

## 할랄화 이후 음식 공간의 변형: 다종족 융합의 가능성과 한계\*

박 하 영\*\*

### 국문초록

본 연구는 말레이시아의 코피티암 사례를 중심으로 할랄화 이후 음식 공간의 변화에 대해 살펴보고 있다. 말레이시아의 일상생활은 종교적 이유로 무슬림인 말레이와 비무슬림인 화인으로 구분되어 있다. ‘커피를 파는 상점’이라는 의미의 코피티암은 대표적인 화인의 공간으로 무슬림 말레이를 찾아보기 어려운 공간이었다. 무슬림 말레이는 이슬람 율법에 따라 철저히 할랄만을 소비한다. 하지만 여러 이유로 할랄의 안정성이 위협받고, 비할랄 영역이 증가함에 따라 할랄인증제 도입으로 대표되는 할랄화가 진행되었다.

할랄화 이후 말레이시아의 음식 공간에 변화가 생기기 시작했다. 특히 화인의 공간이었던 코피티암도 할랄인증을 받아 무슬림 말레이에게 개방되었다. 이후 할랄인증을 받은 화인공간이 생겨남에 따라 종족 간 경계가 열어지고, 다종족 융합 공간이 생겨났다. 하지만 할랄화로 할랄영역으로 편입된 공간은 여전히 할랄의 진정성을 의심받으며, 때로는 정치적으로 특정 종족을 대표하는 사례가 되기도 한다. 본 연구는 할랄화 이후 말레이시아의 코피티암의 변화를 분석을 시도함으로써 할랄화로 인한 다종족 융합의 가능성과 한계에 대해 살펴보고자 하였다.

**주제어:** 말레이시아, 코피티암, 할랄화, 다종족

\* 본 논문은 저자의 석사학위 논문(박하영 2020)의 일부를 수정·보완한 것임.

\*\* 부경대학교 글로벌지역학과 박사과정, hayeong20@gmail.com

## I. 서론

말레이시아에는 식당과 카페의 중간 범주에 속하는 ‘음식과 음료를 함께 먹는’ 코피티암(Kopitiam)이 있다. 사람들은 코피티암에서 간단하게 끼니를 때우기도 하고 대화를 나누기도 하며 더 나아가 문화를 공유하기도 한다. 말레이시아 코피티암의 문자적 의미는 ‘커피를 파는 상점’이지만, 독특한 역사적 배경으로 인해 ‘말레이시아의 중국식 카페(Malaysia Chinese Cafe)’로 알려져 있다. 초기 코피티암은 대부분 식민 시기 말레이반도로 이주한 화인들에 의해 운영되었고 이곳에서 화인들은 고향의 음식을 먹으며 그들의 문화를 공유하였다. 이 때문에 화인이 아닌 타종족 사람들도 코피티암을 화인의 공간이라 인식하는 경향이 있다.

말레이시아의 말레이<sup>1)</sup>는 무슬림으로 코란에 명시된 허용된 것인 할랄(Halal)만 소비하도록 철저히 강요받으며 금지되는 하람(Haram)과 그 사이의 애매한 영역에 해당하는 매쉬부(Mushbooh)<sup>2)</sup>는 소비하지 않는 것을 원칙으로 한다. 이러한 종교적 이유로 말레이는 무슬림, 화인은 비(非)무슬림이라는 이분법적 구분이 견고히 자리 잡고 있다. 종족 정체성(ethnic identity)과 종교적 정체성(religious identity)이 중첩되는 이분법적 구분은 음식소비공간을 종족별로 분리되는 현상을 초래하였다(오명석 2012). 과거 분리된 음식 소비가 가능했으나 비할랄(Non-halal)영역이 증가함에 따라 무슬림은 안심하고 할랄을 소비하기 어려워졌다. 할랄에 대한 안정성이 요구됨에 따라 말

1) 본 논문에서 사용한 ‘말레이’는 종교는 이슬람이며, 습관적으로 말레이어를 사용하며 말레이 관습을 따르는 사람을 의미하는 용어로 사용되었다.

2) 매쉬부(mushbooh)에 대한 해석은 이슬람 전문가와 기관에 따라 다르게 해석되며 대표적인 예로는 효모, 담배가 매쉬부에 해당한다. 식품이 할랄인지 또는 하람인지 판단하기 위해서는 식품의 ‘본질, 가공방법 및 획득 방법’에 달려 있으나 결국 금지의 기본 원칙은 “신의 질서”로 남아 있다(Riaz & Chaudry 2004 : 12).

레이시아 내에서는 할랄에 대한 의미가 재정립되기 시작하였으며 말레이시아 정부는 할랄인증제를 도입하였다.

할랄에 대한 인식과 실천과정의 변화를 일컫는 할랄화(Halalization) 이후 할랄인증을 받은 식당과 카페가 증가하기 시작했다. 특히 대표적인 화인 공간인 코피티암도 할랄인증을 받아 무슬림 말레이에게 개방되었다. 할랄 지위를 획득함에 따라 할랄영역으로 편입된 공간이 증가함에 따라 여러 종족이 섞일 수 있는 혼종공간이 탄생한 것은 틀림없다. 하지만 할랄화로 생겨난 공간이 모든 종족에게 개방되고 포용성을 갖는 공간으로 지속될 수 있을 것인가? 본 논문에서는 새로운 공간의 가능성과 한계에 대해 연구하고자 한다.

## II. 선행연구와 이론적 배경

동남아시아의 종족과 종교에 대한 많은 연구가 진행되었지만, 종족별 식문화나 음식소비공간에 대해 주목하는 연구는 그다지 많지 않다. 말레이시아와 같은 다종족사회에서 ‘같이 먹는 것’은 먹는 행위 이상의 사회문화적 의미를 내포하고 있기에 말레이시아의 식문화 연구는 중요하다. 진과 쿠(Jean & Khoo 2015)는 말레이시아와 싱가포르의 음식과 공간의 연관성을 분석하였다. 특히 음식을 먹는 공간이 특정 종족의 정체성에 미치는 영향과 종족별 식문화 특성에 대해 연구하였다. 말레이시아의 코피티암, 싱가포르의 호커센터(Hawker Center), 말레이시아 타밀 무슬림의 마막(Mamak), 퍼라나칸(Peranakan)과 노냐(Nyonya) 음식을 연구하였다. 하지만 이러한 연구는 특정 종족의 식문화와 공간에 대한 개별적인 접근이었으며, 각기 다른 종족과의 상호작용에 대한 분석으로는 미치지 못했다.

