

베트남 축구감독 '노병' 박항서의 매직을 응원한다



**축구 시작 늦었지만 열정·승부욕은 남달라
2002한일월드컵 때 히딩크 보좌 유명해져
베트남 대표팀 맡아 우승 매직으로 영웅돼
2022년 카타르월드컵 본선 진출에 초관심**

축구 약체국가인 베트남에서 열풍을 일으키고 있는 박항서 감독은 '베트남의 축구영웅'으로 칭송받고 있다. 아니 그 이상이다. 달리 표현할 단어가 마땅치 않아 그냥 영웅으로 불린다. 박 감독은 매직을 넘어, 신화창조라는 표현이 나올 정도로 서다.

박 감독이 베트남 축구 대표팀의 사령탑을 맡은 것은 2017년 10월이었다. 축구 열기가 뜨겁다. 그가 이끄는 베트남 대표팀에는 K리그 대구FC 감독을 지냈던 이영진이 수석코치로 활약 중이며, 전 대표팀 의무 트레이너였던 최주영 씨도 박항서 감독과 호흡을 맞추고 있다. 베트남 대표팀에는 '파이한 군단'이 포진하고 있는 셈이다.

소년 시절 개구쟁이에 공부도 잘한 골목대장 박 감독은 축구 입문이 아주 늦었다. 일본 유학생 출신인 아버지는 경찰 간부였고, 어머니는 진주여고를 나온 유복한 집안에서 자랐다. 그는 중학생 때까지만 해도 장래희망이 군인이었고, 축구는 눈두렁에서 공차는 게 전부인 평범한 학생이었다. 부모는 지리산 밑자락인 경남 산청에서 약방을 운영해 경제적으로 별 어려움 없이 컸으며 높은 교육열 덕에 상경해 경

신고에 진학했다. 축구명문인 경신고 축구부원들의 공차는 모습을 볼 수 있었던 게 소년의 운명을 갈랐다.

실제보다 2년 줄어든 나이

박 감독은 축구에 대한 열망이 강해져 그들과 함께 땀 흘리고 싶었지만 신장 165cm에 비해 마른 체격, 축구부 경력조차 없는 범생이를 받아줄 리가 없었다. 그러나 어떻게든 축구를 하고 싶었던 그는 당시 경신고 축구부 이경이 감독과 절친한 사이였던 자형의 도움으로 겨우 축구부에 들어갈 수 있었다. 그러나 무경력자에게 기회가 올 리 없어 6개월간 불 주전자를 들고 다니며 후보로 지냈고, 운동선수 학사관리가 미흡했던 그 시절 관행 때문에 제때 졸업할 수 없었다.

실제로는 1957년생인 박 감독의 호적이 1959년생으로 돼 있는 이유는 청소년 대표로 나가기 위해 고쳤기 때문이다. 58년생 개띠 선수들이 박 감독을 깎듯하게 형으로 예우해준다.

그는 축구를 늦게 시작했지만 열정과 승부욕이 강해 실력이 빠르게 발전했다. 맹훈련 덕분이었다. 한양대 재학시절이던

1978년 아시아 청소년 축구선수권대회에서 대표팀 주장을 맡아 우승을 이끌며 재독감으로 성장했다. 1984년 K리그 럭키금성(현재 FC서울)에 창단 멤버로 프로무대에 데뷔한 박 감독은 1985년 팀의 리그 우승을, 1986년엔 팀의 주장으로 리그 준우승을 이끌기도 했다.

호적상만 29세, 실제론 만 31세이던 1988시즌을 끝으로 은퇴했다. 리그 태동기라 실업팀과 군복무를 거쳤기 때문에 프로선수 시절을 4년밖에 보낼 수 없었다. 그는 체력이 좋고 항상 전력을 다하는 선수여서 '악바리'라고 불렸다.

박 감독이 국가대표로 된 A매치는 1981년 3월 한일 정기전 단 한 경기다. 그것도 교체멤버였다. 그가 가장 아쉬워하는 게 일선한 대표팀 경력이다.

박 감독은 경남 동영 출신인 대전배 김호 감독이 이끄는 1994년 미국월드컵에 국가대표팀 트레이너로 발탁된 뒤 1995년 창단한 수원 삼성 블루윙즈의 창단 감독을 맡은 김호 감독을 따라 수원의 코치로 활약했다. 2002 한일월드컵 때 수석코치로 거스 히딩크 감독을 보좌해 '4강 신화'를 창조한 덕에 유명해졌다.



