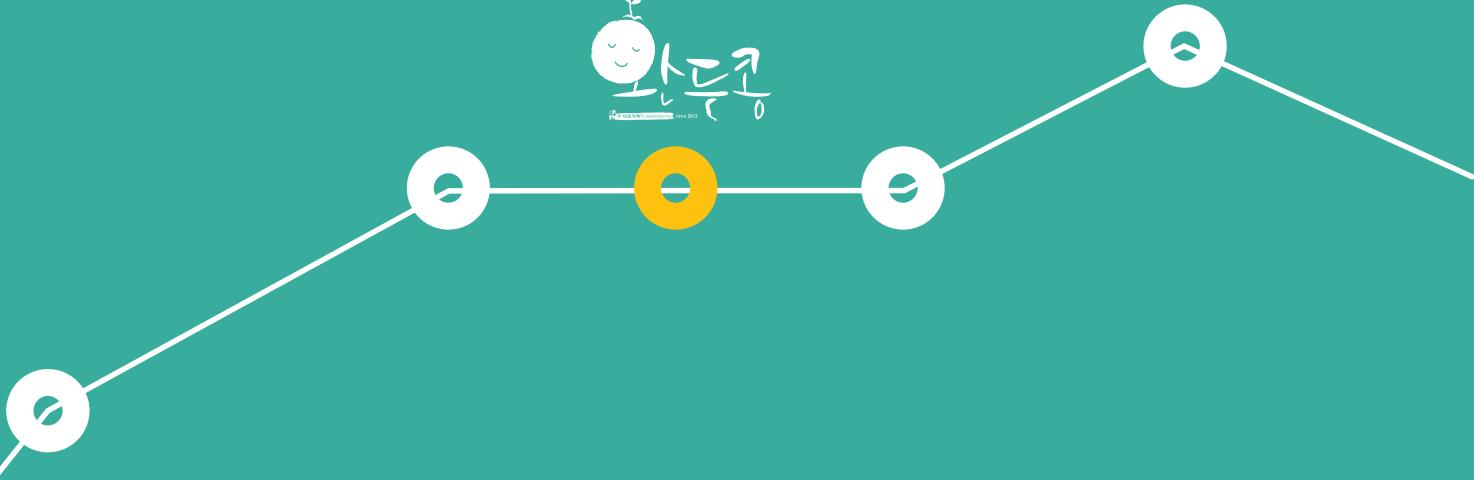


Local Challenge Project Case Study

WORKING PAPER SERIES

WP 2018-01 / March 2018

미디어공동체완두콩협동조합



Local Challenge Project Case Study Working Paper Series는, 동그라미재단에서 2013년부터 진행해온 지역 문제 해결을 위한 사회혁신 프로젝트 지원 사업인 Local Challenge Project (LCP) 선정 기업 중, 훌륭한 성과를 바탕으로 지역을 넘어 보편적 확산의 가치를 지닌 우수 기업에 대하여 사례연구를 통해 작성된 학술 저작물의 중간 산출물로서, 사회혁신 현장에서의 활용과 학술적 토론을 목적으로 동그라미재단의 웹사이트를 통해 공개하고 있습니다. 본 내용은 동그라미재단의 공식 입장이 아닌 저자 개인의 의견입니다. 본 내용을 인용할 시 출처와 저자를 밝혀주시기 바랍니다.

저자 강민정_한림대학교 교수(Copyright © 2018 by Minjeong Kang)
※ 본 페이지에 대한 의견은 mink23@nate.com으로 보내주시기 바랍니다.

미디어공동체 완두콩협동조합

미디어공동체 완두콩협동조합은 2012년 10월, 마을 소식지 '완두콩' 1호를 발행하기 시작해서 지금까지 한번도 쉼 없이 매달 발간하고 있다. 마을 소식지 '완두콩'을 만드는 것을 시작으로, 다른 마을이나 공동체의 소식지 발행을 대행하거나, 영상 제작, 기자 교육, 미디어 교육과 출판 등으로 사업영역을 확장한 완두콩은, 2013년 8월 협동조합으로 법인체를 구성하였으며, 2017년에는 상근직 5명이 일하는 조직으로 성장하였다. 완두콩의 활동은 완주군 내에서도, 그리고 전국적으로 그 가치를 인정받아, 2015년과 2016년 한국농어촌공사 우수 공동체 회사로 선정되었고, 2017년 국가기록관리 유공자로 선정되기도 하였다.

완두콩의 성장에는 완주군의 지원 정책이 바탕이 되었는데, 완주군은 전국 최초로 커뮤니티 비즈니스 분야에서 중간지원조직을 구성하여 체계적으로 사회적 경제 조직을 지원하였다. 완주군이 진행한 사회적 경제 공동체 창업을 위한 프로그램에, 이용규 대표가 사람들과 함께 시작한 일이 '완두콩'을 만드는 일이었다.

