

빵지순례와 글로컬리티

성심당 사례를 통한 한국 빵집 문화의 변용

Bakery Tour and Glocality: The Transformation of Korean Bakery Culture through the Case of Sungsimdang

김요셉* · 김현주**

국문요약 본 연구는 대전 성심당을 사례로 하여 한국 빵집 문화의 글로컬리티와 문화사적 변용을 탐구하였다. 이를 위해 빵지순례라는 새로운 문화 현상을 문제의식으로 제기하고, 글로컬리티·장소성·변용의 개념적 틀을 통해 연구의 분석 관점을 설정하였다. 이어 성심당의 역사적 성장 과정과 대표 제품의 문화적 의미를 살펴봄으로써, 지역사회와의 긴밀한 관계 속에서 형성된 성심당의 위상을 조명하였다. 또한 빵지순례 현상을 통해 성심당이 지역을 넘어 전국적·세계적 차원에서 소비되는 상징적 공간이 되었음을 확인하였다. 마지막으로, 이러한 논의들을 종합하여 성심당을 통해 드러난 지역성의 재발견, 세계성으로의 확산, 그리고 문화사적 변용의 함의를 정리하였다.

연구 결과, 성심당은 단순히 지역의 장수 베이커리가 아니라, 로컬리티와 글로벌 문화가 결합하여 새로운 문화적 가치를 창출하는 글로컬 공간임이 드러났다. 성심당은 한국 빵집 문화의 변용 과정을 압축적으로 보여주는 대표적 사례이며, 동시에 로컬리티와 글로벌 담론을 매개하는 글로컬 문화사적 공간으로 자리매김하고 있다. 본 연구는 대전 성심당의 사례를 통해 한국 음식문화의 변용 양상을 탐구함으로써, 지역성과 세계성의 교차 속에서 생성되는 새로운 문화 현상을 이해하는 데 기여하고자 하였다.

핵심어 성심당, 빵지순례, 빵집 문화, 글로컬리티, 장소성, 문화 변용

- 차례**
- 서론
 - 문화사적 배경
 - 성심당의 문화사적 맥락
 - 빵지순례와 성심당
 - 글로컬리티와 한국 빵집 문화의 변용
 - 결론

1. 서론

오늘날 빵집은 단순히 빵을 구입하는 상업 공간을 넘어 지역의 정체성과 생활문화를 담아내는 문화적 장소로서 역할을 확장하고 있다. 특히, 최근 몇 년간 특정 빵집을 찾아 전국을 여행하는 이른바 ‘빵지순례’ 현상이 활발하게 나타나면서, 지역 베이커리가 단순한 상업적 장소를 넘어 관광 자원이자 문화적 아이콘으로 자리잡고 있다. 이러한 현상은 단순한 유행을 넘어 지역 사회와 방문객 사이의 문화적 상호작용을 반응하며, 음식과 공간을 매개로 한 새로운 문화적 담론을 형성하고 있음을 보여준다.

대전의 성심당은 이러한 빵지순례 현상을 대표하는 상

* 우송대학교 한국어교육원 초빙교수(제1저자)
** 청주대학교 교양대학 조교수(교신저자)

정적 공간으로 평가된다. 1956년 창업 이후 성심당은 대전 시민의 일상에 깊이 녹아들었으며, 동시에 대전을 방문하는 이들에게 필수 경유지로 인식되었다. “대전역에서 양손 가득 성심당 빵을 들고 있는 관광객”은 이미 하나의 문화적 풍경으로 자리 잡았으며, 이는 지역과 빵 문화가 결합한 독특한 문화적 현상을 시사한다. 성심당은 단순히 맛과 브랜드로서의 성공을 넘어서 지역 정체성과 일상 경험 속에 스며든 문화적 의미를 담고 있다.

성심당의 문화적 의미는 단순한 유명세를 넘어선다. 성심당은 한국에서 빵 문화의 토착화 과정과 동시에 지역 베이커리가 글로벌리티를 구현한 사례로서 학술적 가치를 지닌다. 기존 연구들은 성심당을 경영 전략, 브랜드 성공 요인 또는 장소성 측면에서 분석해 왔지만, 성심당을 통해 한국 빵집 문화의 역사적 변용과 글로벌 현상을 통합적으로 조명한 연구는 드물다. 본 논문은 성심당 사례를 중심으로 글로벌리티와 빵지순례 현상이라는 두 축에서 한국 빵집 문화의 변용 과정을 분석하고자 한다. 이를 통해 성심당이 어떻게 대전 로컬리티를 담아내면서도 글로벌 담론 속에서도 소비되는지를 규명하고, 궁극적으로는 한국 빵집 문화사의 문화적 함의를 탐구하고자 한다.

2. 문화사적 배경

2.1. 글로벌리티의 개념과 음식문화 적용

‘글로벌리티’는 글로벌화와 로컬화가 맞물리며 형성되는 과정에서 나타나는 새로운 문화적 양상을 설명하는 개념으로 세계화를 단순한 동질화 과정이 아닌, 보편성과 특수성이 동시에 공존하는 구조로 규정하려는 논의 속에서 등장하였다.¹ 이후의 담론에서는 글로벌 현상이 항상 로컬 맥락 속에서 구체화되고 재해석되는 과정을 거치면서

