



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

글로벌지역학석사학위논문

말레이시아 코피티암으로 본
“혼종공간”의 변형



2020년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

글로벌지역학과

박 하 영

글로벌지역학석사학위논문

말레이시아 코피티암으로 본 “혼종공간”의 변형

지도교수 정 법 모

이 논문을 글로벌지역학석사 학위논문으로 제출함.

2020년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

글로벌지역학과

박 하 영

박하영의 글로벌지역학석사
학위논문을 인준함.

2020년 8월 28일



위 원 장 사회학박사 박 상 현 (인)

위 원 인류학박사 노 용 석 (인)

위 원 인류학박사 정 법 모 (인)

목 차

Abstract	v
I . 서론	1
1. 연구목적과 배경	1
2. 선행연구 검토 및 이론적 틀	3
3. 연구대상 및 방법	9
4. 논문의 구성	11
II. 다종족 국가 말레이시아	12
1. 말레이시아의 이주역사와 다종족 국가 형성	12
가. 말레이시아의 이주역사	12
나. 화인 이주역사	13
2. 말레이시아의 종족 구분	16
III. ‘문화 혼종공간’ 코피티암	23
1. 말레이시아의 코피티암	23
가. 코피티암의 역사와 유형	23
나. 코피티암의 차별성	28
2. 화인공간으로서의 코피티암	31

가. 화인 이주와 코피티암	31
나. 코피티암에서 화인의 흔적 찾기	32
3. 새로운 “혼종공간” 으로서 코피티암	39
가. 싱가포르의 국가정책과 코피티암	39
나. 말레이시아의 기업화된 코피티암	44
 IV. 할랄화와 ‘사람이 섞이는 공간’ 의 탄생	45
1. ‘할랄’ 의 재구성	45
가. 재구성 이전의 할랄과 하람	45
나. ‘할랄의 재구성’ 과 할랄화	47
다. 할랄화로 인한 변화	49
2. 말레이시아에서 ‘할랄화’ 의 의미	51
가. 말레이시아의 할랄인증제도	51
나. 말레이시아와 할랄화	53
3. 코피티암과 할랄화: 올드타운 화이트커피 사례를 중심으로	55
가. 할랄화와 기업화된 코피티암	55
나. ‘사람이 섞이는 공간’	60
 V. 결론	62
 참고문헌	66

표 목차

< 표 1 > 말레이시아 연방 헌법에 따른 말레이(malay) 정의	18
< 표 2 > 메뉴에 따른 카페와 코피티암 분류	30
< 표 3 > 첨가물에 따른 음료 분류	34
< 표 4 > 싱가포르의 코피티암 구분	42



그림 목차

< 그림 1 > 할랄과 하람, 매쉬부	8
< 그림 2 > 말레이시아의 종족별 인구구성(2018-2019)	16
< 그림 3 > 말라카의 ‘코피티암 탄카(Kopitiam Tanka)’ 외부	25
< 그림 4 > 코피티암 탄카의 용 타우 푸(Yong Tau Fu)	26
< 그림 5 > 쿠알라룸푸르의 ‘호코우 하이난 코피티암’ 외부	27
< 그림 6 > 쇼핑몰에 입점한 ‘올드타운 화이트커피’	28
< 그림 7 > ‘호코우 하이난 코피티암’ 음료 메뉴	35
< 그림 8 > ‘호코우 하이난 코피티암’ 내부	36
< 그림 9 > 호코우 하이난 코피티암 내부	37
< 그림 10 > 싱가포르의 코피티암 포스터	41
< 그림 11 > 싱가포르 비보시티(Vivo City)의 푸드코트 ‘코피티암’	43
< 그림 12 > JAKIM 할랄 로고(출처: JAKIM)	52
< 그림 13 > 올드타운 화이트커피 내부의 할랄 인증 로고	56
< 그림 14 > 올드타운 화이트커피 간판의 할랄 인증 로고	56
< 그림 15 > 남흥 코피티암의 프로모션 메뉴	58

**Kopitiam in Malaysia
and the Transformation of ethnic Hybrid Space**

Hayeong Park

Department of Global Area Studies, The Graduate School,
Pukyong National University

Abstract

In Malaysia that represents multi-ethnic country in Asia, there are three major ethnic group such as Malay, Chinese, and Indians. The Malay Peninsula has long been the center of trade between the East and the West, which has caused the massive migration of people. The long colonial period led a huge labor immigration by Chinese and Indians. To these days, various forms of migration have been so common in Malaysia that Malay culture consist of mixed cultural traits of different ethnic groups.

In particular, the food consuming can represent this mixed multi-ethnic culture. However, in Malaysia, the fact that Malay is Muslim and Chinese is non-Muslim on the other hand is so striking. This dichotomous distinction has resulted in a clear separation of one ethnic group's daily food consuming space from that of others.

This paper mainly discuss the patterns of ethnic consumption in Malaysia and the transformation of ethnic space after Halalization, focusing on the 'restaurant like cafe', namely "Kopitiam" in Malaysia. Kopitiam which seems to be the combination of cafe and restaurant, has the literal meaning of 'a coffee shop', however, because of its unique

historical and cultural background, it is known as a Malaysian Chinese Cafe. Early Kopitiam was run by Chinese immigrants to the Malay Peninsula, and Chinese have used this space to inherit and share their culture. Because of this, Kopitiam had been recognized as a Chinese space, and it was difficult to find Malay eating here.

Malay muslim in officially Islamic country, have increased contact with non-Muslims in rapidly mushroomed shopping malls, with imported goods and services from non-Muslim countries, and with transnational companies which come into Malaysia. Muslims have been thoroughly forced to consume only the “halal” products, which is the allowed and specified by the Koran, and in principle, and not to consume the “haram” and the so-called “mushbooh” which is ambiguous between the two. The increase of numbers of non-halal spaces and of the contacts with non-Muslims has made it difficult for Muslim in Malaysia to consume halal with their full confidence. As a result, the meaning of halal began to be re-structured so that Malaysian government introduced the halal certification system.

“Halalization” , which refers to the process of changing the perception and practice of halal, has brought changes of Malay’ s daily life. Malay muslim begin to visit a place that had been traditionally recognized as a Chinese space, or new places where both Malay and Chinese can be together begins to be born. In other words, in the past, the ethnic and religious boundaries were clear and definite, but after the halalization, the boundary of space became lighter and it begins to create a ‘space where people and culture are mixed.’

This paper firstly examined the migration history and ethnic characteristics of Malaysia, and the distinction between ethnic groups, which is followed by the analysis of relationship between specific ethnic

groups and spatial usage, focusing on Kopitiam. In addition by analyzing the changes in Kopitiam after halalization, the effect of halalization on ethnic distinction and daily spaces in Malaysia was explained to understand the interaction and the relationship between people and space in depth.



I . 서론

1. 연구목적과 배경

동남아시아 국가 중 말레이시아는 대표적인 다종족 국가(multi-ethnic country)로 말레이, 화인, 인도인 등이 섞여 살아가고 있다. 인도양과 남중국해 사이에 위치한 말레이시아 반도는 오랫동안 동서양 무역의 중심지였으며 사람의 이동 또한, 많은 지역이었다. 말레이반도는 교역의 양의 증가로 서양 열강의 표적이 되었고, 1511년 포르투갈을 시작으로 네덜란드, 영국이 차례로 말레이반도를 식민지배하기 시작하였다. 식민지배 시기에 운영된 주석광산과 고무농장은 많은 노동력을 필요로 했고, 이에 따라 화인과 인도인이 대거 이주하였다. 이로써 현재 말레이반도에는 본토 현지인과 다양한 종족의 이주민이 섞여 살아가기 시작했다. 지금까지도 말레이반도에는 다양한 형태의 이주가 일어나고 있으며 사람의 이동에 따라 문화가 융합되고 혼종되어 현재 말레이시아의 사회와 문화를 구성하고 있다. 일상적 공간, 특히 음식을 소비하는 공간은 말레이시아의 다종족 문화를 대표하는 공간으로 볼 수 있다. 하지만 말레이시아에서 말레이는 무슬림, 화인은 비(非)무슬림이라는 이분법적 구분이 견고하게 자리 잡고 있다. 이러한 이분법적 구분, 즉 종족적 정체성(ethnic identity)과 종교적 정체성(religious identity)의 중첩은 일상적인 음식 소비 공간을 뚜렷하게 분리시키는 현상을 초래하였다(오명석, 2012).

본 논문에서는 말레이시아 사람들이 일상적으로 음식을 소비하는 공간을

중심으로, 종족 소비 양상과 할랄화(Halalization) 이후 종족 소비와 공간의 변형에 대해 연구하고자 한다. 일반적으로 음식을 소비하는 공간은 식당, 카페, 푸드 코트 등으로 분류된다.¹⁾ 하지만 동남아시아의 말레이시아나 싱가포르처럼 식사를 하면서 음료를 즐겨 마시는 문화권에서는 식당과 카페 사이의 독특한 공간적 범주가 존재한다. 코피티암(Kopitiam)은 바로 이러한 독특한 공간적 범주의 대표적 유형으로서 식당과 카페를 합쳐놓은 중간 범주에 속한다. 사람들은 흔히 카페를 커피와 디저트를 판매하는 공간으로 인식하지만, 코피티암은 이러한 카페의 범주에서는 벗어난 “음식과 음료를 함께 먹는(eating together)공간”이다. 말레이시아에서 코피티암과 같은 공간의 역할은 다양하다. 간단하게 끼니를 때우기도 하고, 사람들과 소통하기도 하며, 자신들만의 문화를 향유하기도 한다. 말레이시아의 코피티암은 ‘커피를 파는 상점’이라는 문자적 의미를 가지고 있지만 독특한 역사 문화적 배경 때문에 말레이시아의 중국식 카페(Malaysian Chinese Cafe)로 알려져 있으며 중국과 서양의 식문화가 혼종되어 나타난다. 초기 코피티암은 대부분 말레이반도로 이주한 화인들에 의해 운영되었고, 이곳에서 화인들은 고향의 음식을 소비하면서 그들의 문화를 공유하였다. 이 때문에 화인이 아닌 사람들까지도 코피티암이 화인의 공간이라고 인식하는 경향을 보였다. 흔히 화인의 공간으로 인식되는 곳에서는 종교적인 이유로 말레이를 찾아보기 어려웠다.

전통적으로 무슬림 국가였던 말레이시아는 쇼핑몰의 설립, 비무슬림 국가로부터 상품과 서비스 수입, 다국적 기업의 말레이시아 진출 등으로 비무슬림과의 접촉이 증가하게 되었다. 무슬림은 코란에 명시된 허용된 것인 할랄(halal)만 소비하도록 철저하게 강요받았으며 할랄 이외의 하람(haram)과 애매한 영역에 해당하는 매쉬부(mushbooh)²⁾는 소비하지 않

1) 본 논문에서는 집 이외의 공간에서 음식을 소비하는 행위에만 초점을 두었다.

는 것을 원칙으로 한다. 비무슬림과의 접촉과 비할랄(non-halal)영역의 증가로 말레이시아 내의 무슬림은 안심하고 할랄을 소비하기 어려워졌다. 이에 따라 할랄에 대한 의미가 재정립되기 시작하였으며 말레이시아 정부는 할랄 인증제를 도입하게 되었다.

할랄에 대한 인식과 실천의 변화 과정을 일컫는 “할랄화(Halalization)”는 말레이시아의 일상생활 전반에서 변화를 가져왔다. 전통적으로 화인의 공간이라 인식되었던 공간에 말레이가 드나들거나, 말레이와 화인 모두가 섞일 수 있는 새로운 공간이 탄생하였다. 즉, 과거에는 경직된 경계를 가진 공간이 할랄화로 인해 경계가 점차 벌어지며 “사람이 섞이는 공간”으로 재탄생하게 된 것이다.

본 논문에서는 먼저 말레이시아의 이주역사와 종족 특성, 그리고 종족 간 구분에 대해 먼저 살펴본 후 음식을 소비하는 공간인 코피티암을 중심으로 특정 종족과 공간의 관계에 대해 분석할 것이다. 그리고 할랄화 이후 코피티암의 변화 양상을 분석함으로써 할랄화가 말레이시아의 종족 경계와 일상적 공간에 미치는 영향에 대해 연구함으로써 사람의 상호작용과 사람과 공간의 관계에 대해 보다 깊게 이해할 수 있을 것이다.

2. 선행연구 검토 및 이론적 틀

동남아시아에서의 종족과 종교에 대해서는 많은 연구가 있었지만, 종족별 식문화나 음식을 소비하는 공간에 대한 주목하는 연구는 그다지 많지 않다. 말레이시아와 같은 다종족 사회에서 ‘같이 먹는 것’은 먹는 것 이

2) 매쉬부에 대한 해석은 이슬람 전문가와 기관에 따라 다르게 해석된다. 하지만 식품이 할랄인지 또는 하람인지 판단하기 위해서는 식품의 ‘본질, 가공 방법 및 획득 방법’에 달려있다(Riaz and Chaudry 2004 : 14). 그러나 결국 금지의 기본 원칙은 "신의 질서"로 남아 있다 (Riaz and Chaudry 2004 : 12).

상의 사회문화적 의미를 내포하고 있기에 말레이시아의 식문화 연구는 중요하다. Jean Duruz와 Gaik Cheong khoo(2015)는 말레이시아와 싱가포르를 사례로 음식과 공간과의 연관성을 분석하였다. 특히 음식을 먹는 공간이 특정 종족의 정체성에 미치는 영향과 종족별 식문화의 특성에 대한 연구를 진행하였다. 말레이시아의 코피티암, 싱가포르의 호커센터(hwaker center), 말레이시아의 타밀 무슬림의 마막(mamak), 페라나칸(Peranakan)과 뇨나(nyonya) 음식을 연구하였다. 하지만 이러한 연구는 특정 종족의 식문화와 공간에 대하여 개별적으로 접근했으며, 각기 다른 종족의 상호작용에 대한 분석으로는 미치지 못했다.

말레이시아에서 보이는 종족 간 상호작용이나 다양성에 대해서는 종족 정체성이나 종교 현상에 대한 인류학적 연구에서 많이 시도되었다. 홍석준(1993)은 현대 말레이시아에서 진행한 말레이 민족 정체성 확립과 강화를 위한 정부와 민간차원의 시도를 인류학적 관점에서 분석하였다. 홍재현(2008)은 말레이시아 화인을 중심으로 화인의 이주배경, 화인과 말레이 간의 역사적 배경과 구조적 원인에 대해 분석하였다. 임은진(2016)은 말레이시아의 인구 구성과 국제적 인구 이동을 중심으로 말레이시아의 다종족 국가의 특성과 정책에 대한 연구를 통해 말레이시아가 갖는 독특한 지역성에 대해 연구하였다.

말레이시아의 종족 특성을 식문화와 관련된 일상생활과 연결하려 해석하려는 시도는 오명석(2004)과 이웅철(2017)에서 보인다. 오명석(2004)은 말레이시아의 종족 특성과 식문화를 관련하여 설명하는데 있어, 일상적인 식생활을 통해 드러나는 종교적 차이와 종족적 구분에 대해 ‘돼지고기’를 중심으로 분석하였다. 이웅철(2017)은 말레이시아의 주요 종족 중 하나인 화인의 음식소비와 말레이의 음식소비를 비교하였다. 할랄과 비할랄의 기준과 말레이시아에서 음식을 소비하는 것의 상징적 의미에 대해서 분

석하였다. 위와 같은 연구에서는 화인에 주목하긴 했지만 다른 집단과의 대비를 통해 어떻게 자신의 정체성을 강화하는지를 분석했다고 볼 수 있다.

‘돼지고기’와 ‘할랄’은 말레이시아 종족 특성을 식문화와 연결시켜 볼 때 가장 중요한 화두 중의 하나가 된다고 할 수 있다. 무슬림의 소비 기준이 되는 제도로서의 할랄 인증에 대한 연구는, 동남아 무슬림 지역을 중심으로 국내의 많은 연구자들이 수행하였다. 박정훈(2016)은 인도네시아와 말레이시아의 할랄 인증제를 비교하였으며, 김형준(2017)은 인도네시아의 인도네시아 할랄제품보장법을 중심으로 이슬람과 할랄 소비에 대한 이해를 도모하였다. 또한, 강자은과 나희량(2016)은 말레이시아의 할랄식품 국제표준으로 인한 한국기업의 수출 동향에 대해 분석하였다. 대부분의 연구가 ‘할랄’과 ‘할랄 인증제’를 중심으로 진행되었다.