말레이시아의 종족 특성을 일상생활과 연결하여 해석하려는 시도

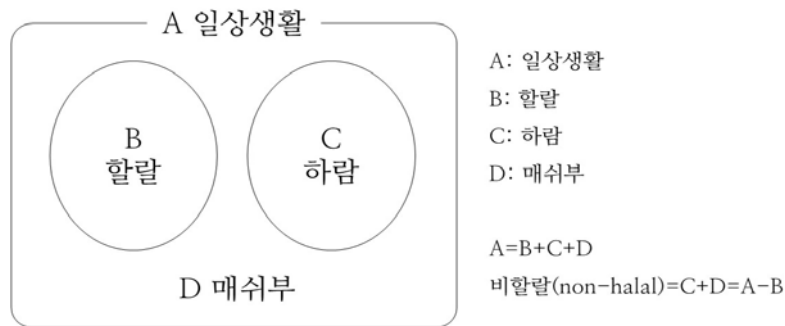
는 오명석(2004)과 이응철(2017)에서 보인다. 오명석(2004)은 말레이시아의 종족 특성과 식문화의 관계를 설명하는 데 있어, 일상적인 식생활을 통해 드러나는 종교적 차이와 종족적 구분에 대해 ‘돼지고기’를 중심으로 분석하였다. 이응철(2017)은 말레이시아의 주요 종족 중 하나인 화인의 음식소비와 말레이의 음식소비를 비교하고 할랄과 비할랄의 기준과 말레이시아에서 음식을 소비하는 것의 상징적 의미에 대해 분석하였다. 위의 연구는 화인에 주목하여 다른 집단과의 대비를 통해 어떻게 자신의 정체성을 강화하는지 분석했다고 볼 수 있다.

반면, 오명석(2012)은 할랄화를 무슬림의 생활영역과 이슬람 소비의 확대로 보고 할랄화가 말레이시아 사회에 끼친 영향에 대해 분석하였다. 본 논문에서는 오히려 할랄이 종족 간 ‘구분’이 아니라 통합이나 공존의 수단이 될 수도 있는 역설적 상황의 가능성에 대해 설명하였다. 요한 피셔(Fischer 2008)는 특히 말레이 중산층을 중심으로 무슬림으로서 적절한 소비의 형태는 무엇인지에 대해 할랄화라는 개념을 사용하여 분석하였고, 할랄화 이후 말레이 무슬림의 소비 양상이나 공간 사용에 있어 많은 변화가 있었다는 점을 강조했다. 특히 도시가 발달하고 글로벌화가 진행됨에 따라 서로 다른 종족과 공간을 공유할 필요성이 증대되었음을 강조하였고, 이에 따라 할랄 인증은 무슬림이 비무슬림 공간이라고 생각되는 공간에 들어갈 수 있는 수단이 될 수도 있음을 강조한 것이다(오명석 2012; Fischer 2008, 2011, 2015). 코피티암은 말레이시아로 이주한 중국인의 문화를 보여주는 공간으로 연구되기 시작했지만(Wenzel 2016; Jean et al. 2015) 최근의 논의에서는 다양한 문화가 혼종되며 배타적인 구분이 아니라 세계적인 공공공간(Cosmopolitan Public Space)으로서 코피티암의 가능성을 강조한 논문이 등장하고 있다(Velayutham 2009).

본 연구에서는 말레이시아의 종족소비 변화의 핵심 요소를 할랄으로 가정하고 할랄화 이후 공간의 변형과 기능에 집중하고자 한다.

이슬람 율법<sup>3)</sup>에 따르면 명백한 할랄과 하람이 존재하며, 그 사이에 할랄인지 아닌지 알기 어려운 의심스러운 영역인 매쉬부가 존재한다. 무슬림은 종교와 명예를 지키기 위해서는 의심스러운 영역을 피하는 것이 안전하며 누군가가 의심스러운 영역에 관여한다면 하람을 행하는 것으로 간주된다. 코란에서 규정한 할랄과 하람 이외에도 의심스러운 것은 일상 속에서 항상 존재하며, 무슬림은 이것을 피하는 것이 요구된다(Yaakob et al. 2010). 하지만 사실상 일상생활에서 의심스러운 영역을 완전히 배제하기는 어렵다.

< 그림 1 > 할랄과 하람, 매쉬부



출처: 저자 작성

본 논문에서는 이슬람 율법 기준에 따라 무슬림의 일상생활을 <그림 1>과 같이 구성하였다. 일상생활(A)은 할랄(B)과 하람(C), 그리고 매쉬부(D)를 모두 포함하며 무슬림에게 허용된 할랄 영역을 제외한 영역은 비할랄으로 구분한다. 하람과 매쉬부를 포함한 모두 포함하는 비할랄 영역은 무슬림이라면 마땅히 피해야 할 영역이다. 이러한

3) 하디스(Hadith), 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.

종교적 기준은 말레이시아의 일상공간의 분절을 초래하였으며 특히 무슬림인 말레이는 율법에 따라 할랄과 하람을 철저히 지키며 타종족과 구분된 일상생활을 영위하였다. 하지만 이전에는 없었던 새로운 상품과 서비스가 생겨나고, 다른 국가와의 교류가 증가하고 이전에는 분리되어 존재했던 말레이공간과 화인공간의 교차로 인해 할랄의 안정성은 위협받기 시작했다.

할랄의 불안정성은 ‘새로운 할랄과 하람에 대한 기준’의 필요성으로 이어졌으며 이는 할랄에 대한 전반적인 인식의 변화를 초래하였다. 요한 피셔(Fishcer 2008)는 ‘할랄과 하람에 대한 인식의 변화’와 ‘할랄 실천의 변화’ 과정 모두를 할랄화로 정의하였다. 할랄화는 말레이시아에서 두드러지게 나타나는 현상으로 표면적으로는 이슬람 헤게모니와 무슬림의 일상생활 영역 확대로 해석되며, 실제적인 실천으로는 ‘할랄 인증제 도입’이 있다.

본 연구는 말레이시아에서 진행된 할랄화로 인한 공간의 변형에 초점을 두고 진행되었으며 할랄인증을 획득한 코피티암은 말레이시아에서 어떤 역할을 하는지에 대해 살펴보고자 한다. 코피티암의 특성을 조사하기 위해 2019년 1월 9일부터 16일까지 말레이시아 쿠알라룸푸르를 방문해 현지 조사와 참여관찰을 진행하였으며, 할랄화 이후 코피티암에 대한 논쟁과 실제 이용자의 반응을 살펴보기 위해 인터뷰를 진행하고 관련 기사를 참고하였다.

### Ⅲ. 할랄화 이전의 코피티암

#### 1. 코피티암의 역사

‘커피를 파는 상점’이라는 뜻의 코피티암은 말레이시아, 인도네시아

아, 싱가포르, 브루나이 등 동남아시아에서 흔히 볼 수 있는 공간이다. 특히, 말레이시아의 코피티암은 문화적 다양성을 담고 있는 대표적인 공간이자, 사람들이 일상적으로 찾는 공간이다(Jean et al. 2015: 26-27). 코피티암의 원형은 19세기에서 20세기 초 영국이 말레이반도를 식민 지배할 시기로 거슬러 올라간다. 플랜테이션 농장과 일터 근처, 그리고 이주민이 정착한 마을의 길거리에서는 중국과 인도, 말레이 군도에서 이주한 이주민들에게 저렴한 가격의 음료와 식사 대용 음식을 판매하는 곳을 코피티암이라 하였으며, 주로 이주한 화인이 개인이나 가족 단위로 운영하였다.

초기 코피티암은 접을 수 있는 테이블과 의자<sup>4)</sup>를 길거리에 펼쳐 영업하거나 의자가 달린 나무 수레 또는 임시 건물에서 운영하는 형태였다(Lai 2010: 4). 코피티암의 주인은 호커(hawker)에게 노점의 일부 공간을 임대하기도 하고 손님에게 음료를 판매하기도 하였다. 초기 코피티암의 형태를 단 하나로 정의할 순 없지만, 공간을 임대하여 영업하는 공식적인 가게이기보다 임시적이고 비공식적인 노점에 가깝다. 이주민이 증가함에 따라 코피티암을 찾는 사람 역시 증가하기 시작하였는데, 일부 코피티암은 새로 생긴 이주민 마을이나, 기존의 이주민정착지, 소도시의 중심에서 작은 가게(eating shop)나 식당(eating house)의 형태로 변화하였다. 임시적(temporary) 성격이 강했던 초기 코피티암은 시간이 지남에 따라 공간을 임대하여 임시적 성격에서 벗어났다(Lai 2010: 4).