새로운 문화적 혼종이 발생한다는 점이 강조되었다.²

이러한 관점에서 글로벌리티는 단순히 글로벌의 영향이 로컬에 미치는 일방향적 구조가 아니라, ‘영향’에서 ‘대화’로 나아가는 문화적 상호작용 과정으로 이해할 수 있다.³ 즉, 글로벌리즘이란 ‘지역의 자립과 지역 간 네트워크를 통한 수평적 관계 형성’⁴으로 정의할 수 있으며, 글로벌-국가 중심의 관점에서 벗어나 지역 간 문화가 상호 교류하며 변형되는 과정이라고 할 수 있다. 기존의 연구들은 글로벌리즘을 ‘지역의 자립과 지역 간 네트워크를 통한 수평적 관계 형성’⁵으로 정의하면서, 글로벌-국가 중심의 관점에서 벗어나 지역 간 문화교류가 글로벌리티의 본질을 강조하였다. 더 나아가 한류 연구에서 글로벌리티를 적용하여, 한류가 단순한 세계화된 문화상품이 아니라 현지 수용 과정에서 지역의 정서와 결합해 새로운 혼종적 문화상품을 재생산하는 과정임을 보여주었다.⁶ 다시 말해, 글로벌리티는 로컬화와 글로벌화와의 관계 속에서 독자적 의미를 재구성하는 과정이며, 로컬 문화가 단순한 수용자가 아니라 적극적 변용의 주체로 기능하는 현상을 설명한다.

음식문화는 이러한 글로벌리티의 대표적 장르로 꼽힌다. 세계화된 음식이 각 지역의 입맛과 사회문화적 맥락 속에서 변용되고, 다시 지역의 정체성을 표현하는 매개로 재탄생하는 글로벌리티의 전형적인 사례이기 때문이다. 글로벌 프랜차이즈인 맥도날드가 일본에서는 테리야키 버거, 인도에서는 채식 메뉴를 개발하는 현상은 대표적인

2 Roland Rovertson, “Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity”, *Global Modernities*, Sage Publications Ltd, 1995, p. 29.

3 김수환, 「영향에서 대화로: 문화상호작용과 글로벌리티」, 『인문연구』 57, 영남대 인문과학연구소, 2009, 216~224쪽. 바흐친의 대화주의와 로트만의 기호학을 빌려, 글로벌과 로컬은 상호 비대칭적이지만 끊임없이 변형·혼종되는 과정임을 지적하였다.

4 홍순권, 「글로벌리즘과 지역문화연구」, 『석당논총』 43, 동아대 석당학술원, 2010, 5쪽.

5 위의 글, 5쪽.

6 장원호·송정은, 「글로벌 문화의 개념과 한류」, 『문화콘텐츠연구』 8, 건국대 글로벌문화전략연구소, 2016, 8쪽.

1 Roland Rovertson, *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Sage Publications Ltd, 1992, pp.173~174.

예이다. 한국의 경우, 서구식 빵이 일본을 거쳐 도입되었으나 곧 단팥빵·소보로빵과 같이 한국인의 입맛과 정서를 반영한 토착화된 빵 문화로 자리 잡았다. 그리고 성심당의 '튀김소보로', '부추빵'은 지역 농산물과 로컬 스토리텔링을 결합한 글로벌 상품으로, 글로벌 음식인 빵과 지역 정체성이 결합한 대표적 사례라 할 수 있다.

2.2. 장소성과 로컬리티

'장소성'은 단순한 물리적 공간이 아니라, 사회·문화적 의미가 부여된 공간을 의미한다. 특히 지역 기반 베이커리와 같은 생활 공간은 지역민의 집단 기억과 정체성을 담아내는 문화적 장소로 기능한다. 성심당에 대한 사례로 로컬푸드 기반 상업 명소의 장소성이 방문자의 소비 행태에 미치는 영향을 분석한 결과, 방문자들은 성심당을 단순히 빵을 구매하는 공간이 아니라, 대전의 문화적 상징성과 체험적 가치가 결합된 장소로 인식하고 있었으며, 이는 소비행태와 재방문 의도에 중요한 영향을 주었다.⁷ 즉, 장소성은 경제적 행위뿐 아니라 문화적 경험과 정체성 형성에 깊이 관여한다는 것이다

해외의 논의 또한 유사한 맥락에서 장소성을 지역 공동체의 지속성을 지탱하는 핵심 요소로 이해하고 있다. 지역 먹거리 운동이나 지속 가능한 식문화 담론에서도, '로컬푸드'는 단순한 상품이 아니라 공동체의 정체성을 강화하는 사회적 장치로 해석된다.⁸ 또한 음식 시스템의 변화 연구에서는 장소성을 변화 과정을 중재하는 핵심 요소로 규정하며, 로컬리티가 글로벌 변화 속에서도 문화적 지속성을 지탱하는 동력이 됨을 보여주었다.⁹

이러한 논의는 성심당의 사례를 해석하는 데 중요한 틀을 제공한다. 성심당은 대전이라는 특정 지역에 뿌리내린 장소로서, 시민들의 일상적 경험과 관광객의 문화적 체험이 교차하는 복합적 문화공간이다. 따라서 성심당을 통해 드러나는 장소성은 단순히 '빵을 파는 가게'의 차원을 넘어, 대전이라는 지역을 대표하는 문화적 정체성을 구현하는 장치로 이해할 수 있다.

