. 항상 개별 상황마다 특수한 문제가 있겠지만, 밀접한 관련성을 가지고 있다는 것은 명확하다. 그러한 작업을 계획함에 앞서, 기업이 필요로 하는 것에 주의를 기울이고 이를 충족시킬 수 있는 우수한 반사 신경이 요구된다.

불과 20년 전 미국 기업이 처해있던 환경과는 매우 다른 환경으로 변화하고 있다는 이해를 키움으로써 반사 신경은 더욱 강력해질 수 있다. 이러한 변화의 대부분은 더욱이 주변에서 변화를 완료한 지역인 유럽과 아시아의 국제적인 기업에 영향을 미치고 있다. 이러한 변화에

대한 인식과 변화를 기록해야 하는 필요는 아키비스트가 변화된 환경에서 그들의 작업과 그에 따른 산물을 적응시키는데 결정적이다.

상품의 발전, 마케팅, 그리고 그것들을 지원하고 행위와 결합시키는 모든 결정구조에 영향을 끼치는 관리의 증대는 기업의 지속적인 발전에 거대한 충격을 주었다. Alfred Chandler는 그것이 가장 중대한 변화라고 기술했다. 앞서의 분석에서 “사실상 모든 사람은 Chandler가 기술한 광범위한 발전이 미국에서 특별나지 않다는 것을 깨달아야만 했음에도 불구하고, 거대 공기업의 빠른 증대와 선례없는 영향은 앞으로 직면하게 될 역사의 원동력이었다.” 관리 초점, 구조, 정보채널의 창조에 대한 변화를 기록하는 것은 기업을 이해하고 돕는 아키비스트에게 가장 중요한 것이다.

그와 동시에 단지 10년이나 20년 전에 신봉했던 것과는 전혀 다른 가치를 가진 기업을 만들어 낸 변화에 대한 이해가 중요하다. 직업의 안전성은 국제경쟁과 투자반환 요구의 압력으로 추락했기 때문에, 기업과 직원의 관계는 변화되었다. 이러한 변화의 결과로 단일 고용주에 대한 충성은 줄고, 효과적인 정보교환, 팀워크, 문제 해결, 유통, 대립적인 결정의 필요는 증대된 고객의 동적인 노동시장이 생성되었다. 다른 직원들 못지않게 아키비스트는 이러한 환경을 환영하지 않았지만, 그들은 그들이 복무하는 기업 안에서 변화의 정도를 깨달음으로써, 그리고 변화의 필요에 따라 작업을 조직하고 산출물을 생성함으로써, 변화로부터 이득을 얻을 수 있다. 기업이 직원의 충성을 필요로 하고 기업정신이 생기도록 그들 기업의 역사를 이용하고자 할 때, 이러한 몇몇 산출물은 아카이브즈의 전통적인 작업과 직접적으로 관련될 수 있다. “이런 환경에서 경쟁하고 성공하려면, 기업은 고급 근로자를 끌어

당기고, 그들의 기술을 충분히 이용한 작업시스템을 설계하고, 직업 훈련을 위한 기업의 투자가 이익을 발생시키기에 충분히 오래 근무하도록 직원을 독려하는 것이 필요할 것이다.” 아키비스트는 이러한 현실에서 명확한 지점을 찾을 수 있다.

‘기회와 적응’은 아키비스트의 주문이 되다.

아카이브즈는 혁신을 주도하는 곳으로 보이지 않고, 아키비스트는 융통성 있는 전형으로 손꼽히지 않는다. 현재도 어떤 사람은 시대와 앞으로의 사조가 기록관리 실무에 영향을 끼쳐 아카이브즈가 황폐화 되지 않도록 막아보려는 동료들의 반박을 듣기를 괴로워한다. 아키비스트는 항상 변화에 맞서왔다. 그러나 현재의 변화의 속도는 과거 20년 동안 다가왔던 변화의 속도와는 다른 듯 하다. 전자통신과 전자정보의 출현으로 인하여 아카이브즈의 이용자 및 소프트웨어, 하드웨어, 그룹웨어 등의 주요한 산출물과 아키비스트와의 관계는 변화되었다. 이러한 변화는 모든 아키비스트에게 영향을 주었지만, 기업기록을 다루는 아키비스트보다 더 직접적이고 강력하게 영향을 받는 사람은 없었다.