여전히 전통을 이어나가는 코피티암도 존재하지만, 외부적 요인으로 인하여 코피티암은 다양한 형태로 변화하였다. 몇몇 코피티암은 프랜차이즈 사업을 통해 말레이시아 전역에서 쇼핑몰, 공항, 주상복합 등에서 여러 점포를 운영하기 시작하였다. 기업화된 대표적인 예는 페락주(Perak) 이포(Ipoh) 지역의 작은 코피티암에서 시작한 올드

4) 말레이어로 gerai로 비공식적인 노점이나 가판대 등을 의미한다.

타운 화이트커피(OldTown White Coffe)와 남흥 코피티암(Nam Heong Kopitiam)이 있다. 종족 기반의 정착지에 위치했던 초기 코피티암과 달리 기업화된 코피티암은 다종족을 배경으로 하는 여러 쇼펍몰에 입점하여있을 뿐만 아니라 자체 제작 상품을 판매하는 등 사업 영역을 확장하고 있다.

## 2. 코피티암의 문화적 혼종성

오랜 이주의 역사로 말레이시아의 식문화는 중국과 서양의 영향을 받아 형성되었다. 쌀을 혼합하여 만든 음식, 쌀밥과 함께 먹는 음식은 중국의 영향을 받았으며, 빵과 버터, 디저트 등은 서양의 영향을 받은 것이다(Esterik 2008: 12). 코피티암의 음식과 음료는 대부분 중국과 영국, 말레이반도의 문화 요소가 융합되어 만들어졌다. 말레이반도에서 많이 재배되는 코코넛을 이용한 우유에 판단 잎(pandan leaf)과 계란, 설탕을 넣어 만든 잼과 버터를 넣은 메뉴인 카야토스트<sup>5)</sup>의 기원은 정확하지 않지만, 하이난 출신의 화인들이 영국 관리의 집에서 일하면서 만들어진 음식, 혹은 말레이반도에 정착해 있던 영국 선박에서 먹던 음식이라는 기원이 있다. 연유에 차와 커피가 들어간 음료인 참(cham, 海南茶)은 문자적으로는 하이난 차(Hianan Tea)를 의미하며, 양조기술을 이용하여 찻잎과 함께 로스팅한 커피를 사용하는 코피티암의 대표적인 혼종적 메뉴이다.

여러 문화가 섞여 코피티암을 구성하고 있지만, 코피티암의 특징 중 하나는 화인들이 주로 운영하고 손님 역시 화인이 주를 이룬다는 것이다. 특히 하이난 출신의 화인이 코피티암 업계에서 우위를 점하고 있다. 하이난 출신의 화인들은 말레이반도로 이주한 후 주로 서양

5) 카야토스트의 기원은 정확하지 않지만, 하이난 출신의 화인들이 영국 관리의 집에서 일하면서 생겨난 음식이거나 영국 선박에서 먹던 음식이라는 두 가지 설이 있다.



식민 관리의 가정에서 일하면서 배운 요리와 서비스, 관리 기술을 이용하여 식당, 코피티암, 커피 제조업 등 식음료 사업을 시작하였다. 이들은 1930년대 대공황과 1941~1945년까지 전쟁으로 버려진 가게를 저렴한 가격에 인수하여 코피티암을 시작하는 경우가 많았다. 이로 인해 코피티암 업계에서는 하이난 출신의 화인들이 우위를 점하게 되었다(Lai 2011: 10). 쿠알라룸푸르 차이나타운의 호코우 하이난 코피티암(Ho Kow Hainam Kopitiam) 역시 중국의 하이난 출신 이주민이 3대에 걸쳐 60년 전부터 지금까지 운영하는 곳이다. 초창기에는 지금의 차이나타운의 골목에서 노점 형태로 이주민을 대상으로 음식과 음료를 판매하였다. 2018년 말레이시아 정부의 차이나타운 정비사업 이후에는 지금의 자리에서 옛 모습을 현대식으로 재현한 곳에서 운영하고 있다. 화인의 이주와 역사를 같이하는 호코우 하이난 코피티암은 과거 길거리에서 고향의 것을 판매하였다면, 현재는 초기 창업자의 자녀들이 기술을 배워 하이난의 전통과 고향의 맛을 이어나가려 노력하고 있다<sup>6)</sup>.

코피티암에서는 식음료 메뉴부터 언어 사용까지 화인의 흔적을 쉽게 발견할 수 있다. 먼저, 말레이시아의 전통적인 커피에 해당하는 코피(Kopi, 咖啡)는 커피에 설탕과 연유가 기본적으로 포함되어 단맛이 강하다. 말레이시아에서 블랙커피에 해당하는 코피-오(Kopi-O)는 커피에 설탕을 첨가한 음료이다. 코피-오에 코송(kosong)을 붙이면 설탕 대신 연유를 넣은 커피, 포(Po, Poh)를 붙이면 연유를 넣은 연한 커피를 말한다. 코피에 시우-다이(siu-dai 혹은 siew dai)를 붙이면 코피-오보다 적은 양의 설탕을 넣은 음료를, ‘가-다이(ga-dai)’를

6) 호코우 하이난 코피티암은 말레이시아의 세계 미식가 상(World Gourmet Award)의 중국 헤리티지 음식(Heritage of Chinese Cuisine) 부문에서 최고상(World's Top Award)을 수상하였다. 말레이시아의 세계 미식가 상은 식음료 산업의 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).

붙이면 설탕을 더 많이 넣은 음료를 일컫는다. 이때 음료의 첨가물을 나타내는 단어는 주로 중국 방언이 사용된다. 앞서 언급하였듯이 커피에 들어가는 첨가물의 유무에 따라 사용하는 ‘코송(kosong)’은 말레이어로 ‘아무것도 없음(nothing)’을 의미한다. 그 외에 ‘po’나 ‘poh’는 ‘연한, 묽은(diluted)’이라는 뜻의 호키엔어에 해당하며 ‘시우-다이(siu-dai, siew-dai)’에서 ‘시우(siu, siew)’와 ‘가-다이(gah-dai)’의 ‘가(gah)’는 광둥어로 각각 ‘보다 적은(less)’과 ‘보다 많은(more)’을 의미한다. 이와 더불어 대부분의 전통적인 코피티암에서는 주인과 손님이 중국어로 소통하며 메뉴판, 간판은 기본적으로 중국어로 쓰여 있으며 가게 이름이나 메뉴에서 출신 지역을 표기하기도 한다. 다음으로 코피티암에서는 화인의 음식을 경험할 수 있다. 호코우 하이난 코피티암에서 판매하는 용타우푸(Yong Tau Fu)<sup>7)</sup>는 하카 지방의 요리로, 화인이 많은 동남아시아의 여러 지역에서 흔히 볼 수 있는 음식이다. 용타우푸 이외에도 중국식 사찰요리인 뤼한자이(Luo Han Zhai, 羅漢齋)와 커리 치청편<sup>8)</sup>(Curry Chee Cheong Fun, 茨厂街蝦米咖喱猪腸粉)를 판매한다. 대부분의 화인 음식에는 돼지고기나 돼지기름을 사용한다.