'지역내의 소소한 일상과 사람에 대한 스토리텔링을 전하는 매체를 통해 지역사회 소통 플랫폼으로 역할함과 동시에 대안적 삶의 가치를 전파'한다는 소셜 미션 하에, 완두콩은 지역의 소통을 원활하게 하는 창구를 넘어, 우리 시대의 대안적 삶의 가치를 전파하면서 귀농 귀촌 인구 증가도 긍정적 기여를 하고 있다. 완두콩 자체도 콘텐츠와 디자인 분야에서 청년 귀촌자를 채용하고 있어, 경쟁과 빈곤에 지친 도시의 청년들에게 귀촌과 연계된 일자리에 대한 대안을 생각하게 해준다.

매월 발행되는 소식지에 담긴 마을이야기, 사람이야기를 통해서 완주군 고유의 지역 콘텐츠를 제작하고 자료를 축적하여 지역사회의 기억저장소 역할을 해내는 한편으로, 완두콩은 할머니들의 캘리그라피 활동을 기록한 '할미그라피', 완주 사람들의 이야기를 엮은 '완주, 사람들' 등의 출판물도 내고 있다.

완두콩이 만들어내는 마을의 이야기는, 경쟁과 효율에 매몰되어 있는 도시의 생활방식에 대한 '대안적 삶의 가치'를 전달하는 보편적 콘텐츠로서 의미가 있다. 완두콩은 앞으로 완주의 이야기가 가진 보편성의 가치를 더 널리 확산하면서 사회적 영향력을 높여 나갈 것이 기대된다.

● 기업개요

기업명	미디어공동체 완두콩협동조합
소재지	전라북도 완주군 고산면 고산천로 854-7 (완주군지역경제순환센터 내)
조직형태	협동조합
조합원	10명 (2013년 기준)
상근직원	대표자 포함 5명
설립년도	2012년
대표자	이용규
Social Mission	지역내의 '소소한 일상'과 '사람'에 대한 스토리텔링을 전하는 매체를 통해 지역사회 소통 플랫폼으로 역할함과 동시에 대안적 삶의 가치를 전파
사업내용	완주군 마을 소식지 '완두콩' 발행(월간지) 소식지 발행 대행, 영상 제작, 출판 등

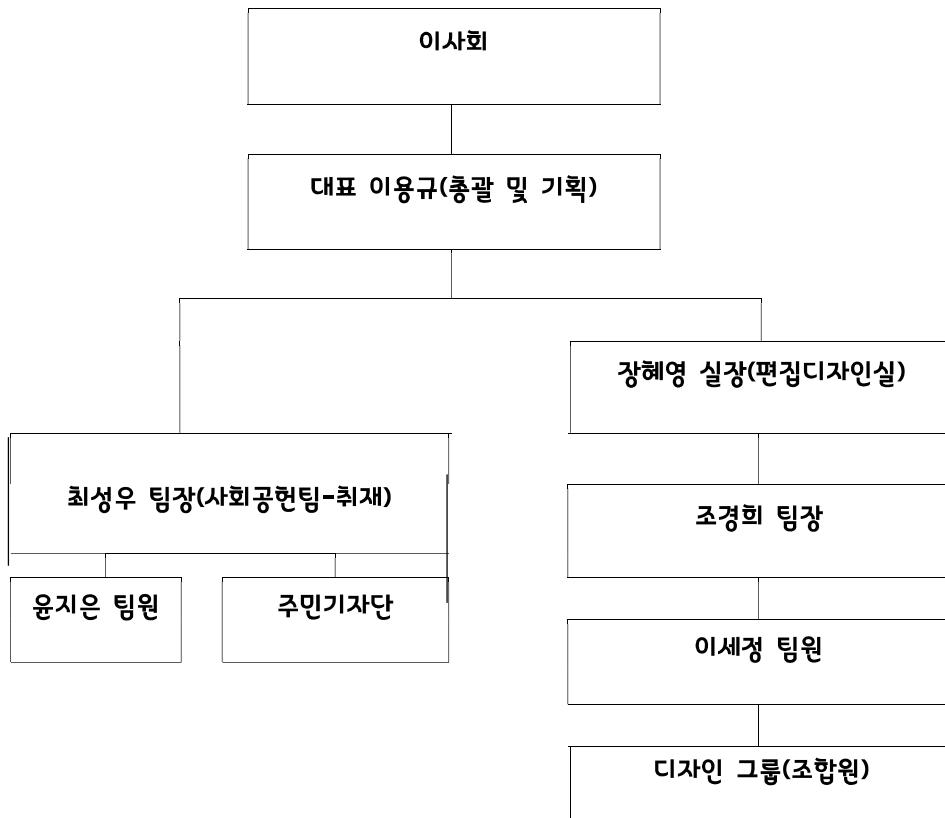
● 주요사업

- 완주군 마을 소식지 '완두콩' 발행
- 소식지 발행 대행: 기업, 공동체, 공공기관 등의 소식지 제작
- 영상 제작, 출판
- 교육: 기자 교육, 미디어 교육

