

## 미얀마 한인사회의 파트너 담론과 양면적 현지 인식

김 희 숙\*

### 국문초록

개혁개방 이래의 법과 제도 개혁에도 불구하고 여전히 미얀마의 경제활동을 지배하는 정실주의의 관행은 시장에서의 공정한 경쟁보다는 유력자들의 인적 네트워크에 접근하여 기회를 얻는 것을 부추긴다. 하지만 대다수 한인들에게 “하이랭크”로 지칭되는 특권층의 비즈니스 네트워크에 접근할 수 있는 기회는 극히 제한적이다. 반면 한인들이 일상적으로 접촉하는 현지인들과의 관계에서는 여러 형태의 갈등과 문제가 빈발한다. “하이랭크”에 대한 높은 평가와는 달리 “로컬” 일반을 피상적인 문화적 설명에 근거하여 저평가하거나 잠재적 약탈자로 보는 한인들의 양면적 인식이 이러한 경험으로부터 생성된다. 미얀마 사회가 허용하는 성공의 기회에 대한 기대감과, 다른 한편으로 그에 대한 기대가 좌절된 채 현지인과의 관계에서 일상적으로 위계의식의 역전을 맞보곤 하는 한인들의 상대적 박탈감이 이러한 인식의 바탕을 이룬다. 본 논문은 미얀마 한인들의 사회경제적 조건과 이행기 미얀마의 불균등한 기회구조에 대한 분석을 통해 이를 설명하고자 하였다.

**주제어:** 미얀마, 한인사회, 로컬, 파트너 담론, 비즈니스 네트워크

\* 전북대학교 고고문화인류학과 강사 겸 전북대학교 동남아연구소 객원연구원,  
myanmarmia@jbnu.ac.kr

## I. 들어가며

1980년대 말부터 본격화된 한국기업의 동남아 진출과 함께 동남아 각국에도 적지 않은 수의 한인들이 살고 있는 것으로 파악된다. 그에 따라 동남아 진출 한인과 한인사회에 관한 연구도 지속적으로 이루어지고 있다. 하나의 집단범주로서 한인사회의 형성 역사와 사회경제적 분화를 다룬 연구(김홍구 2019; 이승은 2014; 채수홍 2005, 2017 등)를 비롯하여 지역별 한인의 이주 특성(채현정 2009; 홍석준 2016 등), 국가 정체성(김동엽 2018) 등 다양한 주제에서의 접근이 시도되었다. 가장 많은 연구가 이루어진 것은 동남아 각국에 진출한 한인기업 관련 연구들로, 한인의 동남아 진출이 대체로 기업 진출의 역사와 함께 이루어진 까닭에 한인기업의 일터가 주된 연구공간이 되는 경향을 보인다. 한인기업의 동남아 진출 및 현지 적응 전략(강윤희 2014; 오명석 2014; 엄은희 2014; 전제성 2014), 다국적기업을 포함한 한인기업 내부의 한국인 고용주(또는 중간관리자)와 현지인 노동자 간의 노사관계와 정치과정(전제성 1999, 2014; 채수홍 2003, 2013, 2016 등), 공장 내 한인과 현지인 간의 의사소통 문화(강윤희 2017) 등을 주제로 한 연구들이 이루어졌는데, 한인과 현지인의 상호작용이 밀도 있게 이루어지는 현장의 상황을 분석하고 있다는 점에서 한인과 현지인 관계를 이해하는 데 많은 시사점을 제공해준다.

본 연구는 동남아 한인과 한인사회에 관한 연구가 꾸준히 이루어져온 동안에도 그간 공백으로 남아있던 미얀마의 한인사회에 관한 연구로서, 미얀마 한인의 파트너 담론을 중심으로 한인의 현지 인식과 현지인과의 관계에 관해 고찰하고자 한다. 미얀마 한인사회에 관한 첫 연구로서 연구자가 한인사회의 파트너 담론을 선택한 것은 90% 이상의 한인들이 현지인과 파트너 관계를 형성하여 생활하지 않을 수 없는 상황에 주목해서다. 다른 동남아 국가에서도 상황은

이와 비슷할 수 있겠으나 미얀마 한인사회에서 특히 파트너 관계가 중시되고 있는 것은 사회 전반에 걸친 개혁 조치에도 불구하고 반세기 이상 지속된 군부정권시기의 법적, 제도적 유산이 청산되지 않은 채 여전히 지속되고 있는 데 따른 것이다. 특히 외국인의 법적 지위와 현지에서의 경제 활동에 큰 제약으로 작용하는 법과 제도 환경이 현지인 파트너에 대한 한인의 의존도를 높이고 있는 요인으로 작용하고 있다. 따라서 한인과 현지인의 파트너 관계에 대한 분석은 한인의 현지 적응 전략을 보여주는 것이자 상호간의 관계에 대한 인식이 어떻게 이루어지는지를 보여주는 한 방법이 될 수 있다.

파트너 관계로서 미얀마 한인과 현지인의 관계는 상호 인식에 대한 연구가 되어야 할 것이 마땅하다. 하지만 현지인의 입장에 관한 현지연구가 이루어지지 못한 까닭에 이 연구는 애초부터 반쪽짜리 연구가 될 수밖에 없는 한계를 갖고 있다. 양자 간의 '관계'에 관한 세밀한 관찰이 이루어지지 못한 데 따른 이러한 한계를 인식하여, 대신 연구자는 한인의 파트너 담론이 미얀마 현지사회의 기회구조를 어떻게 반영하고 있는지, 그리고 이를 통해 현지사회와 현지인에 대한 관계를 어떻게 규정하는지를 묘사하는 데 주력하였다.

본 연구를 위한 현지조사는 2018년 1월과 7월, 10월, 그리고 2019년 1월까지 매 시기 약 2~3주에 걸쳐 이루어졌다. 미얀마 한인 대다수가 거주하고 있는 양곤에서 직업과 연령, 성별 등을 고려하여 30여명의 한인을 만나 두 시간에서 세 시간에 걸쳐 인터뷰를 진행하였다. 하지만 이 모든 사람들로부터 이 논문의 주제인 현지인 파트너와의 관계에 관한 내용을 들을 수 있었던 것은 아니다. 연령이나 성별 특성상 파트너 관계와 해당 없는 한인들이 있었고, 미얀마로 오게 된 배경과 계기, 현지 적응과정과 어려움, 자녀교육, 다른 한인들과의 관계, 한인단체 활동 등 포괄적인 내용으로 인터뷰를 진행했기 때문이다. 그 가운데 파트너 관계 또는 현지인과의 관계와 관련하여 특히

인상적이었던 인터뷰를 중심으로 본 연구의 내용을 구성하였다.

연구의 내용을 간단히 안내하면, 먼저 2장에서는 미얀마 상황을 중심으로 한인의 진출 현황을 소개하였다. 한인의 미얀마 진출이 이루어진 초기부터 현재까지의 진출 현황을 살펴보면, 특히 개혁개방 정책이 시행된 이후 한인이 처해 있는 여건에 주목하였다. 3장에서는 현지인 파트너의 중요성을 강조하는 한인의 파트너 담론이 주로 어떤 내용을 가지며, 그러한 담론에 드러난 한인의 인식은 어떠한지를 들여다보았다. 4장에서는 앞서 3장에서 다룬 한인의 파트너 담론이 반영하는 한인의 현지 인식과 이를 통해 드러나는 자기 인식이 어떤 특징을 보이는지를 분석하였다. 마지막으로 5장에서는 전체 내용을 요약하고 향후 전망을 제시하였다.

## II. 이행기 미얀마와 한인의 미얀마 진출 현황

“황금의 땅”, “동남아시아의 마지막 미개척지”, “기회의 땅” 등의 수식어구와 함께 2011년 이후 국제사회에 갑자기 모습을 드러낸 미얀마. 그러나 한국사회에 미얀마는 비교적 최근까지도 먼 나라였다. 1962년, “버마식 사회주의(Burmese Way to Socialism)”를 표방하며 집권한 군부의 체제 지향성이 한국보다는 북한에 더 가까웠던 것도 그 거리를 더욱 멀어지게 만든 또 다른 배경이었을 것이다. 이념의 벽과 군부독재의 사회분위기가 어떠한 것인지를 충분히 알고 있었던 것이 또한 한국의 대중이었으니, 미얀마와 우리의 거리는 경험의 세계가 배양해낸 의식의 거리이기도 했다. 하지만 일반대중에게는 가까이 하기 쉽지 않은 곳으로 생각되었던 이 나라에도 이미 오래 전부터 한인들이 진출해 있었고, 비록 동남아의 주변 국가들에 비해 작은 규모이긴 하나 한인사회 또한 형성되어 있다.

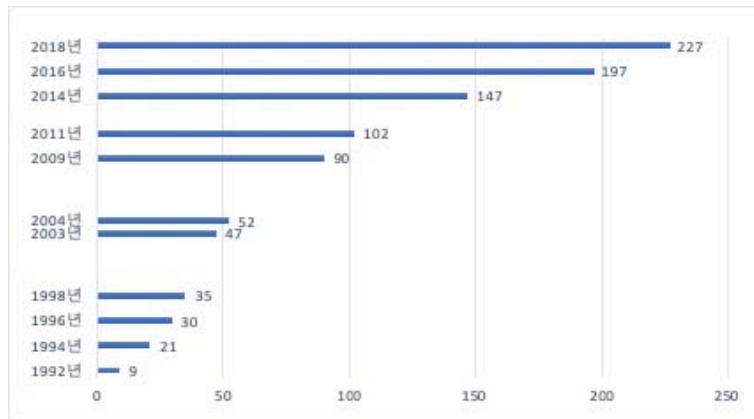
일제강점기 일제의 태평양전쟁에 동원된 군인과 군속, 종군위안부에 대한 기록이 남아있긴 하지만(김도형 2014), 현재의 한인사회와 연속성을 갖는 선구자들의 미얀마 진출이 시작된 것은 미얀마가 사회주의를 공식 포기하고 시장경제체제로의 전환을 천명한 1988년 이후부터다. 경제 전반이 여전히 정부의 통제 아래 있긴 했지만 부분 개방이 이루어진 이 시기 미얀마는 여러 불리한 여건에도 불구하고 외국인 투자자들의 가뭄이 볼 수 없는 이점이 있었다. 풍부한 자원과 저임금 노동력이라는 이점 외에도 미국의 섬유쿼터 미적용 국가이고 유럽의 관세 혜택을 볼 수 있다는 점이 중요한 이점으로 작용하여, 특히 섬유 및 봉제 분야의 진출이 두드러졌다(Speece & Phyu Phyu Sann 1998: 26). 이들 업체의 기진출지였던 중국과 동남아시아 국가들의 인건비 상승도 미얀마를 새로운 진출지로서 고려하게 된 중요한 요인으로 작용하였다.

