

KAZALO

1. UVOD.....	3
1.1. ALPINIZEM KOT DRUŽBENI POJAV.....	6
1.2. ZAKAJ JE ALPINIZEM KOT ŠPORT SINKRETIČEN?.....	7
1.3. ZGODBA.....	10
1.4. MEDIATIZACIJA ŠPORTA.....	13
2. POMEMBNA OBDOBJA SLOVENSKEGA ALPINIZMA.....	15
2.1. OTROŠKA LETA ALPINIZMA.....	15
2.1.1. SLOVENSKO PLANINSKO DRUŠTVO IN PLANINSKI VESTNIK.....	16
2.1.2. ALPINIZEM V SLOVENSKEM PLANINSKEM DRUŠTVU.....	17
2.1.3. KULTURNA RAZSEŽNOST ALPINISTIČNEGA DELOVANJA.....	19
2.1.4. PRVI SLOVENSKI TURISTI IN NJHOVA DEJAVNOST.....	19
2.2. MED OBEMA VOJNAMA.....	21
2.3. EKSPEDICIJE SOCIALIZMA.....	26
2.3.1. PRVA ALPINISTIČNA ČASOPISNA RUBRIKA.....	28
2.4. OD KOLEKTIVNEGA K INDIVIDUALNEMU.....	29
2.5. JUNAKI »OUTDOOR« MEDIJEV.....	31
3. TEHNOLOGIJA IN ALPINIZEM.....	34
3.1. DVA PRIMERA ZMANJŠEVANJA UPORABE TEHNOLOGIJE.....	34
3.2. HIMALAJA.....	35
3.2.1. NAPREDEK ALPINIZMA V HIMALAJI.....	36
3.2.2. »BY FAIR MEANS«.....	37
3.2.3. VEČJI ŠPORTNI DOSEŽEK Z ZMANJŠANJEM UPORABE TEHNOLOGIJE ..	40
3.2.4. KOMUNIKACIJSKA TEHNOLOGIJA.....	42
4. ZNAMČENJE V ALPINIZMU.....	45
5. OVEROVITEV VZPONA.....	48
6. ALPINIST KOT JUNAK.....	51
6.1. KONSTITUCIJA HIMALAJSKEGA JUNAKA Z INTERNETOM.....	53

7. INTERNET V ALPINIZMU.....	56
7.1. MOŽNOST NEPOSREDNEGA PRENOSA ALPINISTIČNEGA DEJANJA.....	56
7.2. INTERNET KOT ŠIRJENJE INFORMACIJ.....	58
7.3. OSEBNE INTERNETNE STRANI ALPINISTOV.....	60
7.3.1. BLOGI.....	62
7.4. INTERNETNE STRANI TISKA IN ELEKTRONSKIH MEDIJEV.....	63
8. POROČANJE O ALPINIZMU V SPLOŠNIH TISKANIH MEDIJIH (PRIMER DELA IN SLOVENSКИH NOVIC).....	64
8.1. ŠPORTNI VIDIK POROČANJA O ALPINIZMU.....	65
8.2. VIDIK NESREČ PRI POROČANJU O ALPINIZMU.....	67
8.2.1. STATISTIKA ALPINISTIČNIH NESREČ V SLOVENIJI – AKCIJE GORSKE REŠEVALNE SLUŽBE V SLOVENIJI.....	67
8.2.2. POROČANJE O NESREČAH.....	68
8.2.3. UGOTOVITVE O POROČANJU ZA POSAMEZNA ANALIZIRANA LETA..	69
9. SKLEP.....	74
10. LITERATURA IN VIRI.....	77

1. UVOD

Gore so nekdam pomenile človeku najprej geografsko oviro in nedostopno ozemlje. Za ljudi je bil to tuj, neprijazen svet in nikakor človekovo osnovno življenjsko okolje. Zaradi nedostopnosti so mnoga stara ljudstva smatrala gore »za odvrčajoče, skrivnostne in posvečene. Gore so bile stanovališča zlih duhov, demonov, besov, Olimp je bil sedež bogov Kronidov« (Tuma, 1930:17). Zaradi svoje mogočnosti, nedostopnosti in višine – torej bližine z nebese, so tako rekoč vsa ljudstva, ki so živela v bližini gorstev, imela goro za simbol božanskega, najsi je na njej živelo eno ali več božanstev, lahko pa je bila posamezna gora pomembna tudi v mitologiji (Ararat, Sinaj itd). Marsikje je tako še danes, kjer novodobni turizem niti alpinizem ne moreta spodnesti tradicionalnega verovanja v goro kot prebivališča bogov (Nepal, Tibet, Indija).