● 주요연혁

- 2012년 2월 설립, 완주 커뮤니티 비즈니스센터 예비 공동체 선정
- 2012년 10월 완주 마을 소식지 완두콩 첫 발행 (매월 발행)
- 2012년 12월 전라북도 교육청 홍보신문 '행복한 교육' 제작
- 2013년 2월 완주 커뮤니티 비즈니스 공동체 선정
- 2013년 5월 완주군 다중지능 계발 프로그램 사업 선정
- 2013년 6월 완주 로컬 푸드 소식지 발행 대행 시작 (매월)
- 2013년 7월 완주 두레농장 소식지 발행 대행 시작 (매월)
- 2013년 8월 미디어공동체 완두콩협동조합 법인 설립 (인가)
- 2014년 첫번째 책 '완주, 사람들' 출간
- 2015년 한국농어촌공사 우수 공동체 회사 선정
- 2016년 한국농어촌공사 우수 공동체 회사 선정
- 2016년 12월 완주 할머니들의 손글씨 책 "할미그라피" 출판

- 조직도



1. 완두콩 협동조합의 소셜 미션 (Social Mission)

미디어공동체 완두콩 협동조합의 Social Mission

'지역내의 소소한 일상과 사람에 대한 스토리텔링을 전하는 매체를 통해 지역사회소통 플랫폼으로 역할함과 동시에 대안적 삶의 가치를 전파'

미디어공동체 완두콩 협동조합(이하 완두콩)은 소통과 공유를 통해, 해체되어 가는 농촌지역의 공동체를 복원하고 활성화하고자 한다. 기존의 지역 신문과 방송은 행정 중심의 거대 담론만을 쫓는 데 비해, 완두콩 협동조합은 마을 소식지 '완두콩'을 통해 지역의 소소한 일상과 정보를 나눔으로써 공동체 복원에 힘쓴다.

완두콩의 이용규 대표는, 완주에서 지역주민들이 정보를 얻고 공유할 매체가 한정적이라는 점에 주목하였다. 지역 소식을 다루는 주간지 1개를 포함하여 전북 지역에 25개의 신문이 발행되고 있었고, 사람들이 신문을 읽는 시간은 평균 3분 내외로, 실제 독자가 관심있거나 얻고자 하는 정보는 부족한 상황이었다. 지역 방송은 정치나 대형 사건사고 등

에 집중되어서 이웃들간의 소통과는 거리가 먼 이야기가 주를 이루고 있다.

완두콩은 이웃들의 이야기를 모아 2012년 3월부터 매월 발간되고 있다. 공동체의 의사소통을 활발히 하는 매체의 힘은 오히려 이웃의 소소한 일상이며, 완두콩은 그 안에서 가치를 찾는다. 사람들이 중요하다고 미처 생각하지 못한 작은 것들에서 가치를 발굴하고 이야기를 입혀 세상에 내어 놓는다. 서울 중심의 천편 일률적인 문화 현상과 대중 매체가 이를 전파하는 환경 속에서, 완두콩은 다양하고 색다른 삶의 모습을 다루고, 사람들의 살아가는 이야기를 따뜻한 시선으로 찾아낸다. 그리고, 이러한 다양한 삶의 이야기는, 도시의 단조로운 문화에 지친 사람들에게, 오히려 색다른 풍경으로, 따뜻한 위로로 다가가는 보편성의 가치를 지니게 된다.

2. 완두콩 협동조합 비즈니스 모델의 혁신성

가. 완두콩 협동조합의 사업 내용

- 마을 소식지 완두콩

완두콩의 중심사업으로서, 지역공동체 복원을 목적으로 이웃들의 소소한 이야기를 담고, 사람과 사람, 마을과 마을, 주민과 행정의 거리를 좁히고, 마을 사무장, 귀농인 등 주민이 마을기자 등으로 제작에 참여하고 있다. 독자들의 후원과 유료 독자, 보조금 등으로 발행 비용을 충당하고 있으며 기관 및 단체 시설에 배부하고 있다.

- 소식지 대행사업

마을 소식지 완두콩 발행으로 쌓은 노하우를 발휘하는 사업 영역으로서, 타기관과 단체 등의 소식지를 대행해서 발행한다. 월간 로컬푸드와 완주 두레농장의 소식지에 대하여, 취재, 편집, 제작을 대행하고, 전북도 교육청 학교 신문 편집, 온고을 로컬 푸드 공공급식 지원센터 소식지 취재, 편집, 제작 대행과, 고산향 교육공동체, 항호마을 등 지역 내 공동체 소식지 발행 대행 등 다양한 산업, 조직 분야에서 소식지를 대행해서 제작한다.

- 출판사업

완주 지역 사람들의 이야기를 담아 책을 출판하고 있으며 2014년 첫 번째 책인 '완주, 사람들' 출간, 2016년 12월 완주 할머니들의 손글씨 책 '할미그라피'를 출간하였다.

● 홍보물 제작 사업

홍보물 책자, 리플렛, 현수막을 만드는 홍보물 제작 사업으로, 완주군 정책 홍보 책자, 귀농 귀촌 안내서적 등 다양한 홍보물을 제작하고 있다. 완주군은 2013년 전주에서 완주군으로 군 청사를 이전하면서 지역 업체에게 군청의 일을 수주하도록 권장하고 있으며, 2012년에 창업한 완두콩은 시기 적절하게 완주군의 정책에 맞춰서 많은 홍보물을 제작 할 수 있는 기회를 얻을 수 있었다.