대한무역투자진흥공사(KOTRA, 이하 ‘코트라’)에서 발간한 해외 진출 한국기업 디렉토리 가운데 연구자가 확보할 수 있었던 자료 범위 내에서 미얀마로 진출한 한인기업의 연간 진출 현황을 표시한 <그림 1>은 한인기업의 미얀마 진출이 2010년을 전후하여 약 10년 전부터 본격적으로 이루어진, 비교적 최근의 현상임을 보여준다.<sup>1)</sup>

1) 코트라에서 집계한 미얀마 진출 한국기업의 수는 요식업이나 숙박업 등의 서비스업이나 소규모 자영업 부문이 반영되지 않았고, 집계된 중소기업 이상의 기업체들 가운데도 법인으로 등록되어 있지 않은 기업들은 반영되지 않았다. 또한 이전 연도에 집계되었으나 이후 누락된 업체도 있는 등 집계된 데이터에서 여러 문제점이 확인되지만 한국기업 진출의 대략적인 추세를 파악하는 차원에서는 참조할 만하다.

<그림 1> 연도별 미얀마 진출 한국기업 수

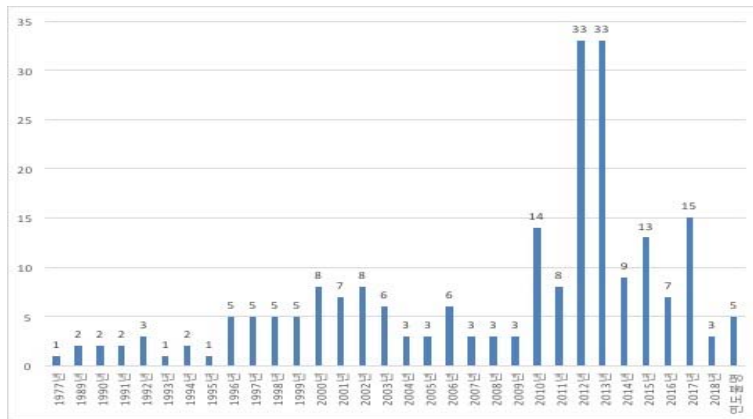
자료: KOTRA 발간 『해외진출 한국기업 디렉토리』 연도별 자료 집계



1990년대부터 2000년대 초반까지 50여 개를 가깝스로 넘어섰던 한국기업의 수는 2000년대 말부터 배로 증가하여, 이후 10년 사이 두 배가 넘게 많아진 것이 확인된다. 특히 2011년을 기점으로 진출 기업의 수가 급증한 것을 볼 수 있는데, 미얀마의 개혁개방이 그 배경이었으리라는 점을 어렵지 않게 짐작할 수 있다.

2018년 기준 미얀마 진출 한국기업의 진출년도를 집계한 <그림 2>는 미얀마의 개혁개방에 대한 한국기업의 기대감이 어느 정도였는지를 더욱 분명히 보여준다. 특히 2012년과 2013년은 가장 많은 기업들이 미얀마에 진출한 해로 기록되었는데, 미얀마의 개혁의지에 대한 국제사회의 화답, 그 중에서도 미국과 유럽연합의 경제제재 해제가 이러한 변화의 주된 배경을 이룬다. 이러한 상황은 특히 미얀마에서의 삶을 “쌍선(sanction)” 이전과 이후로 구분할 정도로 경제제재의 타격을 고스란히 감내해야 했던 봉제업체들에게는 큰 호재로 작용하였다. 2011년 38개였던 한인 봉제업체는 2019년 120개로 늘

<그림 2> 한국기업의 미얀마 진출년도(2018년 말 기준)  
 자료: KOTRA 발간 『해외진출 한국기업 디렉토리』 2018년 자료 집계



어났고<sup>2)</sup>, 이후 봉제업체들은 2015년 10월부터 발효된 미얀마 최저임금제에 따른 인건비 상승에도 불구하고 달러가치 상승이 가져다준 상쇄효과에 힘입어 손실을 만회하며 지속적인 호황을 맞고 있다.

비단 봉제업체뿐 아니라 다른 제조업이나 서비스업 부문으로 유입되는 한인의 수도 큰 폭으로 증가하여 2010년까지 600여 명 수준이었던 미얀마의 한인 수는 2019년 외교부에 재외국민으로 등록되어 있는 수만도 3,029명, 등록되어 있지 않은 수까지 포함하면 5천여 명에 이를 정도로 그 수가 급증하였다. 미얀마 진출 초기에는 자원 개발과 봉제업이 주요 진출 분야였지만 최근으로 올수록 다른 제조

2) 코트라에서 발간한 해외진출 한국기업 디렉토리에 등록되어 있는 업체 수는 법인 등록을 한 업체들만을 집계한 것이기 때문에 실제 업체 수와는 차이가 있다. 이보다는 미얀마 현지에서 공장을 운영하고 있는 거의 대부분의 한인 봉제업체들이 소속되어 있는 미얀마한인봉제협회(KOGAM, Korea Garment Association in Myanmar)의 회원사 수가 실제 수에 더 가까운데, 미얀마한인봉제협회가 발행하는 계간지 『실과바늘』 최신호(2019년 11월 발행)의 주소록 등록 업체 수를 참조하여 집계한 수치로는 2019년 11월 기준 봉제협회 회원사의 수는 130여 업체로 확인된다(봉제기계, 자수, 프린팅 등 봉제관련업종 포함).

업 부문이나 물류유통, 서비스업 등으로 그 영역이 확대되어가고 있으며, 대기업이나 공기업, 금융업 분야의 진출도 서서히 늘어가는 추세다.

이처럼 개혁개방 정책이 추진된 이래 “미얀마 러시”라 할 만큼 많은 한인들이 미얀마로 들어왔지만, 세상 어디에서나 그러할 것이지만 무한한 잠재력을 가졌다는 이 땅에서도 개별 한인들이 부닥쳐야 하는 현실은 녹록치 않다. 정치개혁과 시장경제체제로의 이행을 위한 노력에도 불구하고 법과 제도는 여전히 불안정하고 이미 내려진 결정도 수시로 뒤집히는 등 변화 국면의 미얀마에는 갖가지 위험요소들이 산재해 있다. 전기나 교통, 운송 등 사회간접자본의 미비에 따른 사업적 제약요인도 외국인 투자를 지연시키는 주된 요인으로 작용한다. 열악한 재정조건에서 경제발전을 위해 미얀마 정부가 선택할 수 있는 현실적 방도는 정치적, 경제적 개혁에 대한 약속을 통해 국제사회의 지원을 이끌어내고 외국인 투자를 적극적으로 확보하는 것이다.

하지만 외부 요인에 대한 의존도가 큰 상태에서는 기회의 불균등성이 커지기 마련이고, 특정 업종에 유리한 조건이 다른 업종에는 불리한 여건으로 작용하기 십상이다. 봉제업체와 그 외 부문 진출 한인들이 놓이게 된 상반된 처지가 이러한 상황을 단적으로 보여준다. 전술했듯이 개혁개방 이후 봉제업체들은 미국과 유럽의 경제제재 해제, 외국인 투자 유치를 위한 미얀마 정부의 환율정책 등에 힘입어 이전 10여 년 동안의 손실을 만회할 수 있을 정도의 호황을 맞았다. 하지만 이러한 상황은 거의 모든 물품들을 한국이나 인근 국가들로부터 수입하여 판매하는 다른 한인업체들에게는 달러가치 상승에 따른 큰 부담으로 작용하였다. “봉제업체만 살판났다”는 다수 한인들의 말은 개방과 개혁의 대가로서 선진국들로부터 얻는 각종 혜택과 적극적인 외자 유치를 통해 경제적 난국을 돌파하려는 체



제 이행기 미얀마의 불균등한 기회구조를 드러낸다.

실상은 봉제업체들 역시도 급변하는 국내외 정세 속에서 전망이 마냥 밝지만은 않다. 여카잉 주의 로힝자 사태를 둘러싸고 미얀마 정부에 대한 국제사회의 비난이 예상보다 큰 압박요인으로 작용하고 있는 까닭이다. 미얀마 국내 불교도와 무슬림간의 종교분쟁을 넘어, 군부정권 시절부터 줄기차게 제기되어온 이 나라의 인권 탄압 문제가 다시 점화되어 국제사회에서 부정적 여론이 들끓고, 급기야 유럽 측이 다시 미얀마에 대한 관세 혜택의 철회를 검토하는 등 실질적인 압박이 코앞까지 닥친 상황이다. 여기에 더하여 낮은 환율로 인한 손실을 보장하기 위한 방편으로 미얀마 정부가 단행한 전기요금 인상으로 인해 생산비용이 급상승하고, 이에 따라 월 평균 8%대의 인플레이션이 지속되는 등(2019년 8월 기준) 내국인과 외국인을 가릴 것 없이 수익은 물론이요 생계를 유지하기조차 힘든 상황을 맞고 있다. 개혁개방 초기인 2012년과 2013년에 정점을 찍었던 한국기업의 진출이 이후 소강상태에 접어든 것도 2015년 정권 교체 이후 미얀마 투자 및 사업 환경의 불안정성을 반영한다.<sup>3)</sup>

국내외적으로 불안정성이 증대되어가는 중에도 미얀마에 진출한 한인업체들의 사업 전략이 수출이 아닌 내수시장을 공략하는 쪽으로 방향을 전환해가는 현상은 주목할 만하다. 2014년과 2016년 사이 미얀마 진출 한국기업의 내수/수출 현황을 비교한 <표 1>을 통해 이러한 변화를 확인할 수 있다.

3) 로힝자 사태에 따른 미얀마 경제상황의 악화와 관련해서는 박장식 2019, 한국산업은행(KDB) 미래전략개발부 2019, 대한무역투자진흥공사 2019 참조.

&lt;표 1&gt; 미얀마 진출 한국기업의 내수/수출 현황 비교

내수/수출	2014년	2016년
100% 주재국 내수	37	86
100% 제3국 수출	105	73
내수 수출 병행	2	21
미표기*	3	17
전체	147	197

자료: 코트라 해외진출 한국기업 디렉토리 DB(2014년, 2016년 자료)

\* '미표기'는 주로 시장조사를 위해 현지에 연락사무소만을 두고 있는 경우다.

2014년까지 한인기업의 70% 이상은 미얀마 현지에서 생산한 제품 전량을 제3국에 수출하는 업체들이었다. 봉제업이 대표적이다. 하지만 2년이 지난 2016년의 자료를 보면 수출업체의 수가 많이 줄고, 대신 미얀마 현지 내수에 주력하는 업체 수가 25%에서 약 44%로 급증한 것으로 나타난다. 수출과 내수를 병행하는 업체들을 포함하면 전체 중 약 54%가량의 한국기업들이 내수시장을 목표로 사업체를 경영하고 있는 것으로 확인된다. 전체 기업 수가 227개로 증가한 2018년 자료에서도 같은 업체들이 그대로 남아있으니, 미얀마 시장을 상대로 하는 내수업체는 2016년에 비해 늘면 늘었지 줄지는 않았을 것이다.