뉴스스 2019년 동남아시아(SEA)게임 남자 축구에서 60년 만에 베트남의 우승을 이끈 박항서는 그 공로로 외국인 지도자 중 2급노동 훈장을 최초로 받았다.

히딩크 감독에게서 많은 것 배워

박 감독은 2001년 1월 한국 땅을 밟은 네덜란드 출신의 히딩크 감독으로부터 많은 것을 보고 느끼며 공부했다. 과거 한국 축구에서 감독은 호랑이 같은 존재였으나 선진 축구가 몸에 밴 히딩크는 대표팀 구성에 학연, 지연을 타파하고 선수들에게 스किन십을 통한 '헝그 축구'를 전파하면서 선수단을 장악했다. 과거와는 색다른

히딩크의 지도방법을 많이 체득한 것이 박 감독이 베트남 대표팀에서 마법을 부리는 데 주효해진 셈이다.

2002 월드컵 이후 3개월 만에 열린 2002 부산아시아게임에서 생애 처음 대표팀 감독을 맡게 된 그는 동메달에 그쳐 2004년 아테네올림픽 대표팀 감독까지 맡기로 한 계약이 물거품이 돼버렸다. 석 달짜리 대표팀치고는 성적이 나쁘지 않았지만 1986년 서울아시아게임 이후 16년 만의 금메달에 대한 기대감 때문에 희생양이 되었다.

박 감독은 야인으로 돌아갔다가 2005년 경남 FC의 창단 감독으로 우리 곁으로 돌아왔다. 그 뒤 K리그에서 전남 드래곤즈와 상주 상무의 사령탑이 됐으나 큰 명성을 날리지는 못했다. 이후 고향인 산청으로 돌아가 고등학생들을 지도하다가 내셔널리그 창원시청 감독을 끝으로 이름이 사라지는 듯했다. 그러나 베트남에서 느닷없이 화려한 부활의 낭보를 알렸다. '독이 든 삼베'라는 베트남 대표팀 감독직 제의에 '일을 하고 싶다'는 마지막 열정에 받아들인 박 감독 자신의 인생은 물론 베트남 대표팀에도 터닝포인트가 되는 신의 한 수였다. 산전수전 다 겪은 그의 나이는 이미 환갑을 지났다.

소통하기 위해 발 닦아주기

말도 안 통하는 열대의 나라에서 마지막이라는 생각에 그는 혼신의 힘을 쏟아부었다. 경기가 끝나면 아들뻘보다 더 어린 선수들의 발을 직접 닦아주고, 머리를 쓰다듬거나 등을 두드려주며 격려를 하는

등 스किन십을 마다하지 않았던 게 주효했다. 말이 안 통하기 때문에 직접 몸으로 부딪히며 제자들에게 사랑의 감정을 전달하는 원초적인 방법을 사용했음을 알 수 있는 대목이다. 감동한 선수들은 노스승의 은혜와 마음을 그라운드에서 표현했다.

박 감독은 2018년 1월 2018 아시아 축구 연맹 23세 이하(U-23) 챔피언십에서 베트남의 준우승을 이끌었고, 2019년 12월 동남아시아(SEA)게임 남자 축구에서는 1959년 이후 60년 만에 베트남의 우승을 이끄는 마법을 선보였다. 이런 공로를 인정받아 외국인 지도자 중 2급노동 훈장을 최초로 받았다. 또 올해 6월에는 베트남을 2022년 카타르 월드컵 아시아지역 최종예선에 사상 최초로 진출시켰다. 이는 동남아 국가에서는 유일하다.

'쌀딩크' 노병 지도력의 흐뭇함

조국에서 이렇다 할 지도력을 발휘하지 못한 그가 '쌀딩크'(베트남의 대표 음식인 '쌀국수'와 '히딩크'를 결합한 말)라는 별명을 얻으며 노병의 지도자로서 꽃 피우고 있는 모습이 정말 자랑스럽고 흐뭇하다.

박 감독의 연봉은 최초 3억원가량에서 4배나 인상됐다. 그러나 그가 세운 공을 따져볼 때 십 하나를 떼어줘도 모자랄 판이다. 박 감독의 매직은 중요한 시기를 맞이했다. 박항서 매직이 다음달 초부터 시작될 2022년 카타르월드컵 최종예선에서도 과연 그 빛을 발휘할지 궁금하다. 그의 방법을 열렬히 응원한다.

