

정조국 빈자리 '루키' 이중서가 메운다

광주FC 대졸 4명 영입
스피드·테크닉·돌파력 탁월
공격형 수비수 이순민
U-19 국가대표 황인혁
'산소탱크' 조선대 김지수



자유선발로 광주 FC 유니폼을 입은 황인혁(왼쪽부터), 이순민, 이중서, 김지수가 2017 시즌 선전을 다짐하고 있다. <광주 FC 제공>

프로축구 광주 FC가 새 얼굴로 2017 시즌 재영입을 구축한다. 광주가 26일 대학 무대 검증 받은 이 중서(21·FW·영남대), 이순민(21·DF·영남대), 황인혁(22·DF·동국대), 김지수(22·MF·조선대) 등 '루키 4인방'을 자유 선발을 통해 영입했다.

가장 주목받는 선수는 영남대 에이스 이 중서다.

다부진 체격(175cm, 73kg)의 이중서는 뛰어난 테크닉을 바탕으로 한 밀집수비 돌파, 상대 뒷공간 침투, 슈팅력이 강점으로 평가받고 있다. 특히 빠른 스피드와 볼 소유 능력이 탁월해 정조국이 빠진 광주의 공격 진영에 큰 힘이 될 것으로 보인다.

이순민은 알토란 같은 활약을 해왔던 이오름의 군 입대 공백을 메워줄 자선으로 기대를 모은다.

이순민은 청소년 시절 공격수에서 수비수까지 다양한 포지션을 거치면서 경험을 쌓은 뒤, 대학 시절 측면수비수로 자리 잡았다. 수비수임에도 빌드업과 드리블, 탈압박이 뛰어나고 측면 돌파에 어은 크로스가 가장 큰 장점으로 꼽힌다. 프로 무대에 잘 적응한다면 태극 마크에도 욕심을 낼 수 있는 잠재력을 지녔다는 평가다.

이중서와 이순민은 영남대의 추계대학 연맹전 우승과 U리그 권역 12전 우승, 전

국체전 우승까지 3관왕의 주역으로 맹활약했다. 또 이중서는 최근 열린 '2016 한국 대학축구연맹 시상식'에서 우수선수상을 수상하기도 했다.

황인혁은 191cm 장신의 수비수로 제공권을 바탕으로 한 헤딩 능력이 좋고, 빌드업과 스피드가 뛰어나다.

황인혁은 저돌적인 움직임과 몸싸움에도 능해 공격적인 전술을 구사하는 광주에 안성맞춤이라는 평가다. 2014년 U-19세 국가대표를 지냈으며, 해외 구단에서도 관심을 보내기도 했다.

조선대 김지수는 경양초-북성중-송의고를 거친 광주 토박이로 빠른 스피드를 바탕으로 한 돌파력이 뛰어나다. 많은 활동량으로 광주의 중원을 안정적으로 뒷받침할 수 있을 것으로 전망된다. 고교와 대학 시절 팀의 주장을 맡기도 하는 등 팀 내 운할유 역할도 기대된다. 김지수는 2015 태백산 컵 아시아대학축구 챔피언십 및 2016 덴소컵 대표로도 활약했다.

광주 관계자는 "2017시즌을 이끌어갈 신인선수 영입을 위해 많은 공을 들였다. 팀의 전술에 맞춰 모두 공격적인 성향으로

탈압박과 드리블 능력을 기본적으로 소유한 자원들이라"라며 "대학 무대에서 검증 받은 만큼 동계훈련을 통해 즉시 전력으로 활용할 방침이다"고 밝혔다.

광주는 앞서 우선 지명을 통해서도 금호고 출신의 공격수 나상호(20·단국대), 미드필더 임대준(22·건국대), 골키퍼 박형민(22·단국대)을 영입했다.

한편 광주는 2017년 1월 2일 광양에 둠을 틀고 2017시즌을 위한 본격적인 탐금질에 들어갈 방침이다.

/김여울기자 wool@kwangju.co.kr



“광주FC 덕분에 행복해요”

K리그 팬 행복지수 가장 높아... 선수는 이동국

K리그 클래식 12개 팀 중 광주FC 팬들이 축구에서 느끼는 행복감이 가장 큰 것으로 나타났다.

26일 한국스포츠경제와 정보분석 기업 닐슨코리아가 K리그 팬들의 축구 행복도를 조사한 결과에 따르면 광주 FC 팬들의 행복지수가 가장 높았다.