이 같은 현황은 얼핏 보기에 저임금 생산지로서 뿐만 아니라 소비 시장으로서도 미얀마에 대한 한인기업들의 접근 전략이 전환되어가고 있는 상황을 반영하는 듯 보인다. 하지만 그 세부를 들여다보면 내수업체로 집계된 업체들 가운데 상당수가 미얀마에 진출해 있는 한인이나 한인업체들을 대상으로 영업하는 업종인 것으로 확인된다. 이전부터 봉제업체를 상대로 봉제용 기계와 부자재를 조달해왔던 업체들 외에 물류운송 및 무역서비스, 국내은행, 법률 및 회계자문, 사업 컨설팅업체, 그리고 비자대행이나 여행업과 같이 한인 및 한인

기업, 또는 한국인 관광객 등을 주요 대상으로 하는 사업체들이 내수 업체로 등록되어 있는 것이다. 미얀마 현지시장 공략을 목표로 하는 내수업체는 1990년대부터 진출하여 미얀마 현지에서 꾸준히 내수시장을 확보해온 소수의 한인업체와 몇몇 대기업(포스코계열사, CJ, 롯데 등) 정도에 불과하다.

미얀마 한인업체의 이러한 특징은 개혁개방 이후 약 2015년경까지 미얀마에 투자하거나 사업 기회를 찾는 한국인들이 증가하면서 관련 서비스업종이 증식된 것이 그 배경이다. 하지만 삼성이나 한화와 같은 대기업이 수년을 고려한 사업을 포기하고 철수한 사례를 통해 알 수 있듯이 열악한 물리적, 제도적 기반의 문제 외에도 2015년 정권 교체 이후 미얀마에서 사업을 한다는 것은 오히려 이전 정부 때보다 더 어려워졌다는 것이 대부분의 한인이 내놓는 평가다. 로힝자 문제는 차치하고라도 이전 정부와 체결한 계약조건들이 정권 교체 이후 무효화되는가 하면 환율 인상으로 인해 물가가 급상승하고 전기요금까지 크게 오르는 등 다방면에 걸쳐 불안정성이 더 커졌다는 것이다.

대기업들이 그러한 상황이니 미얀마에서 개인들이 내수시장에 진입하여 성공적으로 사업체를 경영하기란 더욱 만만치 않을 것이다. 실제 현지 한인들의 말을 들어보면 미얀마에 도착한 지 얼마 안 되어 진출했을 당시의 사업을 접고 한인들을 상대로 하는 서비스업종으로 전환하거나 사업비를 모두 탕진한 채 5년 내에 귀국하는 사람들도 부지기수다. 대부분 2011년 개혁개방 이후 “기회의 땅”이라는 소문을 좇아 미얀마로 들어왔다가 만만치 않은 현실을 견뎌내지 못한 채 떠나곤 하는 것이다. 이렇게 미얀마로 들어와 실패하고 돌아가는 사람들이 많은 상황을 두고 미얀마에서 약 30년 가까이 살아온 한 한인은 이 나라의 ‘잠재력’을 보고 들어오는 것 자체가 문제라고 딱 잘라 말한다.

이 나라에서, 여기를 설명할 때 제일 안타까운 게, 제일 싫어하는 말이 잠재력! 잠재력은 진짜 여기서 없어져야 할 말이에요. 그게 자기 비즈니스랑 무슨 상관이 있어? 아무 상관이 없어요! 환상적인, 실재하지 않는 것이 잠재력이잖아요? 근데 비즈니스는 실재해야지 자기 수익이 되는 것인데..... 실재하지 않는 것을 과대포장 할 수 있는 가장 좋은 단어가 잠재력이라는 겁니다. 그것 때문에 여기서 발 못 빼는 사람들도 있고요.

(50대 남성, 미얀마 거주 28년차, 개인사업)

갖가지 위험요인들이 산재하지만 풍부한 천연자원과 낮은 인건비, 아직 형성 중이며 앞으로 더욱 확장될 것으로 전망되는 소비시장 등 미얀마가 갖고 있는 경제적 잠재력이 실재하지 않는 것은 아니다. 하지만 미얀마의 잠재력을 구성하는 다양한 자원들을 사업으로 발전시키기가 매우 어려울 뿐만 아니라 설령 사업으로 성사가 되더라도 외국인으로서 그 결실을 온전히 취하기도 어려운 것이 현지 실정이다. 이러한 현실은 덮어둔 채 잠재력 자체를 실재하는 상품인 양 사고 파는 행태가 그의 비판 대상이다. 그런데 이 같은 행태가 횡행하는 데는 잠재력보다 더 잡기 어려운 기회에 대한 기대가 자리한다. 미얀마에서 사업의 성패 여부를 결정 짓는 관건으로 한인들 사이에서 강조되는 로컬 파트너와의 관계가 그것이다.

### Ⅲ. 미얀마 한인사회의 파트너 담론

경제적 자원의 분배 권한을 가진 유력자—보통은 정치계의 실권자인—의 지원을 받아 성공의 기반을 닦은 사례들은 한국 재벌기업의 성장사를 비롯하여 전 세계 어디에나 존재한다. 해외진출 한인의 경험에서도 이러한 사례는 확인된다. 가령 인도네시아 해외투자 선

구자들의 회고록을 분석한 서지원·전제성(2017)의 연구에서도 그러한 예가 제시되어 있다. 일본과 한국, 인도네시아를 아우르는 초국적 비즈니스 네트워크의 주요 위치들에 자리하여 중요한 시기마다 힘을 실어주는 유력자들에 관한 서사가 이들 해외진출 선구자들의 생애사 속에서 전개되곤 한다.

미얀마 한인들의 사례에서는 인도네시아에서와 같은 초국적 네트워크나 한국과 인도네시아 양국 정부의 최고권력자들이 포함되어 있는 대서사는 발견되지 않는다. 미얀마 초기 진출자 중 한 사람으로, 1983년 아웅산 사태가 발발했던 당시 한국대사관의 무관으로 미얀마에서 복무하다가 퇴역 후 미얀마로 돌아와 사업을 했다는, 오래 전부터 미얀마에 들어와 살던 한인들 사이에서는 “박 장군님”으로 불렸다는 인물이 그에 근사한 사례를 보여준다. “아웅산 사태 당시 한국 측 생존자였던 합참의장을 업고 병원으로 뛰어갔던 분”이라고 알려져 있는 그는 군 장성 출신이라는 배경 덕분이었던지 당시 미얀마에서는 아무나 가질 수 없는 큰 재산이었던 ‘라인전화’를 군부에서 설치해 주었을 만큼 군부 인맥이 두터웠던 인물이라는 게 사람들이 전하는 말이다. 그랬던 만큼 그가 하는 일도 일반 한인들과는 달라, 현재는 미얀마에서 대기업으로 성장한 한 회사와 사업관계를 맺어 당시 한인들로서는 상상도 못할 정도의 큰돈을 벌기도 했다고 알려져 있다. 그와 같은 교분이 이 인물의 탁월한 사업적 역량 덕분이었는지, 아니면 쿠데타를 통해 집권한 군사정권 인사들 간의 공감대를 바탕으로 하는 것이었는지는 알 수 없지만, 어쨌거나 미얀마에서 성공하려면 군부 인맥을 뚫어야 한다는 파트너 담론의 시조격인 인물임에는 분명해 보인다.

그런데, 박 장군 수준의 인맥까지는 아니라도 오랜 세월 군부가 정치는 물론 경제 전반을 독점적으로 지배해온 미얀마였던 만큼 군 출신의 정부 관료나 최소한 그런 사람들과 모종의 관계 범위에 있다

는 현지인과의 관계를 넘어서 언급하는 사람들은 심심치 않게 만나게 되는 것이 미얀마 한인사회다. 미얀마 현지 사정에 밝다는 한인에게 속아 투자금을 날린 한인이 같은 수법으로 다른 한인을 꺾어 훔아 매고는 빠져나가는, 이른바 “폭탄 돌리기”에서도 현지인 유력자와의 관계는 곧잘 미끼로 활용된다. 현지에서 오래 살아본 한인들은 그것이 ‘전형적인 사기수법’임을 단박에 알아차린다고들 하지만, 이러한 수법에 넘어가는 사건은 꾸준히 발생하여 사기꾼의 신상을 폭로하며 피해사실을 호소하는 글들이 한인들의 온라인 대화방에도 종종 오른다.

이처럼 성공한 사례에서나 실패한 사례 모두에서 실재하거나 부재하는 현지인 파트너의 존재가 감지되곤 하는데, 현지인 파트너 없이는 안정적으로 사업을 추진하기가 거의 불가능한 미얀마의 비즈니스 환경이 가장 큰 요인이 되고 있다. 단 1%의 지분 보유율만 있어도 외국기업으로 간주되어<sup>4)</sup> 현지기업보다 높은 세금과 전기요금을 부담해야 할 뿐만 아니라 토지 소유나 사업 품목에 있어서도 규제를 받게 되는 등 현실적 제약이 따르는 까닭에 현지인 명의를 빌리거나 파트너 관계를 맺어 현지업체로 사업장을 운영하는 것이다. 경제개방이 이루어진 1988년 이후 미얀마에 진출한 초기 한국기업들 가운데 합작회사 형태로 사업을 시작한 사례가 많은 것도 이런 이유에서다. 당시만 해도 미얀마에는 대부분 국영기업뿐이었고, 민간기업이라고 해도 퇴역군인들이 운영하는 미얀마경제지주공사(UMEHL) 등과 같은 군부 소유의 기업들뿐이었던 터라 대개 정부 또는 군부가 이들 기업들의 로컬 파트너가 되었다. 가령 미얀마 진출 선두기업에 속하는 대우의 경우 봉제, 합판제조, 전자제품 조립생산 사업에서 각

4) 미얀마 정부에서는 이러한 제한을 완화하여 2018년부터 영국 식민통치기(1914년)에 제정된 회사법을 개정하여 35% 이하의 외국지분 보유율을 가진 기업은 국내기업으로 인정하는 새로운 회사법을 시행 중이다. 이에 따라 향후 외국인에 의한 미얀마 현지기업의 인수합병, 합작회사 설립 등이 증가할 것으로 전망된다.

각 미얀마 국방부, 공업부, 산림부 산하 국영기업들과 합작으로 사업체를 경영해왔으며, 다른 한국기업들에 대한 정보에서도 동일한 합작 파트너사의 이름을 찾아볼 수 있다(코트라 1994 참조). 당시 미얀마의 정치·경제·사회 조건 속에서 외국기업이 로컬 파트너 없이 안정적으로 사업을 추진하기란 거의 불가능한 일이었고, 합작기업은 이를 해결하는 손쉬운 방법으로써 선호되었다(Speece & Phyu Phyu Sann 1998: 20).

하지만 합작회사와 같이 공식적인 파트너 관계를 맺을 수 있는 여건을 갖추지 못한 개인 사업자들로서는 미얀마 정부/군부와 관계 맺는 다른 방법을 선택할 수밖에 없었다. 미얀마의 고질적 병폐로서 지적되곤 하는 정실인사, 족벌주의, 부패가 한인들에게는 그러한 기회를 제공해주었다. 다소 길지만, 그 전형적인 방식을 보여주는 사례로서 미얀마 한인사회에서 “파트너 잘 만나 성공한” 대표적 인물로 자주 거론되는 한 한인의 미얀마 진출 초기 경험담을 소개한다.