반면, 오명석(2012)은 할랄화를 무슬림의 생활영역과 이슬람소비의 확대로 보고 할랄화가 말레이시아 사회에 전반적으로 끼친 영향에 대해 분석하였다. 이 논문에서는 오히려 할랄이 종족 간 ‘구분’이 아니라 통합이나 공존의 수단이 될 수도 있는 역설적 상황을 설명하였다. 말레이시아의 무슬림 종족소비와 관련하여 가장 활발히 하고 있는 학자 중 하나인, Johan Fischer(2008)는 현대 말레이시아 사회에서 말레이 무슬림의 소비 형태를 분석하였다. 특히 말레이 중산층을 중심으로 무슬림으로서 적절한 소비의 형태는 무엇인지, 할랄화(halalization)이라는 개념을 사용하여 분석하였고, 할랄화 이후 말레이 무슬림의 소비 양상이나 공간 사용에 있어 많은 변화가 있었다는 점을 강조하였다. 특히 도시가 발달하고 글로벌화가 진행됨에 따라 서로 다른 종족과 공간을 공유할 필요성이 커졌음을 강조하였고, 이에 따라 할랄 인증은 무슬림이 비무슬림 공간이라고 생각되는 공간에 들어갈 수 있는 수단이 될 수도 있음을 강조한 것이다(오명석 2012,

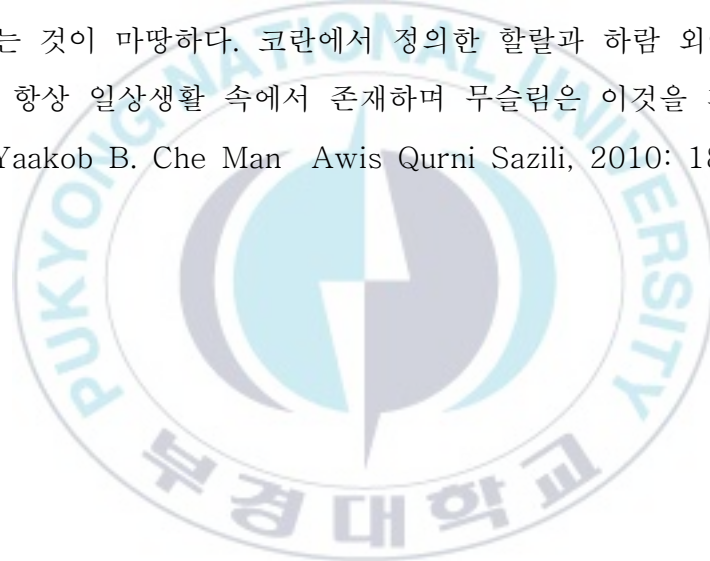
Fishcer 2008, 2011, 2015).

음식 소비와 관련해서 문화나 사람의 섞임을 강조하는 논문은 ‘코피티암’에 대한 연구에서 더욱 심화되었다. 코피티암은 말레이시아로 이주한 중국인의 문화를 보여주는 공간으로 연구되기 시작했지만(Wenzel 2016, Duruz & Khoo 2015), 최근의 논의에서는 다양한 문화가 섞이며 배타적인 구분이 아니라 코스모폴리탄한 공공 공간으로서 코피티암이 가능하다는 점을 강조한 논문이 등장하고 있다(A. Wise, S. Velayutham, 2009)

이러한 선행연구를 배경으로 본 연구는 먼저 말레이시아의 역사적 배경과 종족적 구성에 대해 분석하였다. 식민지배 시기 이후 급증한 이주민들이 말레이시아로의 유입과 현재 말레이시아에 존재하는 종족 간 갈등에 대해 조사하였다. 말레이시아의 종족적 구분과 갈등에 대한 이해를 돕기 위해 말레이시아 정부에서 실시한 특정 종족을 위한 특혜와 그로 인한 종족 간의 관계 변화를 분석해보았다. 화인과 인도인의 대규모 이주 이후 새로 생겨난 문화양상에 대해 조사하고 종족적 특징에 대해 분석하였으며 일상적 공간인 코피티암을 중심으로 말레이시아로 이주한 화인의 문화와 정체성에 대해 전반적인 이해를 도모하였다. 또한, 말레이시아에서 가장 중요한 종족적·종교적 구분을 초래하는 이슬람의 할랄과 하람에 대해 비교 분석하였다. 이와 더불어 말레이시아에서 할랄화가 진행된 배경에 대해 조사하였다.

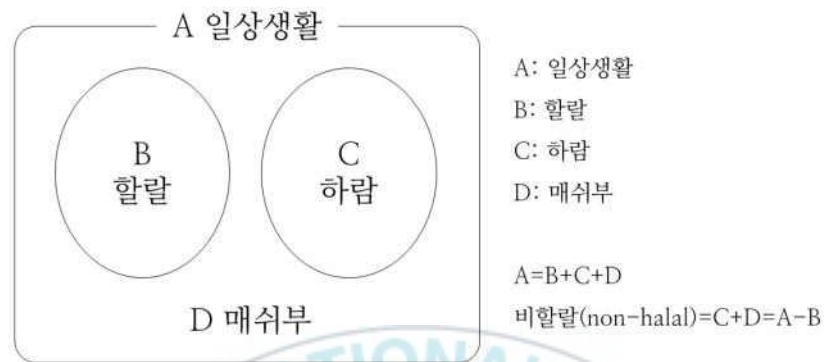
본 연구에서는 말레이시아의 종족 소비의 변화의 핵심요소를 할랄으로 가정하고 있으며 할랄화 이후의 공간의 변형에 대해 집중하고자 한다. 이를 위해서는 말레이시아의 국교이자 다수 종족의 종교인 ‘이슬람의 소비 기준’에 대해 면밀히 살펴볼 필요가 있다. 무슬림의 일상생활은 “허용되는 것(할랄, halal)”과 “금지되는 것(하람, haram)”으로 나뉘며 금지된 몇 가지 예외³⁾를 제외하고는 모든 것이 허용된다는 것을 기본 원칙으로

한다. 또한, 할랄과 하람을 구분하는 것은 사람이 아니라 알라(Allah)에게만 허용된 절대적인 권리이며 할랄을 금지하고 하람을 허용하는 것은 쉬르크(Shrik)로 인간이 저지를 수 있는 가장 큰 죄악에 해당한다. 하디스(Hadith)⁴⁾에서는 할랄과 하람은 명백하며, 그 사이에는 사람들이 할랄인지 하람인지 알기 어려운 의심스러운 영역, 매쉬부(mushbooh)가 존재한다. 종교와 명예를 지키기 위해서는 의심스러운 영역을 피하는 것이 안전하지만, 누군가가 의심스러운 영역에 관여한다면 하람을 행하는 것으로 간주된다. 다시 말해 하람으로 정의되지는 않았지만 의심스러운 영역인 매쉬부는 피하는 것이 마땅하다. 코란에서 정의한 할랄과 하람 외에도 의심스러운 것은 항상 일상생활 속에서 존재하며 무슬림은 이것을 피하는 것이 마땅하다(Yaakob B. Che Man Awis Qurni Sazili, 2010: 185-190).



-
- 3) 이슬람에서는 썩은 고기, 돼지고기, 피, 정해진 도살방법 이외의 방법으로 도살된 동물, 알라이외의 사람에게 바친 음식, 알코올 음료, 부적절하게 사용된 약물 등의 섭취 및 소비를 금지한다.
 - 4) 이슬람교의 유일한 경전은 코란이지만, 코란에 대한 이해를 위해서는 무함마드의 '수나(sunna, 예언자 무함마드의 삶과 행동, 가르침)'를 알 필요가 있다. 이슬람의 율법 역시 코란을 기초로 하지만, 코란에 언급되지 않은 것에 대해서는 '수나'를 기초로 한다. 하디스는 무함마드의 수나를 전승하기 위한 것이다.

〈 그림 1 〉 할랄과 하람, 매쉬부



본 논문에서는 이슬람의 기준에 따라 무슬림의 일상생활(A)을 〈그림1〉과 같이 구성했다. 일상생활(A)은 할랄(B)과 하람(C), 그리고 매쉬부(D)를 모두 포함하며, 무슬림에게 허용된 할랄의 제외한 영역은 비할랄(non-halal)으로 구분한다. 하람(C)과 매쉬부(D) 모두를 포함하는 비할랄 영역은 무슬림이라면 마땅히 피해야 할 영역이다. 이러한 종교적 기준은 말레이시아의 일상 공간을 분절시켰고 특히 말레이는 이슬람 율법에 따라 할랄과 하람을 철저히 지키며 타종족 및 타종교와는 구분된 일상생활을 영위하였다. 하지만 이전에는 없었던 새로운 상품 및 서비스가 발달하고, 다른 국가와의 교류 증대로 할랄을 안심하고 소비하기 어려워졌다. 또한, 말레이 공간과 화인 공간의 교차지점이 발생하고 증가함⁵⁾에 따라 할랄에 대한 안정성이 위협받기 시작하였다. 이에 따라 ‘새로운 할랄과 하람의 기준’에 대한 필요성이 증가하였으며 이는 할랄과 하람에 대한 인식의 변화를 초래하였다. Johan Fischer(2008)는 ‘할랄과 하람에 대한 이

5) 말레이는 무슬림, 화인은 비무슬림이며, 말레이 공간은 할랄, 화인 공간은 비할랄을 대표한다.

해와 인식의 변화’와 ‘할랄의 실천의 변화’ 과정 전체를 “할랄화”로 정의하였다. 할랄화는 말레이시아에서 두드러지게 나타나는 현상으로 표면적으로는 무슬림의 생활영역의 확대로 해석되며 할랄의 실천의 사례로 ‘할랄 인증제 도입’이 있다.

본 연구는 일상공간을 ‘할랄’과 ‘비할랄’으로 구분하고 할랄화로 인한 공간의 변형에 대해 분석하였다. 그리고 코피티암을 중심으로 특정 종족의 공간의 할랄화 이후 변화, 그리고 할랄화로 인한 ‘혼종공간의 변형’을 중심으로 종족 경계와 종족 소비 변화를 고찰하였다.

3. 연구대상 및 방법

음식을 먹는 것은 사람의 생존에 필수적이며 일상적으로 이루어지는 행위이며 크게 ‘집’과 ‘그 이외의 공간’에서 이루어진다. 집이 아닌 곳에서 먹는 것, 외식(eating out)은 과거 일부 상류층만 누릴 수 있는 것이었지만 경제 성장과 상업화로 인해 오늘날 외식은 모든 사람에게 일상적인 행위가 되었다. 과거 일부 상류층은 ‘무엇을 먹느냐’보다 ‘어디에서 먹느냐’가 중요할 만큼 외식은 상류층의 지위를 가시적으로 보여주는 표시였다(Penny Van Esterik, 2008: 80). 지금도 마찬가지로 외식은 사람의 사회적, 경제적, 문화적, 종교적 정체성을 표현하는 수단의 역할을 수행한다. 식당과 카페, 푸드코트, 노점 등으로 대표되는 외식 공간은 음식을 매개체로 종업원은 서비스를 제공하고, 손님들은 분위기를 즐기기도 하며 가족이 아닌 타인과 먹는 행위를 통해 ‘사회적 친밀감’을 느끼기도 한다. 또한, 외식 공간은 단순히 ‘음식을 먹는 곳’이 아니라 음식의 판매와 소비가 이루어지는 상업 공간이기 때문에 무엇을 먹을 것인지 ‘선택’하고 ‘소비’하는 과정은 필수적이다. 그저 음식을 먹는 사람에게 음식을 소비

하는 소비자로의 확대는 외식 공간의 기능과 역할을 보여준다.

말레이시아에서는 식민주의와 신경제정책으로 인해 종족 정체성이 양극화되었으며 결과적으로 문화와 음식에서도 양극화가 나타난다. 즉, 말레이시아의 음식 사회 공간(food social space)은 종족적으로 구성되며 종족별 특이성을 갖는다. 본 연구는 말레이시아의 양극화된 음식 소비를 통한 정체성과 종족관계에 대한 질문에서 시작한다. 또한, 말레이시아 내에서 무슬림의 헤게모니의 확대로 보이는 ‘할랄화’ 이후의 음식 소비 공간에 대해 분석함으로써 말레이시아 내의 구분된 음식 소비 공간과 할랄화 이후 공간의 변형에 대해 분석하였다.

먼저 문헌 연구를 통해 말레이시아의 이주 역사와 종족 관계에 대한 선행연구를 살펴보고, 음식 소비 공간인 코피티암의 역사와 특징에 대해 조사하였다. 이후 2020년 1월 10일부터 1월 22일까지 약 2주간 말레이시아 수도 쿠알라룸푸르와 말라카, 싱가포르를 방문하였다. 먼저, 쿠알라룸푸르의 차이나타운과 말라카에 위치한 코피티암을 방문하여 코피티암의 특징에 대해 참여관찰과 인터뷰를 통해 조사하였다. 또한, 쿠알라룸푸르에 위치한 KLCC 수리아 몰(KLCC Suria Mall), 미드 밸리 메가 몰(Mid Valley Mega Mall), 누 센트럴(Nu Central)을 방문하여 쇼핑 몰 내의 여러 코피티암, 카페, 음식 소비 공간을 방문하였으며 공간의 배치와 소비 방식을 관찰하였다. 비교 분석을 위해 1957년 이전에는 말라야연방으로 같은 식민지배 역사와 이주의 경험을 갖고 있는 싱가포르의 쇼핑몰, 코피티암, 푸드코트, 호커센터를 방문하여 말레이시아 코피티암이 갖는 차별성에 대해 교차 분석하였다. 이후 후속 조사를 위해 말레이시아의 젊은 층 소비자, 그리고 말레이시아 전문가와의 간단한 인터뷰를 통해 말레이시아의 코피티암에 대한 반응에 대해 조사하였으며 트립 어드바이저(Trip Advisor)와 블로그 등을 통하여 말레이시아의 소비자 반응에 대해 조사하

였다.

4. 논문의 구성

본 연구는 총 5장으로 구성되어 있으며 아래와 같은 내용으로 구성된다.

먼저, 제 1장 “서론”에서는 연구의 배경과 목적을 설명하였다. 또한, 선행연구를 통해 말레이시아의 이주 역사와 종족 관계 및 특성, 음식과 공간의 관계와 무슬림의 소비에 대한 선행연구를 살펴보았으며 본 연구의 이론적 틀을 제시하였다.

제 2장 “다종족 국가 말레이시아”에서는 현재 말레이시아를 구성하고 있는 다종족의 형성 배경을 이주의 역사를 통해 알아보았다. 이와 더불어 말레이시아의 다종족을 구분하는 여러 기준(종족, 종교, 문화적 배경)을 중심으로 말레이시아의 공간적 구분에 대해 알아보았다.

제 3장 “문화혼종 공간 코피티암”에서는 코피티암의 역사와 유형을 분석하고 코피티암의 공간적 특성에 대해 알아보았다. 특히 화인의 이주와 코피티암 관계를 통해서 특정 종족의 공간으로서 코피티암에 대해 알아보았다. 싱가포르와 말레이시아의 코피티암 변형 사례를 비교 분석하였다.

제 4장 “할랄화와 사람의 섞이는 공간의 탄생”에서는 말레이시아에서 ‘할랄’이 재구성된 배경과 할랄의 재구성, 즉 할랄화로 인한 변화에 대해 살펴보았다. 또 올드타운 화이트커피(Oldtown White Coffee) 사례를 중심으로 할랄화와 공간의 변형과 공간의 변형에 따른 변화 양상에 대해 분석해보았다.

제 5장 “결론”에서는 연구 결과를 마지막으로 요약하고 정리하였다.

II. 다종족 국가 말레이시아

1. 말레이시아의 이주역사와 다종족 국가 형성

말레이시아는 동남아시아의 대표적인 다종족 국가로 말레이반도 현지인 말레이인뿐만 아니라 화인, 인도인이 주요 종족 그룹을 이루고 있다. 과거 비교적 단일한 종족 구성의 말레이시아가 지금과 같은 다종족 국가의 모습을 갖춘 것은 약 100년이 되지 않으며, 유럽의 식민지배⁶⁾ 시기의 대규모 이주로 인해 다종족 국가가 형성되었다. 본 논문에서는 말레이시아의 주요 종족 집단을 인도인을 제외하고 말레이인과 화인으로 구분하여 다루고자 한다.

가. 말레이시아의 이주역사

말레이시아는 지리적으로 인도와 중국이라는 두 개의 거대 문명권 사이에 위치하고 있으며 말라카해협이라는 최적의 해상로를 두고 있다. 따라서 말레이반도 서부의 주요 항구가 위치한 지역은 이미 오래 전부터 아랍, 인도, 중국, 유럽인과 토착민이 섞여 거주하고 있었다. 말레이시아의 지리적 이점은 서구 열강의 말레이반도로의 유입을 촉진시켰다. 1511년 포르투갈이 말라카 해안을 점령한 이후 유럽 열강의 동남아시아 지배는 본격화되기

6) 유럽의 식민지배는 해외 노동력의 이동뿐만 아니라 동남아시아의 전통적인 공간의 상업화와 도시화를 초래하였다. 말레이시아의 쿠알라룸푸르는 새로운 행정, 교통 중심지가 되었으며 페낭은 수출 무역을 위한 새로운 항구도시로 발전했다.(조흥국, 2007: 218)

시작하였다. 1641년부터 1824년까지 네덜란드가 말레이반도를 지배하였으며 1824년에 체결된 영국-네덜란드 조약⁷⁾으로 영국령 말레이시아와 네덜란드령 동인도의 경계가 결정되었다. 1826년 영국은 싱가포르, 말라카, 페낭을 해협식민지라는 단일행정체제로 편입시킨 후 말레이반도에서 점진적인 식민지 확장정책을 시행하였으며 1919년 말레이반도 전역을 식민지화하였다(임은진, 2016: 92-93).