코피티암은 화인의 식문화가 영국과 말레이문화를 만나 생겨난 새로운 공간임이 틀림없지만, 화인과 말레이 사이의 구분이 코피티암에도 적용된다. 전통적인 코피티암은 돼지고기 요리, 혹은 돼지기름을 이용한 음식 때문에 무슬림인 말레이에게는 금지된 공간이었다. 또한 노점 형태의 코피티암은 특정 종족의 거주지에서 노점 형태나 작은 가게 형태로 운영하였기에 타종족에게 배타적이었으며, 사

7) 두부에 고기, 생선, 버섯을 갈아 넣어 만든 음식

8) 치청편에는 기본적으로 쌀국수에 새우, 소고기, 야채와 소스를 곁들여 먹는 음식이다. 치청편에는 국물이 있는 것과 없는 것이 있는데 두 가지 모두 소수에는 돼지고기, 콩, 버섯, 카레, 육즙이 들어간다. 쌀국수의 모양이 돼지창자를 닮았다고 해서 쥬청편(猪腸粉, Jyu Cheong Fun)이라고 불리기도 한다.

람들 사이에 만연해 있는 코피티암은 화인의 공간이라는 인식으로 인해 화인 이외의 종족, 특히 히잡을 쓴 무슬림 여성<sup>9)</sup>을 찾아보기 어려웠다.

하지만 기업화된 코피티암은 초기 코피티암과 달리 종족 기반의 정착지에서 벗어나 새로운 장소에서 새로운 종족적 구성을 반영하였다(Lai, 2010). 새로운 형태의 코피티암은 다종족성을 띄는 말레이시아의 커피문화가 되어(Siti Nurbaya, 2010) 종족에 무관하게 드나들 수 있는 공간으로 인식되기 시작하였다. 종족별 구분이 뚜렷한 말레이시아에서 화인 문화에 뿌리를 둔 코피티암의 기업화는 ‘할랄’이라는 이슬람의 종교적 기준에 마주하게 되었다.

#### IV. 할랄화와 할랄화 이후의 코피티암

##### 1. 할랄의 재구성과 할랄화

국교가 이슬람인 말레이시아에서 무슬림인 말레이에게는 다른 종교보다 훨씬 더 높은 수준의 종교적 기준이 일상생활에 적용되며 이로 인해 말레이시아의 일상 공간은 무슬림과 비무슬림 영역으로 구분되어 있다. 이슬람 율법에 따르면 인간의 행동은 허용된 것, 금지된 것, 인간의 선택에 맡겨진 것, 추천되는 것으로 구분된다. 무슬림은 종교적 율법에 따라 일상생활의 모든 부분에서 할랄 여부를 확인할 의무를 지니고 있으며 할랄이 아닌 것은 소비하지 않는 이슬람식 교육을 어릴 적부터 엄격하게 받아왔다(홍완수 2015: 6). 무슬림에게 종교는 삶의 방식 그 자체이며 이슬람 경전인 꾸란(al-Quran)과 선지

9) 무슬림 여성이 착용하는 히잡은 시각적으로 무슬림 여부를 확인할 수 있는 수단일 수 있다.

자 무함마드의 언행을 담은 하디스, 이슬람 율법학자들의 해석인 파트와(fatwa)를 통해 구체화되며, 무슬림에게 종교적 수행과 일상생활의 구분은 무의미하다(박정훈 2016: 222). 할랄은 무슬림의 경제와 사회 활동 등 일상생활의 모든 측면을 규제한다. 할랄과 반대로 하람(haram)은 ‘허용되지 않은 것’을 의미하는데 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 강화시키는 역할을 한다. 무슬림은 코란과 수나에서 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 대해서는 의심하지 않고 받아 들여야 한다. 두 번째로, 무슬림에게 허용된 것은 그대로 충분하며 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 zone)이 존재하는데, 이슬람에서는 이를 매쉬부라 표현하며, 무슬림은 애매한 영역에 해당하는 것은 피하는 것이 종교적으로 경건한 행동으로 여겨진다(Fischer 2008: 31).

새로운 상품과 서비스의 발달, 다른 국가와의 교류 증대로 인해 꾸란에 언급되지 않은 애매한 영역은 점차 증가하였다. 또한 무슬림이 스스로 할랄과 하람을 구분하는 것이 어려워졌으며 이슬람 율법을 적용할 수 없는 전혀 새로운 것이 생겨나기 시작했다. 이와 같은 비할랄 영역의 증대로 할랄과 하람의 새로운 기준과 할랄에 대한 제

정의가 요구되었으며 이에 따라 할랄이 재구성되었으며 일상생활에서 실천의 변화가 이루어졌다.

말레이시아에서 할랄화가 진행되는 이유는 크게 두 가지이다. 첫째로 말레이시아는 다종족인 동시에 다종교 국가이기에 할랄에 대한 완벽한 통제가 불가능하다. 전통적인 무슬림 국가에서는 무슬림이 대다수를 차지하여 할랄만 생산하고 소비하기에 할랄과 비할랄이 공존하는 공간이 드물다. 반면에 말레이시아에서는 다종족·다종교적 특성 때문에 말레이시아라는 지역적 공간 안에서 할랄과 비할랄이 공존하고 때로는 교차하기도 한다. 말레이시아 내에서 할랄과 비할랄의 공존의 대표적인 사례는 돼지고기이다. 돼지고기는 가장 대표적인 하람으로 무슬림의 돼지고기 판매 및 소비가 철저히 금지된다. 하지만 돼지고기는 화인이 가장 선호하는 음식으로 빼놓을 수 없는 식재료이다. 말레이시아에서 화인은 ‘돼지고기를 먹는 사람’, 말레이는 ‘돼지고기를 혐오하는 사람’이라는 표현이 통용되듯이, 돼지고기 소비 여부는 두 종족을 구분하는 일상적이고 가시적인 지표이다. 동시에 돼지고기에 대한 선호와 혐오라는 극단적 대립은 말레이와 화인이 서로를 ‘절대적 타자’로 인식하고 교류를 피하는 중요한 요인이다. 말레이시아에서 돼지고기 소비에 대한 태도는 말레이와 화인 간에 관념과 정서, 행동의 측면에서 차이와 배제를 만들어 내고 있다(오명석 2004: 7). 그보다 중요한 것은 말레이시아에서 비할랄이 완전히 배제되지 못하고 암묵적으로 용인되었다는 것이다.

두 번째는 이전에는 없었던 새로운 상품과 서비스의 등장과 비무슬림 국가와의 교역의 증가이다. 과거에 존재하지 않았던 것은 코란에 따라 명확하게 할랄으로 구분할 수 없기 때문에 애매한 비할랄 영역에 표류하게 되었으며 비무슬림 국가와 기업으로부터 대량의 상품을 수입하게 되면서 비할랄 영역의 증가를 막을 수 없게 되었다.