2.3. 한국 빵집 문화와 역사적 변용

한국의 빵 문화는 외래 음식의 도입과 토착화를 거쳐 현재에 이르기까지 지속적인 변용의 과정을 겪어왔다. 한국 빵 문화의 변천을 사회문화적 맥락 속에서 다음과 같이 다섯 단계로 구분할 수 있다. 첫째, 일제강점기를 통한 서구식 빵의 제한적 도입, 둘째, 해방 이후 미군 주둔과 원조 물자 공급을 배경으로 한 빵의 대중적 확산, 셋째, 1960~70년대 산업화·도시화와 맞물린 제과제빵 산업의 성장, 넷째, 1980~90년대 프랜차이즈 빵집의 전국적 확산에 따른 균질화, 다섯째, 2000년대 이후 지역 베이커리의 부상과 차별화가 그것이다.¹⁰ 이러한 과정 속에서 빵은 단순한 서구 음식이 아니라, 한국인의 생활문화와 정체성을 반영하는 토착화된 음식으로 변모하였다. 단팥빵, 소보로빵, 크림빵 등은 외래 제빵 기술과 한국적 미각이 결합한 대표적인 산물이며, 오늘날 성심당의 튀김소보로, 부추빵 등은 지역 농산물과 로컬 스토리텔링을 접목시킨 글로벌 상품으로 평가할 수 있다. 이는 한국 빵집 문화가 단순한 수용을 넘어선 창조적 변용의 결과임을 보여준다.

국외 연구에서는 한국 빵 문화의 발전을 일본, 미국 등 외부 영향과 한국 사회의 정치·경제·문화적 변화와의 상호작용 속에서 변용되었다는 점이 강조되었다. 한국의 빵집 문화를 서구화의 단순한 결과가 아니라, 혼종성과 재맥

7 김신일·박태원, 「로컬푸드 기반 상업명소의 장소성이 방문자의 소비행태에 미치는 영향분석: 대전시 성심당 사례를 중심으로」, 『도시행정학보』 32(1), 한국도시행정학회, 2019, 64쪽.

8 Robert Feagan, The Place of Food: Mapping Out the "Local" in Local Food Systems, *Progress in Human Geography* 31(1), SAGE Publications, 2007, p.23.

9 Roberta Sonnino & Paul Millbourne, Food System Transformation: A Progressive Place-Based Approach, *Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability* 27(7), Taylor &

Francis Group, 2022, p.916.

10 김춘동, 「한국 빵 문화 변천의 사회문화적 과정」, 『민주주의와 인권』 16(4), 전남대 5.18연구소, 2016, 207~225쪽.

락화 과정을 통해 새롭게 형성된 정체성의 과정으로 보았다. 특히 한국 빵집은 서구와 일본 제과 문화의 영향을 받으면서도, 한국적 기호와 사회적 조건을 반영하여 독자적인 발전 경로를 보여주었다고 평가하였다.¹¹

결국 한국의 빵집 문화는 외래 문화의 일방향적 수용이 아니라, 지속적인 혼종화와 변용을 통해 형성된 복합적 문화 현상이다. 성심당은 이러한 변용 과정을 집약적으로 보여주는 사례로, 단순한 제과점의 범위를 넘어 지역성과 글로벌리티가 교차하는 문화적 공간으로 기능하고 있다.

3. 성심당의 문화사적 매력

3.1. 지역 속에서 자라난 역사: 성심당의 형성과 성장

성심당은 1956년 대전역 인근에서 소규모 제과점으로 문을 열며 출발하였다. 창업 초기에는 전후 복구와 경제적 곤궁 속에서 시민들에게 저렴하면서도 든든한 빵을 제공하였고, 이는 지역민의 일상적 식생활과 긴밀하게 맞물려 있었다. 당시 성심당의 존재는 단순한 상업적 판매 공간을 넘어, 대전 시민의 생활세계와 긴장된 시대적 환경 속에서 일상적 안정과 위안을 제공하는 매개로 기능하였다.

한국 전쟁 이후 미국의 식량 원조로 밀가루 공급이 늘어나면서 간편한 밀가루 음식은 한 끼를 해결해 주는 서민 음식으로 등장하였다. 한편 제과점은 단순히 빵만 파는 곳이 아니라 만남과 사교가 일어나는 고급스러운 문화공간으로 자리 잡게 되었다.¹² 이와 더불어 1980년대 이후 교통망의 확충과 도시 성장에 따라 성심당은 대전의 대표 명소로 발전하였다. 특히 고속철도의 개통은 성심당의 위상을 한층 확장시켰다. 대전역이 전국적 교통 거점으로 자리 잡으면서 성심당은 단순한 지역 빵집을 넘어, 이 도시

를 방문하는 이들이 반드시 들르는 장소로 부상하였다. 이러한 교통·관광 환경의 변화는 성심당을 전국적 인지도를 가진 베이커리로 도약하게 만든 결정적 계기가 되었다. 이후 성심당은 지역사회와의 긴밀한 관계 속에서 지역 시민의 자부심을 형성하는 문화적 상징이 되었으며, 오랜 세월 동안 ‘지역의 역사와 함께 성장한 공간’으로 기억되고 있다.



〈사진 1〉 성심당 전경

(출처: 김태훈 『우리가 사랑한 빵집 성심당』, 『남해의 봄날』)

성심당의 발전은 경영 전략이나 브랜드 성공으로만 설명되기 어렵다. 지역 주민과의 신뢰 관계, 그리고 지역 사회의 생활문화 속에서 지속적으로 축적된 의미가 있었기에 가능한 일이었다. 성심당의 ‘직원준중과 지역사랑은 중소기업이지만 이직률 저하와 직원 만족으로 이어지고 있’으며¹³ 더 나아가 성심당은 ‘지역 문화와의 접목, 관광 자원으로서의 활용, 그리고 소비자와의 감성적 연결을 통해 독자적인 마케팅 전략을 성공적으로 구현하였다.’¹⁴ 즉, 성심당의 조직문화와 공동체 중심 경영은 직원과 지역민이 함께 성장한다는 철학을 바탕으로 하였으며, 이러한

¹³ 문승렬, 「장수 빵 가게 성심당의 장수 경영 전략 연구」, 『인문사회 21』 11(4), 인문사회 21, 2020, 1720쪽.