쇼팽이 알려주는 '퍼스널 브랜딩'의 비결



**자신의 가치를 최고 브랜드로 만든 '피아노 시인'
알아봐 주는 청중 앞에만 연주, 쇼팽이 직접 선택
'Only One'은 자신을 가장 잘 이해하는 데서 출발**

'커피' 하면 스타벅스가 생각나는 이유는 바로 브랜딩의 효과 덕분이다. 스타벅스가 '고유명사'에서 커피를 대신 생각나게 만드는 '보통명사'로 바뀐 이유는 그만큼 스타벅스가 곧 커피라는 이름을 연상시켜서다. 마치 검색은 구글이고, 복사기는 제록스이며, 두통약은 타이레놀을 연상하게 만드는 효과처럼 말이다.

요즘은 자신의 가치를 브랜드화하는 퍼스널 브랜딩의 시대이다. 브랜딩은 '나다움'의 이미지가 다른 사람에게 어떻게 보이기 원하는지를 당사자가 만들어가는 작업이다. 브랜딩은 기업이나 자기주장을 펼치는 작가만의 전유물이 아니다. 음악이나 미술처럼 자기만의 스타일로 자기다움을 드러내는 예술적 작품개발 과정도 예외는 아니다. 이런 점에서 쇼팽은 독보적이다. 낭만주의를 대표하는 작곡가 중에서 누구보다도 퍼스널 브랜딩(personal branding)을 잘한 음악가는 폴란드 작곡가 쇼팽이다.

폴로네이즈 16곡, 마주르카 51곡, 녹턴 27곡, 왈츠 21곡, 스케르초와 발라드 각각 4곡씩, 전주곡 24곡, 에튀드 27곡은 쇼팽의 피아노 독주곡이다. 쇼팽은 피아노 독주곡만 200여곡을 남겼다. 그는 교향곡도 오페라도 발레곡도 작곡한 적이 없다. 실내악곡은 몇 곡이 있지만 피아노가 반드시 들어가는 피아노 트리오, 첼로와 피아노를 위한 소나타 같은 곡이다. 어떤 형식의 곡이든 쇼팽은 '피아노'를 빼놓고 쓴 작품이 없다. 쇼팽을 생각하면 피아노가 떠

오를 정도로 쇼팽은 피아노와 함께 피아노에 의해서, 피아노를 위해 음악 인생을 살았다고 해도 과언이 아닐 정도다. 피아노와 함께 하는 음악가로 자신을 세상에 브랜딩한 것이다.

쇼팽이 활동하던 19세기에는 피아노 악기 자체가 비약적으로 발전했고 보급형 가정용 피아노가 나타났다. 피아노는 가구 이상의 인테리어 효과뿐 아니라 자녀들의 음악교육에 아주 적합한 악기였다. 경제적인 여유를 가진 중산 시민층, 부르주아지들은 피아노를 사기 시작했고 피아노와 피아노 레슨에 대한 수요가 많아졌다. 피아노 제작자도 자연스럽게 늘어났고 악보 출판사도 많아졌다. 쇼팽이 피아노 음악 작곡만을 고집한 데는 시대적 흐름을 읽었기 때문일까. 쇼팽은 계획이 다 있었다.

쇼팽은 1831년 20세가 되던 해에 파리로 온다. 당시 쇼팽의 조국 폴란드는 그들을 통치하고 있었던 러시아로부터 독립운동을 하던 상황이었다. 반면 파리는 문화 예술계의 떠오르는 샛별들이 몰려드는 거대한 문화의 중심지였다. 당시 대중은 리스트와 탈베르크의 연주처럼 피아노를 삼킬 듯 한 크고 웅장한 소리를 좋아했다. 열광과 격찬에 익숙해진 연주자들은 쇼팽심을 보이며 대중의 환호와 사랑을 뽐낼 뿐이었다.

그러나 이런 시대적 흐름을 따라가면 대중에 묻히는 평범한 예술가가 된다. 시대적 흐름에 반하는 독특한 콘셉트로 세상에 나를 알려야 대중에 묻히지 않고 독자

적인 스타일을 갖춘 자신만의 브랜딩을 할 수 있다.