도전을 기회라고 부르거나 적응에 대한 끝없는 순환으로 보는 것은 최근의 유행이다. 하나의 유행이 유행이 아닌 것 보다 더 정확할지 모르고, 현재는 정보의 생성과 확산의 시대이기 때문에, 아키비스트가 요구하는 기회와 적응은 그들에게 가장 중요한 산물인 정보를 통제할 수 있는 미증유의 기회를 제공한다. 이러한 변화로 인하여 아키비스트는 그 변화를 어느 정도 붙잡아야 할 것이며, 무엇을 제공하고, 무엇에 복무할 것인가를 인식하게 될 것이다.

이메일과 같은 전자 교환의 형태가 적절한 예이다. 이메일은 기업 안팎의 주요한 교환 미디어로 어디서나 사용되고 있다. 생성이 용이하다는 점 때문에 전화나 프린터, 팩스를 이용하는 시간을 절약하기 위한 방안으로 애용하도록 만들어졌다. 이메일은 저장하고 삭제하는데 용이하기 때문에 아키비스트는 도전해 보고 싶어 한다. 전화와 팩스는 사라지지 않는다. 그것들은 전자 메일의 출현으로 다소 다른 역할을 맡게 되었을 뿐이다. 이메일이 이렇게 쉽게 생성되고 삭제될 수 있다는 사실은 아키비스트에게 가장 최근의 기술적인 도전이다. 전화는 거의 기록을 남기지 않으며, 팩스는 원본문서보다 질적인 면에서 하급의 기록을 만들어낸다. 이메일에 의한 도전은 다르지만, 새로운 것은 아니다.

또한 이메일은 기업의 문서화에 있어서 아키비스트가 직면한 또 다른 도전을 불러일으켰다. 항상 기업, 노동조합, 정부는 기록을 미심쩍은 눈으로 본다. 그리고 전자메일은 그 혼란을 증가시킬 뿐이다. “수십억의 전자메일의 메시지는 매일 기업 네트워크를 통하여 전해지고 있는데 대부분의 전자메일은 참으로 중요하다.” 부분적으로는 전화이면서 부분적으로는 편지인 이메일의 애매모호함 때문에 그것을 기록하려는 기업과 아키비스트는 그것을 구별하기가 어렵고 곤란하다. 이메일의 중간적인 성격의 문제는 이용자간의 합의의 부족으로 야기된다. 사실상 이메일 메시지는 편지나 사내 메모 정도의 메일인가? 또는 즉석 의견으로서 간주되어야 하는가? 어떤 문제는 일반적으로 전자 정보에 의해 생성된 더 큰 현실을 반영한다. 그 양은 거대하고, 이메일은 영구적이지 않고, 일제히 삭제되기는 더 어렵다. “비록 몇몇 사용자가 마치 그것이 안보이는 잉크로 쓰여진 것처럼 이메일을 다룰지라도, 전자적인 메시지는 부주의함으로 돌아올 수 있는 사이버상의 흔적

을 남긴다.”

불리한 정보의 발견에 대한 두려움은 항상 아키비스트와 그들의 클라이언트 모두를 괴롭혔다. 아카이브즈는 정보 속의 진실에 접근할 수 있도록 하기 위하여 존재한다고 말한다. 그러나 만일 아키비스트의 눈에 그 정보들이 폭발되지 않고 잠재되어 있는 치명적인 시한폭탄으로 보인다면, 기업, 노동조합, 주정부 혹은 지방정부, 종교나 교육기관의 모든 아카이브즈는 살아남을 수 없는 듯 하다. 이러한 현실은 아키비스트가 정보를 목록화하는 기본 규칙만큼이나 어떤 형태의 정보라도 정보의 통제와 관리가 필요하다는 것을 이해하게 한다.