¹⁴ 문승렬, 「장수 빵 가게 대전 성심당의 마케팅 전략 연구」, 『Studies on Humanities and Social Sciences』 7(2), 국제인문사회연구학회, 2025, 142쪽.

¹¹ Elsa Utas Hornegard, *The Development of Bread Culture in Korea*, Stockholm University Bachelor's thesis, 2023, p.1.

¹² 김태훈, 『우리가 사랑한 빵집 성심당』, 『남해의 봄날』, 2016, 70~71쪽.

사회적 가치 실천은 성심당이 단순한 상업 브랜드를 넘어 지역 문화의 일부로 내재화되는 계기가 되었다.

이러한 분석을 종합하면, 성심당의 발전 과정은 단순히 규모 확장이나 판매 실적의 증가에 국한되지 않는다. 성심당은 첫째, 지역민의 일상적 삶과 긴밀히 결합한 생활 기반적 성장 단계를 거쳤으며, 둘째, 대전이라는 도시적 맥락 속에서 공동체적 정체성을 매개하는 지역사회 정착 단계로 발전하였다. 마지막으로, 관광객과 외부 방문객에게 도시를 대표하는 이미지를 제공하는 도시 브랜드화 단계에 도달하였다. 이와 같은 성장 궤적은 성심당이 단순한 제과점을 넘어 도시 문화자산으로 전환된 사례임을 잘 보여준다.

3.2. 상품을 넘어선 이야기: 대표 제품의 문화적 의미

3.2.1. 튀김소보로: 외래 기술과 지역 미각의 융합



(사진 2) 성심당의 튀김소보로
(출처: 『중앙일보』, 2025.04.26)

성심당의 대표 상품인 ‘튀김소보로’는 기존의 소보로 빵에 기름에 튀기는 조리법을 적용하여 새롭게 탄생한 독창적 제품이다. 한일 합방 이후 일본의 양과자점들이 한국에 진출하면서 소보로 빵이 한국에 들어왔다. “양과자점에서 만들어 판 빵은 단팥빵, 카스테라, 소보로 등 일본식으로 변형된 빵들이었다.”¹⁵ 성심당의 튀김소보로는 이러한 소보로빵의 한국적 토착화 과정에 더해, 새로운 조리법을 결합함으로써 차별적 가치를 만들어낸 사례라 할 수

있다.

튀김소보로는 단순히 맛의 변주에 그치지 않고, 한국인의 미각적 선호에 부응함으로써 정서적 친숙성을 강화하였다. 이 제품은 지역민들에게는 일상적 간식으로, 외부 방문객에게는 기념품적 상징으로 소비되며, 결과적으로 성심당을 지역 기반 글로벌리티 구현의 대표적 공간으로 자리매김하게 하는 핵심적 매개가 되었다.

3.2.2. 부추빵: 지역 농산물과의 결합을 통한 토착화

성심당의 ‘부추빵’은 대전 인근에서 재배되는 부추를 활용하여 개발된 제품으로, 지역 농업과 제과 산업을 결합한 상징적 사례이다. 이는 부추빵이 단순히 지역 식재료의 활용에 머무르는 것이 아니라, 지역적 정체성을 체화한 상품으로서 기능함을 보여준다. 부추빵의 사례는 지역 농산물이 상품으로 전환되고, 다시 문화자원으로 소비되는 과정을 잘 드러낸다. 이는 곧 지역 자원이 지역 경제적 효과와 문화적 의미를 동시에 창출하는 과정으로 연결된다. 다시 말해, 부추빵은 단순한 빵이 아니라 지역 농업과 관광 소비, 그리고 도시 정체성을 연결하는 매개체로서의 가치를 지닌다.

한국 빵 문화의 발전은 단순히 서구식 모방이 아니라 글로벌리티의 실천적 구현으로 발전하고 있음을 보여주는 사례라 할 수 있다. 즉, 한국 빵 문화의 발전은 일본·미국 등의 외부적 영향과 정치·경제·문화 등 내부적 조건의 상호작용 속에서 독자적인 발전 경로를 형성했다는 것을 알 수 있다.¹⁶ 성심당의 부추빵은 바로 이러한 맥락에서 글로벌 제빵 문화와 지역 자원의 결합을 통해 창조된 대표적 결과물이라 할 수 있다.

15 김춘동, 앞의 글, 208쪽.

16 Elsa Utas Hornegard, op. cit., p.1.

3.3. 성심당과 지역 사회

3.3.1. 대전 시민의 집단 기억으로서의 성심당

성심당은 단순한 제과점을 넘어 대전 시민의 일상적 경험과 정체성에 깊숙이 뿌리내린 문화적 공간으로 자리매김하였다. 대전역에서 KTX를 기다리면서 앉아 있는 사람들 보면 옆구리에 성심당 빵 봉지 끼고 있는 광경을 쉽게 볼 수 있다.¹⁷ 이러한 장면은 성심당이 단순히 빵을 구입하는 상업 공간이 아니라, 도시의 상징적 풍경과 공동체적 기억을 재현하는 문화적 장임을 잘 보여준다.