영국은 말레이반도에서 더 많은 양의 주석과 고무를 생산하기 위해서 말레이와 토착 원주민 외에 추가적인 노동력을 필요로 하였다. 이에 영국 식민당국은 최악의 경제상황에 놓여있는 중국인을 주석 광산의 노동자로 데려왔다. 주석으로 높은 이익을 얻는 동안 고무 역시 말레이반도의 주요 특산물로 주목받게 되었다. 이에 따라 고무농장이 많아지고 노동수요가 증가함에 따라 인도인들의 이주 역시 본격화되었다.

나. 화인 이주역사

화인의 해외 이주는 12세기부터 16세기 후반까지, 약 400-500년의 역사를 지닌다. 화인은 주로 현재의 말레이시아, 싱가포르, 베트남, 태국, 필리핀 등 동남아시아의 교통무역의 중심지로 이동하였다. 이때 이주한 화인의 수는 약 10만 명에 이르렀으며 일부가 정착하여 초기 화교사회를 이루었다. 16세기 후반 동남아시아 일부 지역은 이미 서구 열강의 식민지 또는 무역의 중개지로 변화하였고 상품경제가 매우 활성화되어 있었기에 화인들의 이주 목적지로 적합하였다.

말레이반도에 화인이 처음 들어온 것은, 15세기 말라카 왕국의 푸젠(福

7) 1824년 영국-네덜란드조약은 영국이 차지한 수마트라 섬을 네덜란드에, 네덜란드가 차지한 말라카를 영국에 양도하는 것을 주요 내용으로 하는 조약으로 이 조약으로 인해 오늘날 말레이시아와 인도네시아의 국경이 결정되었다.

建) 출신의 호키엔 족 무역가로 기록되어 있다(임은진, 2016: 94). 말라카에 정착한 화인 후손들은 페라나칸(Peranakan)이라는 공동체를 형성하였으며, 중국 본토의 문화와 말레이 문화가 결합된 독특한 페라나칸 문화를 형성하였다. 이들은 객가 방언과 말레이어가 섞인 페라나칸 방언을 주로 사용하였으며 음식과 복식에서도 중국의 고유한 것에 말레이식 특성을 가미하여 페라나칸 특유의 변종을 만들어 냈다. 당시 말라카 지역에는 약 2천명의 페라나칸이 거주하였으며 이들은 이후 영국 식민 통치 시기에 원주민과 식민당국을 연결하는 중개자로서 확고한 역할을 했다(홍재현, 2008: 429).

19세기 중엽 영국 식민 통치 당시 이주한 화인들은 페라나칸과는 다른 양상을 보인다. 영국의 식민 정책으로 인해 화인이 말레이반도의 주석광산과 농장에서 ‘쿨리(苦力)’로 노동하게 되었으며 이후 말레이반도 내에서 화인의 숫자는 계속해서 증가하였다. 이 시기에 중국 내부에서는 정부에 대한 반란과 기근, 홍수, 실업 등으로 생계를 유지하기 위해서 중국을 떠나려는 사람이 많았다. 최소한의 생계만 유지할 수 있다면 어디든 갈 수 있다는 경제적 요인이 화인의 해외 이주의 주요한 동기가 되었다.

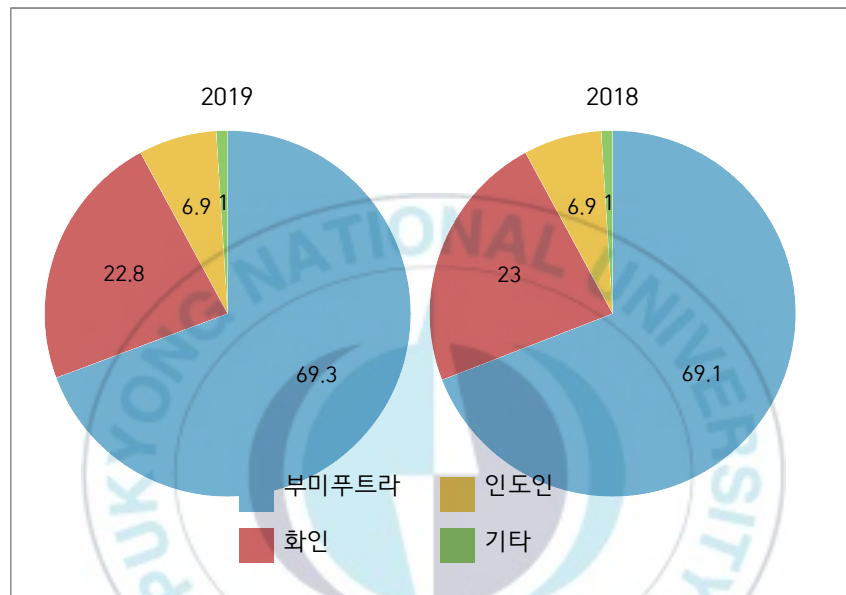
19세기 말레이시아로 이주한 화인들은 주로 중국 대륙의 남부 지역인 광둥(广东), 광시(广西), 푸젠(福建), 하이난(海南)지역 출신이 가장 많았다(김혜련, 2017: 228). 구체적으로 중국계 종족별로 보면 호키엔(Hokkien)이 가장 많았고, 하카(Hakka, 客家), 캔토니(Cantonese, 广东), 차오저우(Teochew, 潮州) 순이다. 이들이 말레이시아에서 거주하기 시작한 19세기에는 비슷한 지역 출신들이 모여서 특정 지역을 점유하여 거주지를 형성하면서 “종족 엔클레이브(ethnic enclave)”를 형성한 것을 알 수 있다. 종족별로 호키엔은 주로 무역과 상업 분야에서 일하거나 주석 광산과 고무 농장 등의 주요 책임자로 중국 출신 노동자를 모집하는

일에 종사하였다. 켄토니와 하카 출신의 화인은 장인이나 요리 또는 주석 공장의 노동자, 재단사, 신발, 벽돌공, 금세공 등에 특화되었다. 차우저우 출신은 주로 농업 관련, 그리고 하이난 출신은 주로 서비스업에 집중 하는 등 종족별로 종사하는 직업 분야도 달랐다(임은진, 1026: 94). 이 시기에 이주한 화인들은 중국 대륙 남쪽의 방언을 사용하였으며 중국 본토에 있는 친척들과 긴밀한 관계를 유지하였다. 또한, 다양한 언어 그룹 중에서 말레이시아에 거주하는 화인들은 대부분 호키엔, 켄토니, 하카 지방 방언을 사용했다(Ralf Vollmann, Tek Wooi Soon, 2018: 45). 화인들은 주석광산 개발부터 상업과 농업 분야까지 경제 활동 대부분을 장악하였다. 19세기에 말레이반도로 이주한 화인들은 말레이반도 현지 사회에 동화되기보다 자신들의 전통과 본국의 문화를 그대로 고수하였다(홍재현, 2008: 430).

노동을 위해 이주한 화인 중 일부는 계약 기간 만료 후 본국으로 돌아가기도 하였지만, 말레이반도에 그대로 잔류한 화인들은 독립 이후 말레이반도에 정착하여 시민권을 획득하고 공식적으로 말레이시아의 구성원으로 편입되었다. 이들은 먼저 말레이시아 국민으로서 확고한 국민 정체성을 가지고 있으며 동시에 화인으로서 강한 종족 정체성을 유지하고 있다(김혜련, 2015).

2. 말레이시아의 종족 구분

〈 그림 2 〉 말레이시아의 종족별 인구구성(2018-2019)



출처: 말레이시아 통계청 (Department of Statistics Malaysia)

말레이시아는 대표적인 다종족 국가로 다양한 종족으로 구성되어 있다. 말레이시아 통계청에서 발표한 2019년 종족별 인구구성에 따르면 말레이시아는 약 69.3%의 부미푸트라, 22.8%의 화인, 6.9%의 인도인과 기타 종족으로 구성되어 있다⁸⁾. 이처럼 부미푸트라와 비(非)부미푸트라(non-bumiputra) 이분법에 근거한 종족 구분은 말레이시아 사회 문화의 가장 큰 특징이라 할 수 있다. ‘부미푸트라’는 땅의 자손(son of soil)이라는 뜻으로 말레이(malay)와 비말레이계 원주민을 포함하며 1957년

8) 출처: Department of statistics Malaysia, official portal(dosm.gov.my)

발효된 말레이시아의 최고 법인 말레이시아 연방 헌법(Federal Constitution of Malaysia) 제 153조에 언급되어 있으며 부미푸트라라는 헌법에 의거하여 특별한 지위(special position)를 인정받는다. 일반적으로 말레이시아에서 영국의 식민 정책의 일환으로 노동하기 위해 이주한 화인과 인도인 그리고 기타 종족은 비부미푸트라로 분류된다. 또한, 종교적 측면에서 부미푸트라와 비부미푸트라의 구분은 무슬림과 비무슬림으로 사용되기도 한다.

말레이시아 국왕(YDPA, Yang di-Pertuan Agon)은 말레이시아 헌법에 따라 부미푸트라의 ‘특별한 지위’를 보호할 책임이 있다. 특히 연방 공무원, 공공 장학금, 연방법이 규제하는 무역 또는 사업에 대한 허가(license), 대학교 입학 정원 등에서 부미푸트라 우대를 위한 쿼터제를 제도적으로 실시한다.

말레이가 부미푸트라의 대부분을 차지하며 비말레이계 원주민은 크게 오랑 아슬리(orang asli)⁹⁾, 사바(sabah) 원주민¹⁰⁾, 사라왁(sarawak) 원주민¹¹⁾으로 구성된다. 말레이와 비말레이계 원주민을 통칭할 때 ‘부미푸트라’가 사용되는데, 부미푸트라 중 비말레이계 원주민은 약 11%로 대다수의 부미푸트라는 말레이가 차지한다. 부미푸트라의 약 90%를 차지하는 말레이에 대해서는 말레이시아 연방 헌법 제160조에서 언급한 다음 두 가지 기준을 모두 만족하는 사람을 의미한다. 먼저 종교는 이슬람이며, 습관적으로 말레이어를 사용하며 말레이 관습을 따르는 사람이어야 한다. 두 번째로 메르데카 인구(Merdaka population) 혹은 그의 후손이어야 한다. 말

9) 오랑 아슬리는 말레이 반도에 거주하는 원주민으로 니그리토(Negrito), 세노이(Senoi), 원시 말레이(proto-Malay)로 구성되어 있으며 주로 농촌 지역에 거주한다.

10) 사바의 원주민은 32개의 부족으로 구성되어 있으며 카다잔 두순(Kadazan-dusun)이 주요 종족이다.

11) 사라왁은 27개의 부족으로 구성되어 있으며 이반족(iban)이 주요 종족이다.

레이시아 연방 헌법에서는 a)말레이시아의 독립기념일(Merdeka day, 1957년 8월 31일)에 말라야연방 혹은 싱가포르에 거주한 경우, b)독립 이전에 말라야연방이나 싱가포르에서 태어난 경우 혹은 c)부모 중 한명이 독립 이전에 말라야연방이나 싱가포르에서 태어난 경우를 메르데카 인구로 규정하며 메르데카 인구에 대한 지역적 제한이 존재한다. 말레이를 정의하는 지역적 제한 때문에 독립기념일 이후 말레이시아로 이주한 사람과 그의 후손¹²⁾은 말레이로 간주하지 않는다.

〈 표 1 〉 말레이시아 연방 헌법에 따른 말레이(malay) 정의

구 분	내 용
종교, 언어, 문화	1.1 이슬람
	1.2. 습관적으로 말레이어 사용
	1.3. 말레이 관습을 따름
지역적 제한	2.1 메르데카 인구(Merdaka Population) a) 독립 이전에 말라야연방과 싱가포르에 거주한 경우 b) 독립이전에 말라야연방과 싱가포르에서 태어난 경우 c) 부모 중 한명이 독립 이전에 말라야연방이나 싱가포르에서 태어난 경우
	2.2. 메르데카 인구의 후손

출처: 말레이시아 연방헌법 (Malaysia Federal Constitution)

말레이를 정의하는 종교적, 언어적, 문화적, 그리고 지역적 요소 중 가장 핵심적인 요소는 종교이다. 말레이에게 있어서 ‘이슬람을 믿는 사람’ 이

12) 싱가포르에서 말레이시아로 이주한 경우는 제외한다.

라는 종교적 요소는 필수적이기에 타종교로 개종한 경우에는 더 이상 헌법에서 규정하는 말레이가 아니다. 따라서 개종한 말레이는 말레이시아 연방 헌법 제153조와 신경제정책(NEP)에 따라 ‘부미푸트라’로서 받은 수혜와 특권은 개종 이후에 몰수당하며 마찬가지로 무슬림이 된 비(非)말레이(non-malay)도 다른 조건을 충족한다면 부미푸트라에게 주어지는 특혜에 대한 권리를 주장할 수 있다.¹³⁾ 부미푸트라의 약 89%를 구성하는 말레이는 이슬람교를 종교로 가지며, 비부미푸트라의 경우는 대부분 이슬람이 아닌 다른 종교를 믿고 이슬람 율법의 지배를 받지 않는다. 부미푸트라는 전통적인 말레이시아 토착문화를 배경으로 한다면 비부미푸트라는 외래문화, 즉 이주민의 고향인 중국이나 인도 문화를 배경으로 하는 문화적 경계선이 존재한다(최종석, 김종업, 2011: 43).

부미푸트라와 비부미푸트라의 구분은 제2차 세계대전 이후 영국령 말라야로부터 말레이시아의 독립이 논의되기 시작한 이후부터 지금까지 중요한 의미로 사용되고 있다(오명석, 2004: 4). 부미푸트라와 비부미푸트라의 구분은 오랜 식민시기 동안 이루어진 대규모 이주와 이주로 인한 종족 간의 갈등과 격차로부터 시작되었다.

19세기 말부터 본격적으로 진행된 대규모 이주로 인해 말레이반도에 정착한 화인들은 자신들의 고유한 문화적 전통을 고수하면서 막대한 경제력을 보유하게 되었다. 여타 동남아시아의 화인이 대체로 공통적인 발전 경로를 밟아갔던 것처럼 말레이시아의 화인들 역시 영국의 식민통치 아래에서 막대한 경제적 부를 축적할 뿐만 아니라 중개인의 역할로 국가 경제를 장악하기 시작하였다(홍석준, 1993: 107). 반면에 말레이는 16세기부터 시작된 서구 열강의 침략으로 많은 자원을 수탈당하였다. 게다가 19세기부

13) 말레이시아에서는 말레이가 아닌 사람이 무슬림으로 개종 후 말레이가 된다는 뜻으로 ‘masuk Melayu(embracing malayness)’를 사용한다.

터 대거 이주한 화인들에게 상권마저 빼앗겼다. 인도계 이주자 역시 의사, 변호사 등 고소득 전문직을 차지했지만, 말레이는 주로 농촌에 거주하면서 교육을 받지 못해 빈곤 상태에 머물렀다.

종족 간 경제적 격차가 커진 상황에서 말레이의 불만은 커졌고, 결국 1969년 5월 13일 말레이와 화인 간 유혈 충돌이 발생했다. 이 사건으로 800여 명의 사상자가 발생했을 정도로 사태는 심각했다. 말레이시아 정부는 이러한 종족 간 갈등을 잠재우기 위해, 그리고 경제적 불균형 문제를 해결하기 위해 ‘부미푸트라 정책’을 채택하였다. 부미푸트라 정책은 종족에 따른 부와 권력의 편중을 해결하기 위해 세워진 국가 정책으로 말레이시아의 다수를 차지하는 부미푸트라를 우대하는 정책을 의미한다. 초대 총리였던 압둘 라흐만(Tunku Abdul Rahman)에 의해 시작된 ‘부미푸트라 정책’은 1971년부터 1990년까지 20년에 걸쳐 시행된 신경제정책(NEP: New Economic Policy)을 통해 다양한 제도적 장치를 마련하였다(임은진, 2016). 신경제정책은 부미푸트라를 우대하는 것을 기반으로 정부가 직접 개입하여 종족 간의 빈부 격차를 해소하여 말레이시아의 종족 간 갈등을 최소화하는 것을 목표로 한다. 이러한 목표에 따라 부미푸트라는 모든 범주의 상업과 산업 활동에 참여하게 되었다. 말레이시아 정부는 종족 간 경제적 격차를 해소하는 것을 사회적 통합을 궁극적인 목표로 삼았다.