컴퓨터 시대는 아키비스트에게 새로운 문서화의 기회와 그것들을 개척하는 도구를 가져다 주었다. 그것은 전보다 아카이브즈의 산물을 더 많이 활성화시키는 기회일 뿐만 아니라 빠른 검색과 더 많은 접근을 제공하는 다양한 포맷의 기업 정보가 저장될 수 있도록 한다. 기업 네트워크는 아키비스트가 앞으로의 이용을 위하여 그 정보를 저장하고 조직화하는 동안, 기업의 사업에 계속 접근할 수 있도록 허락한다. 그리고 World Wide Web의 기술은 내 외부 사용자를 위하여 기업 정보의 축진을 가져왔으며, 신뢰와 명성이 있는 정보 제공에 있어서 아카이브즈의 역할이 확실해 질 수 있는 기회를 활성화시켰다.

국제시대의 국제적인 사고

대부분의 동물들은 익숙한 것에는 끌리고 생소하고 다른 것에는 의심을 한다. 인간은 이러한 점에서 다른 동물들과 다르지 않다. 아키비스트는 변화와 기회에 더욱더 반항적인 인간의 특성을 지니고 있다.

이것은 확실히 아키비스트가 다루어야 하는 자원의 부족과 관계가 있다. 변화를 다룰 자원이 거의 모이지 않을 때, 변화를 다루기는 어렵다. 그러나 우리는 변화 그 자체보다 더욱 확실한 것이 거의 없는 영역에서 일하며 살고 있다.

종이더미와 더불어 전자 정보를 다루어야 하는 요구가 생겨나면서, 아키비스트는 이런 종류의 기록 관리의 기대로 인한 혼란상태에서 벗어나도록 자극받았다. 물론, 또 다른 사람들은 도전과 잠재성을 평가와 접근과 같은 예전의 쟁점으로 다루고 있다. 현재 어떤 다른 영역보다 기업 영역에서 더욱 현저하게 나타나는 국제 시대가 그와 유사한 반작용을 부추겼다.

점차 국제화 되는 기업을 문서화하고 기업에 복무해야 하는 과제에 직면했을 때, 아키비스트는 때때로 진행되는 방향으로부터 벗어나는 쪽을 선택하는 듯 하다. 특히, 많은 아키비스트는 단지 가장 제한적인 방법으로 국제적인 도전을 받아들이고 있다. 대신에, 국제적인 실체를 기록한 문서에 대한 관리의 책임이 있는 아키비스트는 직접적인 경험의 세계를 넘어서서 생각해야만 하고, 자국보다는 다른 나라에서 나타나는 유사한 경우에 대하여 정보를 교환하고 토론을 해야 한다. 심지어 지역에 기반을 둔 기업이 외국에서 사업을 수행하는 시대에 이러한 활동무대에서 일하는 아키비스트는 연관관계를 무시할 수 없다.

국제적인 교환과 논쟁을 하는 것 보다 오히려 국가적인 성향을 버리거나 적어도 완화하는 것은 단순하지 않다. 이러한 제한적인 사고는 기업 그 자체에 의해 넘지시 장려되고 있을지 모른다. “다국적 기업들이 차지하고 있는 국제 경제는 민족국가에 의해 조직된 세계와 이미

타협하고 있다. 민족국가에 의해 조직된 국제 시스템에서, 공통의 전략으로 서로 다른 국가에 의해 만들어진 네트워크는 잠재적인 모순으로 꼭 찢다.” 그러나 단기적 사고로 인한 불이익이 앞으로 실로 가혹할 것이다.

이러한 의미에서, 아키비스트간의 협력은 긴급하다. 국제 기업을 문서화할때 직면하게 되는 문제 때문에 아키비스트는 어디서 일하든 간에 관계없이 협력이 요구된다. 만일 이것이 또 하나의 도전이라면, 그것은 아카이브스와 아키비스트에게 주목할만한 기회를 제공하게 될 것이다.