〈그림 3〉 대전역 성심당 모습
(출처: 『한국경제』, 2024.05.28)

성심당은 오랜 세월 동안 지역민과 함께 성장하면서 시민들의 삶의 일부로 자리잡았다. 성심당은 이웃과 함께 성장한다는 가치를 지속적으로 강조하며, 지역민의 자부심과 애착을 강화했다고 평가하면서 성심당이 대전 시민들의 정체성과 공동체적 연대감을 강화하는 매개체로 작용하고 있다. 이는 성심당이 시민들에게는 단순한 제과점 이상의 집단적 자긍심을 환기하는 문화 아이콘으로 자리잡았음을 보여주는 것이다.

3.3.2. 지역 관광과 문화 네트워크의 중심

성심당은 지역사회 내부의 정체성뿐 아니라, 대전의 관광 자원 및 도시 브랜딩과 긴밀하게 연결되어 있다. 실

제로 대전을 방문하는 관광객들은 성심당 방문을 필수 일정으로 포함하고 있으며, 이는 지역경제 활성화와 관광산업 발전에 실질적으로 기여하고 있다. ‘빵지순례’라는 현상은 종교적·관광학적 의미의 순례 개념과 유사하게, 특정 장소를 찾아가고 그 경험을 축적하는 행위로 이해할 수 있다. 성심당은 이러한 순례적 방문 행위를 촉발하는 대표적인 명소로 자리잡았으며, 이는 단순히 제품 소비를 넘어 지역의 문화적 상징을 확인하고 재현하는 의례적 행위로 기능한다.

오늘날 성심당은 SNS와 언론 보도를 매개로 대전의 이미지를 대표하는 관광 아이콘으로 자리매김하였다. 이는 개별 매장의 성공을 넘어, 도시의 문화적 브랜딩과 관광 경로를 조직하는 중요한 거점으로 발전했음을 의미한다. 다시 말해, 성심당은 지역 축제·관광·도시 정체성을 유기적으로 연결하는 문화적 허브로 기능하며, 대전이라는 도시가 외부 세계에 전달되는 방식에 있어 결정적인 매개 역할을 수행한다.

4. 빵지순례와 성심당

4.1. ‘빵지순례’라는 문화적 현상

‘빵지순례’라는 용어는 특정 지역의 유명 빵집을 찾아다니는 소비 행위를 종교적 순례에 빗대어 표현한 것으로, 2010년대 이후 언론 보도와 SNS를 통해 빠르게 확산되었다. 관광학적 맥락에서 순례는 단순한 이동 행위가 아니라, 특정 장소와 의미를 향해 나아가는 체험적·상징적 행위로 이해된다. 순례자는 공간을 소비하는 동시에 의미를 축적하며, 그 장소의 상징성을 체험한다.¹⁸ 현대의 관광 역시 이러한 전통적 순례의 세속화된 형태로 설명되며, 일상

17 송미경, 「빵지순례 다녀왔습니다 성심당」, 『진로N』 2, 나이스에듀, 2024, 84쪽.

18 Dean MacCannell, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Schocken Books, 1976, p.13.

에서 벗어나 '특별한 공간'을 경험하는 행위로 간주된다.¹⁹ 빵지순례는 단순한 음식 소비 행위를 넘어 장소성, 상징성, 그리고 집단적 체험이 결합된 현대적 순례 현상으로 해석할 수 있다.

성심당이 대전이라는 도시의 이미지를 대표하는 명소로 부각되며, 빵지순례 담론의 상징적 중심으로 자리매김하면서 베이커리 공간이 단순한 상업 시설을 넘어 문화적 경험을 제공하는 장소로 기능하고 있다. 성심당을 중심으로 한 도시 체험이 빵지순례라는 현상으로 드러나 지역민과 관광객 모두에게 대전의 정체성을 상기시키게 한다.²⁰

따라서 빵지순례는 첫째, 관광학적 순례 개념의 현대적 변용이라는 점에서, 둘째, 지역 로컬리티에 기반한 새로운 소비 문화라는 점에서, 셋째, 미디어와 SNS의 확산 과정을 통해 사회적으로 제도화된 현상이라는 점에서 중요한 의미를 가진다. 이 현상은 지역 베이커리라는 생활공간이 일상적 소비를 넘어 도시의 문화적 상징으로 전환되는 과정을 집약적으로 보여준다. 즉, 빵지순례는 단순한 맛집 탐방이 아니라, 지역의 문화적 기억을 되살리고 개인의 일상적 욕망을 사회적으로 연결하는 현대적 순례의 한 형태이다.

4.2. 성심당과 빵지순례의 상징성

성심당은 오늘날 빵지순례 담론에서 가장 상징적인 공간으로 자리매김하였다. 대전을 방문하는 이들에게 성심당은 필수 경유지로 인식되고 있으며, '대전역에서 성심당 빵을 들고 나오는 관광객'이라는 장면은 이미 도시적 풍경을 대표하는 상징으로 자리 잡았다.

성심당의 윤리성, 원천성, 상품성, 기념성, 인식성 등의 장소성 요인은 모두 소비자의 만족도와 재방문 의도에 유의미한 영향을 미친다. 이는 성심당 방문이 단순한 구매

행위를 넘어, 특정한 경험을 반복적으로 재현하는 일종의 순례적 행위임을 보여준다.²¹ 또한 성심당이 지역 사회와의 강한 유대 관계를 유지하는 동시에 관광객에게는 대전 지역의 아이콘으로 기능하면서 성심당이 로컬과 글로벌 소비가 교차하는 접점으로 작용하고 있다.²²

성심당의 상징성은 미디어 환경 속에서 더욱 확산되었다. SNS와 언론은 성심당을 빵지순례의 대표적 이미지로 전파하는 매개체가 되었으며, 이른바 '성심당 빵 인증샷'은 온라인 공유를 통해 관광객의 방문 욕구를 촉발하였다. 이러한 현상은 관광객의 시선이 현실 공간을 넘어 디지털 공간에서도 재현된다는 점에서, '관광의 시선(the tourist gaze)'이라는 개념과도 맞닿아 있다.²³ 성심당 방문은 단순한 식품 소비가 아니라 지역적 풍경을 소비하고 이를 사회적으로 공유하는 문화적 실천으로 작동한 것이다.