나. 완두콩 협동조합 비즈니스 모델의 혁신성

1) 사회적 영향 모형

[완두콩의 사회적 영향 모형]



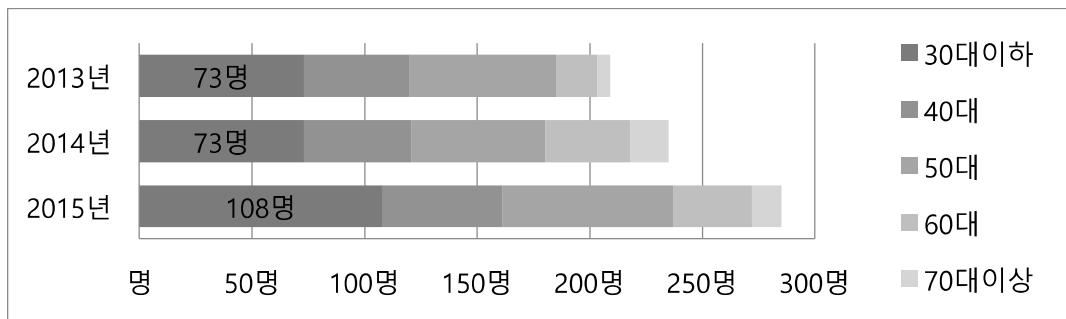
기존의 미디어들은 서울과 수도권 중심의 뉴스를 제공하거나 그 내용이 자극적이고 상업적인 이야기가 주를 이루고 있다. 지역의 미디어들도 지방정부가 배부하는 보도자료에 의존하여 정책 홍보성 기사를 내놓는 형태가 대부분이다.

완두콩은 이들과 달리 사람들의 작은 삶의 이야기에 주목하는데, 이러한 이야기는 주민들간의 소통의 매체가 되고, 대안적 삶을 꿈꾸는 도시 사람들에게는 농촌 사람들과 삶에 대한 이야기를 접하게 하는 매체로 작용한다. 완두콩이 가져오는 사회적 영향은 완주군의 귀농 귀촌 정책과도 시너지를 일으키며, 완주군 내 귀농 귀촌 인구 증가를 가져오는 데 도움을 준 것으로 평가되고 있다.

[완주군 인구 변화]

2013년	2014년	2015년
89,035명	90,377명	95,480명

[완주군 귀농가구원수]



※완주군의 귀농 귀촌 지원정책¹

■ 추진방향

1. 완주군의 귀농, 귀촌 여건조성 및 귀농, 귀촌자의 지역 연착륙을 위한 체계적 지원으로 적극적 도시민 유치로 지역 활성화 추진
2. 완주군 농촌지역 활성화 정책 및 지역농업 활성화 정책과 연계 추진
 - 완주군 CB 사업, 약속 프로젝트 사업, 100개 공동체회사 육성, 로컬푸드 사업 등
3. 마을단위 공동사업에 귀농, 귀촌자 참여 지역주민과 함께 마을 활성화
4. 사회적 일자리 발굴 및 정책화로 차별화된 도시민 유입 정책 추진

■ 단계별 도시민 유치정책 세부사업과 예산배정

세부사업명	'14사업비 단위(천원)	사업량
귀농 귀촌 지원센터 운영 (상근인력)	20,000	1개소, 1명
도시민 유치 홍보물 제작 및 홍보 활동	38,000	5회
귀농 귀촌 팜투어	20,000	4회
귀농귀촌인 Two-Job 지원	25,000	5개소
네트워크 활성화 지원	25,000	10개소
귀농 귀촌인 창업지원	60,000	3개소
귀농 귀촌인 재능기부 활동 지원	20,000	5개소
체류형 커뮤니티 농장 조성	12,000	1개소

■ 기초지자체별 귀농 가구원수 순위

¹ 2014 도시민유치지원사업 세부사업 실행계획 발췌, 완주군 농촌활력과

귀농 귀촌 정책의 성과로 완주 유입 인구는 전국에서 세번째 수준이다.

순위	기초지자체	귀농가구원수(명)
1	서귀포시	343
2	제주시	313
3	완주군	285
4	상주시	269
5	양평군	268

2) 이해관계자의 Win-Win 모델

완두콩은 완주 지역의 조합원과 직원뿐만 아니라 완주군 지자체, 완주군민, 나아가서는 귀농과 귀촌을 희망하는 도시지역 사람들이나 대안적 삶을 꿈꾸는 사람들에게 영향을 미치고 있다.

[완두콩의 이해관계자 Win-Win 모델]



완두콩의 조합원은 지역뉴스 제공자로서 글을 게재하는 등 희망하던 다양한 활동을 소식지 완두콩을 통해서 실현하고 있다. 완두콩의 직원들은, 대개 도시에서 귀촌한 전문 인력들인데, 귀촌 이후에도 전문성을 발휘하면서 여유로운 삶을 누리는 대안적 일자리를

제공받는다.