애매한 영역의 할랄 여부 판단은 대상의 본질뿐만 아니라 가공과정, 유통, 소비자의 구매 방식까지 면밀히 살펴보아야 한다. 게다가 할랄과 하람에 대한 비교적 명확한 기준이 존재하지만 엄격한 할랄 인증과 취급에 있어서는 추상적이고 모호한 측면이 반드시 존재하기 마련이다. 할랄과 비할랄을 규정하는 기본 원리는 ‘신의 질서’로 남아 있지만(Fischer 2008: 31) 일상생활에서 애매한 영역에 대한 해석과 할랄 규정은 필수적이기에 이슬람 전문 기관이나 전문가에 의해 비할랄 영역에 대한 해석이 시도되었다.

비할랄이 완전히 배제되지 못하고 암묵적으로 용인되는 말레이시아에서 할랄과 비할랄의 교차지점은 중요하다. 말레이와 화인은 말레이시아에서 섞여 살아가지만, 할랄과 비할랄의 교차지점에서는 결정적으로 구분되며 말레이는 확실한 ‘할랄’을 요구하게 된다. 이와 더불어 애매한 영역의 확대는 기존에 코란에 명시된 할랄의 개념과 정의를 변화시켰다. 이슬람 율법을 종교적 규제와 인증을 통해 새로운 제품 유형과 경제 부문으로 확대되었다. 할랄화의 핵심은 고전적인 이슬람 율법으로는 현대 사회와 문화, 경제활동 등 일상생활을 규제할 수 없기에 할랄의 인식과 실천이 변화한다는 것이다. 말레이시아에서 할랄화는 무슬림의 일상영역과 할랄지위의 안정성 확대로 이어진다.

## 2. 할랄화 이후 변화

요한 피셔(Fischer 2008)는 사람들이 할랄을 이전과 달리 새롭게 정의하고 이해하는 ‘할랄화’를 통해 말레이시아 내에서 종족별로 확실하게 구분되고 분리되는 현상을 초래했다고 말한다. 또한 과거 그저 코란에 명시되어 있던 ‘할랄’은 할랄화를 통해 상품이나 가게의 할랄인증마크를 통해 가시성이 증가했다. 즉, 할랄이 상품화된 형태

로 확산된 이후에는 소비자들도 할랄과 비할랄을 스스로 인지하고 쉽게 구분하게 되었다. 이러한 할랄의 가시화는 무슬림 소비자들이 할랄 제품만 소비하도록 만들었다. 상품의 할랄화 확산으로 무슬림은 새로운 기준에 따라 할랄과 비할랄을 구분하게 되었으며, 더 나아가 할랄인증을 받은 대상이 진정한 할랄인지 아닌지 의심하는 등 능동적으로 할랄을 해석하고 실천하게 되었다(Fischer 2008: 32).

할랄화 이전에는 자연스럽게 종족별로 구분되어 일상생활을 영위 하였지만, 다종족을 배경으로 하는 쇼핑몰에서는 할랄과 비할랄 영역이 불가피하게 공존하게 되었다. 본격적인 할랄화 이전에는 종족별 음식 소비 공간이 명확하게 분리되어 있었다. 특히, 음식에 대한 할랄 기준이 엄격하기 때문에 식품관, 푸드코트, 식당에서는 공간의 분리가 더욱 뚜렷하게 나타났다. 1987년 개점한 더 몰(The Mall)의 푸드코트는 말레이 음식을 판매하는 공간과 화인의 공간이 뚜렷하게 분리되어 화인의 공간에서는 돼지고기 음식을 판매하며, 메뉴판은 중국어로만 쓰여 있었다. 말레이의 공간에는 말레이 고객이 압도적으로 많은 반면 화인의 공간에서는 말레이 고객을 볼 수 없었다(오명석 2012: 13). 할랄과 비할랄의 접촉이 증가하자 할랄 여부는 무슬림에게 있어서 예민한 관심의 대상이 되었다. 이와 더불어 다국적 기업의 말레이시아 진출 역시 할랄 여부가 중요한 이슈였다. 대표적인 다국적 기업인 맥도날드, 버거킹, 스타벅스 등은 말레이시아로 진출하기 위해서는 반드시 종교적인 할랄 기준을 만족시켜야 했다.

할랄에 대한 불안감을 해소하기 위해 제 3자에 의한 할랄 인증이 요구되었으며, 이에 말레이시아는 정부 기관 주도의 ‘할랄인증제도<sup>10)</sup>’를 도입하였다. 말레이시아의 할랄 인증제는 다른 국가와 달리

10) 말레이시아는 다른 이슬람 국가와 달리 국가의 통제 아래 정부기관에서 할랄의 표준화와 인증을 제도화하였다. 말레이시아의 할랄 인증은 1972년 제정된 상품표시법(Trade Description) 및 1975년 할랄 표현의 사용과 음식의 표지에 대한 시행령으로부터 시작하였다(이선호 2014: 224). 이후 말레이시아는 정부 기관인 JAKIM

정부 기관인 JAKIM(이슬람개발부 Jabatan Kemajuan Islam Malaysia)이 주체로 시행하는 제도이며, 정부 주도의 할랄 인증제도는 다른 국가의 할랄 인증제도와 달리 보다 강력한 강제성을 지닌다. 할랄인증제의 대상은 쿠란에 명시된 할랄과 더불어 새로 생겨난 상품과 서비스, 그리고 생산과정까지 포함한다. 가장 주목할 점은 과거 할랄 여부는 식품 분야에만 국한되었지만, 최근에는 의약품, 화장품, 서비스 등으로 할랄의 대상이 확대되었다는 것이다. JAKIM은 식음료제품, 소비재, 도축장, 식품관련시설을 대상<sup>11)</sup>으로 할랄 인증제를 시행하고 있다. 식음료제품은 음료를 포함한 모든 제조 및 생산품을 의미하며 소비재는 식품과 음료를 제외한 상품, 예를 들어 화장품, 의류, 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, 구내식당, 클럽이나 호텔의 레스토랑뿐만 아니라 키오스크,

(이슬람개발부)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(이선호 2014: 22). 이에 따라 할랄 식품에 대한 표지가 의무화되었으며 허위 표지 시 처벌을 받게 되었다(오명석 2012). 말레이시아에는 JAKIM외에도 HDC(할랄개발공사), 말레이시아 표준국(Department of Standard Malaysia) 등 다양한 할랄 기관이 존재한다. 2006년에 설립된 HDC는 글로벌 할랄 허브로서의 말레이시아를 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(이선호 2014: 224).

11) www.halal.gov.my 말레이시아 JAKIM 홈페이지를 참조할 것



요리사 등 식음료와 관련된 모든 건물과 구역, 공간을 의미한다. 다시 말해 할랄인증은 식품과 같은 상품에만 한정되는 것이 아니라 식품관련시설, 즉 음식을 제공하고 소비하는 공간까지도 포함한다. 음식을 소비하는 공간에 대한 할랄 여부는 종교적 율법에 따른 실천과 더불어 음식을 소비하는 분위기, 느낌, 환경에 해당하는 공간적 맥락 (spatial context) 역시 음식의 본질적 특성만큼이나 중요하다고 볼 수 있다(Fischer 2011: 110). 이러한 맥락에서 공간에 대한 할랄인증이 시작되었으며 쇼핑몰의 푸드코트와 다국적 패스트푸드점 또한 할랄인증을 받기 시작하였다.