경제적 측면 또한 주목할 만하다. 대전을 찾는 관광객 다수는 성심당 방문을 필수 일정으로 포함시킴으로써 지역 상권 활성화와 도시 브랜드 제고에 실질적인 기여를 하고 있다. 이는 성심당이 단순한 제과점의 차원을 넘어 도시 브랜딩과 관광 경로를 조직하는 문화적 거점이자 경제적 동력으로 기능하고 있음을 잘 보여준다.

결국 성심당은 빵지순례 현상을 통해 세 가지 차원에서 의미를 획득하였다. 첫째, 대전 로컬리티를 대표하는 도시 아이콘으로서의 상징적 지위, 둘째, 도시 브랜드와 지역경제 활성화에 기여하는 실질적 효과, 셋째, 관광학적 순례 개념을 구현하는 문화공간으로서의 위상이다. 이와 같은 다층적 의미는 성심당이 단순한 빵집을 넘어, 한국 빵집 문화의 글로벌리티를 구현하는 핵심 주체임을 보여준다.

19 John Urry & Jonas Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, SAGE Publications, 2011, p.5.

20 김신식, 「Local 문화역284: 로컬을 맛보는 '빵지순례」, 『아트인컬처』 25(6), 에이엠아트, 2024, 14쪽; 송미경, 앞의 글, 80쪽.

21 김신일·박태원, 「로컬푸드기반 상업명소의 장소성이 방문자의 소비행태에 미치는 영향분석: 대전시 성심당 사례를 중심으로」, 『도시행정학보』 32(1), 한국도시행정학회, 2019, 64쪽.

22 문승렬, 앞의 글, 143쪽.

23 John Urry & Jonas Larsen, op. cit., p.1.

5. 글로벌리티와 한국 빵집 문화의 변용

5.1. 지역성의 재발견

성심당의 발전 과정은 대전이라는 도시의 로컬 아이덴티티를 구체적으로 드러내는 사례라 할 수 있다. 성심당은 단순히 지역에서 오랜 역사를 지닌 제과점으로 남아 있는 것이 아니라, 대전을 대표하는 문화적 상징이자 시민들의 생활세계 속에 깊이 자리잡은 공간으로 기능하고 있다. 시민들은 성심당의 빵을 선물하거나 함께 나누는 행위를 통해 '대전 사람'으로서의 정체성을 확인하고, 외부 방문객에게 성심당을 소개함으로써 지역에 대한 자부심을 전달한다. 이처럼 성심당은 대전 고유의 정체성을 일상적 실천 속에서 재현하는 문화적 매개체가 되었다.

제품 차원에서 드러나는 지역성의 재발견은 더욱 두드러진다. 예컨대 튀김소보로는 한국인의 보편적 기호를 반영한 상품으로 자리매김하였다면, 부추빵은 대전산 농산물이라는 지리적 한정을 전면에 내세워 지역의 특수성을 강조한다. 이는 지역 농산물이 단순한 원재료를 넘어, 지역 정체성을 가시화하는 기호로 기능함을 보여준다. 즉, 성심당은 빵이라는 외래 양식을 매개로 대전의 고유한 식문화와 생활양식을 새롭게 부호화하며, 이를 통해 지역성을 상품과 문화 경험 속에 통합하였다.

또한 성심당의 지역성은 고정된 실체가 아니라 소비자의 경험을 통해 끊임없이 재구성되는 성격을 지닌다. 관광객이 성심당을 방문하여 특정 제품을 구매하고, 이를 기념 사진이나 후기와 함께 공유할 때, 그 지역성은 개인적 체험을 넘어 집단적 이미지로 확산된다. 따라서 성심당의 지역성은 단순히 특정한 재료나 장소적 위치에서 비롯되는 것이 아니라, 소비와 체험, 공유라는 사회적 실천을 통해 지속적으로 생산·재생산되는 문화적 자원이라고 할 수 있다.

5.2. 세계성으로의 확산

성심당은 지역적 뿌리를 견지하면서도 동시에 세계적 맥락 속에서 소비되는 독특한 양상을 보여준다. 대전을 방문하는 외국인 관광객들이 성심당을 꼭 방문해야 하는 공간으로 인식한다는 사실은, 이곳이 더이상 지역민만의 생활 공간이 아니라 국제적 소비자 집단이 참여하는 개방된 문화무대로 전환되었음을 의미한다.

세계성으로의 확산 방식 또한 주목할 만하다. 일반적으로 지역 브랜드의 세계화는 해외 진출이나 수출과 같이 지역 밖으로 나아가는 경로를 통해 이루어진다. 그러나 성심당의 경우, 소비자가 직접 대전을 찾아와 경험하는 방식으로 세계화가 이루어지고 있다. 이러한 과정은 단순한 제품 구매 차원을 넘어, '대전을 방문한다'는 행위와 '성심당을 경험한다'는 행위가 사실상 동일한 의미를 갖게 하는 효과를 낳았다. 다시 말해, 성심당은 지역을 대표하는 빵집에서 나아가, 대전을 세계 소비자들이 경험하는 관문으로 기능하게 된 것이다.