완주군민은 소식지 완두콩이 다루는 다양한 컨텐츠에 주인공으로 등장한다. 이는 공동체 내 소통을 원활하게 하기도 하지만, 지역 주민으로서 자존감이 상승하면서 공동체를 더욱 단단하게 하는 효과를 만들어낸다.

완주군은 지자체가 직접 획득하기 어려운 성격의 각종 지역 정보에 대해 완두콩으로부터 자료를 활용할 수 있고 훌륭한 기록저장소로서의 역할을 한다. 한편, 완두콩은 공동체 창업의 훌륭한 Role Model이 되어 주고 있다.

외부에서 완두콩을 접하는 사람들에게, 특히 귀농과 귀촌을 고민하는 청년들이나 대안적인 삶을 고민하는 사람들에게, 완두콩은 귀농, 귀촌에 대한 기초적 정보를 제공할 뿐만 아니라 귀농과 귀촌을 구체적으로 그려볼 수 있게 해준다. 이들에게 완두콩은 완주에 대한 호감을 키워 구체적으로 귀촌을 실현에 옮길 수 있는 용기를 주기도 하며, 귀촌 후 농사만이 아닌 다양한 취업 혹은 사업의 기회를 모색할 수 있는 정보 채널이 되어 주기도 한다.

3) 사회적 가치와 경제적 가치 창출 전략

완두콩이 지역 내의 '소소한 일상'과 '사람'에 대한 스토리텔링을 전하는 지역사회 소통 플랫폼으로서 사회적 가치를 창출하고 있다면, 이러한 플랫폼이 지속가능하도록 콘텐츠 제작비와 인건비를 확보하는 것은 경제적 도전과제라고 할 수 있다.

완두콩이 지역사회 소통 플랫폼으로서 경제적 지속 가능성을 확보할 수 있는 방식은, 첫째, 대안적 삶을 지향하는 도시의 전문 인력들이 완주에 정착하면서 적은 비용으로 높은 품질의 매체 제작이 가능하였다. 둘째, 완두콩은 완주 지역에서 고품질의 매체를 제작 할 수 있는 전문 기업으로 알려지면서, 지역 내 다양한 출판 사업을 담당하면서 수익을 창출할 수 있었다.

소식지 '완두콩'을 지속적으로 출판하기 위해, 여타의 상업적 출판 사업으로 수익을 창출하고 있는 구조는 완두콩에게 숙제로 남는다. 과연, 소식지 '완두콩'이 사회적 가치를 창출하면서도 경제적 가치를 동시에 창출해나갈 방법은 없을까?

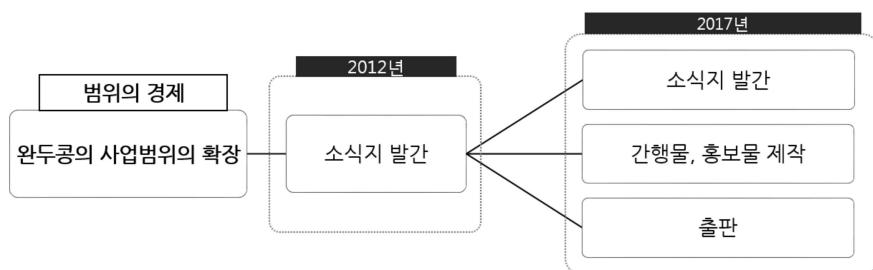
'완두콩'이 가진 스토리텔링의 가치는 완주 사람들에 대한 이야기이면서도 동시에 대안적 삶을 꿈꾸는 이 시대의 도시인들에게 가치있고 위안이 되는 이야기가 될 수 있다는

점에 주목할 필요가 있다. 완두콩은 완주를 넘어 전국적 규모로 완주의 이야기가 퍼져가도록 하는 등, 보다 적극적인 의미로 경제적 가치 창출이 이루어지는 방법을 모색하여야 하는 과제를 안고 있다.

4) 규모 확대의 경제원리

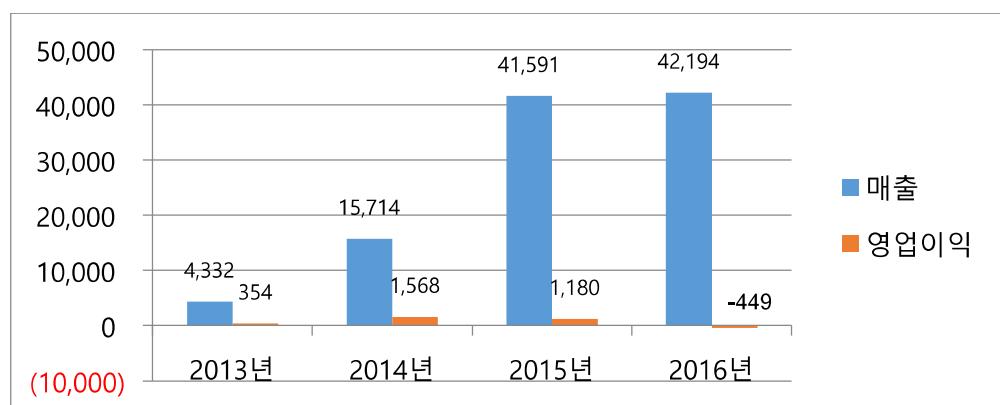
완두콩은 본래 소식지 발간이 주 사업이었다. 하지만 꾸준하게 소식지를 발간하기 위해서는 이를 뒷받침해줄 경제적 수익 창출의 방법이 필요하였고, 이 과정에서 사업 영역을 확장하게 된다. 완두콩은 완주 지역의 각종 간행물, 홍보물, 출판 영역으로 범위의 경제에 해당하는 사업 확장을 이루게 된다.