국제시대의 아카이브스와 기업

세계는 더 작아지고 있고, 앞으로 더 작아질 것이다. 기업은 이러한 변화의 중요한 엔진으로 그리고 그러한 변화가 미치는 범위를 결정하는데 중요한 주자로 남을 것이다. 기업 경영인의 작용과 반작용은 세계경제와 지역경제 모두의 발전에 강한 영향을 줄 것이다. 이러한 새로운 세계의 현실과 기회 속에서 아키비스트가 기록관리 프로그램과 그 산물을 만들어 낼 수 있는나가 현실에서 살아남느냐를 결정하게 될 것이다. 역사는 과거의 건조한 연대기(기록) 이상이 될 수 있다. 아카이브스는 필요없는 정보의 더러운 창고 이상이 될 수 있다. 역사는 기념식을 위해 남겨둔 과거의 향수 이상으로 취급되어져야 한다. 아카이브스는 기업관리와 업무수행의 일상 업무에서 유용한 정보의 공급자가 되어야 한다.

아키비스트가 기업의 일부분을 이루며 기업의 필요를 이해하고 복

무하려고 하는 한, 역동적인 조력자가 될 수 있다. 그들은 기업생활의 주류로부터 그들 자신을 고립시킬 수 없고, 기업에서 조력자가 아닌 다른 어떤 모습으로 그들 자신을 그릴 수도 없다. 그들은 경쟁적이고 변화하는 환경에 적응하려는 기업들에서 필연적으로 생겨나는 주기적인 변화를 받아들이고 싶어하지 않으면서 도랑아래서부터 가지치기를 시도하려고 한다. 그것은 아무 소용이 없었다. 변화를 언급하지 않은 사람들은 포함되지 않았고, 그런 사람들은 중앙기업의 사명에서 불필요한 사람으로 보여졌다. 아키비스트는 목표에 대한 정교함과 감각에 대한 이러한 도전이 엔지니어, 회계사, 판매와 광고 직원, 관리자로 종사하는 사람들이 직면하는 것과 다르지 않다는 것을 이해하고 올바르게 인식할 필요가 있다. 이 과정은 확실히 기업 상품의 발전만큼이나 진전된 상황이며 공동성과 중의 하나이다.

문서화하는 것에 대한 도전이 국제시대에서 기업에 봉사한다는 것은 어떤 단독의 행위를 빨리 안착시키기 위한 명제가 아니다. 국제 기업은 순수한 지역이나 국가 기업에 대한 것들을 반영하기도 하고 그것들로부터 벗어날 필요도 있다. 아키비스트는 그 양쪽 모두를 도울 수 있는 도전과 기회가 있을 것이다. 그러나 국제 기업에 대한 문서화는 국제시대가 그들의 것이라고 이해하는 아키비스트에게 더 큰 가능성을 제공한다. 그 미래는 지금 우리와 함께 있고 만일 그것의 모든 특질이 명확한 것이 아니라면 아카이브즈에 대한 그것의 충격도 명확하지 않다.

나는 나의 업무, 더욱더 미국에서 많은 기업 아카이브즈의 업무와 밀접한 주제로 돌아가겠다. 그것은 구술사이다. 20년 전 아키비스트가 구술사의 이용을 촉진하고자 한 것은 놀라운 일이었다. 오늘날 구술사

는 많은 기록관리 프로그램의 일부분이다. 이렇게 변화한 이유를 찾기는 어렵지 않다.

기업의 종이-나아가 전자적인- 기록은 (그리고 사실상 어떤 활동에 대한 기록) 사람들이 그런 기록에 기대하는 만큼이나 많은 정보를 포함하지 않았다. 이러한 사실은 우리가 살고 있는 오늘날과 같이 매우 빠르게 움직이는 사회에서 더욱 분명히 나타난다. 구술사는 이러한 현실에 대응하고 기업이나 다른 조직에서 아카이브즈의 가치를 증대시키는데 주목할 만한 도구를 제공한다.