더 나아가 성심당은 글로벌 문화 담론 속에서 한국 음식문화의 이미지를 새롭게 확장시켰다. 지금까지 K-푸드는 주로 전통 음식에 의해 대표되어 왔으나, 성심당은 '한국적 변용을 거친 빵'이라는 새로운 범주를 개척하였다. 이는 한국 음식문화가 단지 전통의 보존과 확산에 머무르지 않고, 외래 요소를 흡수하고 재구성함으로써 글로벌 소비자에게 다층적이고 혼종적인 문화적 형태로 제시될 수 있음을 보여준다.

결국 성심당은 한국 음식의 세계화를 전통적 음식의 해외 확산이라는 방식이 아니라, 혼종적 창조물의 확산을 통해 이루어낸 대표적 사례라 할 수 있다. 이러한 맥락에서 성심당은 단순한 지역 베이커리를 넘어, 지역성과 세계성이 결합하여 새로운 문화적 의미를 창출하는 글로벌 공간으로 해석될 수 있다.

5.3. 문화사적 변용의 의미

성심당은 한국 빵집 문화가 겪어온 변용 과정을 집약적으로 보여준다. 이는 단순히 새로운 메뉴의 개발 차원을 넘어, 외래 문화를 수용하면서도 지역적 맥락 속에서 변형·토착화하는 문화사적 과정을 압축적으로 드러내는 현상이다. 즉, 외래 문물이 수용되는 과정에서 나타난 단순한 모방이 아니라, 지역성과 세계성이 교차하며 형성된 문화사적 변용의 결과로 볼 수 있다.

먼저, 빵이라는 외래 요소가 한국 사회의 생활세계 속으로 흡수되어 ‘한국적 빵’이라는 새로운 문화적 형태로 재탄생했다는 점에서, 성심당은 외래 문화를 내면화한 창조적 토착화의 상징이라 할 수 있다. 대표적인 사례인 튀김소보로와 부추빵은 각각 외래 제빵법과 지역 농산물이 결합하여 창조된 산물로, 두 제품 모두에서 문화적 혼종성과 창조적 변용의 양상을 확인할 수 있다. 이들은 단순한 상품을 넘어, 한국적 생활문화 속에서 외래 요소가 변용되는 과정을 상징적으로 구현하고 있다.

둘째, 성심당의 공간은 지역 주민의 일상과 도시의 이미지를 결합시킨 문화적 매개 공간이다. 이곳은 지역 사회의 기억과 감정이 축적된 생활사적 장이자, 관광객이 지역의 문화를 경험하는 상징적 무대로 작동한다. 과거 빵집은 일상적 소비를 담당하는 소매 공간으로 이해되었으나, 성심당은 이를 넘어 문화 자원, 도시 상징, 관광 루트로 기능 영역을 확장하였다.

셋째, 성심당을 중심으로 형성된 빵지순례 현상은 소비와 신앙, 일상과 의례, 지역과 세계를 이어주는 현대적 순례의 문화사적 변형이라 할 수 있다. 이러한 전환을 통해 성심당은 단순히 빵을 판매하는 곳이 아니라, 대전이라는 도시의 정체성과 이미지를 외부 세계에 전달하는 문화적 매개체로 자리매김하였다. 다시 말해, 성심당은 지역성과 세계성을 연결하는 문화적 거점으로 기능하며, 일상적 소비 공간이 역사적·문화적 의미를 획득하는 과정을 선명히 보여주는 사례이다.

이러한 현상은 현대 사회에서 소비가 단순한 경제 행위를 넘어 문화적 의미를 생산하는 과정으로 확장되었음을 보여준다. 결국 성심당은 지역성과 세계성이 상호 교차하는 문화사적 실험장이자, 한국 빵 문화 변용의 결정체인 것이다. 이를 통해 우리는 한국의 근현대 문화가 ‘전통과 외래, 지역과 세계’의 상호작용 속에서 형성되어 왔음을 확인할 수 있다. 성심당은 그 과정이 압축된 상징으로서, 한국 음식문화의 글로벌리티가 구현된 대표적 문화사적 공간으로 자리매김한 상징적 공간이라고 할 수 있다.

문화사적 변용의 의미는 결국 빵이라는 외래 요소가 한국 사회의 생활세계 속에서 어떻게 내재화되는가에 있다. 성심당은 빵을 ‘한국적 음식’으로 전환시킨 대표적 사례이자, 빵집을 ‘지역 문화사적 인프라’로 승격시킨 상징적 공간이다. 이는 한국 사회가 외래 문화를 단순히 모방하는 것이 아니라, 끊임없는 재맥락화와 창조적 전환을 통해 독자적 문화 자산으로 흡수해 왔음을 증명한다.

6. 결론

본 연구는 대전 성심당을 사례로 하여 한국 빵집 문화의 글로벌리티와 문화사적 변용을 탐구하였다. 이를 위해 빵지순례라는 새로운 문화 현상을 문제의식으로 제기하고, 글로벌리티·장소성·변용의 개념적 틀을 통해 연구의 분석 관점을 설정하였다. 이어 성심당의 역사적 성장 과정과 대표 제품의 문화적 의미를 살펴봄으로써, 지역사회와의 긴밀한 관계 속에서 형성된 성심당의 위상을 조명하였다. 또한 빵지순례 현상을 통해 성심당이 지역을 넘어 전국적·세계적 차원에서 소비되는 상징적 공간이 되었음을 확인하였다. 마지막으로, 이러한 논의들을 종합하여 성심당을 통해 드러난 지역성의 재발견, 세계성으로의 확산, 그리고 문화사적 변용의 함의를 정리하였다.