신경제정책(NEP)은 다양한 분야에 걸쳐서 부미푸트라의 경제적 활동을 지원하였다. 정부 발주 사업의 수의계약, 면허를 통한 독점 사업, 공기업, 별목업 및 광산업 등 산업 전반에 걸쳐서 부미푸트라에게 우선으로 권리를 제공하였다. 뿐만 아니라 다른 종족에 비해 우월한 위치에서 사업에 참여할 수 있도록 제도적 기반을 마련하였다. 신경제정책 실시 당시 정부의 목표는 ‘1990년까지 자본, 경영인, 고용인의 종족 구성을 비부미푸트라

40%, 부미푸트라 30%, 외국인 30%의 비율로 재편하는 것' 이었다. 정부는 부미푸트라의 소득증대를 위해 취업 보장, 사업자금 조달, 고등교육 기회 확대 등과 같은 정책도 시행하였다. 특히 고용과 기업 분야에서 부미푸트라를 위한 막대한 지원이 시도되었다. 먼저, 비부미푸트라 기업도 부미푸트라를 고용하도록 장려하는 정책을 시행하고, 화인기업에 부미푸트라를 임원으로 취직시켜 경영 기술을 습득하도록 하였다. 기업의 경우는 말레이가 기업 지분의 30%까지 소유할 수 있도록 보장해야만 했다. 부미푸트라 기업은 다른 기업에 비해 상대적으로 경쟁력이 떨어지지만, 부미푸트라의 기업이라는 이유만으로도 성장의 기회를 제공받았다. 현재는 일부 외국인 투자의 규모가 큰 제조업 등의 분야에 있어서는 지분 제한을 약화하거나 폐지시켰다. 주택의 경우에도 부미푸트라에게는 10% 할인된 금액으로 주택을 분양하였고, 교육 분야에서는 대학의 정원의 상당량의 쿼터를 부미푸트라에게 할당하였다. 부미푸트라 정책 이전 국립대학에 입학한 부미푸트라 학생은 30%를 넘지 못했는데, 정책 이후 부미푸트라 학생 쿼터를 60%까지 높였다. 대학 정원의 쿼터제에 따라 상대적으로 성적이 낮은 말레이 학생들은 대학에 입학할 수 있었지만, 그보다 성적이 우수한 화인, 인도인 학생은 대학에 입학하기 어려워졌다. 이러한 대학 정원 쿼터제는 부미푸트라에게 경제적·사회적 지위 향상을 가능케 했다(임은진, 2016: 98).

말레이시아 정부의 신경제정책에 따라 부미푸트라는 경제적인 지위가 향상되었다. 이러한 과정에서 말레이시아의 실질적인 경제의 주축을 이루는 화인과의 갈등과 대립은 갈수록 심해졌다. 신경제정책에 의해 화인은 치명적인 타격을 받지는 않았지만¹⁴⁾ 헌법과 신경제정책에서 부미푸트라의 특

14) 예를 들어 1970년대 시행한 신경제정책에서는 기업 내에서 원주민과 화인의 주식 비율 및 고용 노동자 비율을 규정하여 일부 화인이 운영하는 대기업을 제한하였으나 90% 이상의 화인이 운영하는 중소기업은 큰 타격을 받지 않았다.

해에 대한 위기를 느낀 비부미푸트라¹⁾의 불만이 경제 분야를 넘어 정치와 종교적인 갈등까지 야기했다.

말레이시아의 신경제정책은 종족 간의 경제적 격차 해소를 표방하였지만 실제로는 이주민 그룹인 비부미푸트라는 배제하고 부미푸트라 중 말레이의 지위 향상을 위한 정책을 시행한 결과를 가져왔다. 말레이는 정치권 및 공직에서 압도적인 다수를 차지하게 되었고 말레이시아의 종족 간의 갈등은 심화되었다. 다시 말해, 영국의 분리통치 잔재는 독립 이후, 현재까지도 정치적 권력은 말레이, 경제적 부는 중국인이 장악하는 이원적인 종족 구조로 말레이시아에서 지속되고 있다(최종석, 김종업, 2011: 40).



인도네시아의 경우 화인의 수출입 무역을 제한하고, 현지 원주민에게 회사 경영권 양도를 강요, 심지어 화인기업과 재산을 강제로 압수한데 반해 말레이시아에서는 화인의 직업이나 업종을 제한하거나, 그들이 운영하는 가게 혹은 재산을 압수하는 사건은 일어나지 않았다(김혜련, 2014: 217).

Ⅲ. ‘문화 혼종공간’ 코피티암

1. 말레이시아의 코피티암

가. 코피티암의 역사와 유형

코피티암(Kopitiam)은 말레이시아, 인도네시아, 싱가포르, 브루나이 등에서도 흔히 찾아볼 수 있는 일상적인 공간이다. 특히 말레이시아의 코피티암은 말레이시아의 문화적 다양성을 담고 있는 대표적인 공간이며, 말레이시아 사람들은 일상적으로 코피티암을 찾는다(Jean Duraz, Gaik Cheng Khoo, 2015: 26-27).

말레이반도 전역에서 나타나는 코피티암의 역사는 말레이반도에 화인이 이주한 이후부터 시작된다. 19세기에서 20세기 초, 영국이 말레이반도를 식민지배할 당시 이주민의 초기 정착지 근처에서는 코피티암의 원형을 쉽게 찾아볼 수 있다. 특히 플랜테이션 농장과 일터 근처, 그리고 이주민이 거주하는 마을과 길거리에서 중국과 인도, 그리고 말레이 군도에서 이주한 이주민들에게 값싼 음료와 때로는 식사 대용 음식을 판매하였으며 주로 이주한 화인들이 개인이나, 가족 단위로 코피티암을 운영하였다.

코피티암의 원형은 하나로 정의할 수 없지만, 장소를 임대하는 등 공식적인 가게라기보다 임시적이거나 비공식적인 노점 형태에 가깝다. 중국 방언 “han”, “tong”, “tan”, 또는 말레이어로 “gerai” 라고 불리는 접을 수 있는 테이블과 의자를 펴서 영업하거나, 의자가 달린 나무수레 또

는 임시 목조 건물에서 음료와 식사 대용 음식을 판매하였다(Lai Ah Eng, 2010: 4). 또한, 코피티암에서는 길거리를 돌아다니면서 식사 대용 음식을 판매하는 호커(hwaker)에게 노점 공간 일부를 임대해주기도 하였다. 그리고 이곳을 방문한 사람들에게 음료를 판매하는 등 장사를 하기도 했다. 인구와 수요가 증가함에 따라 일부는 새로 생긴 마을이나 이주민 정착지, 소도시의 중심지에 있는 작은 가게(eating shops)나 식당(eating houses)으로 확장되었다. 과거 “임시적(temporary)”인 성격이 강했던 코피티암의 원형은 시간이 지남에 따라 노점 공간을 임대하는 등 임시적인 성격에서 벗어났다(Lai Ah Eng, 2010: 4). 코피티암의 형태는 변화하였지만, 음료와 식사 대용 음식을 판매하는 코피티암의 기본적인 성격은 오늘까지 지속되었다.

Jean Duruz와 Gaik Cheong Khoo(2015)는 코피티암을 크게 두 가지 유형으로 구분한다. 에어컨이 없고 다양한 종류의 음식을 파는 개별 노점 형태의 코피티암이 가장 일반적이며, 이러한 유형의 코피티암은 전통적으로 중국 남부에서 이주한 화인, 특히 호키엔(Hokkien)과 하이난(Hainan) 출신의 화인들이 운영하였다. 이러한 유형의 코피티암은 대부분 분위기가 있는 식당이라기보다 회전율이 높은, 식사만 간단히 하는 공간으로 볼 수 있다. 가족이 대대로 운영하는 형태로, 이곳에서는 영업 이익보다는 주인과 손님의 관계를 우선시하며, 메뉴는 커피, 계란, 카야 토스트 등으로 한정되어 있다. 이러한 가족 중심의 코피티암은 화인의 관계 중심적 성향¹⁵⁾을 엿볼 수 있다. 가족 중심의 코피티암은 말레이시아 영화나 TV 프로그램에서 향수를 불러일으키는 공간으로 언급되기도 한다.

Jean Duraz와 Gaik Cheong Khoo(2015)의 구분을 기준으로 하여 본

15) 화인들은 기업을 운영할 때 가족을 중심으로 신용관계 및 연줄 등 흔히 판시(關係, guanxi)라고 불리는 비공식적 네트워크를 중시한다.

논문에서는 코피티암 형태를 화인 이주 초기의 전통적인 코피티암과 도시의 발전에 따라 변형된 기업화된 코피티암으로 구분하여 살펴보고자 한다. 화인 이주 초기 코피티암은 작은 가게(eating shop) 형태 혹은 노점 형태로 음식을 먹는 사람들에게 음료만 판매하였다. 이후 작은 식당(eating house)으로 변화하여 음료와 식사 대응 음식을 같이 판매하게 되었다. 이후 도시정비 사업과 쇼핑몰의 설립 등 도시의 변화로 인해 코피티암 역시 변화하기 시작했다. 이 시기 등장한 코피티암은 과거의 코피티암과는 확연하게 다른 특성을 갖게 된다.

〈 그림 3 〉 말라카의 ‘코피티암 탄카(Kopitiam Tanka)’ 외부



〈 그림 4 〉 코피티암 탄카의 용 타우 푸(Yong Tau Fu)



전통적인 코피티암은 에어컨이 없고 식사만 간단히 해결하는 곳에 가깝다. 말라카의 코피티암 탄카(Kopitiam Tanka)와 쿠알라룸푸르의 호코우 하이난 코피티암(Ho Kow Hainam Kopitiam) 모두 식사메뉴와 음료를 함께 판매하는 코피티암이다. <그림3>의 코피티암 탄카는 중국 대륙에서 이주한 화인이 3대에 걸쳐서 화인의 음식을 판매하는 곳으로 그들이 즐겨먹는 용 타우 푸(Yong Tau Fu, 酿豆腐)¹⁶⁾, 누들, 피쉬볼(fish ball), 피쉬 케이크(fish cake) 등을 판매한다. 쿠알라룸푸르 차이나타운에 위치한 호코우 하이난 코피티암은 중국 대륙에서 이주한 화인이 운영하는 곳으로 60년의 역사를 가지고 있다. 호코우 하이난 코피티암은 원래 차이나타운의 골목의 노점형태 가게로서 하이난 차와 하이난 음식을 판매하는 것으로 시작하였으나 2018년 5월 말레이시아 정부로부터 노점상 퇴거명령을 받기

16) 용타우푸(Yong tau fu)는 주로 갈은 고기 혼합물 또는 생선 페이스트로 채워진 두부로 구성된 중국 하카지방의 요리이다.

도 하였다. 이후 호코우 하이난 코피티암은 원래 가게 바로 옆에서 현대식으로 리모델링하여 옛 모습을 복원한 노점형태의 1층과 2층을 함께 운영 중이다.

< 그림 5 > 쿠알라룸푸르의 ‘호코우 하이난 코피티암’ 외부



〈 그림 6 〉 쇼핑몰에 입점한 ‘올드타운 화이트커피’



출처: 올드타운 화이트커피 홈페이지

기업화된 코피티암은 작은 가게에 불과하였던 코피티암이 프랜차이즈 사업을 통해 기업화되어 말레이시아 전역에 여러 점포를 운영하는 형태를 말한다. 기업화된 코피티암은 주로 쇼핑몰, 공항, 주상복합 등에 입주한 형태로 나타난다. 대표적인 예로는 페락주(Perak) 이포(Ipoh) 지역의 작은 코피티암에서 시작한 올드타운 화이트커피(OldTown White Coffee)와 남흥 코피티암(Nam Heong Kopitiam)이 있다. 기업화된 코피티암은 여러 쇼핑몰에 입점하였으며 프랜차이즈 사업과 자체 인스턴트커피 등을 판매하는 등 사업 영역을 확대하고 있다.

나. 코피티암의 차별성

‘코피티암’은 우리가 아는 카페와는 분명히 다른 점이 존재한다. 먼저

전통적인 코피티암에서는 버터와 연유를 넣은 말레이시아식 커피와 버터, 카야를 곁들인 토스트, 반숙란을 제공한다. 일부 코피티암에서는 아침 식사, 점심 식사, 심지어 저녁 식사도 제공한다. 게다가 몇몇 코피티암은 규모가 큰 무슬림 시장에 진출하기 위해 할랄 인증을 받은 할랄 음식을 제공하기도 한다. 코피티암의 유형을 하나로 단정 지을 수는 없지만, 말레이시아의 여러 카페와 코피티암을 비교해보았을 때, 코피티암은 다른 서양의 커피, 케이크 등을 판매하는 카페와는 다르게 뜨거운 요리 등의 식사메뉴와 음료를 함께 제공한다. 즉, 코피티암은 식사와 음료를 함께 먹는 공간이다.

말레이시아에서 방문한 코피티암과 카페를 메뉴에 따라 <표1>과 같이 분류하였다. 이름을 “Kopitiam” 이라고 이름을 내걸고 있는 쿠알라룸푸르 센트럴마켓 내의 코피티암을 제외하고는 말레이시아의 개인 카페, 프랜차이즈 브랜드에서는 음료와 디저트뿐만 아니라 식사 메뉴도 함께 제공한다. 게다가 이곳을 방문한 사람들 역시도 커피나 음료만 마시기보다 식사를 하면서 같이 마시는 음료나 커피를 주문하는 것이 대다수였다. 이처럼 코피티암은 우리가 흔히 아는 ‘카페’ 라기보다 식사와 음료를 같이 즐기는 공간으로 볼 수 있다.

〈 표 2 〉 메뉴에 따른 카페와 코피티암 분류

이 름	메 뉴			
	커피	기타음료	식사류	디저트
코피티암 탄카 Kopitiam Tanka	X	O	O	X
호코우 하이난 코피티암 Ho Kow Hainam Koptiam	O	O	O	O
올드타운 화이트 커피 OldTown White Coffee	O	O	O	O
센트럴 마켓 코피티암 Kopitiam in Central Market	O	O	X	X
카야카야 카페 Kaya Kaya Cafe	O	O	O	O
시크릿 레시피 Secret Recipe	O	O	O	O

게다가 코피티암에서 판매하는 말레이시아식 커피는 서양식 커피와는 다른 특징이 있다. 말레이시아 사람들에게 커피는 한약처럼 뜨겁고 걸쭉한 음료이고 버터는 차가운 음식이다. 그래서 커피와 버터를 같이 먹으면 몸의 균형을 맞출 수 있다고 믿는다. 이러한 믿음 때문인지 말레이시아식 커피는 설탕이나 버터를 녹여 커피콩과 함께 볶는 특이한 로스팅 과정을 거친다. 이러한 과정을 거친 말레이시아의 커피는 커피(Coffee)라기 보다 말 그대로 코피(kopi)라고 보는 것이 적절할 것이다.

2. 화인공간으로서의 코피티암

가. 화인 이주와 코피티암

영국 식민시기에 중국 대륙에서 많은 수의 화인들이 말레이반도로 이주하였다. 이주 초기 화인들은 영국 관리의 집에서 가정부나 요리사로 일하기 시작하였는데 이때 화인들은 홍차, 빵, 반숙 계란과 같은 영국 식문화를 접하면서 그들의 식문화와 융합시키기 시작하였다. 말레이반도에서 많이 재배되는 코코넛을 이용한 코코넛 밀크에 계란과 설탕을 넣어 끓인 카야(kaya), 갓 구운 빵 사이에 가염버터(salted butter)와 코코넛 잼이나 카야 잼을 넣은 토스트가 화인의 말레이반도 이주 후에 생겨난 새로운 식문화이다. 게다가 화인들은 서양의 커피를 로스팅 할 때 그들만의 방식으로 커피 원두와 함께 설탕, 말린 귀리, 옥수수 등을 넣거나 설탕을 카라멜라이징(caramelizing) 한 것을 같이 로스팅하여 독특한 스타일의 커피를 만들었다. 말레이시아식 커피, 즉 코피(kopi)는 말레이반도에서 만들어진 새로운 음료이며, 코피티암은 말레이시아로 이주한 화인들이 고향의 식문화와 영국의 식문화 그리고 말레이반도 현지의 식문화를 융합시켜 만들어 낸 ‘문화의 혼종공간(hybrid space)’으로 볼 수 있다.

쿠알라룸푸르 차이나타운에 위치한 호코우 하이난 코피티암 역시 중국 하이난 출신의 화인 이주민이 1956년부터 지금까지 3대에 걸쳐서 호키순(Ho Kee Soon)과 그의 가족들이 운영하고 있다. 설립자 호키순은 다른 화인들과 같은 이유, 즉 경제적 빈곤으로 인해서 더 나은 삶을 위해 중국 대륙에서 말레이반도로 이주했다. 호코우 하이난 코피티암은 지금의 차이

나타운이 위치한 Lorong Panggung의 길거리에서 하이난 차(Hainan Tea), 반숙 계란, 토스트와 같은 하이난 스타일의 음식을 제공했다. 설립자의 아들 호 코우(Ho Kow)는 메뉴를 고안하고 딸 호숙찬(Ho Sook Chan)은 수년 동안 하이난식 커피 전통을 유지하기 위해 기술을 배워 화인의 전통을 이어나가고 있다.¹⁷⁾ 말레이시아 정부의 도시정비 사업 이전까지 호코우 하이난 코피티암은 길거리의 노점형태였으며, 정비 사업 이후에는 건물에 입주한 형태로 지금까지 여전히 영업하고 있다.

호코우 하이난 코피티암 외에도 많은 하이난 출신의 화인들이 코피티암을 운영하고 있다. 하이난 사람들은 서양의 식민관리 가정에서 배운 요리와 서비스, 관리 기술을 이용하여 코피티암, 식당, 커피 제조업 등 식음료 사업을 했다. 특히 1930년대의 대공황과, 1941-1945년까지의 전쟁으로 인해 일본 소유의 호텔과 기업이 문을 닫으면서 버려진 가게가 많았는데 하이난 출신 화인들은 버려진 가게를 아주 저렴한 임대료를 지불하고 코피티암을 시작하게 되었다. 이로 인해 코피티암 업계 하이난 출신 화인이 우위를 점하게 되었다(Lai Ah Eng, 2011: 10).