미얀마 와서 3개월 동안 실적이 하나도 없었어요. 그때 파트너를 하나 잘 만났어요, 현지 파트너를. 우연하게 부산에 있는 거래처가 해파리를 수입해달라고 해서 해파리 공급업자를 좀 찾아달라고 했더니 우리 직원이 아는 친구를 데리고 왔어요. 근데 애네 장인이 라카인 스테이트의 해군 제독이에요. 비행기를 타고 응아빨리에 갔어요. 근데 한국에선 해파리를 원형 그대로 팔아요. 근데 여기선 갈고리로 찍어서 잡아요. 일본이나 태국은 잘라서 파니까. 근데 한국은 원형 그대로 파니까 찢어진 건 상품가치가 없는 거죠. 그래서 그건 안 됐어요. 근데 당시엔 응아빨리에 비행기가 두 번밖에 없어가지고 거기서 바다가재 잡고 하면서 놀고 있는데, [현재의] 파트너가 자기 배로 새우잡이를 하고 있는데 한번 볼 거냐 하는 거예요. 가보자. 다시 배 타고 30분 정도 갔더니 자기 배에서 새우를 잡고 있더라고요. 근데 그게 군함이에요. 야, 이거 군함 아니냐 했더니 군함 맞대요. 왜 네가 군함으로 새우를 잡냐 했더니, 자기 장인이 커맨더인데 자기가 일 년에 만 볼 주고

빌렸대요. 그니깐 군대에서 수익사업을 하는 거죠. 자기 사위한테 배 빌려주고, 대포 이런 거는 비닐로 싸놓고 군함으로 [새우를] 잡는 거죠. 그래서 새우는 잘 잡히냐, 했더니 잡히긴 하는데 어부들이 다 떼먹고 돈이 안 된다는 거예요. 야, 그러면 너네 장인이 육군사관학교 나왔냐 물어보니 3기야. 그때 제너럴 마웅에가 1기고. 그래서 인제 갑자기 생각이 나서, 그럼 너네 장인 친구들이 다 높은 자리에 있냐 그랬더니 다 장관이고 장군이고 그렇다는 거야. 그러면 나하고 무역을 좀 하자. [파트너가 묻기를] 무역을 어떻게 하는 거냐? 내일 양곤에 가서 내 사무실에 와라 나랑 무역을 좀 할 테니까. 그랬더니 알았다고 하고 다음날 왔더라고요. 그때는 시중이, 비즈니스가 없어서 정부 입찰이 대부분이었어요. 마켓이 그런 게 별로 없었어요, 거의. 시중 경기가 없었으니까. 장관 월급이 40불이었으니까. 나는 4,500불 받는데 장관이 40불이야.

그래가지고 각 부처에 입찰하는 리스트를 만들어봤죠. 그때 건설부에 아스팔트 입찰 건이 있었어요. 그래서 내가 개네 장인한테, 너네 장인이 건설부장관 아느냐고 물어봤더니 안대요. 그럼 건설부 장관 좀 한 번 소개시켜 달라고, 가서 만날 테니까. 그랬더니 전화해줬으니까 가서 만나봐라 그러는 거예요. 그때만 해도 장관을, 가면 무조건 만날 수 있었어요. 지금은 만나기 정말 어려운데... 시바스리갈 한 병 사가지고 가서 만났어요. 그 사람이 탄웨이 고향 사람이고 되게 오래 했어요. 왜 왔냐? 우리 장인이 라카인 스테이트의 보족[제독] ○○○이라고, 아, 네가 ○○○ 사위냐? 반갑다고... 그러고는 이 사람 누구야? [한국기업] □□의 제너럴 매니저인데 건설부하고 사업을 좀 하고 싶어서 왔다. 무슨 사업인데? 이번 달에 아스팔트 입찰이 있는데 우리가 좀 따게 해주면 좋겠다 [했더니] 전화번호를 적어주는 거예요. 자기 사위집 전화번호. 장관이 직접 나설 순 없으니까. 전화하고 집에 갔더니 사위가 나와요. 가서 저녁 먹으면서, 이번 달 입찰이 있는데 네가 우리한테 입찰 정보를 주면 톤당 5불을 주겠다고 했어요. 그때 만 톤의 입찰이 있었어요. 톤당 5불이면 5만 불이에요. 장관 월급이 40불인데 5만 불이면 얼마예요? 갑자기 이놈이 눈이 번쩍 뜨이는 거예요. 어떻게 하면 되는데? 다른 사람이 얼마 써냈는지를 알려 달라. 그러면 내가 그보다 싸게 써내서 되면 너한테 5불씩 줄 테



니까. 알았다고 하더니, 다음날이 입찰하는 날이면 그 전날 밤에 누가 멩동 해서 나가보니까 파트너랑 장관 사위가 입찰서류를 다 들고 왔어요. 다른 회사가 낸 입찰서류를 다 들고 그거 보니까 효성, 현대, 대우, 싱가포르 회사 뭐 다 있는 거죠. 내가 다 가격을 본 다음에 그거보다 적게 써내서 된 거죠. 그때 납품하고 나서 5만 불을 현찰로 갖다 줬죠. 눈이 띄웁니다 해가지고... (웃음) 장관 반절, 남은 걸로 파트너, 장관 사위, 건설부 직원 두 명, 네 명이 나눠 가진 거죠. 그때는 100불만해도 미얀마에서 엄청 큰돈이었어요. 그 다음부터는 뭐 철근 있고 아스팔트 [입찰] 있다고 나한테 알려주고, 시멘트 입찰 있다고 알려주고...

(50대 중반 남성, 개인사업)

경쟁자들의 입찰가를 미리 알고 더 낮은 가격을 써내어 입찰을 따내는 방식은 사실 이 일이 이루어진 1990년대 초는 물론이고 오늘날 까지도 완전히 근절되지 않은 채 암암리에 이루어지는, 현지사회에서는 이미 널리 알려져 있는 부정거래 관행의 전형적인 형태다 (Andrews & Khin Thi Htun 2017b: 237-238). 위에서 예로 든 한인 사업가의 경우 이때의 거래에서 쌓은 신뢰관계를 바탕으로 이후로도 여러 건의 입찰을 성사시켰다고 했다. 한 번 거래관계가 형성되고 성공적으로 서로의 이해관계가 충족되고 나자 다음은 거의 자동으로 반복되는 과정이나 다름없었다. 나중에는 모 부처 장관 부인의 주치의라는 이까지 그를 찾아와 장관 부인과의 거래를 부추기며 다리를 놓는 등 직간접적인 사회적 관계망이 활성화되어 그의 사업을 도왔다.

이러한 사례는 비공식적으로 제도화된 미얀마의 비즈니스 네트워크가 가동되는 배경과 방식을 잘 보여준다. 거래를 성사시키는 데 필요한 네트워크를 활용할 수 있는 능력을 가진 자에게 접근할 수 있는 경로를 확보하는 것이야말로 미얀마에서 성공하는 비결일 수 있음이 이러한 경험을 통해 학습되는 것이다. 그리고 그것은 상호학

습의 과정이기도 했을 것이니, 정치권력과 결탁하여 그들에게 일정한 사례(뇌물)를 지급하는 대신 정치적 보호와 경제적 특혜를 제공받아 자본을 증식시키는 동남아 진출 기업의 “천민적” 행태(신윤희 1993: 308)가 미얀마로 이식되는 과정을 보여주기도 한다.

하지만 그가 미얀마에서 대규모 정부 입찰에 접근할 수 있는 기회를 잡을 수 있었던 것은 현지의 거래상대가 그의 제안을 받아들일 만큼 신뢰할 만한 배경, 즉 한국에 있는 모기업이 자리하고 있었던 덕분이었다. 이후 IMF를 맞아 그가 속해 있던 회사의 미얀마 쪽 사업팀이 해체된 후로는 그러한 종류의 거래 기회는 다시 오지 않았다. 또한 “그때만 해도 장관을, 가면 무조건 만날 수 있었”지만 이후로는 그와 같은 거물급 인사들을 만나 거래하기 쉽지 않아졌다. 대신 그는 이 과정에서 현재까지 “가족 같은” 관계를 지속하고 있는 파트너를 만났고, 그의 파트너는 외국기업에게는 장벽이 높은 미얀마 내수시장에 현지기업 자격으로 진입할 수 있는 기회를 제공해 주었다.

그렇다고 해서 그의 성공 비결이 다수의 한인들이 크게 강조는 것과 같이 순전히 파트너를 잘 만난 덕분이라고만 보는 것은 그가 지난 20여 년간 기울여온 노력과 열정을 간과하는 일이 되고 만다. 개인 사업가로서 그의 성공은 본업이었던 무역이 아니라 제조업을 통해 이루어졌는데, “예금을 툭툭 털고 한국에서 혹시나 국민연금을 당겨 받아 보텔 궁리까지 해가며” 조금씩 번 돈을 계속 생산기반을 확충하는 데 투자한 것이 오늘날의 성공에 더 중요한 밑거름이 되었기 때문이다. 제조업 기반이 없어 거의 모든 내수재를 수입에 의존하는 미얀마에서 그는 매순간 현지사회의 일상 속에서 사용되는 물품을 수입대체 생산할 수 있는 방법을 궁리하여 이를 실행에 옮겼고, 그 결과 “시장이 작아 들어와 봤자 별로 먹을 게 없다”며 외국기업들이 들어오지 않던 현지 내수시장을 선점할 수 있었다. 외국기업에게 불리한 내수시장에 현지기업 자격으로 진출할 수 있었다는 점에서 현

지인 파트너의 기여는 작지 않지만, 외국기업에 비해 유리한 입지를 차지하는 현지기업들이 모두 성공하는 것은 아닐 것이니, 그의 성공을 순전히 파트너 잘 만난 덕으로 돌리기는 어렵다. 그보다는 끊임없이 미얀마의 국내외 정세를 주시하면서 시장을 꼼꼼히 관찰하고 미얀마 사회의 문화와 물질적 요구가 맞닿는 지점을 포착하여 사업의 아이템과 생산방식을 결정하고 이를 실행에 옮겨온 그의 노력이 더 크게 평가받아야 마땅하다.

그럼에도 불구하고 많은 한인들이 미얀마 현지사회가 제공해줄 것으로 기대하는 기회요인에 더 주목하는 까닭은, 전처럼 선물 하나 들고 가서 장관을 만날 수 있는 기회는 줄었지만 대신 “정부 커넥션”을 활용할 수 있는 여지가 오히려 전보다 더 커진 데 있다. 역설적이게도 2000년대부터 점진적으로 시행된 미얀마 국영기업의 민영화가 퇴역 군인이나 정치인이 민간기업과 결탁하여 정실자본을 확대하는 부작용을 낳았던(장준영 2013: 228) 것이 그 배경이다. 이러한 부작용은 뜻밖에도 민간부문에서 인적관계를 기반으로 하는 비즈니스 네트워크를 활성화시키는 기회요인으로 작용하였다. 미얀마 정부/군부는 민간부문에서 국가가 보유한 자원과 정보에 접근할 수 있도록 보장해주는 ‘구조적 구멍’(난 린 2001: 29)으로서 여전히 건재하며, 현지기업들과 거래를 해본 경험이 있는 한인들은 이를 잘 알고 있다.