연구 결과, 성심당은 단순히 지역의 장수 베이커리가

아니라, 로컬리티와 글로벌 문화가 결합하여 새로운 문화적 가치를 창출하는 글로벌 공간임이 드러났다. 첫째, 성심당은 대전이라는 지역적 맥락을 구체적으로 드러내는 생활문화적 기호로 기능하였다. 둘째, 세계적 차원에서는 외국인 관광객과 미디어를 통해 한국 음식문화의 새로운 범주, 즉 ‘한국적 변용을 거친 빵’이라는 이미지를 확산시켰다. 셋째, 성심당의 대표 상품들은 외래 제빵법과 지역 자원의 결합을 통해 혼종적 변용의 과정을 보여주며, 이는 한국 빵집 문화가 외래 문화를 단순히 수용한 것이 아니라 창조적으로 전환해온 역사적 궤적을 압축적으로 드러낸다.

이 연구의 학문적 의의는 크게 두 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 기존 성심당 관련 연구가 경영 전략이나 마케팅 효과 분석에 집중해 온 것과 달리, 본 논문은 성심당을 문화사적 주체로 조명하고 글로벌리티·장소성·순례 개념을 결합하여 문화사적 변용의 맥락 속에서 재해석했다는 점에서 차별성을 가진다. 둘째, 빵이라는 일상적 식품을 문화사적 관점에서 분석함으로써, 한국 음식문화 연구의 지평을 확장하였다.

결론적으로, 성심당은 한국 빵집 문화의 변용 과정을 압축적으로 보여주는 대표적 사례이며, 동시에 로컬리티와 글로벌 담론을 매개하는 글로벌 문화사적 공간으로 자리매김하고 있다. 본 연구는 성심당을 통해 한국 음식문화의 변용 양상을 탐구함으로써, 지역성과 세계성의 교차속에서 생성되는 새로운 문화 현상을 이해하는 데 기여하고자 한다.

참고문헌

1. 단행본 및 논문

- 김수환, 「영향에서 대화로: 문화상호작용과 글로벌리티」, 『인문연구』 57, 영남대인문과학연구소, 2009.
- 김신일·박태원, 「로컬푸드기반 상업명소의 장소성이 방문자의 소비행태에 미치는 영향 분석: 대전시 성심당 사례를 중심으로」, 『도시행정학보』 32(1), 한국도시행정학회, 2019.
- 김춘동, 「한국 빵 문화 변천의 사회문화적 과정」, 『민주주의와 인권』 16(4), 전남대 5.18연구소, 2016.
- 김태훈, 「우리가 사랑한 빵집 성심당」, 『남해의봄날』, 2016.
- 문승렬, 「장수빵가게 성심당의 장수 경영 전략 연구」, 『인문사회 21』 11(4), 인문사회 21, 2020.
- , 「장수 빵가게 대전 성심당의 마케팅 전략 연구」, 『Studies on Humanities and Social Sciences』 7(2), 국제인문사회연구학회, 2025.
- 장원호·송정은, 「글로벌 문화의 개념과 한류」, 『문화콘텐츠연구』 8, 건국대 글로벌 문화전략연구소, 2016.
- 홍순권, 「글로벌리즘과 지역문화연구」, 『석당논총』 43, 동아대 석당학술원, 2010.
- Dean MacCannell, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Schocken Books, 1976.
- Elsa Utas Hornegård, *The Development of Bread Culture in Korea*, Stockholm University Bachelor's thesis, 2023.
- John Urry & Jonas Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, SAGE Publications, 2011
- Roberta Sonnino & Paul Milbourne, “Food System Transformation: A Progressive Place-Based Approach”, *Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability* 27(7), Taylor & Francis Group, 2022.
- Robert Feagan, “The Place of Food: Mapping Out the “Local” in Local Food Systems”, *Progress in Human Geography* 31(1), SAGE Publications, 2007.
- Roland Rørvik, *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Sage Publications Ltd, 1992.
- Roland Rørvik, “Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity”, *Global Modernities*, Sage Publications Ltd, 1995.

2. 기타 자료

- 김신식, 「Local 문화역284: 로컬을 맛보는 빵지순례」, 『아트인컬처』 25(6), 에이엠아트, 2024.
- 송미경, 「'빵지순례' 다녀왔습니다 성심당」, 『진로N』 2, 나이스에듀, 2024.

Abstract**Bakery Tour and Glocality**

The Transformation of Korean Bakery Culture
through the Case of Sungsimdang

Kim, Jo-Seph | Woosong University

Kim, Hyun-Joo | Cheongju University

This study investigates the glocality and cultural transformation of Korean bakery culture through the case of Sungsimdang in Daejeon. It examines how the bakery evolved into a cultural landmark by integrating local identity with global recognition, particularly through the rise of the “bakery tour” phenomenon. Employing the theoretical frameworks of glocality, placeness, and transformation, the research traces Sungsimdang’s historical development, its community ties, and the cultural meanings of its iconic products. The findings reveal that Sungsimdang transcends its regional origins to embody a dynamic intersection between locality and globalization. As a glocal cultural-historical space, it exemplifies how local traditions adapt to global currents, generating new cultural value and reshaping Korea’s bakery landscape. Ultimately, the study highlights Sungsimdang as a vital model for understanding how local identity can be reimagined and globalized within contemporary Korean food culture.

Keywords Sungsimdang, bakery tour, bakery culture, glocality, placeness, cultural transformation