나. 코피티암에서 화인의 흔적 찾기

화인 이주는 동남아시아 전역에서 음식에 많은 영향을 주었는데, 특히 중국 대륙에서 흔히 먹는 쌀/밥이 메뉴에서 종종 나타난다. 동남아시아에는 쌀을 혼합하거나 쌀밥과 함께(with rice) 먹는 음식과 누들이 많다. 또

17) Ho Kow Hainam Kopitiam은 말레이시아의 세계 미식가 상(World Gourmet Award)의 중국 헤리티지 요리(Heritage of Chinese Cuisine)부문에서 최고상(World Top Award)를 수상하였다. 말레이시아의 세계 미식가 상(World Gourmet Award)은 F&B 산업 성장을 위하여 양질의 서비스와 식음료 및 식사 경험을 제공하기 위해 노력한 사람에게 주어지는 상으로 식음료 산업의 다양성을 인정하기 위해 도입된 플랫폼이다(출처: World Gourmet Award Malaysia)

한, 동남아시아의 도시 생활의 특징 중 하나인 정해진 순서에 따라 먹는 코스 요리 역시 중국 대륙에서 건너온 것이라 볼 수 있다(Penny Van Esterik, 2008: 12). 이처럼 말레이시아의 음식과 식당에서도 화인의 흔적을 쉽게 찾아볼 수 있다.

화인들은 이주 후 접한 서양의 식문화를 중국의 식문화와 융합하여 판매하였으며 수프와 빵과 버터, 메인요리(주로 돼지고기 요리), 케이크 등 서양 음식을 세트 메뉴로 제공하는 식당을 운영하기도 하였다(Penny Van Esterik, 2008: 86). 이와 같이 호코우 하이난 코피티암의 메뉴는 크게 ‘빵과 토스트’, ‘딤섬과 아침’, ‘난양 스페셜(Nanyang Special)’, ‘평일 점심 메뉴’, ‘커피와 차’, ‘디저트’로 구성되어 있다. 음식과 음료는 대부분 화인이 중국 대륙에서 가져온 음식이 말레이반도에서 영국과 말레이의 식문화와 혼합된 형태로 볼 수 있다. 혼합의 대표적인 예로 참(Cham, 海南茶)은 연유와 무가당 연유에 차와 커피가 들어간 음료인데, 커피 원두와 찻잎을 양조 기술을 사용한 전통적인 로스팅 과정을 통해 제조된 음료이다. 또한, “코피(Kopi, 咖啡)”에는 다른 서양의 커피와는 달리 기본적으로 연유와 농축 우유가 포함되어 있다. 코피는 첨가물에 따라 코피-씨(Kopi-C), 코피-오(Kopi-O) 등 명칭이 달라진다. 흔히 동남아시아의 밀크티로 알려져 있는 떼(Teh)는 차를 우린 물에 연유와 농축 우유를 섞은 음료이고 여기에 연유 대신 설탕만 넣으면 떼-씨(Teh-C)가 된다.

< 표 3 > 첨가물에 따른 음료 분류

종 류	첨가물 ¹⁸⁾				
	커피 coffee	차 tea	설탕 sugar	연유 condensed milk	무가당연유 evaporated milk
참 Cham, 南茶	○	○		○	○
코피 Kopi, 咖啡	○			○	○
코피-씨 Kopi C, 咖啡C	○		○		○
코피-오 Kopi O, 咖啡O	○		○		
떼 Teh, 奶茶		○		○	○
떼-씨 Teh C, 奶茶C		○	○		○

18) 연유(condensed milk)와 무가당 연유(evaporated milk) 모두 신선한 우유에서 절반 이상의 물을 증발시켜 농축시켜 만든 것이다. 연유는 농축 우유에 약 40-45% 설탕을 첨가한 것으로 끈적끈적하고 매우 달콤한 제품이다. 다량의 설탕이 첨가되어 연유는 멸균과정이 불필요하며 실온에서도 장기간 보존할 수 있다. 반면 무가당 연유는 캔에 넣어 살균한 것으로 사용 시에 같은 양의 물을 부어 사용할 수 있다. 연유와 무가당 연유는 비슷해 보이지만 바뀔 수 없기에 말레이시아의 코피티암에서 커피 등의 음료를 제조할 때 연유와 무가당 연유의 첨가유무에 따라 음료의 맛과 이름이 달라진다.

〈 그림 7 〉 ‘호코우 하이난 코피티암’ 음료 메뉴



말레이시아의 코피(Kopi) 역시 첨가물에 따라 이름이 달라진다¹⁹⁾. 코피-오(Kopi-O)는 설탕만 들어간 커피로 일반적으로 말레이시아에서 ‘코피-오’라고 하면 블랙커피를 의미한다. 코피-오 뒤에 ‘코송(Kosong)’을 붙이면 설탕이 없는, 연유와 커피만 들어간 음료, 코피-오에 ‘포(po나 poh)’를 붙이면 연유를 넣은 연한 코피이다. 코피에 시우-다이(siu-dai 혹은 siew dai)를 붙이면 코피보다 적은 양의 설탕을 넣은 음료를, ‘가-다이(ga-dai)’를 붙이면 많은 양의 설탕을 넣은 음료를 일컫는다.

19) 서양의 커피는 에스프레소에 스팀우유나 우유거품, 초콜릿 시럽 등 첨가물에 따라 이름이 달라진다. 에스프레소에 우유 거품을 넣으면 에스프레소 마키아토(Espresso Macchiato), 에스프레소에 스팀우유와 우유거품을 넣으면 카페라테(Cafe Latte), 에스프레소에 스팀우유만 넣으면 플랫 화이트(Flat White)가 된다.

여기서 코피 뒤에 커피의 첨가물을 나타내는 코송(Kosong)은 말레이어로 ‘아무것도 없음(nothing)’을 의미하고, po나 poh는 ‘연한, 묽은(diluted)’라는 뜻의 호키엔어이다. 시우-다이(siu-dai 혹은 siew-dai)에서 siu와 siew는 켄토니어로 ‘적은(less)’, 가-다이(gah-dai)의 gah는 ‘많은(more)’을 의미한다. 이처럼 커피의 이름에서 화인의 흔적을 찾아 볼 수 있다. gao나 po/poh, siu/siew 등 화인의 고향의 언어인 호키엔어와 켄토니어가 섞여 있다.

〈 그림 8 〉 ‘호코우 하이난 코피티암’ 내부



〈 그림 9 〉 호코우 하이난 코피티암 내부



또한, 모든 코피티암이 그런 것은 아니지만 대부분의 전통적인 코피티암에서는 주인과 손님이 중국어로 소통하고 있다. 호코우 하이난 코피티암 역시 메뉴판과 간판은 영어와 중국어만 있을 뿐. 말레이시아의 공식 언어인 말레이어를 찾아 볼 수 없었다. 또한, 인테리어 소품 역시 중국인들이 즐겨 사용하는 홍등, 빨간색 매듭 등이 많이 사용되었다.

호코우 하이난 코피티암의 식사 메뉴에는 여러 다양한 말레이시아 음식도 있지만, 화인의 음식을 쉽게 찾아 볼 수 있었다. 먼저, 용 타우 푸 (Yong Tau Fu)는 하카 지방 요리로 화인이 말레이시아로 이주함에 따라 전해진 음식이다. 용 타우 푸는 화인이 많이 거주하고 있는 동남아시아 지역에서 흔히 볼 수 있으며 두부에 고기나 생선, 버섯을 갈아 넣은 음식이다. 용 타우 푸 이외에도 이곳에서는 중국식 사찰 요리의 변형인 튀 한 자

이(Luo Han Zhai, 罗汉斋)와 커리 치청편(Curry Chee Cheong Fun, 茨厂街虾米咖喱猪肠粉)을 제공하고 있다. 커리 치청편은 중국 남부 지방의 쌀국수 요리이다. 쌀국수의 모양이 돼지 창자를 닮았다고 해서 주청편(Jyu Cheong Fan)이라고 불리기도 하며, 쌀국수에 새우, 소고기, 채소로 속을 채워 소스랑 같이 먹는 음식이다. 치청편에는 국물이 있는 치청편과 없는 치청편이 있는데, 두 가지 모두 소스에는 돼지고기, 콩, 다진 고기, 버섯, 카레 그리고 육즙이 들어간다. 치청편은 주로 길거리에서 판매하는데, 코피티암과 중식당에서도 쉽게 찾아볼 수 있다. 코피티암에서는 다른 말레이시아 음식도 판매하지만 화인의 고향인 중국식 요리도 많이 판매하고 있으며, 화인들에게 코피티암은 고향의 음식을 먹을 수 있는 몇 안 되는 공간이다.

호코우 하이난 코피티암(何九海南茶店)은 이름에서부터 출신지역인 중국 남부 도시인 하이난(海南)이 포함되어있는 것에서 알 수 있듯이 호코우 하이난 코피티암을 방문한 사람들은 이곳을 전통 하이난 스타일의 커피, 전통적인 난양 하이난 커피, 고전적인 맛의 재탄생, 고전적인 하이난식 아침 식사²⁰⁾ 등으로 평가하고 있다. 즉, ‘하이난’을 빼고는 호코우 하이난 코피티암을 설명할 수는 없는 것이다.

다시 말해, 코피티암은 화인의 식문화가 영국과 말레이 문화를 만나 새로운 형태의 음식과 고향의 음식을 중국어 메뉴판을 통해 제공하고 있다. 코피티암을 찾은 손님들은 코피티암이 화인의 공간임을 표현하고 있다.

20) 호코우 하이난 코피티암을 방문한 사람들의 후기를 구글 지도와 트립어드바이저를 통해 수집하였다.

3. 새로운 “혼종공간”으로서 코피티암

가. 싱가포르의 국가정책과 코피티암

말레이반도 끝에 위치한 싱가포르는 동남아시아에서 인구대비 화인의 비율이 높은 국가²¹⁾이며 말레이시아와 같은 이주의 역사를 갖고 있다. 싱가포르의 상업 및 주거지역에서도 말레이시아와 마찬가지로 코피티암을 쉽게 발견할 수 있다. 화인의 비율이 압도적으로 높기 때문에 싱가포르의 코피티암은 화인의 성격이 강할 것으로 예상되지만, 싱가포르의 코피티암은 ‘화인의 공간’이라기보다 “사람이 섞이는 혼종공간”으로 해석된다.

싱가포르에서 코피티암은 전통적인 ‘커피를 파는 상점’으로서의 의미와 ‘다양한 종류의 음식을 먹을 수 있는 푸드코트’라는 두 가지 의미를 지닌다. 싱가포르에서 코피티암에 대한 일반적인 정의는 ‘공공주택의 1층에 위치한 커피를 파는 상점’이다. 이러한 코피티암에서는 일반적으로 석탄 콘로를 이용하여 물을 끓이고 토스트를 굽고, 재사용이 가능한 커피 망(coffee socks)으로 커피를 내린다. 커피와 반숙 계란, 간식과 같은 아침 식사를 제공하며 종종 호끼엔미(Hokkien Mee), 나시 르막(Nasi Lemak), 차 퀘 티아우(Char Kway Tiao) 등 식사를 제공하는 코피티암도 있다. 싱가포르의 코피티암은 화인의 음식뿐만 아니라 다른 종족의 음식, 또는 퓨전요리도 제공하고 있어 다른 식문화를 가진 사람들도 코피티

21) 싱가포르는 1819년 영국의 동인도 회사가 지금의 싱가포르의 남부에 항구를 개발하면서 생겨났으며 영국의 식민지배를 받았다. 화인이 대다수인 싱가포르는 말레이시아 정부의 말레이 우대정책을 반대하였으며, 화인에 대한 말레이의 반감은 싱가포르에 위협요인으로 작용하였다. 결국 싱가포르는 1965년 말레이시아 연방에서 탈퇴하여 독립 국가를 이루었다(김주아, 2018)

암에서 거부감 없는 식사가 가능하다.

초기 싱가포르의 코피티암은 말레이시아의 코피티암과 마찬가지로 이주 노동자들이 간단한 식사를 하는 공간이었다. 특히 길거리나 주거지 근처에 위치한 코피티암은 저임금 노동자들에게 경제적인 부담 없이 먹고 마실 수 있는 일상적 공간이었다. 1960년대부터 1980년대까지 거리의 코피티암은 싱가포르의 독립을 겪으면서 많은 변화를 경험했다. 싱가포르의 주택개발청(HDB, Housing and Development Board)²²⁾은 싱가포르의 토지를 재개발하고 인구과밀 지역 또는 빈민가, 노후화된 지역 등을 재정비하였다. 이후 공공주택(public housing)²³⁾을 건설하였으며 싱가포르의 대다수 인구가 새로운 공공주택으로 계획적으로 이동하여 정착하였다.²⁴⁾ 사람들의 정착과 함께 공공주택에 새로운 유형의 코피티암이 생겨났다. 공공주택 단지의 인프라 및 시설의 일부로 설계된 새로운 코피티암은 신도시의 도심과 주요시설과 인접하며 이전에 길거리에 위치한 코피티암의 역할도 충분히 수행하였다.

22) 싱가포르의 주택개발청(HDB)은 1960년 2월 1일 국가개발부(Ministry of National Development: MND) 산하 공공주택 공급 전담기관으로 설립되었다. 공공주택의 계획, 건설, 공급을 전담하며 이를 위한 토지 관련 업무(국유지 판매, 임대, 관리, 철거 등), 주택금융 업무, 주택중개 업무, 도시 정비(재개발, 재건축, 리모델링 등) 업무를 수행하고 있다(진미윤, 이현정 2005: 216)

23) 싱가포르에서 공공주택은 통상 HDB가 공급하는 ‘자가소유형의 분양주택’을 의미하며 이때 분양주택은 우리나라와는 달리 토지소유권은 HDB가 가지고 있으면서 건물만 분양하는 형태이다.

24) 싱가포르는 1965년 이후 급증한 이주자들로 인해 심각한 주택난을 겪었다. 이러한 주택난 해결, 빈곤 극복, 정치적 소요 방지, 상이한 문화와 다종족 통합 등 경제사회적 안정 및 국가형성의 기반 구축을 위해 공공주택 자가소유정책을 추진하였다(진미윤, 이현정 2005: 221)

〈 그림 10 〉 싱가포르의 코피티암 포스터



거리의 코피티암은 종족을 기반으로 형성된 거주지 내에서 특정 종족의 음식을 판매하였다. HDB가 관장한 공공주택 정책으로 사람들은 종족기반의 거주지에서 이동하여 공공주택에 다시 정착하여 새로운 다종족적 구성을 갖게 되었다. 공공주택의 코피티암에서 사람들은 낯선 사람들과 소통하며 새로운 네트워크를 형성하고 공공주택의 거주자로서 새로운 커뮤니티를 형성하였다. 공공주택에서도 화인들이 대다수를 차지하고 있음에도 불구하고 공공주택의 코피티암에서는 혼종적 대중에게 음식과 음료를 제공해야

했다. 이에 코피티암은 다양한 종족적 배경과 취향을 가진 사람들에게 여러 가지 음식을 판매하면서 새로운 환경에 빠르게 적응했다. 공공주택의 코피티암은 새로운 다종족적 환경에 적응하여 오늘날까지 지속되고 있다 (Lai Ah Eng, 2010: 11).

〈 표 4 〉 싱가포르의 코피티암 구분

	거리의 코피티암	공공주택의 코피티암
문화적 배경	단일문화(monocultural)	다문화(muticultural)
위치	특정 종족 거주지	공공주택 1층
메뉴	특정 종족의 음식	다양한 종족의 음식과 퓨전 음식

출처: Lai Ah Eng(2010) 재구성

싱가포르의 코피티암은 공간적 위치에 따라 ‘거리의 코피티암’ 과 ‘공공주택의 코피티암’ 으로 나뉜다. 거리의 코피티암은 다양한 종족의 이주 노동자들이 식사를 간단히 해결하기 위해 찾았던 곳이며 공간적으로 특정 종족의 거주지에 위치하여 특정 종족 음식을 판매하는 특징 때문에 이곳을 찾는 손님 역시 종족적으로 제한되었다. 즉, 거리의 코피티암은 ‘특정 종족의 공간’ 으로 타종족에게는 배타적인 공간이었다. 시간이 지남에 따라 공공주택의 중심지에 위치하게 된 코피티암은 새로운 공간으로 재탄생하게 되었다. 그리고 다양한 종족의 음식과 손님 그리고 커뮤니티가 어우러진 ‘다문화 공간’ 으로 진화하였다. 공공주택의 코피티암은 다양한 종족의 문화와 그들의 음식의 다양성이 존중되어 새로운 ‘싱가포르의 음식’ 이 되어 대중화되었다. 야쿰 카야 토스트(Yakun Kaya Toast), 킬리니 코피

티암(Killney Kopitiam), 이팅 하우스(Eating House)등의 코피티암이 기업화되어 가장 대중화된 사례이며, 코피티암(KOPITIAM)이라는 푸드코트 프랜차이즈도 존재한다.