지난 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 자킴은 시대적 흐름에 따라 청결한 것과 불결한 것(purity-impurity), 할랄과 하람, 익숙함과 낯설음 (familiar-alien), 중도와 진보(moderate-excessive)와 같은 이분법적으로 구분을 시도하였다. 이분법적 구분은 할랄화의 가시적인 형태인 할랄 로고와 할랄 인증제로 구현되었다. 이러한 구분은 도덕적이고 종교적인, 그리고 사회적 차원에서 일상적인 소비에 대한 맵핑(mapping)을 가능하게 하며 소비자들에게 선택에 대한 안내 지표를 제공하게 되었다. 이분법적 구분은 말레이시아 사람들의 소비에 있어 안내 지표임과 동시에 말레이시아 사람들의 정체성을 확인하는 역할도 수행한다. 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 영

향을 받는 것이 아니라 누군가에 의해 소비되는 과정에서 상품과 소비자의 정체성이 결정된다. 상품의 본질과 무관하게 할랄 인증을 받은 상품을 소비하는 사람은 무슬림 정체성을 소비과정을 통해 재정립하게 된다. 다시 말해서 상품에 대한 할랄 인증은 상품의 의미를 문화적, 종교적으로 재정립하며 더 나아가 소비자의 정체성과 연결된다(Fischer 2014: 95). 말레이 무슬림은 할랄 인증을 받은 상품만 소비하고 할랄 인증을 받은 식당에서만 식사를 하는 등 일상적 소비 생활에서 ‘무슬림’으로서의 정체성을 표현하게 된다. 반대로 화인들은 할랄 인증과 무관하게 할랄과 비할랄의 경계를 자유롭게 넘나들며 소비한다. 하지만 화인들이 주로 소비하고 이용하는 공간은 대부분 비할랄 공간으로 이는 곧 화인의 정체성 그 자체가 된다. 할랄화로 인한 할랄의 가시성 증가로 말레이와 화인의 종족 정체성은 강화되었다. 하지만 반대로 할랄화로 인해 할랄 인증을 받은 영역이 증가함에 따라 일상생활에서 할랄 영역이 확대되었다고도 볼 수 있다.

### 3. 코피티암과 할랄화: 올드타운 화이트커피 사례를 중심으로

과거 가족 중심의 코피티암이 대다수였지만 도시화와 상업화로 기업화된 코피티암이 생겨났다. 올드타운 화이트커피는 기업화된 코피티암의 대표적인 사례이다. 올드타운 화이트커피의 창업자 탄세이얍(Tan Say Yap)과 고칭문(Goh Ching Mun)은 독특한 커피 제조기술을 기반으로 화이트커피를 말레이시아 전역으로 알리기 시작하였다. 과거 이포(Ipoh)에서 화이트커피를 판매하던 작은 코피티암은 1999년 기업화되기 시작하여 지금의 모습을 갖게 되었다. 현재 올드타운 화이트커피는 말레이시아뿐만 아니라 싱가포르, 중국, 인도네시아, 호주 등에서 237개의 카페 아울렛(cafe outlet)을 운영하며 인스턴트 커피 믹스와 음료를 14개국으로 수출하고 있다. 이곳의 카페

아울렛은 과거 올드타운 화이트커피의 원조인 코피티암의 인테리어와 분위기를 기반으로 여전히 ‘코피티암’이라는 명칭을 사용하며 코피티암의 정체성을 유지하고 있다. 올드타운 화이트커피의 정식명칭은 ‘코피티암 아시아 태평양 주식회사(Kopitiam Pacific Sdn Bhd)’로 카페나 커피숍을 의미하는 말레이어 카페(kafe)나 커다이 코피(kedai kopi)를 사용하지 않고 코피티암이라는 명칭을 사용하고 있다. 또한 올드타운 화이트커피는 스타벅스나 커피빈 등 해외 유명 카페 브랜드와 다르게 식사와 음료를 함께 먹을 수 있는 점 역시 코피티암의 정체성을 이어나가고 있다고 볼 수 있다. 하지만 올드타운 화이트커피는 다른 코피티암과 달리 ‘할랄인증’을 받은 코피티암<sup>12)</sup>이며, 이는 ‘코피티암은 화인의 공간’이라는 편견을 깨는 대표적인 공간이다.

올드타운 화이트커피는 자킴의 할랄 인증을 받고 소비자에게 할랄 메뉴를 제공한다. 이곳에서는 JAKIM에서 요구하는 요리도구와 재료를 사용하고 할랄 인증을 받은 공급업체를 통해 원재료를 제공받으며 심지어 청소 절차까지도 JAKIM에서 요구하는 기준을 충족하고 있다. 올드타운 화이트커피가 운영하는 모든 카페 아울렛은 ‘완전하게’ 할랄 인증 기준을 충족하며 이는 무슬림 소비자를 위한 것으로 볼 수 있다. 올드타운 화이트커피와 같이 식당이 ‘100% 할랄’이라는 것은 할랄 인증 식음료를 제공하며 비할랄 식음료와 알코올은 일절 제공하지 않음을 뜻할 뿐만 아니라 식당의 수입을 하람에 해당 하는 행위에 사용되지 않음을 뜻한다(Fischer 2011: 112). 음식소비 공간에 대한 할랄은 그저 먹을 수 있는 것과 없는 것의 수준에 그치지 않고, 해당 공간에서 일어나는 행위와 그로 인한 수입의 사용까지도 연결된다.

12) 올드타운 화이트커피는 소비자의 80%가 비무슬림이기에 할랄 지위를 획득하여 무슬림 소비자층을 확대하는 것을 목표로 한다고 밝혔다(Thestar 2013/07/13). 또한 올드타운 화이트커피는 말레이 직원을 고용하고 있는데, 이는 할랄인증과 더불어 무슬림 소비자에게 안정성을 제공하는 마케팅의 수단으로 이해할 수 있다.

할랄을 그저 ‘무슬림이 먹을 수 있는 음식’의 정도로 이해한다면 올드타운 화이트커피처럼 철저한 운영방식에 의문을 가질 수밖에 없을 것이다. 철저한 할랄인증의 목적과 그로 인한 변화는 무엇일까? 과거 ‘할랄’은 무슬림에게 ‘허용되는 것’의 의미였지만 할랄화 이후 무슬림에게 할랄은 ‘허용되는 것’, 그리고 ‘안심하고 소비할 수 있는 것’이라는 뜻으로 안심을 의미함과 동시에 이전에는 경험하지 못했던 새로운 것에 대한 ‘기회’로 해석되기도 한다. 한 가지 예로, 화인들이 주로 먹던 하이난 치킨라이스(Hainan chicken rice)<sup>13)</sup>도 할랄 인증을 받으면서 무슬림도 안심하고 먹을 수 있는 음식이 되었다. 이와 더불어 상품 및 서비스, 음식 외에도 할랄화는 무슬림에게 ‘할랄인증’이라는 일종의 프리패스를 제공하였다. 화인들이 그들의 문화를 향유 하던 공간에는 무슬림이 출입할 수 없었던 반면, ‘할랄인증’을 받은 화인의 공간은 무슬림의 출입을 가능하게 했으며 할랄화는 사람의 이동을 자유롭게 하는 동시에 사람이 쉬일 수 있도록 했다.