[완두콩의 사업 확장: 범위의 경제]



이러한 사업영역의 확장은 매출 성장으로 이어졌다. 2014년은 전년 대비 3.6배, 2015년에는 전년 대비 2.6배에 이르는 성장을 이루었다. 이러한 성장 과정에서 상근 인력도 5명으로 늘어났는데, 초기 완두콩은 대표 이외에는 대부분 조합원들의 자발적인 봉사로 만들어진 것에 비하면 커다란 성장이다. 완도콩은 완주군 내 귀농 귀촌 청년과 마을 주민들이 기고자나 마을 기자로 활동하고 있다.

[완두콩의 매출 성장]



[완두콩의 조직과 인력 확대]



3. 지역 Community 내 비즈니스 전개과정

가. 완주군의 지원과 협력

● 완주군의 혁신과 더불어 성장

완주군 민선 5기 임정엽 군수는 2006년 군수에 취임하고 난 후 여타의 자치 단체장들이 대기업 유치를 통해 지역경제를 활성화하고자 한 것과는 색다른 방안을 추진한다. 즉, 중앙정부에 의존하지 않고 완주의 중심 산업인 농업을 중심으로 한 지속가능한 발전 방식이 그것인데, 그는 희망제작소의 목민관 클럽² 회원으로 2007년 희망제작소와 함께 해외연수를 다녀온 후 지역 자원 조사를 실시하고, 이를 바탕으로 커뮤니티 비즈니스 사업을 시작하게 된다. '완주군 농업농촌발전 약속 (Promise) 프로젝트'는 현재 완주의 공동체 사업 생태계의 씨앗이 되고, 완두콩 협동조합도 이러한 공동체 사업의 일환으로 시작된다.

완주군에서 공동체 사업을 지원하면서 완두콩 협동조합이 탄생하고 성장할 수 있는 생태계가 마련되었다면, 2013년 완주군청이 전주에서 완주로 이전하면서 완주의 공공구매에 지역업체를 우선한다는 정책이 펼쳐지면서 완두콩은 성장의 전기를 맞는다. 완두콩은 소식지 발간을 통해 쌓은 신뢰와 역량으로, 유일하게 전문 출판을 담당할 수 있는 지역 업체로 인지도를 쌓았고, 지역업체 우선 정책을 계기로 완주군청의 파트너 업체가 되어 각종 사업을 수주하게 된다.

² 목민관클럽은 희망제작소에서 운영하는 지역자치단체장 모임으로 지역의 다양한 특성에 기초한 정책을 개발하고, 지속 가능한 발전을 도모하고자 하는 지방자치단체장의 자발적인 협력과 연구모임이다

- 완주 공동체 지원센터의 도움

완주군의 '농업농촌발전 약속 (Promise) 프로젝트'의 일환으로 2010년 완주군에는 전국 최초로 완주군 커뮤니티 비즈니스 지원 센터(현재 완주 공동체 지원센터)가 설립된다. 2011년, 20여년의 지역 신문사 경력을 가지고 귀농하게 된 이용규 대표는, 커뮤니티 센터를 통해서 일자리를 소개받아 마을의 사무장으로 일하면서, 완주 커뮤니티 비즈니스센터의 공동체 교육을 받고 4회에 걸쳐 소식지를 제작하게 된다. 이용규 대표는 그 활동을 바탕으로 협동조합을 구성하고, 완두콩을 창업하기에 이른다.

완두콩은 완주 커뮤니티 지원센터의 인재 발굴과 육성 과정 속에서 창업하게 되었고, 여타의 공동체 회사들과 더불어 완주군의 보호와 지원 속에 성장하였다. 지역의 공동체 회사들은 지속 가능한 수익구조를 안정적으로 갖출 때까지, 공동체 회사간의 내부거래와 완주군의 우선 구매 정책의 혜택을 받을 수 있었다.

※ 완주 공동체 지원센터

완주 공동체 지원센터는 2010년 전국 최초로 설립된 커뮤니티 비즈니스 (community business)분야 중간지원조직이다. 지역 주민들이 주체가 되어 실현하는 지속 가능한 '사회적 경제 1번지 완주'라는 비전을 가지고 있다.