〈 그림 11 〉 싱가포르 비보시티(Vivo City)의 푸드코트 ‘코피티암’



싱가포르에서 ‘특정 종족의 공간’이었던 코피티암은 도시 개발과 공공주택 정책을 통해 ‘사람이 섞이는 혼종공간’으로 변화되었다. 현재 싱가포르에서 코피티암은 다양한 문화를 배경으로 음식과 사람들이 섞이는 공간으로 종족성을 띄기보다 ‘싱가포르의 헤리티지(Heritage of Singapore)’로 해석된다.

나. 말레이시아의 기업화된 코피티암

말레이시아의 코피티암 역시 최근 새로운 형태의 코피티암으로 변화하고 있다. 요즘에는 말레이시아의 어느 곳을 가든지 코피와 토스트, 그리고 식사류를 판매하는 코피티암을 쉽게 찾을 수 있다. 올드타운 화이트커피처럼 기업화된 코피티암의 등장은 말레이시아에서 새로운 공간의 탄생을 의미한다. 과거 노점형태의 코피티암에서는 화인의 공간이라는 인식이 강해서일까 히잡을 쓴 말레이 여성을 찾아보기 어려웠다. 하지만 기업화된 코피티암이 생겨난 이후로는 말레이시아 사람들에게 코피티암은 종족과 관계없이 드나들 수 있는 공간 중 하나로 인식되기 시작하였다. 종족의 색깔이 강하고 구분이 뚜렷한 말레이시아에서 화인 문화에 뿌리를 둔 코피티암이 ‘사람이 섞이는 혼종공간’이 되었다는 것은 코피티암이라는 공간에 대한 인식의 변화를 암시한다.

싱가포르의 공공주택 정책은 특정 종족의 공간이었던 코피티암을 ‘사람이 섞이는 공간’으로 확대를 가능하게 했다. 말레이시아에서는 무엇이 코피티암을 변화시켰을까? 기업화된 코피티암의 등장과 소비자의 변화, 그리고 코피티암을 ‘화인만의 공간’에서 ‘다종족 혼종공간’으로 확대한 요인에 대해서는 이어지는 5장에서 자세하게 다룰 것이다.

IV. 할랄화와 ‘사람이 섞이는 공간’의 탄생

1. ‘할랄’의 재구성

일상생활 속에서 무슬림의 행동의 기준이 되는 할랄은 과거 이슬람 율법에 따라 ‘허용된 것’이라는 의미를 지녔다. 과거보다 훨씬 복잡해진 현대 사회를 살아가는 현대 무슬림에게는 과거의 할랄과 하람 규정으로는 판단할 수 없는 영역이 생겼다. 이에 따라 할랄과 하람의 규정이 재구성되기 시작하였고 이에 따라 과거와는 다른 의미의 ‘할랄’이 사용되기 시작하였다. 본 장에서는 ‘할랄’의 재구성 과정과 그로 인한 사회문화적 그리고 공간적 변화에 대해 다루고자 한다.

가. 재구성 이전의 할랄과 하람

무슬림에게는 기본적으로 다른 종교보다 훨씬 더 높은 수준의 종교적 기준이 일상생활에 적용된다. 이슬람 율법에 따르면 인간의 행동은 모두 종교적 가르침에 따라 이루어져야 하며, 교리상 인간의 행동은 허용된 것, 금지된 것, 인간의 선택에 맡겨진 것, 추천되는 것으로 구분된다.²⁵⁾ 무슬림은 종교적 율법에 따라 일상생활에 관련된 모든 부분에서 할랄 여부를 확인할 의무를 지니고 있으며 할랄이 아닌 것은 소비하지 않는 이슬람식 교육을 어릴 적부터 엄격하게 받아왔다(홍완수, 2015: 6). 할랄 여부는 이

25) 그 중에 할랄(halal)은 허용된 범주를, 하람(haram)은 금지된 범주를 지칭하며 이는 인간의 모든 삶의 영역에서 적용된다(김형준, 2017: 262).

슬람의 규범을 일상생활에서 실천할 수 있도록 하는 가장 중요한 기제 중 하나이다. 무슬림에게 종교 이슬람은 삶의 방식 그 자체이며 이슬람 경전인 꾸란(al-Quran)과 선지자 무함마드의 언행을 담은 하디스(hadith), 이슬람 율법학자들의 해석인 파트와(fatwa)를 통해 구체화되며, 무슬림에게 종교적 수행과 일상 생활의 구분은 무의미하다(박정훈, 2016: 222). 무슬림의 일상생활에서 가장 중요한 기준인 할랄은 무슬림의 경제와 사회 활동 등 일상생활의 모든 측면을 규제한다. 이슬람 율법 샤리아(Sharia)에서 허용한 할랄과 반대로 하람(haram)은 ‘허용되지 않은 것’을 의미한다. 꾸란에서 하람으로 지정된 행위들은 생명을 위협받는 것과 같은 예외적인 상황 이외에는 반드시 금해야 하는 것(박정훈, 2016: 222)으로 무슬림에게 할랄과 하람은 일상생활에서 가장 근본적이며 율법적인 구분으로 볼 수 있다.

일상생활 중 ‘먹는 것’에 대한 할랄 여부는 무슬림의 정체성을 더욱 강화하는 역할을 한다. 무슬림은 코란과 수나(sunna)에서 규정한 할랄 음식만 섭취하는 것이 종교적 의무이며, 음식에 대한 허용 가능성은 다음 세 가지 기준을 따른다. 첫 번째로 하람은 신이 ‘불순한 것(impurity)’ 또는 ‘해로운 것(harmfulness)’로 정의한 것으로, 신이 하람으로 규정한 것에 대해서 의심의 여지 없이 받아들여야 한다. 두 번째로, 무슬림에게 허용된 것은 그대로 충분하고, 반대로 불필요하거나 과도한 것은 금지된다. 마지막으로 무슬림은 할랄과 하람 사이의 ‘의심스러운 것(doubtful)’은 피해야 한다. 허용되는 것과 금지되는 것 사이에는 분명히 애매한 영역(grey area)이 존재하는데, 무슬림에게 애매한 영역에 해당하는 의심스러운 것은 피하는 것이 종교적으로 경건한 행동으로 여겨진다. 이슬람에서는 할랄과 하람 사이에 존재하는 의심스러운 것을 매쉬부(mushbooh)라고 표현한다(Johan Fischer, 2008: 31).

일상생활은 할랄과 하람, 그리고 매쉬부로 구성되고 할랄이 아닌 비할랄(non-halal)은 하람 뿐만 아니라 매쉬부도 포함한다. 이러한 비할랄 영역은 과거에도 존재하였다. 하지만 새로운 상품과 서비스의 발달, 그리고 다른 국가와의 교류 증대로 인해 비할랄 영역은 증가하였다. 비할랄 영역의 증대는 ‘새로운 할랄과 하람의 기준’이 필요를 의미하며 전혀 새로운 것들이 생겨남에 따라 할랄에 대한 의미 재정립이 요구되었다.

나. ‘할랄의 재구성’과 할랄화

무슬림은 일상생활에 있어서 모든 대상을 할랄과 비할랄으로 구분하는 것이 필수적이다. 하지만 코란에서 허용하거나 금지한 것 외에도 할랄과 하람의 기준이 적용되지 않는 새로운 상품과 서비스의 발달로 무슬림은 일상 속에서 스스로 할랄과 하람을 구분하는 것이 어려워졌다.

새로운 상품과 서비스에 대한 반응으로 할랄과 하람의 규정이 재구성되며 재구성된 할랄이 실생활에 적용되는 과정 전체를 ‘할랄화’라고 말한다. 이러한 할랄화가 말레이시아에서 진행된 이유는 한마디로 할랄과 하람의 구분이 명확해지지 않게 되었기 때문이다. 다른 이슬람 국가와 달리 말레이시아에서 할랄과 하람의 공존이 두드러지며 할랄화까지 연결된 이유는 무엇일까?

첫 번째로, 말레이시아는 다종족인 동시에 다종교 국가이며 무슬림인 말레이와 비무슬림인 화인이 함께 살아가고 있어 말레이시아에서 비할랄을 완전히 배제할 수 없다. 전통적인 무슬림 국가에서는 무슬림이 대다수를 차지하고 할랄만 소비하기에 할랄과 비할랄이 서로 교차되거나 공유되는 공간이 드물다. 하지만 말레이시아에서는 다종족·다종교적 특성 때문에 말레이시아라는 지역적 공간 안에서 할랄과 비할랄이 공존하고 때로는 교차하기도 한다. 할랄과 비할랄의 교차의 대표적인 사례로는 돼지고기를 들

수 있다. 돼지고기는 가장 대표적인 하람으로 돼지고기를 판매하거나 소비하는 것은 무슬림에게 철저히 금지되어 있다. 하지만 말레이시아에서 돼지고기는 비무슬림인 화인이 가장 선호하는 음식이며, 화인의 공간에서는 돼지고기 판매와 소비가 빈번하게 이루어진다. 말레이시아에서 화인은 ‘돼지고기를 먹는 사람’, 말레이는 ‘돼지고기를 혐오하는 사람’이라는 표현이 통용되고 있듯이, 돼지고기 소비 여부는 두 종족을 구분하는 일상적이고 가시적인 지표이다. 동시에 돼지고기에 대한 선호와 혐오라는 극단적 대립은 말레이와 화인이 서로를 ‘절대적인 타자’로 인식하고 교류를 기피하는 중요한 요인이다. 말레이시아에서 돼지고기 소비에 대한 태도는 말레이와 화인 간에 관념과 정서, 행동의 측면에서 차이와 배제를 만들어내고 있다(오명석, 2004: 7). 돼지고기로 대표되는 비할랄에 대한 태도는 두 종족 간의 차이와 배제를 나타내지만, 무엇보다 중요한 것은 말레이시아에서 비할랄은 완전히 배제되지 못하고 암묵적으로 용인되었다는 것이다.

두 번째는 새로운 상품 및 서비스의 증가와 비무슬림 국가와의 교역으로 애매한 영역이 확대되었다. 과거에 존재하지 않았던 것은 코란에 따라 할랄과 하람으로 구분할 수 없었기 때문에 매쉬무 영역에 분류하게 되었다. 이와 더불어 비무슬림 기업과 국가로부터 대량의 상품을 수입하게 되면서 할랄과 비할랄이 공존하게 되었다. 애매한 영역에 대한 할랄을 판단하기 위해서는 대상의 본질(nature)뿐만 아니라 가공과정, 유통, 획득 방법까지 면밀히 살펴보아야 하는데, 이에 대해서 비교적 명확한 기준이 존재하지만 엄격한 할랄 인증과 취급에서는 추상적이고 모호한 측면이 반드시 존재할 수밖에 없다. 할랄과 비할랄을 규정하는 기본 원리는 신의 질서로 남아있지만(Johan Fischer, 2008: 31) 애매한 영역에 대한 해석이 이슬람 전문 기관이나 이슬람 전문가에 의해 시도되었다.

비할랄이 완전히 배제되지 못하고 암묵적으로 용인되는 말레이시아에서 할랄과 비할랄이 교차하는 지점은 중요한 의미가 있다. 말레이와 화인은 말레이시아에서 섞여 살아가고 있지만, 할랄과 비할랄이 교차하는 지점에서는 결정적으로 두 종족이 철저하게 구분되며 말레이는 확실한 ‘할랄’을 요구하게 된다. 이와 더불어 애매한 영역의 확대는 기존에 코란에 명시된 할랄의 개념과 정의를 변화시켰다. ‘할랄’의 의미를 재정립하며 실제로 적용하는 변화 과정, 즉 할랄화의 한 사례로 ‘할랄 인증제’가 도입되었으며 할랄 인증제 도입은 말레이시아에서 무슬림의 일상영역 확대로 이어진다.

다. 할랄화로 인한 변화

새로운 상품이 만들어지고, 서구 프랜차이즈 식품의 확산으로 인해 국제 식품 시장이 변화함에 따라 할랄 인증 기준이 적용되기 시작하였다. Johan Fischer(2008)는 사람들이 ‘할랄’을 이전과 달리 새롭게 정의하고 이해하면서 구분과 분리를 확실하게 하는 현상을 초래했다고 말한다. 또한, 과거에는 보이지 않았던, 그저 코란에 명시되어 있었던 ‘할랄’이 할랄화 이후 상품의 할랄로고 등으로 가시성이 증가하였다. 즉, 할랄이 상품화된 형태로 확산한 이후에는 사람들도 확실히 할랄과 비할랄을 인지하게 되어 할랄과 비할랄의 구분이 용이하게 되었다. 이러한 할랄의 가시화는 자본주의 사회에서 무슬림 시장을 목표로 하는 국가와 기업에 기회를 제공하였다. 할랄의 가시화는 무슬림 소비자들이 ‘할랄 제품’만 소비하게 만들었으며 이러한 할랄 제품에 대한 수요의 증가는 선진국의 할랄 제품 시장의 진출을 초래하였다. 이러한 방식으로 선진국은 닫혀있었던 무슬림 시장에 진입하게 되었다.

실제로 말레이시아의 할랄화는 완전히 새로운 형태의 말레이 공동체 형

성에 기여했다. 할랄화의 확산으로 무슬림은 할랄과 비할랄을 새로운 기준에 따라 이해하고 구분하게 되었으며, 때로는 어떠한 대상이 진정한 할랄인지 아닌지 의심하는 등 다양한 방식으로 해석하고 일상생활에서 할랄 기준을 실천하게 되었다. (Johan Fischer, 2008: 32).

할랄화 이전에는 자연스럽게 종족별로 일상생활이 구분되었다면 쇼핑물이 생겨나면서 할랄과 비할랄이 불가피하게 공존하게 되었다. 본격적인 할랄화 이전에는 종족별 음식을 소비하는 공간이 명확하게 구분되었다. 특히 음식에 대한 할랄의 기준이 엄격하기에 식품관, 푸드코트 등에서는 공간의 분리가 더욱 뚜렷하게 나타났다. 1987년 개점한 더 몰(The Mall)의 푸드코트는 말레이 음식을 판매하는 공간과 화인의 공간이 뚜렷하게 분리되어 있었다. 화인의 공간에서는 돼지고기 음식을 판매하며, 메뉴판은 중국어로만 써져 있었다. 말레이 공간에는 말레이 고객이 압도적으로 많은 반면 화인의 공간에서는 말레이 고객을 볼 수 없었다(오명석, 2012: 13). 할랄과 비할랄의 공존이 증가하자 할랄 여부는 무슬림에게 있어서 예민한 관심의 대상이 되었다. 이와 더불어 다국적 기업이 말레이시아에 진출할 때 역시 할랄 여부가 중요한 이슈였다. 대표적인 다국적 프랜차이즈 기업인 맥도날드, 버거킹, 스타벅스 등이 말레이시아에 진출하기 위해서는 ‘할랄 기준’을 만족시켜야 했다.

할랄과 비할랄 공간의 불편한 공존, 비무슬림 국가로부터의 상품 수입, 다국적 기업의 말레이시아 진출 등으로 말레이시아의 무슬림들은 ‘할랄’에 대한 걱정 없이 안심하고 소비할 수 있도록 제 3자에 의해 할랄을 입증하는 인증의 필요가 강하게 요구되어 말레이시아에서는 정부 기관에 의한 ‘할랄인증제도’가 도입되었다.

2. 말레이시아에서 ‘할랄화’의 의미

가. 말레이시아의 할랄인증제도

말레이시아는 다른 무슬림 국가와 달리 국가의 통제 아래 정부 기관에서 할랄의 표준화와 인증을 제도화하였다. 말레이시아의 할랄 인증은 1972년 제정된 상품표시법(Trade Description) 및 1975년 할랄 표현의 사용과 음식의 표지에 대한 시행령으로부터 시작하였다(이선희, 2014: 224). 이후 말레이시아는 정부 기관인 JAKIM(이슬람개발부, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia)이 관장하여 1994년 ‘할랄 인증제’를 도입하였다. 1998년 할랄 인증제의 감사업무를 민간기업인 일함다야(Ilham Daya)로 위탁하였으나 2002년 인증제의 모든 업무를 JAKIM이 담당하게 되었다. JAKIM은 이슬람 관련 업무의 효과적이고 효율적인 운영을 목표로, 이슬람 법률 제정 및 표준화 기능과 이슬람 행정 및 관리 기능, 이슬람 교육의 발전과 조정 기능을 수행하고 있다. 그리고 JAKIM은 이러한 여러 기능 중 이슬람 행정 및 관리 기능의 일환으로 말레이시아의 할랄 로고 설정과 할랄 인증제 시행, 그리고 지역시장 및 수출시장에 할랄 인증서를 발급하고 할랄 지침의 강화와 감시 역할을 수행하고 있다(이선희, 2014: 22). 이에 따라 할랄 식품에 대한 표지가 의무화되었으며 허위 표지 시 처벌을 받게 되었다(오명석, 2012).