기업 아카이브즈의 실제적인 전환점은 아카이브즈와 기업 사이에 명확한 연계가 만들어질 때 가장 뚜렷이 나타난다. 물론, 이러한 연계는 말이나 약속이상으로 옹호될 것임에 틀림이 없다. 문서화 그 자체는 이러한 이용을 지원해야만 한다. 만일 기업 아카이브즈가 기업구석구석의 광범위한 관중의 현실적인 필요에 주목한다면 가능하다.

이런 기회가 존재한다는 것은 현실의 많은 사례에서 입증되고 있다. Lance Easley와 Lief Soderberg는 Honda와 같은 기업에서 기업 기억의 혁신적인 사용을 언급했다. 그들은 “기업이 과거에 했던 것과 하지 않은 것에 대하여 기억하는데 실제적인 수단이 없는 기업은 전체 사업에서의 비용에 대하여 실패와 성공의 재발견을 계속해서 반복한다.”고 언급한다. 그들의 작업은 기업관리를 위해서 뿐만 아니라 관리에 복무하는 아키비스트를 위해서 중요하다. 그들은 “예를 들면, 어떤 자동차의 원료공급지에서 최근 새로운 상품 프로그램에 대하여 발생한 40%이상의 설계문제가 이전의 프로그램에서 이미 해결되었었다고 하자. 엔지니어가 회사의 다른 부분에서 이전에 이루어졌던 작업들을 검

토하지 않았기 때문에, 과거에 해결했던 문제를 해결하기 위하여 30%의 설계시간을 소비했다”고 언급했다. 다른 거대 조직들은 그들이 “설계 전망증”이라고 부르는 것으로 인하여 비슷한 문제들을 가지고 있다고 설명한다. 물론, 엔지니어에게 이용되기 위해서 정보는 조직되고, 용이한 곳에 있어야 하며, 필요로 할 때 손쉽게 이용할 수 있어야 한다. 그것은 기록관리 업무를 하는 아키비스트의 단서가 되어야 한다.

그러나 이러한 기록을 보유하는 것과 더불어, 오늘날의 아키비스트는 전통적인 영구기록의 평가에 대한 신뢰가 이용자의 필요를 충족시킬 것인지를 질문해 보아야 한다. 전통적인 기록시리즈는 인류사회의 역동적인 조직구조와 적응을 다룬 영구기록으로서 간주될 것인가? 그것은 현재와 미래에 서서히 발전시켜 나가야 할 기업문화와 결정에 대한 실체를 기록한 것인가? 그것은 구술사라는 도구를 현명하게 사용하지 않고는 부족할 것이라고 생각한다.

전통적으로 영구기록으로 간주되어 왔던 많은 기업기록이 평가와 보존이 어렵고 비용이 많이 들며, 적은 이용자 외에는 사용할 것 같지 않다는 믿음은 들쭉치고라도 그것들의 양과 복잡성조차 생각해 보지 않았다. 전자 데이터와 정보시스템의 출현도 종이 없는 사무실에 대한 많은 예측된 도래도 기업 활동을 기록하기 위하여 쓸모가 있는 정보들을 감소시키지는 않았다. 이러한 정보는 평가, 보존, 이용의 복잡성과 함께, 더 세부화되고 확산되었다. 아키비스트가 기업 안에 있건 밖에 있건 간에, 기업의 안내자 없이는 변화되는 관리구조나 기술 네트워크를 정복할 가망이 없었다. 아키비스트는 기업이 고객에게 판 상품의 생산과 서비스의 제공에 직접적으로 포함되어 있지 않기 때문에, 기업과의 관련성을 확실히 하기 위하여 기업내부 정보와 안내자가 필

요하다.

이러한 과정에서 우선적인 중요성의 두 측면에서 구술사의 역할을 찾을 때, 구술사는 기업 아카이브즈의 업무에서 촉매제만큼이나 필수적인 도구가 되고 있다. 첫 번째는 기업 내부의 활동과정에 관한 정보를 포착하고, 명확한 기록 시리즈의 특별한 중요성과 기록이 감추고 있는 것에 대한 격차를 식별하는 잠재성이다. 이러한 면에서 구술사는 기업 활동에 대한 도표화되지 않은 분야를 꿰뚫어 로드맵을 제공할 것이다. 이 지도는 식견 있는 내부직원에게 의해 그려지기 때문에, 전통적이거나 가정된 가치에 반대함으로써 그들의 활동에 대한 관점에서 기록을 평가하는데 훨씬 도움을 줄 수 있다.