V Evropi se je takšen odnos ohranil vse v novi vek. Takšen je primer iz Švice. »Še v 14. stoletju je mestni svet v Luzernu zagrozil hribolazcem za pristop na goro Pilatus (1920 m) težke kazni, ker so po njegovem pečevju gospodarili hudičji spaki. Dejansko je bilo leta 1387 kaznovanih šest duhovnikov iz Luzerna, ki so polezli nanj, na dolgotrajno ječo. Albert von Bronstetten še leta 1481 v opisu Švice trdi, da je gora Rigi, ne le središče Švice, ampak vse Evrope in obenem sedež blaženih duhov. Ko je leta 1518 župan švicarskega mesta St. Gallen de Watt z nekaterimi učenjaki hotel zlesti na Pilatus, pokazala se jim je bajne pošast Poncija Pilata, da so od groze vsi zbežali. Šele l. 1555. prispel je na vrh Konrad Gassner s predhodnim dovoljenjem oblastva.« (Tuma, 1930:19).

Čeprav govori Tuma o gorah na splošno, pa so »tabu« predvsem vrhovi gora, a samo tisti, ki so dovolj visoki. Merilo ni nadmorska višina, ampak geografski pogoji, ki na njih vladajo (klima, teren, odsotnost rastlin, večni led, sneg, skale). Gre torej za popolnoma tuj svet, ki ni namenjen človeku za preživetje. Nizki vrhovi in nižji predeli gora niso bili tabu. Prve najdbe v našem visokogorju segajo na primer v obdobje 7500-6000 let pr.n.š. Govorijo o iskalcih rud in selitvah prazgodovinskih pastirjev s planine na planino nad gozdno mejo, dokazi o obstoju

kamenodobnega in mezolitskega lovca v našem visokogorju pa so še starejši. Seveda gre za sezonske naselbine, ki so se številčno razmahnile v rimskem času, še posebej v pozni antiki (Cevc, 2006:7). Takrat so v visokogorju poleg iskalcev rud glavno poselitev predstavljale planine. Ni znano, če so v rimskem času na planinah že sirarili – čeprav je bilo sirarstvo pri Rimljanih razvito -, gotovo pa so izdelovali sir na planšarijah v 12-13. stoletju. Po pozni antiki je prišlo v naših Alpah do upada planšarstva. V srednjem veku so nato visokogorske planine začeli uporabljati staroselski Lahi, od katerih so dediščino le počasi prevzeli Slovani, ki so sprva živeli le po nižinah in dolinah (prav tam). Vseskozi pa so bili še posebno pomembni prelazi, ki so bili prav tako sezonsko obljudeni.

Seveda so bile tudi izjeme. Med ljudstvi, ki so živela v gorah, Inki niso častili gora od daleč, temveč so na nekaterih andskih vrhovih tudi žrtvovali, nad 6000 metri nadmorske višine pa so ponekod postavljali celo svetišča. Po spoznanjih ameriškega arheologa in alpinista Johanna Reinharda so se inkovski plemiči pogosto mukoma vzpenjali na visoke andske vrhove stoletja pred razvojem gorništvu in tehnične opreme zanj. Gore so bile že takrat spoznane za božanstva. Žrtvovanja ljudi so potekala na samih vrhovih, kar je zaradi suhega in mrzlega podnebja omogočilo, da so se mumije – kakor je »Juanita«, ki so jo kot 16-letno deklico žrtvovali na vrhu 6312 metrov visokega andskega vulkana Ampata – ohranile celo do danes (Reinhard, 1997:36-43).

Leta 1492 je francoski kralj Karel VII ukazal vzpon na Mont Aiguille (2019 m) v francoski Dauphineji. Po mnenju alpinističnih kronistov naj bi bil zaradi prve zabeležene uporabe vrvi to tudi prvi »pravi« alpinistični vzpon. Nikakor pa ni bila to prva želja vladarjev, da bi osvojili kakšno goro, le da so nekateri izmed njih to opravili kar sami. Tako je makedonski kralj Filip V. leta 181 pr. n. š. stopil na Vitošo (2285 m), rimski cesar Hadrijan pa se je leta 126 sam povzpел na Etno (3331 m), čeprav so se Rimljani gora večinoma izogibali. Kasneje, v renesansi, so se med gornike iz estetskih vzgibov uživanja narave vpisali tudi nekateri umetniki. Italijani so bili med modernimi Evropejci prvi narod, ki je v liku pokrajine ugotovil in užival lepoto (Burckhardt, 1963:236). Med njimi je bil nedvomno tudi Dante, ki