쇼팽이 바로 그런 길을 걸어간 사람이다. 쇼팽은 웅장한 대신 섬세함으로 자신의 연주 스타일을 개발함으로써 시대적 흐름을 뒤바꾸는 음악적 이정표를 만들어냈다. 그는 자신을 알아봐주는 청중만을 만났고 그들이 곧 쇼팽이 '선택한' 청중이었다. 쇼팽은 누가 오는지 알 수 없는 공개 연주회에서 그들의 입맛에 맞는 연주를 위해 자신의 예술성과 연주 스타일이 흔들리는 것을 원치 않았다. 평생 열었던 공개 연주회가 30회 정도밖에 안 되었다는 기록은 그의 연주에 대한 뚜렷한 방향을 보여준다.

쇼팽이 파리의 귀족사회에서 가장 인기 있는 피아니스트가 된 데는 당대의 다른 피아니스트와 차별화되는 'Only One'이 었기 때문이다. Best One은 늘 다른 사람과 같은 경쟁을 하면서 레드오션에서 살아야 하지만 Only One은 나만의 독보적인 연주 스타일을 개척하는 브랜딩 전략이다.

쇼팽이 파리 특권층의 살롱에서 인기가 많았던 또 다른 이유는 상류계층의 문화에 이미 익숙한 그의 태도였다. 쇼팽은 폴란드 바르샤바에서 8세의 나이로 첫 연주를 하면서 백작부인의 후원으로 프랑스로 극장(Theatre Francaise) 무대까지 오르게 된다. 이 무대를 계기로 쇼팽은 어릴 때부터 상류사회의 잦은 출입에서 보고 듣고 느낀 문화가 자연스럽게 몸에 배었다.



폴란드의 작곡가이자 피아니스트 프레데리크 쇼팽의 초상화.



파리에 도착한 쇼팽이 처음으로 머물렀던 그랑 블루바르에 근처 집(왼쪽)과 방동 광장에 있는 쇼팽의 마지막 집.

쇼팽은 피아노의 섬세함과 상류층 문화의 품격을 블렌딩(blending)해서 자기만의 독창적인 퍼스널 브랜딩(branding)에 성공한 음악가다.

그의 겸손함도 그를 더욱 고귀하게 했다. "지금보다 어리석은 사람이었다면 성공의 절정에 와 있다고 생각했을 거야. 하지만 완벽한 경지에 도달하려면 아직 많이 모자란다는 것을 알아. 최고의 예술가들 틈에서 살면서 그들 각자에게 부족한 점이 무엇인지를 알게 되니 나의 부족함도 더 확실하게 보이는 거지."

파리의 사교계에서 가장 먼저 초대하고 싶은 연주자로 인정받을 수 있었던 이유가 쇼팽인 남긴 이 말에 담겨 있다. 실력 있는



사진제공 아트앤트너스

사람이 겸손할 때 그리고 부족하다고 생각하고 끊임없이 노력하는 사람을 바라볼 때 저절로 존경심이 우리나오게 된다. 이 모든 노력이 쇼팽만이 갖추고 보여줄 수 있는 Only One의 브랜딩 작업으로 일관되게 연결하기 위한 피아니스트의 작품이 탄생한 것이다.

퍼스널 브랜딩이라는 시각으로 바라본다면 쇼팽은 그 누구보다 자신의 가치를 최고의 브랜드로 만든 뛰어난 음악가다. 쇼팽 자신의 장점과 단점을 잘 이해해서 가장 적합하고 가장 원하는 자신만의 스타일로 음악 활동을 해 온 것이 퍼스널 브랜딩의 과정이었다.

퍼스널 브랜딩은 자기만의 색다른 모습으로

나다움을 드러내는 독창적인 스타일을 창조하는 과정이다. 색다른 자기만의 스타일은 기술적 정교함의 문제가 아니라 다른 사람과 근원적으로 다른 나만의 색다른 삶으로 음악적 작품을 완성하는 과정이다. 브랜딩은 기술적 기교로 만들어지는 게 아니라 자기다움 삶을 불멸의 예술 작품으로 만들어내기 위해 진지한 실천을 반복하는 가운데 비로소 드러나는 자기다움의 결정판이다.

자신의 색과 스타일이 뚜렷할수록 브랜딩은 저절로 될 수밖에 없다. 쇼팽을 보면 예술가가 독특한 색과 스타일을 자신의 삶과 블렌딩해서 어떻게 자기 특유의 브랜딩으로 만들었는지를 직접 느낄 수 있다.