말레이시아에는 JAKIM외에도 HDC(Halal Development Corporation), 말레이시아 표준국(Department of Standard Malaysia) 등 다양한 할랄 기관이 존재한다. 2006년에 설립된 HDC는 글로벌 할랄 허브로서의 말레

이시아를 목표로 말레이시아의 글로벌 할랄 산업 참여를 도모하는 동시에 말레이시아 경제 발전을 위한 역할을 수행한다. 구체적으로 HDC는 할랄의 가치 보호를 위해 할랄 표준 및 할랄 인증의 발전을 도모하고, 말레이시아 할랄 산업의 발전을 감독 및 조직화하는 역할을 한다. 또한, 할랄 생산자 및 서비스 제공자의 생산 능력 향상 및 말레이시아 할랄 산업에 대한 투자를 지원한다. 이에 HDC는 할랄의 표준, 인증서, 검사 등에 초점을 두고 할랄 제품 및 서비스의 지위 향상을 위해 노력한다(이선희, 2014: 224).

말레이시아의 할랄 인증제는 다른 국가와 달리 정부 기관이 주체로 시행하는 제도이다. 정부 주관의 할랄인증제도는 다른 국가의 할랄인증제도와 달리 보다 강력한 강제성을 지닌다.

〈 그림 12 〉 JAKIM 할랄 로고(출처: JAKIM)



출처: 말레이시아 이슬람개발청(JAKIM) 홈페이지

과거 할랄은 식품 분야에만 국한되었지만, 최근에는 의약품, 화장품, 서비스 등으로 할랄의 대상이 확대되고 있다. JAKIM은 식음료제품(food and beverage products), 소비재(consumers goods), 도축장(slaughter house), 식품관련시설(food premises)을 대상²⁶⁾으로 할랄 인증제를 시행하고 있다. 식음료제품은 식품이나 음료를 포함한 모든 제조 및 생산품을 의미하며 소비재는 식품과 음료를 제외한 상품, 예를 들어 화장품, 의

26) www.halal.gov.my 말레이시아의 JAKIM 홈페이지 참조

류, 장비 등을 의미한다. 동물을 도살하거나 가공하기 위한 장소나 시설인 도축장 역시 할랄 인증의 대상이다. 마지막으로 식품 관련 시설은 식당, 푸드코트, 상업용 주방, 카페테리아, 베이커리, 패스트푸드 레스토랑, 구내 식당, 클럽이나 호텔의 레스토랑뿐만 아니라 키오스크, 요리사 등 식음료와 관련된 건물과 구역, 공간을 의미한다. 할랄 인증은 식품과 같은 상품에만 한정되는 것이 아니라 식품 관련 시설, 즉 음식을 제공하고 소비하는 공간까지도 포함한다. 음식을 소비하는 공간에 있어서 ‘할랄’ 여부는 종교적 율법에 따른 실천과 더불어 음식을 소비하는 분위기, 느낌, 환경에 해당하는 공간적 맥락(spatical context)이 음식과 음식의 본질적 특성만큼이나 중요하다(Johan Fischer, 2011: 110). 이러한 맥락에서 공간에 대한 할랄 인증이 시작되었고 쇼핑몰의 푸드코트 뿐만 아니라 다국적 패스트푸드점 또한, 말레이시아 시장 진출을 위해 할랄 인증을 받기 시작하였다.

나. 말레이시아와 할랄화

30년간 안정적인 경제성장을 이룩한 말레이시아에서는 대량 생산이 가능해졌으며 이전에는 없던 다양한 상품들이 출현하게 되었다. 대량 상품의 제공은 말레이시아 사람들의 일상을 변화시켰다. 대량 생산은 상품을 구매할 수 있는 사람과 구매할 수 없는 사람 사이의 구분을 만들어 냈으며 이러한 구분은 말레이시아에서 두드러지게 나타났다. 이와 더불어 JAKIM은 시대적 흐름에 따라 청결한 것과 불결한 것(purity-inpurity), 할랄과 하람(Halal-Haram), 익숙함과 낯설음(familiar-alien), 중도와 진보(moderate-excessive)와 같은 이분법적으로 구분을 시도하였다. 이분법적 구분은 가시적인 형태인 할랄 로고와 할랄 인증제로 구현되었다.

이러한 구분은 도덕적이고 종교적인, 그리고 사회적인 차원에서 일상적

인 소비에 대한 맵핑(mapping)을 가능하게 하며 소비자들에게 선택에 대한 안내지표를 제공하게 되었다. 이분법적 구분은 말레이시아 사람들의 소비에 있어 안내지표임과 동시에 말레이시아 사람들의 정체성을 확인하는 역할도 한다. 말레이시아에서 상품은 상품 자체의 본질이 어떠한지에 대해 영향을 받는 것이 아니라, 상품이 누군가에 의해 소비되는 과정에서 영향을 받아 상품은 물론 소비자의 정체성이 결정된다.

말레이시아에서 상품은 상품 자체의 본질이 어떠한지에 대해 영향을 받는 것이 아니라 상품이 누군가에 의해 소비되는 과정에서 상품과 소비자의 정체성이 결정된다. 상품의 본질과 무관하게 할랄 인증을 받은 상품을 소비하는 사람은 무슬림 정체성을 재정립하게 된다. 다시 말해서 상품에 대한 할랄 인증은 상품의 의미를 문화적, 종교적으로 재정립하는(Johan Fischer, 2014: 95) 매개체로 말레이시아 사람들의 일상적인 소비를 소비자의 정체성과 연결한다.

말레이 무슬림은 할랄 인증을 받은 상품만 소비하거나 할랄 인증을 받은 식당에서만 식사를 하는 등 일상적인 소비생활에서 ‘무슬림’으로서의 정체성을 표현한다. 반대로 화인들은 할랄 인증과 무관하게 소비하며 할랄과 비할랄의 경계를 자유롭게 넘나든다. 하지만 화인들이 주로 소비하고 이용하는 공간은 대부분 비할랄으로 화인에게는 이러한 비할랄 공간과 상품이 그들의 정체성 그 자체가 된다.

3. 코피티암과 할랄화: 올드타운 화이트커피 사례를 중심으로

가. 할랄화와 기업화된 코피티암

과거에는 가족 중심으로 운영하는 코피티암이 대다수였지만 도시화와 상업화 등으로 기업화된 코피티암이 생겨났다. 기업화된 코피티암의 대표 사례는 올드타운 화이트커피로, 올드타운 화이트커피는 페락주 이포지역에서만 생산되던 화이트 커피를 제조하는 독특한 기술을 갖고 있었다. 올드타운 화이트커피의 창업자 탄 세이 얍(Tan Say Yap)과 고칭문(Goh Ching Mun)은 독특한 제조 기술을 기반으로 말레이시아 전역에 이포지역의 화이트 커피를 알리기 시작하였다. 과거 화이트커피를 판매하던 이포의 작은 코피티암은 1999년 기업화되어 지금의 올드타운 화이트커피의 모습을 갖게 되었다. 올드타운 화이트커피는 현재 말레이시아뿐만 아니라 싱가포르, 중국, 인도네시아, 호주 등에서 237개의 카페 아울렛(cafe outlet)을 운영하며 인스턴트 커피믹스와 음료를 14개국으로 수출하고 있다. 2017년에는 가맹점 사업과 가공식품 사업까지 영역을 확대하였다.

〈 그림 13 〉 올드타운 화이트커피 내부의 할랄 인증 로고



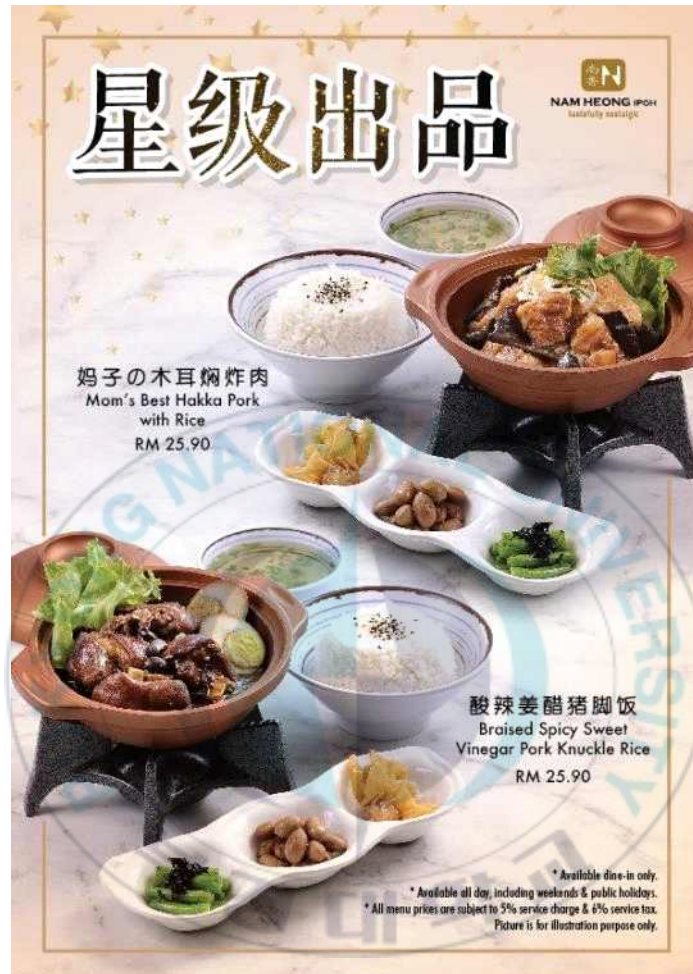
〈 그림 14 〉 올드타운 화이트커피 간판의 할랄 인증 로고



올드타운 화이트커피가 운영하는 카페 아울렛의 인테리어는 과거 이포지역의 코피티암의 전통적인 셋팅과 분위기를 기반으로 하고 있으며 ‘코피티암’이라는 명칭을 사용하고 있다. 올드타운 화이트커피의 시작은 코피티암이었으며 지금까지도 코피티암의 정체성을 유지하고 있다. 올드타운 화이트커피의 정식 기업 명칭은 ‘Kopitiam Asia Pacific Sdn Bhd’로 카페나 커피숍을 의미하는 말레이어 카페(kafa)나 케다이 코피(kedai kopi)를 사용하지 않고 코피티암(kopitiam)이라는 명칭을 사용하고 있다. 이는 올드타운 화이트 커피가 카페로서의 정체성을 갖고 있다기보다 코피티암으로서의 정체성이 강하다고 볼 수 있다. 또한, 올드타운 화이트커피는 스타벅스나 커피빈 등 해외 기업의 카페와는 다르게 식사와 음료를 함께 제공하고 있는 것 역시 코피티암의 정체성을 갖고 있다고 볼 수 있다. 하지만 올드타운 화이트커피는 다른 코피티암과 다르게 할랄 인증을 받은 코피티암이며, ‘코피티암은 화인의 공간’이라는 틀을 깨는 대표적인 공간이다.

올드타운 화이트커피 외에도 이포지역에서 시작한 남흥 코피티암(Nam Heong Kopitiam) 역시 과거 작은 코피티암에 불과하였지만, 기업화되어 현재는 말레이시아의 여러 쇼핑몰에서 찾아볼 수 있다. 남흥 코피티암은 올드타운 화이트커피 보다 ‘화인의 공간’이라는 특징이 강하며 무엇보다 ‘돼지고기를 판매하는’ 비할랄 공간으로서 말레이에게는 배타적인 공간이다.

〈 그림 15 〉 남흥 코피티암의 프로모션 메뉴



출처: 남흥 코피티암 홈페이지

기업화된 코피티암에 해당하는 올드타운 화이트커피와 남흥 코피티암 모두 프랜차이즈 사업을 하지만 전혀 다른 의미의 공간으로 변화하였다. 먼저 남흥 코피티암은 여러 쇼핑몰에서 영업하지만, 돼지고기 메뉴를 판매하는 등 여전히 화인의 음식을 제공하고 있다. 무엇보다 할랄 인증을 받지 않았고, 이름부터 화인이 이주해 온 중국 대륙 남부를 연상하게 하는 南香

(남쪽의 향)을 사용하며 ‘향수를 불러일으키는(tastefully nostalgic)’이라는 말을 덧붙이고 있다. 화인들에게 남흥 코피티암은 아마도 고향의 음식이 그리워 찾는 곳에 해당하며, 남흥 코피티암 역시도 화인들이 고향을 그리워하는 점을 자극하는 마케팅을 하고 있다고 볼 수 있다.

반면에 올드타운 화이트커피는 말레이시아에서 대표적으로 자킴(JAKIM)의 할랄 인증을 받은 공간이며 할랄 메뉴를 제공한다. 올드타운 화이트커피는 남흥 코피티암과 다르게 이름에서 화인의 흔적을 찾아볼 수 없으며 화인의 색깔보다 ‘말레이시아스러움’이 강하다. 올드타운 화이트커피는 JAKIM에서 요구하는 요리도구와 재료를 사용하고 할랄 인증을 받은 공급업체를 통해 원재료를 제공받는다. 심지어 청소 절차까지도 JAKIM에서 요구하는 기준을 충족하고 있다. 올드타운 화이트커피가 운영하는 모든 카페 아울렛 매장은 ‘완전한 할랄 인증’을 받았으며 이는 올드타운 화이트커피를 이용하는 무슬림 소비자를 위한 것이다. 올드타운 화이트커피처럼 식당이 ‘100% 할랄’이라는 것은 할랄 인증 식품과 음료를 제공하며 비할랄 음식이나 알코올은 일절 제공하지 않음을 뜻할 뿐만 아니라 식당의 수입(income)을 하람에 해당하는 행위에 사용되지 않음을 뜻 한다(Johan Fischer, 2011: 112).

식당 공간에 대한 할랄은 그저 먹을 수 있는 것과 없는 것에 그치지 않고, 식당에서 일어나는 행위와 그로 인한 수입의 사용까지도 연결된다. 할랄을 그저 ‘무슬림이 먹을 수 있는 음식’의 정도로 이해한다면 올드타운 화이트커피처럼 철저한 할랄 운영방식에 의문을 가질 수밖에 없을 것이다. 올드타운 화이트커피는 왜 철저한 할랄 인증을 받았으며, 할랄 인증 이후 변화는 무엇일까?

과거 ‘할랄’은 무슬림에게 ‘허용되는 것’의 의미였지만, 할랄화 이후에는 무슬림에게는 ‘허용되는 것’, 그리고 ‘안심하고 소비해도 되는

것’이라는 뜻으로 ‘안심’을 의미함과 동시에 이전에는 경험하지 못했던 새로운 것에 대한 ‘기회’로 해석되기도 한다. 화인들이 주로 먹던 하이난 치킨 라이스(Hainan Chicken rise)²⁷⁾도 할랄 인증을 받으면서 무슬림도 안심하고 먹을 수 있는 음식이 되었다. 이와 더불어 상품 및 서비스, 특히 음식 외에도 할랄화는 무슬림에게 ‘할랄 인증’이라는 프리패스를 제공했다. 화인들이 그들의 문화를 향유하던 공간에는 무슬림이 출입할 수 없었던 반면, ‘할랄 인증’을 받은 화인의 공간에는 무슬림이 출입이 가능해졌다. 할랄화는 사람의 이동을 자유롭게 하는 동시에 사람을 섞이게 하는 역할을 했다.

나. ‘사람이 섞이는 공간’

과거 무슬림과 비무슬림의 일상적 공간은 때로는 할랄과 비할랄이 교차하기도 하였지만 대부분 자연스럽게 할랄과 비할랄로 구분되었다. 쇼핑몰로 대표되는 모든 종족이 함께 공유하는 공간의 탄생 이후에는 할랄과 비할랄이 같은 공간에서 공존하며 교차하는 빈도가 증가하여 불편한 상황이 자주 발생하였다. 과거에는 눈에 보이지는 않지만 자연스럽게 구분되어 ‘할랄’에 대한 인증이 불필요하였지만, 할랄과 비할랄의 교차 지점이 증가하고 비무슬림 국가와의 교역 및 새로운 상품과 서비스의 증가로 애매한 영역이 확대되어 말레이시아에서는 할랄 인증제 도입으로 대표되는 할랄화가 진행되었다.

할랄화는 무슬림에게 일상적인 소비에 있어서 안정감을 제공하는 동시에 말레이와 화인 사이의 경계선을 열어지게 만드는 일종의 ‘프리패스’를

27) 돼지고기가 들어가지 않는 음식이지만 주로 화인들이 먹는 음식으로 말레이에게는 의심의 대상이었다.

제공하였다. 이와 더불어 과거에는 공간이 철저하게 분리되었지만, 할랄 인증제로 인해 화인의 공간이라는 특징은 유지하면서 말레이도 드나들 수 있는 공간이 탄생하였다. 할랄화로 인한 새로운 공간의 탄생은 말레이와 화인이 섞이는 것을 가능하게 하였다. 즉 할랄화는 여러 종족이 함께 이용할 수 있는 공간의 확대에 크게 기여하였음에 틀림없다.

할랄화로 인한 공간의 변화는 쇼핑몰에서 쉽게 찾아 볼 수 있다. 쇼핑몰 안에서도 할랄 인증을 받은 공간과 그렇지 않은 공간이 존재하지만, 말레이와 화인 모두가 이용할 수 있는 새로운 공간 역시 존재한다. 할랄화는 표면적으로 이슬람 율법에 따른 할랄 인증제의 도입으로 이해되며 무슬림과 비무슬림을 구분하는 경계선으로서의 의미가 강해 보인다. 하지만 사실 할랄화는 할랄과 비할랄의 경계를 허무는 역할을 수행하며 공간 안에서 ‘사람의 섞임’을 초래한다.