미얀마에는 “코끼리를 가진 자가 사탕수수를 얻는다.”는 말이 있다. 힘이 있는 사람을 알아두면 여러 모로 이점이 있다는 뜻이다. 대개는 부정부패에 연루되기 십상인 이러한 관계는 비단 사회주의와 군부독재를 경험한 미얀마뿐 아니라 대부분의 사회에서도 존재한다. 다만 그것이 어느 정도로 사회 속에 깊숙이 배태되어 있느냐, 즉 강도의 차이가 있을 뿐이다. 반세기가량 ‘버마식 사회주의’라는, 전 세계적으로 유례를 찾아볼 수 없는 유사 사회주의를 통해 군부가 국가 자체를 전유해온 미얀마에서는 그 강도가 여느 사회에 비할 수

없이 컸으며, 한 번 고착화된 제도적 관행은 제도 자체의 경로의존성으로 인해(Bissinger 2014) 정권이 바뀐 현재까지도 지속되고 있다. 그리하여 미얀마에서 사업가의 운이란 좋은 인맥을 갖고 있느냐에 따라 좌우되며(Kyaw Ying Hlaing 2002: 97), 외국인 사업가들에게 이는 곧 “정부 커넥션이 좋은” 로컬 파트너를 만나는 것을 의미한다는 것이 상식으로 통하기에 이르렀다. 한인들 역시 이러한 상식을 공유하여 그와 같은 루트를 확보하기 위해 분투하는 사람들이 적지 않다. 하지만 이미 사업영역을 다방면으로 확장해온 미얀마의 민간 기업들에게 손을 내미는 외국인 투자자들은 많고, 미얀마 정부 또한 기존의 회사법을 개정하여 외국자본과 현지기업의 협력을 권장하고 있어 소액 자본으로 진출한 한인기업들이 받을 디딜 틈은 점점 더 사라지고 있다. 미얀마에 주재원으로 와서 현지인들과 교류를 하면서 하이랭크 현지인들의 네트워크에 들어가 비자문제를 비롯하여 현지에서 살아가는 데 아무런 어려움이 없도록 각종 지원을 받으며 살고 있다는 한 한인은 이렇게 말한다.

미얀마에는 계급이 있어요. 계급사회예요. 대부분의 미얀마 사람들은 인정하지 않겠지만 카스트가 있는 거죠. 여기 오시는 한국 분들이 처음엔 하이랭크(high rank)가 아니잖아요. 저도 그렇고. 처음에 여기 온 사람들이 사기를 많이 당했다고 하는데, 그게 뭐냐면, 그 사람들은 하이랭크에 있는 미얀마 사람들을 못 만난 거거든요. 대부분 다 그 아래 사람들을 만나요. 저도 16년 전에 미얀마 왔을 때 그랬고, 대부분 다 노동자들이고. 그런데 제가 기업의 주재원으로 와서 책임자로서, 기획단장 하고 하면서 정부사람들부터 시작해서 주옥 올라간 건데, 만나 보면서 이 사람들이 저한테 신뢰를 준 거죠. 미얀마에도 하위부류, 상위부류가 있어요. 상위부류는 되게 쥘하고 자존심도 있고, 속이거나 그런 거 없어요. 왜냐면 그 사람들도 다 부유하니까. 그러니까 그렇게 해서 만들어진 네트워크가 여기서 성공한 한국 사업가들이 갖고 있는 네트워크예요. 그건 억지로 만들려고 하면 링크가 될 수 없는 거

죠 그 사람들이 먼저 상대를 오랜 시간을 두고 연구합니다. 그래서 자신들의 네트워크에 끼워줄지 말지를 보는 거죠. 처음부터 하이랭크 만나려고 해도 그 사람들이 안 만나주죠. 여기 와있는 한인분들 중에 사기 당했다, 속았다 하면서 욕하는 분들이 있는데, 그건 죄송한 말씀이지만 그분이 현재 그 상황밖에 안 되기 때문이에요. 그 분이 미얀마에서 가지고 있는 경제적 상황, 그 분이 미얀마에 거주한 역사, 그 분이 알고 있는 미얀마에 대한 정보, 이런 것들이 상당히 잘못된 거죠. 그러다 보니 밑에 있는 사람들 만날 수밖에 없는 거예요. 밑에 있는 사람들, 사실 교육도 덜 받았고, 뭔가 시스템도 모르고 가난하고 하다 보니까, 서로서로 물고 뜯는 거밖에 없는 거예요.

(40대 후반 남성, 미얀마 거주 17년차)

역설적이게도 “하이랭크”와의 관계를 강조하는 이러한 파트너 담론은 그 상대인 한인들을 구분하는 논리로 전환된다. 처음부터 하이랭크에 선을 대려는 사람들은 결코 그들을 만날 수 없고, 다만 그들이 오래 관찰한 결과 네트워크에 들일만한 사람들만을 선별적으로 들인다는 것이다. 이러한 주장대로라면 미얀마의 비즈니스 세계를 움직이는 비공식적 제도가 만들어내는 기회구조는 마찬가지로 “하이랭크”의 자격을 갖춘 이들에게만 열려 있는 것일 가능성이 크다. “앞으로는 대기업 말고는 진출할 만한 분야가 거의 없다.”며 퇴직금과 같은 소액 자본을 들고 미얀마로 들어오는 한인들에게는 이 나라가 더는 기회의 땅이 될 수 없을 것이라던 코트라 양곤무역관 직원의 말도 이와 유사한 전망을 보여준다.

그럼에도 불구하고 새로운 기회를 찾아 미얀마로 들어오는 한인들의 발길은 끊이지 않고 있다. 연구자가 만났던 한 30대 한인 남성은 미얀마로 온 이유를 다음과 같이 말한 바 있다.

한국은 장기관에서 사는 거 같고 여기는 바둑판에서 사는 것 같아요. 장기판은 딱 정해져 있잖아요? 상, 졸, 차, 마가 각자 가는

길이 정해져 있잖아요? 줄에서 마나 차로 넘어가기는 힘들잖아요, 인생이... 신분상승하기가 되게 힘들어요. 근데 여기는 가능성이 더 많은 것 같아요. 돈이 좀 더 많고 적고의 차이지, 다 똑같은 돌이예요. (30대 남성, 미얀마 거주 5년차)

미얀마가 가졌다는 잠재력이 허상에 불과하다는 일침에도 불구하고 수많은 수를 고려할 수 있는 바둑판으로 인식되고 있는 미얀마는 갈 길이 정해져 있는 한국에서와 달리 아직 많은 가능성을 가진 곳임엔 분명해 보인다. 그리고 “하이랭크”의 네트워크가 아니더라도 현지인과의 관계가 그러한 가능성에 접근할 수 있는 기회를 제공해줄 수 있는 여지도 여전히 많다. 하지만 그러자면 먼저 현지인과의 관계를 새롭게 정립하는 데서부터 출발할 필요가 있는 것 같다. 성공한 사람들과 “하이랭크”의 관계를 한편에, 그리고 서로 물고 뜯는 나머지 사람들의 관계를 다른 한편에 배치하는 인식이 위의 한인뿐 아니라 다수의 한인들 사이에서도 공유되고 있기 때문이다. 이어지는 장에서는 한인들이 이른바 “로컬”로 통칭하는 현지인들과의 접촉면을 들여다봄으로써 이 문제를 조명해보고자 한다.

#### IV. “하이랭크”와 “로컬”: 미얀마 한인의 양면적 현지 인식

미얀마 한인들의 파트너 담론은, 이른바 “하이랭크” 또는 “에이 그레이트(A grade)”로 불리는 미얀마 사회의 기득권층과 여기 속하지 않는 대다수의 현지인 일반에 대한 상반된 인식을 보여주기도 한다. 미얀마 사람들의 심성구조를 일반화하는 문화적 설명이 이러한 평가의 바탕을 이루는데, 가령 미얀마 사회의 문화적 배경, 특히 불교가 현지인들의 “빌어먹는 문화”나 현세에서 성공하는 것에 크게 연연해하지 않는 태도를 길러냈다는 등의 말이 대표적이다. 연구자

가 양곤에서 만났던 두 명의 30대 중반 청년들이 들려준 아래 이야기에서도 이러한 경향이 포착된다.

A: 여기는 빌어서 먹는 문화가 있잖아요? 여기서 ‘빌어먹다’라는 건 그거잖아요, 시주를 받고 공양을 받고 하는 건데, 그러다 보니 “너는 잘 살잖아. 나는 두 명을 줄 수 있지만 너는 여섯 명을 줄 수 있잖아.” 그래요. 자기랑 다른 사람이 있잖아요? 그러면 그 사람을 추켜세우면서 너는 더 많이 도와라, 나는 두 명만 도와면 된다, 이런 것들이 다 베이스에 깔려 있는 거 같아요.

B: 불교, 불교문화가 너무 안 좋게 정착화된 케이스예요. 너무 극강 불콘데, 노력을 안 해요. 거기서 벗어나야 되는데, 기본 불교 베이스를 못 벗어나요. 이번 생에는 이렇게 나와서 그냥 이렇게 살아도 여기까지, 있는 한도에서. 예를 들어 20만 원을 벌면 할 수 있는 수준에서 1천 원, 2천 원 기부를 해야 되는데 몇 만 원씩 기부를 하는 거예요. 이번에 이렇게 하면 다음 생에는 잘 될 거다. 현 상태에서 올라갈 생각을 안 해요.

A: 인제 이거는 없는 친구들 얘기예요.

B: 예, 없는 친구들이……. 잘 사는 사람들은 [기부도] 더 많이 하면서 더 노력해요.

(A: 36세 남성, 미얀마 거주 10년차, 자영업/ B: 35세 남성, 미얀마 거주 8년차, 자영업)

각각 한국과 외국에서 대학을 마친 후 미얀마로 온 지 10년가량 된, 미얀마에서 다시 양곤외국어대학교를 다녀 가까이 지내는 미얀마인 지인도 많고 이 나라 문화에 대한 이해의 중요성을 거듭 강조해 기까지 했던 청년들이었다. 그럼에도 불구하고 이와 같이 현지인들의 ‘마인드’의 문화적 기반을 이들의 종교적 관행에서 찾아 “빌어먹는 문화”로 규정하는 왜곡된 인식을 보여준다. 미얀마 불교도의 공양 관행을 사회 일반으로 확장하여 “빌어먹는 문화”로 규정하는 것이나, 이를 “부유한 사람일수록 더 많이 내야 한다”는 이 나라 사람

들의 문화적 규범과 연관시키는 것은 대체로 피상적인 이해라 할 수 있다. 개혁개방 이후 급속한 사회변동을 경험하며 새로운 가치관을 주입받은 미얀마의 젊은 세대에서도 자기 문화와 사람들에 대한 부정적 평가를 찾아볼 수 있는 것이 사실이지만, 이들에게조차도 이러한 평가는 부당하다고 느껴질 것이 분명하다. 미얀마 사회에 대한 불교의 영향, 특히 경제적 행위에 미치는 부정적 영향에 대한 서구학자들의 연구(예를 들어, Pfanner 1962; Pfanner & Ingersoll 1962; Spiro 1966, 1982 등)에서 나타나는 일반화 경향이 이들의 인식에서도 걸러지지 않은 채 흘러나온다.