■ 완주공동체 지원센터 주요사업

1. 마을공동체 육성 지원
2. 지역 창업공동체 육성 및 지원주민상담 및 네트워크 지원
3. 정책개발연구
4. 완주 르네상스 육성 및 도시형 사회적경제 생태계 조성

완주군의 공동체 육성사업으로 현재 57개소의 마을 공동체, 지역창업공동체가 40개소가 육성되었다.

나. 완두콩의 완주 지역에서의 기여

- 지역 네트워크의 중심

완두콩은 완주 지역네트워크의 중심이다. 청년, 마을 주민들의 글이 기사화되고 정보를

교환하는 매체이며, 완두콩을 중심으로 마을공동체, 지역공동체들이 촘촘히 연결되어 있다. 완두콩의 조합원들은 다른 지역공동체와 활발히 교류하기도 하고 숟가락 공동체(공동육아공동체)와는 공간을 공유하기도 한다.

- 완주의 기억 저장소

완두콩은 지역의 이야기를 기록하고 가공하면서 완주의 기억을 저장한다. 완두콩은 꾸준하게 소식지를 발간하는 과정에서 기획, 취재, 사진 촬영 등의 활동을 반복하였고, 이러한 활동은 5년 이상 지속되면서 완두콩 내에 기억과 자료로 축적되었다. 이러한 기록들은 지방 정부가 직접 하기 어려운 지역의 살아있는 콘텐츠로서 완두콩은 완주를 생생하게 알려나가고 있다.

- 귀농귀촌을 꿈꾸는 사람들에게 용기를

완두콩은 지역사회 내 사람들간의 유대감을 높이고 소통을 활성화하고자 매달 소식지를 발행해 왔는데, 그러한 과정에서 만들어지는 완주의 마을과 사람들에 대한 콘텐츠는 정보제공 이상의 역할을 하고 있다. 완주에서의 삶에 대한 이야기는 청년 귀촌자들에게 농촌에서의 삶과 직업에 대한 정보를 넘어, 살아가는 이야기로서 용기를 내게 해준다. 실제 완두콩은 완주에 귀농귀촌 인구가 증가하는 데 큰 역할을 한 것으로 평가되고 있다.

- 대안적인 삶과 일자리를 만들어내는 곳

완두콩은 소식지의 지면을 활용하여 지역주민들이 완두콩에 글을 기고할 수 있도록 하고, 기자 교육프로그램을 제공해 왔다. 현재 20여 명의 지역기자가 완두콩에 글을 싣고 있으며 소정의 원고료도 지급하고 있다. 이들 중에는 완주군의 귀농 귀촌 정책으로 완주에 살게된 청년들이 많은 참여를 하고 있다. 완두콩의 상근직 중 3명은 귀촌한 청년들로서 기획과 취재, 디자인 분야 전문가들이며 완두콩은 이들에게 대안적 삶과 일자리가 되어 주고 있다.

4. 창업 과정과 사회적기업가

지역공동체로서 완두콩 창업

완두콩은 '지역(창업)공동체'로서, 완주에서 같은 목적을 가지고 활동을 하는 사람들이 모인 형태이다. 이용규 대표는 귀촌 이후, 완주군 커뮤니티 비즈니스센터에서 공동체 교

육에 참여한다. 농촌에서는 농사만 지어야 한다고 생각하기 쉬우나, 농촌에서 농사 말고도 다양한 형태의 창업이 일어나도록 지원하는 것이 교육의 목적이었고, 이용규 대표는 기자로서의 경험을 살려 지역 소식지 제작을 시도한다. 서울 등 대도시에 대한 소식은 다양한 매체를 통해서 접할 수 있으나, 실제 주변에서 일어나는 이야기들은 쉽게 묻히거나 관심 밖에 있다는 것에 착안하여 지역에서 일어나는 작은 이야기를 전달하기 위한 매체로서 완두콩이라는 소식지를 만들기 시작한 것이다.

완두콩의 성장발판 마련, 동그라미 재단의 Local Challenge Project

완주의 커뮤니티 비즈니스센터가 완두콩의 탄생을 도왔다면, 2013년도 동그라미재단에서 주관하는 로컬 챌린지 프로젝트(Local Challenge Project)에 선정된 것은 완두콩의 성장에 발판이 되었다. 지역 소식지로서의 완두콩은 '기업'으로서의 체계적 경영과 지속가능성을 꿈꾸게 되었고, 이를 위한 물질적 지원과 경영 멘토링 등 전문적인 지원을 바탕으로 도약의 발판을 마련하였다. 한편, 외부와 접촉할 기회가 적었던 지역기반 기업에게 로컬 챌린지 프로젝트는 타 지역 기업들과 교류할 수 있는 기회를 열어주기도 하였다.

지속가능한 구조 만들기

완두콩은 2013년 8월에 협동조합의 형태로 법인화한다. 완두콩은 매월 소식지를 발행하는 일 이외에도 출판, 인쇄물 제작, 광고물 게시, 미디어 교육, 체험학습 등으로 사업 영역을 꾸준히 확장하고 있다.