## V. 할랄 영역으로 편입된 공간의 가능성과 한계

할랄화는 말레이시아의 일상생활을 구성하고 있는 공간을 다변화 하였다. 할랄화는 대개 이슬람 율법에 따른 할랄 인증제의 도입으로 인식되며 무슬림 헤게모니의 확대 또는 무슬림과 비무슬림의 뚜렷한 경계의 의미가 강해 보인다. 이러한 논쟁 속에서 할랄화는 실제로 어떤 변화를 가져왔을까?

할랄인증을 받은 올드타운 화이트커피는 중국식 카페나 화인의 공간이기보다 커피를 마시는 ‘카페’로 대표적인 말레이시아 커피문

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

화로 여겨진다. 할랄인증은 올드타운 화이트커피를 구성하는 모든 요소를 종족에 무관하게 누릴 수 있게 되었지만, 올드타운 화이트커피는 할랄인증과 무관하게 여전히 종족 문제와 할랄의 진정성 논쟁의 중심에 있다.

올드타운 화이트커피는 2015년 2월 당시 농림부 장관 이스마일 사브리 야콥(Ismail Sabri Yaakob)의 개인 페이스북 게시물로 인해 한차례 곤혹을 치렀다. 이스마일 장관은 “무차별적으로 가격을 인상해 온 중국계 소유 기업을 보이콧을 해야 하며, 보이콧은 상품의 가격 인하에 도움이 될 것이다”라고 주장했다. 이와 더불어 “대부분의 소비자는 말레이인이고 화인은 소수로, 만약 말레이인이 보이콧을 하면 화인은 가격을 낮출 수밖에 없으며 말레이인이 변하지 않는 한 화인들은 기회를 포착해 말레이인을 탄압할 것”이라는 인종차별적인 발언으로 화인의 반발을 샀다. 이스마일 장관은 보이콧을 주장하면서 올드타운 화이트커피를 예로 들어 ‘반이슬람’이라 비난하며, DAP(민주행동당 Democratic Action Party)의 정치인이 해당 기업의 주식을 소유하고 있고, 긴밀히 연결되어 있다고 주장했다(Malaymail 2015/02/02). 이에 대해 올드타운 화이트커피는 공식 홈페이지를 통해 어떤 정당이나 정치인과도 관련이 없으며, 정치적 이해관계도 없음을 분명히 하는 내용과 모든 매장에서 제공되는 음식과 음료가 할랄이라는 내용을 담은 성명을 발표했다(theedgemarkets 2015/02/03).

올드타운 화이트커피와 긴밀한 관계가 있을 것이라고 언급된 DAP는 종족적 다양성을 기반으로 하는 정당이지만, 당내 구성원의 대부분이 화인이며, 화인 사회의 이익에만 관심이 있는 인종차별적 정당으로 평가받기도 한다(Malaymail 2016/01/23). 이러한 정당과의 연결을 의심받는 것은 종족 갈등 속에서 올드타운 화이트커피 역시 특정 종족성이 반영됨을 보여주는 사례이다. 또한 정치적 논란 속 올드타운 화이트커피는 특정 정당과의 연결이 없음을 분명히 밝히

는 동시에 제공하는 모든 식음료가 할랄임을 다시 한번 주장했는데 이는 할랄 이슈와 관계없는 종족 갈등을 배경으로 한 논란 속에도 올드타운 화이트 커피의 ‘할랄’의 지위를 위협받는다라는 것을 알 수 있다. 게다가 올드타운 화이트커피의 할랄 이슈는 여전히 끊이지 않는다. 2020년 한 개인이 SNS에 올드타운 화이트커피가 돼지고기를 사용한다는 주장의 비디오를 게시하였다. JAKIM의 조사 결과 동영상에서 주장한 내용은 사실이 아니며, 올드타운 화이트커피는 할랄 기준을 철저히 준수하고 있다고 밝혔다(Says 2020/11/16).

계속되는 할랄 이슈는 할랄인증을 받은 공간이 모든 종족에게 포용성 있는 공간이 될 수 있다는 가능성에 의문을 제기한다. 할랄인증을 획득했음에도 불구하고 해당 공간은 여전히 의심의 대상이 되거나, 종족 갈등 중 특정 종족성을 띄는 하나의 사례로 언급된다.<sup>14)</sup> 이러한 사례는 현재 여전히 화인의 공간으로 머물러 있는 다른 코피티암도 할랄 영역으로 편입될 수 있을 것인가에 다소 불확실한 답변을(Mohmad et al. 2011) 제공한다.

올드타운 화이트커피와 같이 할랄인증을 받은 사례가 있다고 해서 코피티암은 물론, 모든 화인 공간이 할랄 인증을 받는 등 올드타운 화이트커피와 유사하게 변화할 것이라고 예측하기는 어렵다. 만약 할랄 인증을 획득하게 되더라도 올드타운 화이트커피와 마찬가지로 종족 갈등과 할랄의 여부에 있어서 논란이 끊이지 않을 것이다.

14) 이러한 논쟁 속에서 실제 무슬림, 비무슬림 소비자의 행동패턴 변화는 파악하기 어렵다. 하지만 할랄이슈와 무슬림 소비자에 관한 모마드 외(Mohmad et al. 2011)의 연구에 따르면 젊은 무슬림 소비자들은 코피티암의 할랄 이슈에 따른 공포는 일시적이며, 사회적 문제가 사라지면 다시 코피티암을 방문할 것으로 나타났다. 특히 할랄로고와 해당 브랜드 광고와 환경적 영향, 특히 주변의 무슬림이 코피티암을 방문하는 것 역시 코피티암 방문 의도에 영향을 미친다고 볼 수 있다. 이는 할랄 지위가 불안정한 사회적 논란 속에서도 몇몇 무슬림 소비자들은 할랄로고와 주변 무슬림들의 코피티암 방문을 토대로 다시금 코피티암을 방문하는 것으로 해석할 수 있다. 하지만 젊은 무슬림 소비자만을 대상으로 한 조사이기에 말레이시아 무슬림 전체 인구에 적용시키기 어렵다는 한계가 있다.

## VI. 결론

다종족 국가인 말레이시아는 사람과 문화가 모두 섞인 ‘혼종’을 대표하는 것처럼 보이지만 말레이시아의 일상적 공간은 특이하게도 종족 간의 구분이 뚜렷한 양극화된 구조이다. 종족 간 상이한 종교는 양극화를 더욱 심화시켰으며 말레이와 화인은 종교적 실천으로 구분되기 때문에 말레이와 화인 간의 교류는 드물고, 서로의 공간으로 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 보장받기를 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, 할랄로고 부착 등 할랄의 가시화 등을 포함하며 무엇보다 과거에는 할랄의 판단 대상이 아니었던 공간과 새로운 대상에 대한 할랄인증이 시도되었다. 할랄화를 무슬림의 헤게모니가 강화되는 현상으로 보는 것도 당연하다. 하지만 화인 식당이 할랄 인증을 받는 것처럼 할랄화는 말레이와 화인의 음식 소비 공간의 엄격한 격리에 균열을 가져오고 있다(오명석 2012: 54).

할랄화는 종족 소비의 새로운 소비패턴을 제시하였다. 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 제공하여 그저 소비의 주체로 행동할 수 있게 만들었다. 이와 더불어

전통적인 화인의 공간에 말레이의 출입이 가능하게 되었다. 두 종족이 한 공간에 섞이기 시작하면서 경직되었던 종족 구분을 완화시켰다. 이러한 ‘사람이 섞이는 공간’의 출현은 말레이시아 사회에 새로운 기회를 제공한다.