그와 같은 일반화보다 더욱 문제적인 것은 이러한 부정적 평가가 “잘 사는 사람들”에 대해서는 면제되고 “없는 친구들”에 대해서만 적용된다는 점이다. 기부와 같이 동일한 의도를 가진 종교적 실천이라도 가난한 사람들의 그것은 문화적 타성에 젖은 비합리적 행위로 치부되는 반면 부유한 사람들이 하는 같은 행위는 더 많이 노력한 결과로서 얻은 부를 내놓는 관대한 행위로서 긍정적으로 평가되는 것이다. 부유한 이들의 보시와 기부는, 그들이 세속에서 추구하는 경제적 이해관계와 충돌하지 않는, 내세에서의 구원이라는 목적 외에는 바라는 것이 없는 보다 순수한 형식의 종교적 행위로서 서구의 개신교적 세계관과 동일한 원리를 가진 것으로서 평가된다. 부유한 이들의 종교에서는—그것이 불교든 기독교든 가릴 것 없이—베버식의 논리, 즉 자본주의 정신을 태동시키는 종교윤리(베버 2010)를 찾아볼 수 있다고 말하는 셈이다.

직접적으로 불교의 영향을 언급하고 있지는 않지만 아래의 언설 역시 현지인들의 심성구조를 문제 삼는 문화담론으로 볼 수 있다.

미얀마 사람들은 절대치에 대한 개념이 없어요. 항상 상대치! 간  
보기를 잘해요. 무슨 일을 하면, 예를 들어 벽돌을 여기서 저기까



지 옮겨 달라고 하면 얼마를 달라고 해야 하는데 견적을 안 줘요. 얼마를 줄 거냐 그래요. 항상 상대방의 상황을 훑어보고는 거기서 최상을 찾아. 우리가 일을 주면 이 일은 이 정도 비용이 든다고 해야 맞는 건데, 한국 사람처럼 자기 수익이 픽스되면, 누가 와서 사건 똑같은 가격으로 나가야 되는데 애네들은 돈이 많으면 더 내야 한다는 이상한 심리를 갖고 있어요. 외국인도 호텔비도 더 받고 그러잖아요. 왜 더 받느냐 그러니깐 외국 사람들은 돈이 많으니까 더 내야 한다고 그렇게 말을 해요, 미얀마 사람들이... 항상 간 보려고 하고... 그런 게 쌓이다 보니까 미얀마 사람에 대한 선입견이 생겨. 경계하게 되고. 그러면 미얀마 사람도 그걸 느끼고 내게 거리감을 두게 되고. 그런 악순환이...

(46세 남성, 미얀마 거주 8년차, 자영업)

현지인과의 거래과정에서 마주치게 되는 상황을 미얀마 사람들의 심리로 확장하여 해석을 내리고 있는데, 앞서의 사례와 유사하게 “더 많이 가진 자가 더 많이 내야/도와야 한다.”는 현지인들의 문화적 규범으로 외국인에 대한 부당한 착취를 정당화한다는 인식을 보여준다. 호텔비를 비롯하여 현지인보다 외국인에게 더 많이 부과하는 각종 요금들은 더 많이 가진 자가 더 많이 내는 것을 당연히 여기는 이곳 사람들의 “이상한 심리” 때문이 아니라 이 나라 정부에 의해 제도화된 규칙이다. 또한 위의 사례에서 한인이 “간 보기”라고 칭한 현지인의 행위는 어쩌면 사업경험이 부족하거나 미얀마 사회 특유의 분절적이고 더딘 일처리 관행에서 기인하는, 대개는 말단 직원이 결정을 내릴 수 없는 상황에서 이루어진 행위일 수 있다. 쌍방 모두에게 안타까운 일이지만 대개는 일 경험의 부족이나 제도화된 관행에서 비롯된 문제일 가능성이 크지 “빌어먹는 문화”나 이 나라 사람들 특유의 심리적 바탕에서 기인하는 문제로 치부할 일은 아니다.

대체로 “로컬”에 대한 저평가에 기초해 있는 이 같은 문화담론의 문제점은 국가문화를 지나치게 크게 의식한다는 데 있다. 연구자가

보기에 한인들이 보여준 여러 형태의 문화적 설명들은 미얀마와 한국의 문화 차이보다는 자본주의 문화 또는 계급문화의 차이에 가깝다고 생각된다. 한류 덕에 미얀마에도 잘 알려진 김밥과 떡볶이, 비빔밥 등의 한국음식을 판매하는 식당을 냈다 실패한 원인이 “미얀마 사람들은 오래 전부터 중국, 인도 음식문화의 영향을 받아왔기 때문에 이들의 식생활에 한국음식이 파고들 여지는 없기 때문”이라고 결론 내린 한 한국음식점 사장의 현지 인식도 이러한 측면을 간과하고 있다.

미얀마 사람들의 음식문화에 파고든 중국과 인도의 영향은 그의 말대로 지대하다. 하지만 미얀마 사람들의 일상에 스며든 중국이나 인도 음식의 영향과 외식으로서 소비되는 음식은 다른 성격을 갖는다는 점을 그는 간과하고 있다. 한국음식에 대한 소비 여부가 순전히 ‘입맛’에 좌우되는 게 아니라는 사실은 근래 양곤에서 최신 소비문화의 전파공간으로 자리 잡은 한 고급쇼핑몰에 입점해 있는 한식당의 성공에서 드러난다. 떡볶이나 김밥에서부터 육류요리에 이르는 다양한 음식들을 내놓고 있는 이 식당에는 현지인들로 가득하기 때문이다. 현지인들이 이곳을 찾는 이유가 음식의 맛 때문만은 아닐 것이다. 그보다는 그들이 한류를 통해 본 한국의 문화란 잘 사는 나라의 세련되고 고급스러운 분위기를 발산하는 문화인 것이지 떡볶이나 김밥 같은 음식 자체는 아니었던 것이다. 넓고 깔끔한 인테리어를 갖춘, 사람들이 붐비는 양곤 시내 곳곳에 자리한 ‘롯데리아’가 한류공간으로서 더 큰 인기를 끌고 있는 것도 같은 맥락이다.

한인들이 보통 “파트너”로 지칭하는 “하이랭크” 사람들에게 대한 인식에서는 이러한 성격이 더욱 분명히 드러난다. 미얀마에 와서 이런 부류의 사람들을 만난 한인들은 이들의 존재에 대해 두려움에 가까운 감정을 갖게 되었다고 말하곤 한다. 한 예로, 미얀마 이주 초기 한국의 중고버스 무역사업을 하며 현지인 사업가들과 거래를 하며

이후 이들과 파트너 관계를 맺게 된 한 한인의 사례를 들 수 있다. 그가 느낀 두려움은 무엇보다 자신이 미얀마보다 몇 배는 잘 사는 한국에서 왔다는 사실은 아무런 의미도 없다고 느낄 만큼 이들이 부유한 사람들이라는 데 있었다고 한다. 이들과 거래를 위해 만날 때마다 그는 그들이 자신을 속으로 조용히 탐색하면서 가늠하고 평가하고 있다는 것을 느꼈고, 그때마다 주눅이 들었다는 것이었다. 그가 이들과의 관계에서 느끼는 주눅을 극복하기까지는 꼬박 일 년이 걸렸는데, 그가 찾은 방법이란 이들이 가진 문화적 기준에 맞게 행동하는 것—바로 영어를 사용하는 것이었다.

그가 상대했던, 미얀마에서 “하이랭크”로 분류되는 현지인들이 가진 문화적 기준이란 한인들이 일반적으로 싸잡아 현지인들을 평가할 때 사용하는 기준, 즉 불교 바탕의 심성구조와는 무관한, 일종의 계급문화적 특성을 갖는다. 달리 표현하자면 현지 관료나 기업인 등 미얀마 사회의 엘리트층이 가진 문화자본과 아비투스(habitus, 부르디외 1996[1979])가 그가 파트너로서 만난 현지인들의 문화였다고도 말할 수 있겠다. 앞서 3장에서 소개한 한인의 진술에서도 찾아볼 수 있는 “하이랭크”의 품위가 그러한 아비투스가 드러나는 양식일 것이다.

그런데 “로칼”에 대한 한인들의 인식이 문화담론으로 환원되곤 하는 것은 현지사회에 대한 양분된 인식, 즉 “하이랭크”와 “로칼”에 대한 계급적 구분을 한인들 자신에게 투사한 결과이기도 하다. 즉 현지 시장의 소비욕구에 응답할 수 없는 자원이 부족한 그들 자신의 한계를 “로칼”의 문화 탓으로 돌리고 있는 것이다. 양곤의 고급쇼핑몰에 입점해 있는 한국음식점이 성공할 수 있었던 것이 다름 아닌 자본력에 있다는 것을 그들도 모르지 않는다. 한국인과 미얀마인의 공동투자자로 설립된 이 음식점은 이른바 ‘기업형 음식점’으로, 미얀마에 진출했을 당시의 계획이 좌초된 후 한인들을 상대로 하는 음식점

이나 서비스업으로 전환한 다른 한인들의 경우와는 처음부터 출발점이 달랐다. 확장성에 한계가 있는 한인을 주요 고객으로 삼기보다는 ‘비한인’, 즉 국적을 불문하고 미얀마에 거주 또는 체류하고 있는 사람들 가운데 중급 이상의 문화 소비욕구와 구매력을 갖고 있는 계층을 목표대상으로 출발한 것이다. 고가의 임차료를 지불하는 최고 상권에 자리할 뿐 아니라 한국과 유사한 기후조건의 미얀마 고지대에서 계약재배를 통해 식재료를 공급받을 수 있다는 점에서 이 음식기업이 갖고 있는 자본력은 곧 음식의 질까지 확보할 수 있게 해주는 바탕이 된다.

“애초에 다른 한식당들과 경쟁할 생각이 없기 때문에 식당 홍보 광고를 할 필요도 없다”는 경영주의 말과는 달리 웬만한 일상용품과 편의시설을 다 구비한 대형쇼핑몰에 입점한 덕에 이 식당에는 미얀마 사람들이나 중국인, 일본인 등의 ‘비한인들’만이 아닌 한인들의 이용도도 매우 높다. 의도와는 달리 다른 한식당을 이용할 수도 있었을 한인 고객들을 적잖이 흡수하고 있는 것이다. 그럼에도 불구하고 작은 한식당들로서는 이 음식기업을 경쟁상대로 여기지 않는다. 작은 구멍가게와 기업의 경쟁이란 처음부터 가능하지 않다는 자기 인식이 존재하는 것이다. 이런 가운데 현재 한인들이 운영하는 작은 식당들은 계속 늘어나 2013년 17개이던 것이 2019년 들어 86개로 늘어나 있다. 대부분 한인들을 대상으로 하는 식당들로, 전체 한인의 수나 근래 미얀마로 유입되는 한인의 증가속도에 비해 과하게 많은 수다. 흡사 거대 플랜테이션에 잠식되고 남은 자투리땅을 쪼개고 다시 쪼개어 일구는 퇴행적 농업에 비견할 만한, 한인사회의 인볼루션(involution, 기어츠 2012)을 보는 듯하다.