구술사가 기업 활동을 기록으로 남길 때 결정적인 요소가 된다는 점에서 두 번째 측면은 정보 생산에 대한 것이다. 기업기록은, 그것이 어떤 형태이든 간에, 기업 활동의 충분한 통찰력을 제공하는 것은 아니다. 특히, 그것들이 동거나 비공식 과정에 대한 정보를 제공하는데 매우 드물다. 예를 들어, 조직표와 같은 기록은 의도한 작업과 정보의 흐름을 설명함에 있어 유용하다. 그러나 물이 진행을 방해하는 방해물과 만났을 때처럼, 실제 작업은 표에서 그려진 것과 다른 경로를 밟게 된다.

여기서 문제로 삼은 것은 문서화 그 자체에 대한 문제이다. 우리는 기업과 같은 조직을 어떻게 문서화 할 것인가? 어떤 기록이 모여지든 간에 그 안에 포함된 정보를 이용할 목표 이용자(target client)는 누구인가? 우리는 현재와 미래에 관계없이 전례를 따르는가? 혹은 무엇을 어떻게, 누구를 통하여 할 것인지를 알기 위하여 기업을 기록화하기 위

한 이유를 밝히는 것인가? 만일 글자를 믿는다면, 그때 우리는 참조로서 그러나 실체에 의해 안내된 것으로서 구전을 사용한 역동적인 표현들로 기업을 문서화하여 밝힐 것이다. 전통이 기록을 영구적으로 만들기 때문에 보존되는 것이 아니라, 기업 활동이 이용자들에게 유용하기 때문에 보존되는 것이다.

그 스피드를 다루는 것이 어렵다는 것을 잘 알고 있는 관례와 안락의 타성에도 불구하고 기업이 변화하는 환경에 적응하게 하는 기술의 혁신과 스피드의 진전이 이러한 결정을 해낸다. “그것이 동일한 일을 유지하려고 하는 인간의 특성인 반면, 기술은 감상적인 타성에 영향을 받지 않는다.”

정보의 생산과 이용의 관계에 대한 추적과, 결정을 내리는 것, 그리고 상품의 발전으로부터 시장에서의 성공적인 적응에 까지 모든 것에 관한 기업문화가 중요하다면, 영구적인 가치를 위한 기업기록의 평가는 변화되어야 한다. 기업의 영구기록을 보존하고 서비스하는 비용은 광범위한 이용자 기반을 덮음에 틀림이 없으므로, 평가는 새로운 이용자에게 도움을 주어야 한다. 새로운 이용자에게 복무한다는 것의 진실은 기업의 업무와 필요를 이해하는 것들을 가지고 작업해야 한다는 의미이다.

이용의 증가가 광범위한 이용자에 토대를 두고 있다는 것이 틀림이 없다면, 기업기록에 대한 평가는 이용자의 필요라는 관점에서 이루어져야 한다. 구술사는 정보의 생산, 이용과 결정에 있어서 기업의 기능과 핵심을 만드는 방법을 식별하는데 도움을 줄 수 있다. 그렇게 함으로써 구술사는 그렇게 하지 않았다면 존재하지 않았을 기록의 증거를

생산할 것이다.

구술기록의 활용은 전자적인 포맷에서 즉시 이용 가능한 정보를 생산하여 중요한 이득을 가져올 수 있다. 예를들면, 인터뷰에 대한 복사본은 종이 문서나 전자 포맷으로 이용이 가능할 수 있다. 그리고 이용에 있어 훨씬더 확장된 가능성을 가진 이미지를 결합할 수 있다.