하지만 할랄 영역으로 편입된 공간은 여전히 할랄의 진정성을 의심 받기도 하고 단순히 자본주의적 확장의 결과물로 여겨지기도 한다. 철저하게 할랄 인증을 획득하였음에도 불구하고 할랄화 이후 편입된 공간은 제도적 인증 이외의 말레이의 암묵적인 동의와 합의를 필요로 한다.

이처럼 다종족 국가 말레이시아에서 할랄화는 종족 경계 심화와 약화라는 양면적인 기능을 한다. 표면적으로는 말레이시아 정부가 주장하는 ‘하나의 말레이시아(One Malaysia)’ 측면에서 할랄화는 새로운 소비패턴 제시와 사람이 섞이는 공간을 창출하는 기능을 하는 것으로 보인다. 하지만 실제 일상생활에서는 할랄화 이후에도 여전히 할랄 인증은 진정성을 의심받으며, 할랄 인증은 그저 제도적 장치이자 상업화의 결과일 뿐 종족 갈등 해소에 어떠한 기능을 수행하지 않는다고 평가받는다.

다른 국가와 달리 말레이시아 사람들은 자신의 종족을 밝히는 것을 꺼리지 않으며 오히려 일상생활에서 자신의 종족을 표현할 기회가 많다. 일상적으로 자신이 즐겨 찾는 식당이 곧 종족 정체성으로 연결되며 작은 소비에도 종족적 특성이 반영되는데, 종족을 표현한다는 것은 곧 종족의 구분이 뚜렷하다는 것으로 해석된다. 종족 간 구분이 분명한 말레이시아에서 할랄화는 변화를 일으킨 것은 분명하며 무슬림 헤게모니의 강화 또는 종족 구분의 완화, 자본주의와 상업주의의 결과 등으로 해석할 수 있다. 다시 말해 할랄화로 인한 새로운 공간의 탄생은 다종족 통합의 기회임과 동시에 여전히 지속되는 종족 갈등과 진정성 문제로 인해 한계를 갖는다고 평가할 수 있다.



〈참고문헌〉

- 김형준. 2017. 이슬람과 할랄 소비: 인도네시아 할랄제품보장법을 중심으로. *동아연구*, 36(1), 253-294.
- 박하영. 2020. 말레이시아 코피티암으로 본 “혼종공간”의 변형. 부경대학교 대학원 석사학위논문
- 오명석. 2004. 말레이시아에서의 돼지고기 소비와 종족관계. *동남아시아연구*, 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.
- 이응철. 2017. 말레이시아 화인의 음식 소비. *비교문화연구*, 23(1), 219-249.
- 진미윤 · 이현정. 2005. 싱가포르의 주택정책과 주택공급체계. *국토연구*, 48, 215-237.
- Lai, Ah Eng, 2010, “The Kopitiam in Singapore: An Evolving Story about Migration and Cultural Diversity”. Asia Research Institute Working Paper No. 132.
- Yaakob B, Che man & 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.

- Fischer, Johan. 2008. Proper Islamic Consumption. NIAS Press
- Fischer, Johan. 2011. “The Halal Frontier: Muslim Consumers in Globalized Market”, Series: Contemporary Anthropology of Religion/ Publisher: Palgrave Macmillan US.
- Fischer, Johan. 2015. Muslim consumption and anti-consumption in Malaysia. Tidsskrift for Islamforskning, 9(2), 68-87.
- Jean Duruz, Gaik Cheong Khoo 2015. Eating Together: Food, Space, and Identity in Malaysia and Singapore, Rowman & Littlefield Publishers
- Mohmad, Siti, Ishak, Mohd, Abdul, Norsiah. 2011. The Relationship between Advertising and Muslim Students’ Intention to Visit Kopitiam.
- Penny Van Esterik. 2008. Food Culture in Southeast Asia, ABC-CLIO
- Siti Nurbaya. 2010. Malaysian Coffee Culture: a Research of Social Aspect, Branding and Design.

[인터넷 참고자료]

말레이시아 이슬람개발청 홈페이지 [www.halal.gov.my](http://www.halal.gov.my)  
올드타운 화이트커피 홈페이지 [www.oldtown.com.my](http://www.oldtown.com.my)  
남흥 코피티암 홈페이지 [www.namheongipoh.com](http://www.namheongipoh.com)

Malaymail. 2015. “Boycott Chinese businesses to lower price of goods, minister tells Malays.” <https://www.malaymail.com/news/malaysia/2015/02/02/boycott-chinese-businesses-to-lower-price-of-goods-minister-tells-malays/832557> (검색일: 2021. 05.24.)

- The Malaysian Insider. 2015. “We only serve halal food and beverages, says OldTown White Coffee.” <https://www.theedgemarkets.com/article/we-only-serve-halal-food-and-beverages-says-oldtown-white-coffee> (검색일: 2021.05.25.)
- Boo Su-lyn. 2016. “Why DAP still isn’t very popular with Malays: Analysts explain.” <https://www.malaymail.com/news/malaysia/2016/01/23/why-dap-still-isnt-very-popular-with-malays-analysts-explain/1046433> (검색일: 2021.05.24.)
- Yap Wan Xiang. 2020. “OldTown White Coffee Considers Suing Individuals Over Claim That It Serves Pork.” <https://says.com/my/news/oldtown-white-coffee-considers-suing-individuals-over-claim-that-it-serves-pork> (검색일: 2021.05.20.)
- TheStar. 2013. “Oldtown White Coffee gets Halal status.” <https://www.thestar.com.my/business/business-news/2013/07/08/oldtown-halal/> (검색일: 2021.08.13.)

(2021.04.11. 투고, 2021.04.12. 심사, 2021.08.10. 게재확정)

<Abstract>

## Transformation of Malaysian food space after Halalization: Possibilities and Limitation of Multi-ethnic Convergence

Hayeong PARK  
(Pukyong National University)

This paper examines patterns of ethnic consumption and changes in ethnic space after halalization, focusing on the case of Kopitiam in Malaysia. Kopitiam is Malaysia's representative Chinese space due to its unique history and cultural background, making it difficult to find Malay Muslims. Muslim Malay has been thoroughly forced to consume only the permitted "halal" specified in the Koran, and in principle, non-halal should not be consumed. the increase in the non-halal made it difficult for Muslims to consume halal without worries.

With the need for stability in Halal, Halalization has progressed. The meaning of Halal began to be redefined in Malaysia, and the Malaysian government introduced the Halal certification system.

Halalization, which refers to changes in the perception and practice of halal, has changed the food consumption space in Malaysia. After halalization, the number of halal-certified restaurants and cafes increased, and especially Kopitiam was also Halal-certified and

opened to Muslim Malay. As the number of spaces incorporated into the Halal area increased due to halalization, a hybrid space was created for various ethnic groups. However, it is unclear whether the space created by halalization will continue to be open and inclusive to all ethnic groups. In this paper, I would like to study the possibilities and limitations of new spaces, focusing on the case of Old Town White Coffee, which was incorporated into the Halal area through Halal certification.

**Key Words:** Malaysia, Kopitiam, Halalization, multiethnic