“하이랭크”와 “로컬”을 각기 다른 잣대로 평가하는 미얀마 한인들의 현지 인식에서는 한편으로는 “하이랭크”의 부와 품위 앞에서 주눅 들고 그들의 시선 아래 평가당하는 무력감이, 다른 한편으로는

“로컬”의 소비욕구를 충족시킬 만한 경제력이 없는 자신들의 처지에 대한 인식이 묻어난다. “하이랭크”의 비즈니스 네트워크에 접근할 수 있는 기회는 제한적이고, 대신 일상적으로 접촉하는 현지인들과의 관계에서는 크고 작은 갈등이 빈발하는 탓에 외국인으로서 이 나라에서 살아가면서 발생하는 문제의 본질을 문화 차이로 해석하곤 하는 것이다. 미얀마보다 잘 사는 나라에서 온 외국인으로서 현지인보다 높은 계급적 지위를 누리기는커녕 일상적으로 현지인과 접촉하는 과정에서 위계의식에 도전받는 일도 종종 발생한다.

외국인들은 여기서 [현지인들이] 키우는 짐승보다도 직급이 낮아요. 언젠가 우리 집 게이트맨은 문[아파트 정문]을 안 열어줘. 출입증 날짜가 지났다는 거야! 주객전도도 유분수지, 입주자가 돈을 건어서 월급 주는 문지기인데 문을 열어주지 않아. 경찰까지 불러 싸우고 나서야 들어갔어요. 완장 차면 이것들이 눈에 보이는 게 없어. 그게 미얀마예요. 완장을 채워주니 눈에 보이는 게 없어. 지가 대장이야. 우리가 외국인이니 깔아뭉개는 거지. 지말 들으라는 거야. (60대 초반 남성, 미얀마 거주 19년차, 자영업)

경비원과의 사소한 다툼에서도 ‘완장’으로 표상되는 현지국가의 모습을 떠올리는 것은, 미얀마라는 특수한 공간이 아니라도 일상공간에서 발생하는 갈등을 민족과 국적을 통해 해석함으로써 관계를 재구성하고 서열화를 실천하는(구지영 2014: 157) 재외한인들의 일반적인 행동양태이기도 하다. 하지만 미얀마 한인들에게 이러한 상황은 “하이랭크”의 네트워크에 들어간 덕에 현지에서 생활하는 데 아무런 불편 없이 지낸다는 다른 한인들의 처지와 비교되어 상대적 박탈감을 가중시킨다. “하이랭크”와 “로컬”로 양분된 한인의 현지 인식은, 이런 점에서 미얀마 사회의 기회구조에 대한 강한 기대가 존재하는 가운데 이에 대한 접근이 허용되지 않는 상황에서 느끼는 불균등한 관계에 대한 인식이 모습을 드러내는 방식이라고 볼 수 있

을 것이다.

2장에서 다룬 최근 한국기업의 진출형태에서 살펴보았듯이, 근래 미얀마로 진출하는 한국기업은 내수시장에 주력하는 추세를 보이고 있다. 많은 한인들이 저평가하는 “로칼”의 구매력이 점차 높아지고 있는 데 따른 현상이다. 그러나 이들의 내수시장 공략 대상이 이전에 와있던 한인들로 전환되지 않기 위해서는 “하이랭크”와 “로칼”로 양분된 현지사회에 대한 인식에서 먼저 변화가 이루어질 필요가 있는 것 같다. 현지인과의 일상적인 접촉에서 크고 작은 갈등이 빈발하는 것은 사실이지만, 외국인에게 부과되는 각종 규제를 회피하려는 대다수 한인들이 가장 크게 의존하고 있는 현지인들의 부류는 “하이랭크”의 기득권층이 아닌 일반인들이기 때문이다. 실제 대부분의 한인들이 자기가 고용하고 있는 “로칼” 직원 명의로 사업체를 운영하고 있고, 개혁개방에 대한 높은 기대감으로 양곤의 부동산 가치가 천정부지로 치솟았던 시기 외국인에게 접근이 허용되지 않는 부동산에 투자하여 한인들이 부를 축적할 수 있었던 것도 대부분 그들이 직원으로 두고 있는 현지인들의 명의를 빌린 덕분이었다. 그러나 고용관계가 양자를 묶는 계약의 주된 양식인 까닭에 이러한 관계를 파트너 관계로 인식하는 한인들은 많지 않다. 그보다는 “앞에서는 간이고 쓸개고 다 빼줄 것처럼 접수할 때까지 기다렸다가 때가 되면 먹어버리는” 잠재적인 약탈자로 인식하는 경우가 더 많다. 명의를 빌리되 법적 효력을 갖는 차용증을 써두곤 하는 것도 이런 까닭에서다. 실제 한인들 가운데 현지인에게 당해 미얀마에서 억울하게 옥살이를 하게 된 한인의 사례와 같이 현지인과의 관계에서 불미스러운 일도 종종 발생한다. 하지만 이러한 상황들을 지켜보는 한인들은 그러한 사태의 책임이 한인들 자신에게 있다고도 말한다.

사기 당하는 사람들은 사기 당할 만한 일을 현지인들에게 맡겨서

그렇게 되는 거예요. 욕심을 부려서 그렇게 되는 거기도 하고요. 저 같은 경우엔 우리 직원이 자기 하는 일에서 생겨나는 수입은 그냥 먹게 해줘요. 지도 고생했으니까 그 정도 부수입은 있어야죠. 그렇게 해두면 다른 일 갖고 장난치는 일은 안하죠. 일이 틀어지면 자기 수입도 날아가니 열심히도 하고요.

(50대 남성, 미얀마 거주 28년차, 개인사업)

“하이랭크”의 비즈니스 네트워크, 그리고 그들 개개인이 갖고 있는 품위야말로 경제자본과 사회자본, 그리고 문화자본의 전환 가능성에 관한 부르디외의 논의(Bourdieu 1986)를 훌륭히 입증시켜주는 사례라 할 것이다. 하지만 그들의 품위가 풍돈을 빼먹기 위해 거짓말하고 속이는 “로칼”의 행태보다 고결한 것이라고 말할 수는 없다. 그들이 품위를 유지할 수 있게 만들어주는 자원이란 필시 “들어가고 싶다고 해서 들어갈 수 있는 게 아닌”, ‘비즈니스 네트워크’라는 말로 포장된 더 큰 도둑질과 부정거래에서 나왔을 것이기 때문이다. 이러한 사실을 외면하거나 오인하고 비용을 치르는 일이야말로 한인들에게 좌절감과 박탈감을 경험하도록 만드는 미얀마 사회의 불균등한 기회구조를 재생산하고 강화하는 결과를 낳을 수 있다. “하이랭크”를 살찌우기보다는 한인들이 일상적으로 접촉하는 “로칼”을 지원하고 이들과 광범위한 차원에서 호혜적 관계를 구축하는 것이 한인들 자신을 위해서는 물론 미얀마 사회의 불균등성을 개선하고, 나아가 한국과 미얀마 양국 간의 관계를 더욱 증진시키는 데도 바람직할 것이다.

## V. 나가며

외국인의 법적 지위와 자원 이용, 경제 활동에 대한 제한이 강한 미얀마 사회 특유의 법과 제도 환경 속에서 대부분의 한인들은 거주 및 사업상의 필요에 따라 현지인의 명의를 빌리거나 파트너 관계를 맺고 있다. 그런데 한인의 파트너 관계에 대한 천착은 정실주의, 즉 별주의로 요약되는 미얀마 사회의 인맥 중심의 비즈니스 네트워크에 대한 강한 기대를 담고 있다는 특징을 보인다. 이른바 “하이랭크”로 알려져 있는 전·현직의 군부 인사나 정부 고위관료, 그리고 이들에게 연결될 수 있는 현지인 사업가 등이 미얀마 한인들이 접근하고자 하는 ‘파트너’인 것이다. 요컨대 한인의 파트너 담론은 거의 전적으로 “하이랭크” 및 사업상의 기회를 보장해줄 수 있는 기득권층을 지시하고 있는 것으로 보인다.

한인들의 이러한 파트너 담론은 현지사회를 “하이랭크”와 “로컬”로 양분하는 인식을 낳는다. 실상 대부분의 한인들이 거주 및 사업상의 이유로 실질적인 도움을 얻고 있는 상대는 한인들이 “로컬”로 통칭하는 일반 현지인들이다. 하지만 이러한 관계가 대체로 고용인과 피고용인의 관계에 중첩되어 있는 까닭에 한인들은 이들과의 관계를 파트너 관계로 인식하지 않는 경향이 있다. 유식하고 품위 있는, 이미 가질 만큼 가진 자들인 까닭에 사기를 칠 이유도 없다는 “하이랭크”에 대한 인식과는 달리 일반인들에 대해서는 한인들 자신이 알고 있는 피상적인 문화적 설명에 근거하여 저평가하는 양면적 인식이 “하이랭크” 중심의 파트너 담론에서 드러난다.

개혁개방 이래 지속적으로 이루어지고 있는 법과 제도 개혁에도 불구하고 여전히 미얀마의 경제활동 전반을 지배하는 정실주의의 관행은 시장에서의 공정한 경쟁보다는 “하이랭크”의 비즈니스 네트워크에 접근하여 기회를 얻는 것을 선호하게 만드는 배경이 되고 있



다. 하지만 대다수의 한인들에게 하이랭크의 비즈니스 네트워크는 선망의 대상일 뿐 실제 이에 접근할 수 있는 기회는 제한적이다. 이와 다른 한편으로 한인들이 일상적으로 접촉하는 현지인들과의 관계에서는 여러 형태의 갈등과 문제가 빈발한다. “로컬”을 잠재적 약탈자나 사기꾼으로 묘사하곤 하는 한인들의 현지 인식은 이러한 접촉의 경험으로부터 기인한다.