이번 조사는 지난달 28일부터 12월 6일까지 올 시즌 K리그를 직접 관람했거나 중계를 본 경험이 있는 성인 남녀 축구팬 600명을 대상으로 했다. 응원팀별 행복지수는 '매우 그렇다(10점)', '그렇다(8점)', '보통이다(6점)', '그렇지 않다(4점)', '전혀 그렇지 않다(2점)'로 환산했다.

이 중 광주FC를 응원하는 팬들의 지수는 6.36으로 가장 높았다. 광주 FC는 8위에 그쳤지만, 팬들은 축구 자체에 더 큰 기쁨을 느꼈다. 이번 시즌 우승팀 FC서울 팬들이 6.29로 뒤를 이었고, 준우승팀 전북 현대는 5.86



으로 전년 대비 0.8 포인트 상승했다. 특히 광주 FC 팬들의 행복지수가 가장 높았다.

응원팀에서 자신을 행복하게 한 선수로는 이동국(사진)이 40프로 1위를 차지했다. 이동국은 사인볼을 받고 싶은 선수(218표)와 K리그에서 가장 잘생겼다고 생각하는 선수(207표) 등에서도 단연 두각을 나타냈다. 30대 후반임에도 앞으로의 발전이 기대되는 선수(62표)에서도 1위에 꼽혔다.

시간이 된다면 가급적 경기장에 가서 경기를 관람하고 싶다고 답한 팬은 '그렇다'와 '매우 그렇다'가 전체 응답자의 3분의 2가량(63.3%)에 달했다. 전체 응답자의 절반에 가까운 응답자(47.9%)는 또 결과에 관계없이 열심히 하는 모습에서 가장 큰 행복감을 느낀다고 답했다.

/연합뉴스

손흥민 출격 대기 이적설 날린다

29일 EPL 18라운드

손흥민이 이적설을 잠재울 한 방을 준비한다.

토트넘은 29일 오전 잉글랜드 세인트 메리 스타디움에서 사우샘프턴과 2016-2017 잉글랜드 프리미어리그(EPL) 18라운드에 출격 명령을 기다린다. 이번 경기는 손흥민에게 중요한 의미를 지닌다.

최근 유럽 매체는 "손흥민이 프랑스 프로축구 리그 1 원 파리 생제르맹(PSG)의 영입대상 명단에 올랐다"며 이적설을 제기했다.

지난여름 이적시장에서도 손흥민은 분데스리가 볼프스부르크로부터 러브콜을 받았지만, 마우리시오 포체티노 감독의 만류로 잔류한 바 있다.

현재 PSG로 이적 가능성은 크지 않은 것으로 관측된다. 이번 시즌 PSG가 유럽 축구연맹(Uefa) 챔피언스리그 16강에 올라 손흥민을 영입해도 활용할 수가 없기 때문이다.

겨울 이적 시장에서 팀을 옮길 경우 이전 소속팀에서 챔피언스리그에 출전했다면, 해당 시즌에는 챔피언스리그에 나올 수 없다. 여기에 마우리시오 포체티노 감독 역시 이번 겨울 이적시장에서 큰 변화를 주지 않을 것이라고 밝혀 손흥민의 이적 가능성은 낮은 상태다.

그러나 '꿈의 무대' EPL에 온 지 1년 남짓 만에 이적설이 계속해서 나오는 것은 결코 반가울 리 없다. 부진 탓에 나오는 이적설이어서 더욱 그렇다.

손흥민은 올 시즌 6골 3어시스트를 기록하며 팀에 기여를 하고 있다. 하지만 10월 A매치 이후 급격한 내림세를 보인다.

이달 초 스완지시티를 상대로 시즌 6호골을 넣었으나, 지난 9월 3경기에서 4골을 터뜨리며 EPL '이달의 선수상'에 오를 때의 활약에는 크게 못미친다. 최근에는 출전 시간도 많이 줄어들었다.

손흥민이 이적설을 한 방에 날려버릴 수 있을지 그의 발끝에 축구 팬들의 관심이 쏠리고 있다.

/연합뉴스



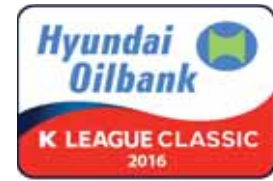
네 몸 좀 빌리자

25일(현지시간) 미국 캘리포니아주 로스앤젤레스의 스테이플스 센터에서 열린 미국프로농구(NBA) 로스앤젤레스(LA) 레이커스와 로스앤젤레스 클리퍼스의 경기에서 레이커스의 브랜든 잉그럼이 수비수를 제치고 슛을 하고 있다.