올드타운 화이트커피로 대표되는 전통적인 화인공간의 할랄화는 말레이시아 사람들에게 어떤 인식의 변화를 가져왔을까? 할랄 인증제 도입으로 생겨난 ‘사람이 섞이는 공간’에 해당하는 올드타운 화이트커피는 말레이시아 사람들에게 종족이나 종교와 무관하게 드나들 수 있는 ‘모두의 공간’이다. 무엇보다 올드타운 화이트커피는 말레이시아 젊은 소비자에게 화인의 공간이나 중국식 카페이기보다 ‘코피티암’ 그 자체이다. 이주한 화인의 전유물이었던 코피티암과 그 공간을 구성하는 모든 것들을 이제는 말레이시아 사람들 모두가 누릴 수 있게 되었고 이것이 곧 ‘말레이시아의 것’이라고 불리게 되었다. 할랄화는 말레이시아에서 진정으로 ‘사람이 섞이는 공간’을 만들어주었고 진정한 ‘다종족 국가’로서 말레이시아의 가능성을 열어준다.

V. 결론

다종족 국가인 말레이시아는 사람과 문화가 모두 섞인 ‘혼종’을 대표하는 것처럼 보이지만 말레이시아의 일상적 공간은 특이하게도 종족 간의 구분이 뚜렷한 양극화된 구조를 갖고 있다. 식민주의와 신경제정책은 말레이시아 종족 정체성을 양극화 하였으며 이로 인해 문화와 음식에서도 양극화 현상이 나타나게 되었다. 이러한 양극화를 더욱 심화시키는 것은 종족 간의 상이한 종교이다. 말레이는 무슬림, 화인은 비무슬림인 종교적 구분은 말레이시아의 일상적 공간을 더욱 뚜렷하게 분리하였다.

무슬림인 말레이는 종교적 율법에 따라 일상생활에 있어서 허용되는 것과 그렇지 않은 것의 구분이 뚜렷하며 일상생활에서 철저한 율법의 실천을 통해 무슬림으로서의 정체성을 강화하고 있다. 반면, 화인의 경우 본국과 긴밀하게 연결되어 이주 이후에도 독특한 화인만의 정체성을 유지하고 있다. 특히 말레이시아의 코피티암은 말레이반도로 이주한 화인들의 고유한 유산이다. 식민시대 이후 이주한 화인들은 영국 식민 관리의 가정부나 요리사로 노동하며 영국의 문화를 접하였고, 이를 자신들의 문화에 혼합시키기도 하였다. 화인은 특유의 관계 중심의 사회를 꾸려나가면서 고향의 문화는 유지함과 동시에 영국과 말레이반도의 토착문화를 융합하여 새로운 문화를 만들었으며 코피티암은 이러한 새로운 문화를 공유하는 공간이 되었다.

말레이는 이슬람 율법을 실천하면서, 화인은 그들의 문화를 향유하면서 각 종족의 정체성을 유지했다. 종족 정체성이 뚜렷한 말레이와 화인의 구분은 음식 소비 공간에서 더욱 선명하게 나타난다. 말레이는 할랄만 소비하며, 비할랄에 대해서는 먹지도 마시지도 않으며 비할랄로 간주되는 공간

에는 가지도 않는다. 이러한 종교적 기준을 가진 말레이는 비할랄로 대표되는 돼지고기는 절대 먹지 않으며 돼지고기가 들어간 음식을 판매하는 공간에는 출입하지도 않는다. 반면에 화인의 식문화에서 돼지고기는 배제할 수 없는 필수적인 것으로 화인들은 돼지고기를 가장 선호하며 늘 즐겨 먹는다.

말레이와 화인은 종교적 실천으로 일상생활이 구분되기 때문에 말레이시아에서 말레이와 화인 간의 교류는 드물고, 서로의 공간을 침범하지 않는 구분된 생활이 가능했다. 하지만 여러 요인으로 인해 할랄과 비할랄의 공간적 접촉이 증가하고 이슬람 율법에 따라 할랄과 하람을 판단할 수 없는 대상과 영역이 확대되었다. 할랄과 비할랄의 불편한 공존은 ‘할랄’에 대한 인식과 이해에 변화를 가져왔다. 특히 무슬림은 할랄의 안정성을 보장받기 원했고 이에 따라 말레이시아 정부는 할랄 인증제를 도입함으로써 새로운 방식으로 할랄을 실천하게 되었다.

할랄에 대한 인식과 실천의 변화, 즉 할랄화로 인해 말레이시아에서 무슬림의 일상생활 영역은 확장되었다. 할랄화는 할랄에 대한 사람들의 인식과 이해의 변화, 할랄 로고부착 등 할랄의 가시화 등을 포함한다. 무엇보다 과거에는 할랄의 판단 대상이 아니었던 공간과 새로운 대상에 대한 할랄인증이 시도되었다. 먼저 맥도날드, 버거킹, 스타벅스와 같은 해외기업이 무슬림 고객을 위한 마케팅 전략의 일환으로 할랄 인증을 받기 시작하였으며 이후 몇몇 화인 식당도 할랄 인증을 받기 시작하였다.

할랄화를 무슬림의 헤게모니가 강화되는 현상으로 보는 것도 당연하지만, 모순적이게도 할랄화는 말레이와 화인 간의 경직된 종족 경계를 허무는 역할을 수행하고 있다. 할랄 인증을 받은 공간의 확대는 곧 무슬림의 배타적 소비 공간의 확대를 초래하는 것은 아니다. 화인 식당이 할랄 인증을 받는 것처럼 할랄화는 말레이와 화인의 음식 소비 공간의 엄격한 격리

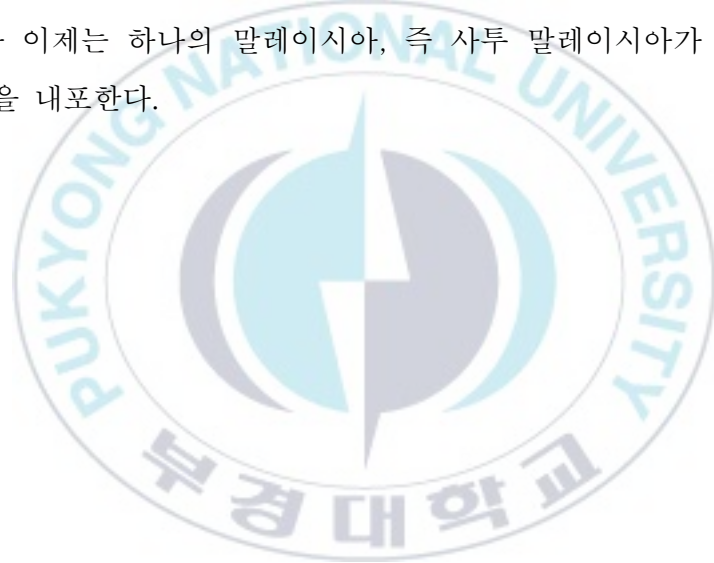
에 균열을 가져오고 있다(오명석, 2012: 54). 앞서 언급한 것처럼 코피티암에서도 할랄화가 진행되었다. 모든 코피티암이 할랄화로 인해 할랄 인증을 받은 것은 아니지만 몇몇 할랄 인증을 받은 코피티암에서는 돼지고기 음식을 제외하거나 비할랄 음식을 할랄 음식으로 대체하는 등의 방식으로 말레이 소비자를 받아들이기 시작하였다.

종족 구분이 뚜렷한 말레이시아에서 할랄화는 다음 두 가지 기능을 했다. 첫 번째로 할랄화는 기존 말레이시아 종족 소비에 새로운 소비패턴을 제시하였다. 과거 코피티암은 화인의 공간이라는 느낌이 강했지만, 할랄화 이후에는 말레이시아를 대표하는 공간 중 하나로 코피티암을 인식하게 되었다. 소비의 할랄화는 종교적 이념을 떠나 모두가 동일하게 상품 및 서비스를 소비할 수 있도록 하였다. 말레이와 화인이 종족과 종교와 무관하게 ‘한 공간에서 같은 것을 소비하는 것’은 그들에게 동일한 소비 경험을 제공하며 그저 소비의 주체로 행동할 수 있게 만들었다.

두 번째로, 할랄화는 전통적인 화인의 공간이었던 코피티암에 말레이의 출입을 가능하게 하였다. 할랄 인증을 받은 코피티암은 화인에게 있어서는 진정성을 의심받고 있지만, 말레이시아 사람들에게 할랄 인증을 받은 코피티암은 종족과 무관하게 모두가 즐길 수 있는 ‘새로운 공간’임에 틀림없다. 할랄과 전혀 무관한 화인들은 이전과 동일하게 코피티암을 일상적으로 드나들고 있으며, 말레이는 ‘할랄 인증’이라는 허가를 받아 ‘금지되었던 공간’으로의 출입이 가능해졌다. 할랄 인증을 받은 화인 공간의 탄생으로 인해 아주 뚜렷하게 구분되어 있던 두 종족이 한 공간에 섞이기 시작하면서 경직되었던 종족 구분을 완화시켰다. 이러한 ‘사람이 섞이는 공간’의 출현은 말레이시아 사회에 새로운 기회를 제공한다.

다른 국가와 달리 말레이시아 사람들은 자신의 종족을 밝히는 것을 꺼리지 않는다. 오히려 일상생활에서 자신의 종족을 표현할 기회가 많다. 일상

적으로 자신이 즐겨 찾는 식당이 곧 종족 정체성으로 연결되며 작은 소비에도 종족적 특성이 반영된다. 종족을 표현한다는 것은 곧 종족의 구분이 뚜렷하다는 것으로 해석된다. 말레이시아의 역사적 배경과 더불어 종족 경계와 종교 경계의 중첩은 종족 간의 갈등과 분열로 연결된다. 하지만 말레이시아 정부는 다종족 국가로서의 정체성을 3개 주요 종족으로 이루어진 말레이시아가 이제는 하나의 말레이시아가 되어야 한다는 ‘사투 말레이시아(Satu Malaysia, 1 Malaysia)’ 정책을 통해 보여주고 있다. 할랄화로 인한 새로운 소비 패턴의 등장과 ‘사람이 섞이는 공간’은 분리되었던 말레이시아가 이제는 하나의 말레이시아, 즉 사투 말레이시아가 될 수 있다는 가능성을 내포한다.



참고문헌

1. 참고문헌 및 논문

- 김주아. (2018). 동남아 화인(華人)의 화문(華文) 교육 -인도네시아, 태국, 말레이시아, 싱가포르를 중심으로-. 중국연구, 76(0), 239-265.
- _____ (2019). 말레이시아 화인기업(華商)의 네트워크 활용 실태 조사. 중국과 중국학, (37), 89-122.
- _____ (2019). 말레이시아 화인의 다문화 수용성 조사. 중국연구, 81(0), 23-39.
- 김형중. (2013). 한국의 말레이시아 연구 동향. 아시아리뷰, 3(2), 107-138.
- 김형준. (2017). 이슬람과 할랄 소비: 인도네시아 할랄제품보장법을 중심으로. 동아연구, 36(1), 253-294
- 김혜련. (2014). 동남아 화인디아스포라의 현지사회 정착과 화인정책. 평화학연구. 15(5). 201-222
- _____ (2014). 인도네시아와 말레이시아 화인디아스포라의 현지사회 정착과 화인정책 비교. 평화연구, 15(5)
- _____ (2017). 말레이시아 화인과 말레이인의 종족관계 조사 연구. 中國學, (58), 229-244.
- 박정훈. (2016). 인도네시아와 말레이시아의 할랄(Halal)인증제 비교연구. 아태연구, 23(3). 221-261.
- 오명석. (1999). 특집 : 동남아 화인사회 연구/말레이시아의 화인사회(1945-1969): 독립과 마화의 정체성. 동남아시아연구, 7(0), 245-269.

- _____ (2004). 말레이시아에서의 돼지고기 소비와 종족관계. 동남아시아 연구, 14(2), 1-38.
- _____ (2011). 동남아 이슬람의 쟁점. 아시아리뷰, 1(1), 197-226.
- _____ (2012). 이슬람적 소비의 현대적 변용과 말레이시아의 할랄 인증제: 음식, 이슬람법, 과학, 시장의 관계. 한국문화인류학, 45(3), 3-62.
- _____ (2017). 말레이시아의 할랄 식품 시장과 할랄 인증제. 인도네시아와 말레이시아의 소비문화, 367-403.
- 이선호 (2014). 말레이시아 이슬람 경제의 대두: 금융과 소비 영역을 중심으로. 동남아의 이슬람화. 185-232
- 이수안. (2011). 혼종공간으로서 카페와 유목민의 문화풍경. 문화와 사회, 10(), 34-66.
- 이용철. (2017). 말레이시아 화인의 음식 소비. 비교문화연구, 23(1), 219-249.
- 임은진. (2016). 국제적 인구 이동에 따른 말레이시아의 다문화사회 형성과 지역성. 한국도시지리학회지, 19(2), 91-103.
- 조원일, 윤지원 (2016). 19세기 말레이시아와 싱가포르 지역의 화인 이주 과정 연구, 한중인문학회 국제학술대회, 121-132
- 조흥국. (2010). 동남아시아에 대한 유럽 식민주의의 동기와 영향. 동남아연구, 20(1), 191-231.
- 진미윤, 이현정. (2005). 싱가포르의 주택정책과 주택공급체계. 국토연구, (), 215-237.
- 최종석, 김종업. (2011). 말레이시아 종족 간의 갈등 원인과 현황 연구: 신경제정책(The New Economic Policy, NEP)와의 연관성을 중심으로. 사회과학논집, 42(1), 39-63.

- 현재훈. (2016). 할랄 시장의 부상과 다국적기업의 대응 전략. 한국국제경영관리학회 학술발표대회 논문집, 795-815.
- 홍석준. (2001). 특집 - 이슬람과 동남아시아 : 현대 말레이시아 이슬람 부흥운동의 문화적 의미. 동남아시아연구, 11(0), 1-27.
- 홍재현. (2008). 말레이시아 화교의 특성. 중국인문과학, 38(), 427-444.
- _____. (2008). 말레이시아 종족폭동과 화교와의 관계에 대한 고찰. 중국인문과학, 40, 619-635.
- Ahmed, Z.U., Ghingold, M. and Dahari, Z. (2007), "Malaysian shopping mall behavior: an exploratory study", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 19 No. 4, pp. 331-348.
- Ralf Vollmann, Tek Wooi soon. 2018. "Chinese identities in multilingual Malaysia", *Grazer Linguistische Studien* 89, 35-61.
- Lai, Ah Eng, 2010, "The Kopitiam in Singapore: An Evolving Story about Migration and Cultural Diversity". Asia Research Institute Working Paper No. 132.
- Roobert Kemenyfi, 2011, "The Notion of Ethnic Space". *Acta Universitatis Sapientiae, Philologica*, 3(2). 123-133
- Che man Yaakob B & Sazili, A. Q. (2010). "Food production from the halal perspective". In Isabel-Guerrero-Legarreta (Ed.), *Handbook of Poultry Science and Technology: Primary Processing*(1). 183-215
- Johan Fischer. 2011. "The Halal Frontier: Muslim Consumers in Globalized Market", Series: Contemporary Anthropology of Religion/ Publisher: Palgrave Macmillan US.
- Johan Fischer (2008). *Proper Islamic Consumption*. NIAS Press

- Fischer, J. (2015). Muslim consumption and anti-consumption in Malaysia. *Tidsskrift for Islamforskning*, 9(2), 68–87.
- Bridget Welsh. 1999. “Malaysia and Globalization: Contradictory currents” . *Asian perspective*. 23(4). 261–286
- Andrea Wenzel (2016). “Eating Together, Separately: Intergroup Communication and Food in a Multiethnic Community” . *International Journal of Communication*. 10. 620–641
- A. Wise, S. Velayutham (2009). *Everyday Multiculturalism*. Springer,
- Yeoh Seng Guan (2014). *The Other Kuala Lumpur: Living in the Shadows of a Globalising Southeast Asian City*, Routledge
- Jean Duruz, Gaik Cheong Khoo (2015). *Eating Together: Food, Space, and Identity in Malaysia and Singapore*, Rowman & Littlefield Publishers
- Kathleen M. Adams, Kathleen a. Gillogly (2011). *Everday life in Southeast Asia*, Indiana University Press
- Florence Bergeaud-Blackler, Johan Fischer, John Lever (2015). *Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective*, Routledge
- Pat Caplan (1997). *Food, Health and Identity*, Psychology Press
- Eric Olmedo (2015). *Identity at Work: Ethnicity, Food & Power in Malaysian Hospitality Industry*, Springer
- Penny Van Esterik. (2008). *Food Culture in Southeast Asia*, ABC-CLIO

2. 웹사이트

말레이시아 법무부 공식 포털사이트 www.agc.gov.my

말레이시아 통계청 홈페이지 www.dosm.gov.my

말레이시아 이슬람개발청 홈페이지 www.halal.gov.my

올드타운 화이트커피 홈페이지 www.oldtown.com.my

남흥 코퍼티엄 홈페이지 www.namheongipoh.com