역설적이게도 개혁개방 이후 외국인 투자 유치를 위해 미얀마 정부가 내놓고 있는 일련의 법적, 제도적 개혁안들은 중소기업 이상의 기업 차원 투자에는 유리한 환경으로 작용하지만 소액 자본금으로 진출한 개인 사업자들에게는 불리한 조건으로 작용하는 측면이 있다. 미얀마 경제가 발전할수록 한인들이 진출할 수 있었던 현지의 틈새시장도 점차 일정수준의 자본력을 갖춘 기업들에 잠식되어가는 상황이다. “로컬”의 구매력은 놀라운 속도로 커져가고 이들의 문화 소비 욕구 또한 점차 고급화되어가는 추세를 보이고 있지만, 다수의 한인들이 이에 부응할 만한 경제력을 갖추지 못한 채 좌절하는 경우가 속출하는 실정이다. 현지 내수시장보다는 한인들을 상대로 하는 서비스업 부문 자영업자들이 증가하는 것도 이러한 배경에서다. “하이랭크”와 “로컬”로 양분되어 있는 한인의 현지 인식과, 이를 설명하는 근거로서 동원되곤 하는 “로컬”에 관한 문화담론은, 이런 점에서 개별 한인들이 이행기 미얀마 사회에서 경험하는 불균등한 기회구조를 반영하는 것으로서 보아야 할 것이다.

물론 모든 한인들이 현지사회를 “하이랭크”와 “로컬”로 양분하여 인식하거나 “로컬”을 무시하기만 하는 것은 아니다. 한인들 가운데 자기 사업장의 직원이나 사업상 접촉하게 되는 현지인과 돈독한 신뢰관계를 형성하며 잘 지내는 이들이 많다. 근래에는 한인회 등 여러 한인단체들이 주기적으로 사회봉사활동을 전개하는 등 현지사회와의 관계 정립을 위한 다양한 노력들을 보여주고 있기도 하다.

몇 해 전 한 한인이 “느긋하게 거리를 활보하는” 개에 현지인을 비유한 글을 한인잡지에 올렸다가 이를 읽은 현지인이 소셜미디어에 글을 올려 자칫 큰 사건으로 변질 뻔했던 일도 경험한 터라 현지사회의 공분을 살 만한 일이 발생하지 않도록 조심하는 분위기도 있다. 또한 현지에서 가정을 꾸린 한인도 적지 않고 한인들의 온라인 정보 공유방에 참여하는 현지인들도 있어 차별적인 표현들이 드러나지 않도록 한인들 스스로 서로 검열하고 자제를 당부하기도 한다. 한인회에서는 현지인을 명예부회장 자격으로 추대하여 한국과 미얀마 간의 우호관계를 공식화하고 있기도 하다. 단지 형식적인 수준에서만은 아닌, 미얀마가 그들에게 새로운 삶을 살 수 있는 기회를 주었다는 점을 깨닫고 작은 실천으로나마 되갚아야 한다는 의식도 엿보인다. 이러한 의식의 변화가 앞으로 현지인과 한인이 접촉하는 모든 영역에서 양자의 관계를 진전시키는 밑거름이 되어줄 것이다. 한국과 미얀마의 관계 또한 이처럼 일상적 삶의 공간에서 이루어지는 사람과 사람 간 관계에서의 진전이 바탕이 될 때라야 더욱 견고해질 것임이 자명하다.

### 〈참고문헌〉

- 강윤희. 2017. “‘공장말’: 인도네시아 한국기업의 언어사용과 권력.” 『한국문화인류학』 50(2): 237-285.
- 강윤희. 2014. “인도네시아 생산 현장에서의 말하기: 삼익 인도네시아의 사례.” 오명석 편, 『말레이세계로 간 한국기업들: 삼성, 미원, 삼익, 코리도의 동남아 현지화 전략』. 서울: 눌민.
- 기어츠, 클리퍼드. 2012. 『농업의 내향적 정교화: 인도네시아의 생태적 변화과정』. 김형준 옮김. 서울: 일조각.
- 김도형. 2014. “일제말기 필리핀·버마지역 한인 병사의 강제동원과 귀환.” 『한국독립운동사연구』 47: 153-196.
- 김동엽. 2018. “이주 시기와 형태에 따른 필리핀 한인동포의 국가 정체성.” 『동아연구』 37(2): 287-317.
- 김홍구. 2019. “초국가주의적 현상 속 재태한인.” 『동남아시아연구』 29(1). 205-245.
- 난 린. 2001. 『사회자본』. 김동윤·오소현 역. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 대한무역투자진흥공사. 1994, 2004, 2009, 2011, 2014, 2016, 2018. 『해외진출 한국기업 디렉토리』 서울: KOTRA.
- \_\_\_\_\_. 2019. 『2019 국별 진출전략: 미얀마』. 서울: KOTRA.
- 미얀마한인봉제협회(KOGAM). 2019. 『실과바늘』. 18호. Yangon: KOGAM.
- 박장식. 2019. “미얀마 아웅산수찌 정부의 반환점: 불공평 게임 속의 점증하는 위기.” 『아시아연구』 22(1): 49-73.
- 베버, 막스. 2010. 『프로테스탄티즘의 윤리와 자본주의 정신』. 김덕영 옮김. 서울: 길.
- 서지원·전제성. 2017. “대한민국 해외투자 선구자들의 초국적 연계

- 성과 의식세계: 인도네시아 한인기업가 회고록 분석.” 『동남아시아연구』 36(1): 295-337.
- 신윤환. 1993. “한국인의 제3세계 투자: 동남아 진출 기업의 ‘천민적’ 행태에 대한 비판.” 『창작과비평』 81: 303-323.
- 엄은희. 2014. “산림개발 기업과 지역사회 공존의 과제.” 오명석 편, 『말레이세계로 간 한국기업들: 삼성, 미원, 삼익, 코리도의 동남아 현지화 전략』. 서울: 놀민.
- 오명석. 2014. “무슬림 근로자를 위한 이슬람적 노무관리: 말레이시아 삼성전자 디스플레이의 사례.” 오명석 편, 『말레이세계로 간 한국기업들: 삼성, 미원, 삼익, 코리도의 동남아 현지화 전략』. 서울: 놀민.
- 이승은. 2014. “글로벌 도시국가 싱가포르의 한인사회: ‘이주’와 ‘정착’의 역사와 전망.” 『한중미래연구』 2: 135-165.
- 장준영. 2013. 『미얀마의 정치경제와 개혁개방: 성과와 과제』. 서울: 지식과교양.
- 전제성. 1999. “경제위기, 정치개혁, 그리고 인도네시아의 한인기업 노동문제: 자보따백의 의류신발업종을 중심으로.” 『동남아시아연구』 8(1): 117-154.
- \_\_\_\_\_. 2014. “해외투자 한인기업 노사관계의 현지화: 미원인도네시아 사례연구.” 『동남아시아연구』 24(2): 81-126.
- 채수홍. 2003. “호치민시 다국적 공장의 정치과정에 관한 연구.” 『한국문화인류학』 36(2): 75-108.
- \_\_\_\_\_. 2005. “호치민 한인사회의 사회경제적 분화와 정체성의 정치학.” 『비교문화연구』 11(2): 103-142.
- \_\_\_\_\_. 2013. “베트남 살롱이 파업의 양상과 원인: 남부 빈즈엉을 중심으로.” 『동남아시아연구』 23(3): 1-48.
- \_\_\_\_\_. 2016. “베트남에 거주하는 조선족 공장 매니저의 초국적 삶

- 과 문화정치.” 『동남아시아연구』 26(4): 279-320.
- \_\_\_\_\_. 2017. “하노이 한인사회의 형성, 분화, 그리고 미래.” 『한국 문화인류학』 50(3): 125-174.
- 채현정. 2009. “캄보디아 앙코르 유적지의 한국인 관광업 이주자.” 『동남아시아연구』 19(1): 148-184.
- 홍석준. 2016. “말레이시아 이민정책과 한국인 은퇴 이주의 조우.” 『한국콘텐츠학회논문지』 16(4): 558-568.
- 한국산업은행(KDB) 미래전략연구소 2019. “미얀마 경제발전정책과 협력 확대 방안.” 『산은조사월보』 762: 69-104.
- Smart, Alan. 1993. “Gifts, Bribes, and Guanxi: A Reconsideration of Bourdieu’s Social Capital.” *Cultural Anthropology* 8(3): 388-408.
- Andrews, Tim. G. · Khin Thi. Htun. 2017a. “Business Networks in Myanmar: *Kjei zu*, Corrosion and Reform.” *Business Networks in East Asian Capitalism*. Jane Nolan, Chris Rowley, Malcolm Warner(ed.). Cambridge: Chandos Publishing.
- \_\_\_\_\_. 2017b. “Corruption in Myanmar: Insights form Business and Education.” *The Changing Face of Corruption in the Asia pacific*. Marie dela Ram, Chris Rowley(ed.) Amsterdam: Elsevier.
- Bissinger, Jared. 2014. “Myanmar’s Economic Institutions in Transition.” *Journal of Southeast Asian Economics* 31(2): 241-255.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, translated by Richard Nice. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

- \_\_\_\_\_. 1986. "The Forms of Capital," In *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. J. Richardson, ed. pp. 241-258. New York: Greenwood Press.
- Kyaw Yin Hlaing. 2002. "The Politics of Government-Business Relations in Myanmar." *Asian Journal of Political Science* 10(1): 77-104.
- Pfanner, David E. 1962, "Rice and Religion in a Burmese Village." Ph. D. Thesis. Ithaca: Cornell University.
- Pfanner, David E. and Jasper Ingersoll 1962, "Theravada Buddhism and Village Economic Behavior: A Burmese and Thai Comparison." *The Journal of Asian Studies* 21(3): 341-361.
- Speece, Mark · Phyu Phyu Sann 1998. "Problems and Conflicts in Manufacturing Joint Ventures in Myanmar." *Journal of Euro-Asian Management* 4(3): 19-43.
- Spiro, M. E. 1966. "Buddhism and Economic action in Burma." *American Anthropologist* 68(5): 1163-1173.
- \_\_\_\_\_. 1982. *Buddhism and Society: A Great Tradition and Its Burmese Vicissitudes*(2nd Expanded Edition). Berkeley: University of California Press.

(2019.11.09. 투고, 2019.11.11. 심사, 2019.11.24. 게재확정)

<Abstract>

## Partner Discourse and Two-Sided Perceptions of Locals in the Korean Community of Myanmar

KIM Hee Suk  
(Jeonbuk National University)

In Myanmar, restrictions are strong on foreigners' legal status, resource utilization and economic activities. In such a Myanmar society-specific legal and institutional environment, most Koreans borrow the name of the local people or have a partnership according to their residential and business needs. However, the obsession with the partnership of Koreans is characterized by strong expectations for a business network in Myanmar society, which is summarized as cronyism and nepotism. The former and incumbent military personnel or senior government officials, known as the so-called "high rank" and local businessmen who can be connected to them, are the "partners" that Koreans in Myanmar want to approach. In short, the Korean's partner discourse is confirmed to indicate a "high rank" and vested interest that can fully guarantee business opportunities. Two-sided perceptions are evident in the "high-rank" centered discourse: Koreans highly regard the "high rank" as rich, intelligent, gentle and fair, so there is no reason to cheat on them. On the other hand, the common people who usually be called as "local" by Koreans is underestimated based on superficial cultural explanations, and

often described as potential looters. This two-sided perceptions should be explained through the socioeconomic conditions of individual Koreans and their everyday lives experienced under the uneven structure of opportunity in Myanmar during the transition period.

**Key Words:** Myanmar, Korean Community, Local, Partner Discourse, Business Network