문서화의 도구로서 구술사의 적극적인 이용은 미국의 기업 아카이비스트 사이에서 점진적으로 받아들여졌다. Phillips Petroleum, Ford Motor Company, INA사는 국내의 기업 모두를 기록하기 위하여 구술사를 이용한 기업들이다. 내가 속해있는 기관은 휴양시설을 만드는 것에서부터 의학기술산업의 개발에 이르기까지의 모든 것을 기록하기 위하여 구술사를 이용한다. 만일 기록화가 아카이브즈의 목표라면, 구술사의 이용은 오늘날 피할 수 없는 것이다.

장시간의 이야기에서 나는 아카이브즈나 아키비스트가 아니라 클라이언트에 대하여 주목해 왔다. 내가 만일 앞서 토론한 것들 중 두드러진 하나의 개념을 여러분에게 강조한다면, 그것은 다음과 같다. 아카이브즈는 그들이 만족시키려는 클라이언트에 대해 언급하지 않고는 만들어지지 않으며, 만들어져서도 안된다. 아키비스트의 업무에 대하여 지지받으려면 아키비스트는 영구기록을 이용하는 사람들의 필요를 알아채고 민감하게 반응해야 한다. 종종 아카이브즈는 오래된 기록의 수동적인 수령인으로 보인다. 그리고 그들이 복무하는 기업이나 기관의 업무에서 능동적인 참여자로서는 보이지 않는다. 기업업무에 필요한 지원과 자원을 기업에게 제공하려고 한다면, 아카이브즈와 아키비스트는 변해야 한다. 아키비스트는 가능한 미래의 이용을 위하여 기록

을 축적하고, 소장된 자료의 이용을 촉진하는 데는 거의 사용하지 않는 문서정리원 이상으로 기업의 업무를 알아야 한다.

어떤 환경에서, 특히 기업에서, 아키비스트는 기업이 현재 하고 있는 프로그램, 프로젝트, 방향을 파악해야 한다. 이러한 인식은 아키비스트가 기업에 문제가 발생할 때 필요로 하는 것을 파악할 수 있도록 하고, 소장하고 있는 영구기록의 자원을 이용하여 그 필요에 복무할 수 있도록 해준다. 또한 아키비스트가 새로운 기록군이 생성되고 있거나 가능한 한 빨리 그러한 기록의 평가와 처리를 수반하게 되는 시점이라는 것을 이해하도록 해준다.

아키비스트는 도움이 되는 기회를 찾는데 혁신적이어야 하며, 그리고 그 목표는 사업기획에 깊숙이 관계함으로써 가장 잘 성취될 수 있다. Coca-Cola, Ford Motor Company, Kraft Foods사와 같은 미국에서 가장 성공적인 기업 아카이브즈는 직접적으로 미국 또는 국제적인 기업에서 기업에 아키비스트를 포함시킨 곳들이다. 유사하게, Minnesota Historical Society에서의 경우와 같이 기업과 외부 아카이브즈의 성공적인 관계는 아키비스트가 현재의 기업 업무에 중요한 프로젝트에 직접적으로 포함되어 있을 때 성공했다. 작년 3M Company의 100주년 기념과 Northwest Airline의 태평양 항공 서비스 50주년 기념, 그리고 다양한 기업 마케팅 캠페인은 아키비스트가 직접 기업 활동의 주류로 나서고, 이러한 지원이 아카이브즈의 성공에 결정적인 영구기록의 가치를 촉진했던 사례이다.

그와 같은 사실은 학생들을 위한 교육 자료를 준비할 때 The Royal Bank of Scotland의 아키비스트가 관여한다든지, 계획과 다른 기업 활동

이 용이하게 만날 수 있도록 The Royal Bank of Canada의 아키비스트가 활동한다든지 하는 다른 측면에서도 보여 질 수 있다. 아카이브즈는 일상의 업무 속에서 모기업에 유용한 것을 찾았을 때 오랜 기간동안 성공하게 될 것이다. 그것은 아키비스트 자신이 그 업무의 일부가 될 모든 기회를 이해하고 붙잡을 때 이루어질 수 있다.