전문성과 끈기를 갖춘 사회적 기업가

"세상이 워낙 영민하잖아요, 그래도 서툴지만 꿋꿋하게 자기 삶을 살아가는 사람들에게 바른 기록은 힘이 될 수 있어요"

완두콩은 발간된 이래 한차례의 휴간도 없이 현재(2017년 4월) 55호까지 발행되었다. 정기구독이나 광고로 수익이 들어오는 지역소식지인 완두콩이 이렇게 지속적으로 발행된 것은 이용규 대표의 끈기가 아니라면 가능한 일이 아니었을 것이다. 지역 신문기자로 20년 경력을 가진 이용규 대표는 스스로 기획, 취재, 사진 촬영 등이 가능한 역량을 가지고 있으며, 또, 지원을 요청할 수 있는 인적 네트워크가 있었다.

이용규 대표는 귀촌을 통해 대안적 삶을 선택하고자 하였고, 그 대안적 삶 속에서 기자로서의 전문성은 ‘완두콩’으로 빛나게 되었다. 주민들의 삶의 이야기를 전달하는 ‘완두콩’을 발간하면서, 다른 이들에게 대안적 삶의 이야기를 전하고 그 속에서 스스로의 대안적인 삶이 완성되어 가고 있다.

5. 사회적 영향과 시사점

‘지역 내의 소소한 일상과 사람에 대한 스토리텔링을 전하는 매체를 통해 지역사회 소통 플랫폼으로 역할을 하는 것과 동시에 대안적인 삶의 가치를 전파’ 하고 있는 완두콩은, 2012년 10월호부터 매월 1,000부씩 완두콩 소식지를 발행하는 것으로 완주 지역에 긍정적인 사회적 영향을 미치고 있다.

완두콩의 소셜 미션(social mission)은 두 권의 책 출간에서도 나타나고 있는데, 완주 지역 사람들의 이야기를 담은 ‘완주, 사람들’과 ‘완주 할매들의 인생손글씨 할미그라피’(이하 할미그라피)가 그것이다. ‘완주, 사람들’은 완주 지역의 평범한 사람들의 삶에서 가치를 발견하고 기록한 책이다.

완주, 사람들 中

“이 시대 완주를 살아가는 평범한 사람들의 이야기입니다. 내세울 것 하나 없지만 삶 자체를 묵묵히 그리고 충실히 살아온 우리 이웃들, 이 책은 이들에게 보내는 갈채이자 감사의 마음입니다.”

할미그라피는 한글을 모르던 완주 할머니들이 글을 배우고, 캘리그라피를 배우는 과정의 이야기와, 할머니들의 캘리그라피 작품을 담은 책이다.

완주 할매들의 인생 손글씨 할미그라피 中

“갓 한글을 배우고 글을 써내려 간 할머니들의 글은 맞춤법도 틀리고 문맥도 맞지 않습니다. 그들의 입에서 홀로 나온 담담한 삶도 거칠고 투박할 수 있습니다. 완두콩은 이 책, 할미그라피에 할머니들의 인생과 글을 그대로 담고자 했습니다.”

완두콩의 활동은 귀농 귀촌 인구 증가와 청년 일자리 창출에도 기여하였다. 완주군 귀농인구는 76 명(2013년)에서 108 명(2015년) 증가하였으며 완두콩은 청년 귀촌자 두 명을 2017년에 신규로 고용하였다. 지역사회의 이야기를 꾸준히 하는 것으로 완두콩은 지역사회 공동체 유대감 증진과 활성화에 긍정적인 영향을 끼치고 있다. 완두콩이 쌓은 지역의 기록물들은 그 자체로 의미를 가지면서, 지역사회 공동체 유대감 증진과 활성화에도 긍정적인 영향을 미쳤다. 특히 완주 지역 사회적 경제 영역의 이해관계자들인, 활동가, 공무원, 중간지원기관들의 정부에 대한 창구 역할이나 자료를 만들어내고 저장하는 역할을 담당하였으며, 새로운 콘텐츠를 생산하여 지역에 대한 관심을 꾸준히 환기하고 있다.

지역 내 문제 해결 내용과 방식의 보편성

미디어공동체 완두콩 협동조합은 소식지와 출판물이라는 매체를 통해 완주 사람들의 이야기를 전달하고 있지만, ‘대안적 삶의 가치’를 전파한다는 점에서, 완두콩의 컨텐츠는 한국 사회 전반에 영향을 끼칠 수 있는 보편성을 가진다. 어느 지역이라 하더라도 완두콩과 같은 가치 지향을 가지고 있다면 모방이 가능한 모델이라 할 수 있다.

그러한 의미에서 완두콩은 지역 콘텐츠를 보편적 콘텐츠로 확산하기 위해 보다 적극적인 확산 시스템을 만드는 노력이 필요하다. 이를 위해서 완두콩이 가진 ‘완주’의 컨텐츠가 보편적인 ‘대안적 삶의 가치’로 인식될 수 있도록 ‘네트워크 효과’를 극대화할 필요성이 있으며 보다 적극적인 배포와 확산, 온라인을 통한 스토리 확산 등의 시스템을 갖춰 나갈 것이 기대된다.