/연합뉴스

559억3229만원

K리그 스폰서 현대오일뱅크 미디어노출 효과



올 시즌 프로축구 K리그 타이트 스폰서로 맡았던 현대

오일뱅크가 미디어노출을 통해 559억 3229만원의 효과를 얻었다는 조사 결과가 나왔다.

한국프로축구연맹은 26일 미디어분석 전문업체인 '더폴스타'에 의뢰해 '현대오일뱅크 2016' K리그클래식(1부리그)과 챔피언스리그 전 경기를 대상으로 후원사의 미디어노출효과를 분석한 결과 이같이 나왔다고 밝혔다.

전체 후원사의 미디어노출효과는 1041억 2831만원에 달했다는 것이 연맹 설명이다.

골드매치 광고를 집행한 숙취해소음료 제조업체 '여명'과 'LG전자'가 각각 137억 2021만원과 117억 1283만원의 노출효

과를 거뒀다고 연맹은 밝혔다. 공식 음료 후원사 '게토레이'는 99억 2990만원, 공식 스폰서 '아디다스'는 82억 687만원, K리그 공식 맥주 '볼비어'는 46억 4768만원의 노출효과를 얻은 것으로 나타났다.

매체별 노출효과를 살펴보면 텔레비전(TV) 중계를 통해 전체의 53.6%인 558억 4141만원에 해당하는 효과를 거뒀다고 연맹은 밝혔다.

연맹은 "지난 시즌에 비해 352회 많은 774회 TV로 중계됐다"면서 "TV 중계를 통한 K리그 후원사 브랜드 노출 시간은 총 1738시간 55분이었다"고 말했다.

TV 뉴스(186회·304억 243만원), TV 프로그램(68회·53억 303만원), 신문(2085회·25억 168만원), 인터넷 뉴스(10만7826회·59억 1199만원), 인터넷 영상(3585만원)이 뒤를 이었고, SNS 등 기타 뉴미디어를 통한 노출효과가 41억 1417만원이나 됐다.

/연합뉴스

광주스포츠과학센터 '운영평가' 2년 연속 1위

광주스포츠과학센터가 2년 연속 지역스포츠과학센터 운영평가에서 1위를 차지했다.

시체육회는 지난 25일 "문화체육관광부, 국민체육진흥공단과 한국스포츠개발원이 시행한 '2016년 전국 지역스포츠과학센터 운영평가'에서 광주스포츠과학센터(이하 센터)가 2년 연속 1위를 달성했다"고 밝혔다.

평가는 총 7명의 전문평가위원이 ▲체력측정 및 운동처방 ▲심박지연 및 현장지원 ▲스포츠과학고실 운영 및 홍보 ▲사업 운영 분야의 4개 항목을 계량 및 비계량 부문으로 구분해 진행했으며, 최종 운영평가 결과 발표와 질의응답 등 심층심사도 이뤄졌다.

센터는 계량 평가 부분인 체력측정 및 운동처방 등 4개 항목에서 58.86점(60점 만점), 비계량 평가 부분인 체력측정 및 운동처방 등 4개 항목에서도 34.6점(40점 만점)을 얻어 총 93.46점으로 1위를 달성했다.

시체육회 유재신 상임부회장은 "지난해 9월 개소 이후 2000여명의 선수들에게 스포츠과학 지원을 했으며, 올해 4월부터는 쌍방향 웹 지원을 통한 최첨단 데이터베이스를 구축하여 선수 개인별 훈련프로그램 등을 제공하고 있다"며 "올해 전국체전 등 각종 대회 지원의 노하우를 바탕으로 내년에는 양적 성장을 넘어 질적 성장을 위한 다양한 자체사업 등을 이어나갈 계획이다"고 말했다.

한편 지역스포츠과학센터 사업은 그동안 국가대표 선수들에게만 제공됐던 스포츠과학 지원 서비스를 지역엘리트 선수들까지 확대해 나가는 국비사업으로 지난해 광주, 서울, 대전에 이어 올해 경기, 대구, 전북 등 총 6개 센터가 운영되고 있다. 광주센터는 올해 3억 3000여만원의 국비에 산을 지원받아 지역 우수 선수들의 경기력 향상에 노력해 왔다.

/김지울기자 dok2000@kwangju.co.kr