je prepričljivo opisal naravne lepote. Vzpenjal se je tudi na visoke gore z edinim namenom, da bi z njih užival daljne razglede. Podobno je bilo tudi s Petrarco, ki je najbolj iskreno opisal svoje doživljanje, ko se je povzpел na Mont Ventoux pri Avignonu, čeprav je brezciljna hoja na gore v njegovi družbi veljala za nesmisel. Petrarca je modroval takole: »Kar ni bilo nečastno za kraljevskega starca (kralj Filip, ki se je povzpел na goro Hem), tudi meni, ki sem mlad in navadnega meščanskega rodu, ne more biti v sramoto.« (Burckhardt, 1963:238). Ko se je z bratom in vodniki odpravil na goro, jih je na zadnji planini star pastir rotil, naj se vrnejo, ker da je pred 50 leti tudi on poskušal doseči vrh, pa je prišel nazaj s skesano dušo, polomljenimi udi in raztrgano obleko. (Prav tam). Med renesančnimi umetniki, ki so se povzpeli na gore zaradi njihove lepote, je bil tudi Leonardo da Vinci. Leta 1511 se je na primer povzpел na 2550 metrov visoki Mont Bo. (Tuma, 1930:20) Kot pravi Burckhardt so ti občutki narave, ki so se odlikavali v umetninah ali pa le zapisih - na primer papeža Pija II. – popolnoma moderni, brez sledu antičnega vpliva (Burckhardt, 1963:242).

K predzgodovini hribolazenja in alpinizma lahko štejemo tudi pojav turizma v času, ko so gore postale lepe in zato zanimive za popotnike. Nove predstave o lepoti gora datirajo v obdobje romantike, ko prvič postanejo privlačni tudi skrivnotni kraji in pokrajine. To se je zgodilo v 2. polovici 18. stoletja. O alpskih potovanjih, kot okviru turizma in zametkov alpinizma govori skoraj stoletje kasneje tudi Georg Simmel (2000:377-318), ki v središče potovanj v alpski svet postavlja prav globoko doživljanje narave.

V času prvih dejanj v gorah, ki bi jih danes lahko označili kot alpinistična, izraza alpinizem seveda niso poznali. Šlo je za raziskovanje gorskega, človeku neprijaznega sveta, kjer se ni dalo živeti prav dolgo časa. Prve pristope na lažje dostopne gore so tako izvedli pastirji, domačini, čeprav so isti opravili tudi kakšen precej težji vzpon (npr. vzpon štirih srčnih mož na Triglav). Približno istočasno kot na Triglav, so se prvič povzpeli tudi na Mont Blanc. Že tedaj so bili glavni protagonisti hribolazništva pravzaprav izobraženci, intelektualci. Pri nas je bil tak zdravnik in botanik Balthasar Haquet, botanik Scopoli, nekaj desetletij kasneje pa je

bil v ospredju duhovnik Valentin Stanič, ki so mu v svojem času tudi Nemci priznali prvenstvo v gorništvu in ga poimenovali za »prvega alpinista vzhodnih Alp«.

Pri začetkih alpinizma in gorništvu je šlo za osvajanje in sicer za osvajanje ozemlja, ki zaradi svojih geografskih značilnosti (prav tako kot kakšna obsežna močvirja) sicer ni pretirano koristilo vladarjem, a je bilo nenadzorovano. Sčasoma se je pojavila potreba nadzora teh ozemelj, toda najprej so jih morali osvojiti in raziskati.

1.1. ALPINIZEM KOT DRUŽBENI POJAV

Mnogi avtorji - pri nas dr. Henrik Tuma - so začetek alpinizma kot socialnega pojava iskali v ustanovitvi angleškega alpskega kluba (Alpine Club) leta 1857 v Londonu (Tuma, 1930:20). O alpinizmu kot športu, kot ga poznamo danes, bi v tistem času težko govorili, čeprav so angleški alpinisti že tedaj imeli na primer zametke pravih treningov kot drugi športniki. Pri gorništvu je šlo v tistem času za osvajanje najtežjih gora v Alpah in zato sta se izoblikovala dva ideološka pristopa k alpinizmu – angleški in nemški. Medtem ko so Angleži vselej bili alpinisti v tujem svetu, torej pravi osvajaletci, so Nemci postali alpinisti na lastnih tleh. Tudi zaradi tega je angleški alpinizem ostal domena intelektualcev, pri Nemcih pa se je nastanil v širših ljudskih masah. Poleg Nemcev so predvsem Slovani prinesli v alpinizem politični naboj, oziroma domoljubje, ki je nasprotovalo germanizaciji njihovih ozemelj, še posebno gora. Tako do prve svetovne vojne pri Slovanih in še posebno pri Slovencih v alpinizmu oziroma turistikni ni bilo prisotnega toliko športnega in raziskovalnega vidika (Tuma, 1930:54).

Ne smemo pa pozabiti, da se je angleški alpinizem 19. stoletja razvijal v aristokratskih krogih tudi zato, ker je bila aristokratska koncepcija športa individualna. Pri njej je šlo predvsem za slavo v nasprotju s plebejsko koncepcijo, ki je bila moštvena, glavni motiv pa je bil zaslužek oz. eksistenca. Med visoko družbo je bil šport za razvedrilo. Temu aristokratskemu in individualnemu pa je veliko bližja ideja osvajanje novega in neznanega, ki je bila glavno vodilo pri angleškem alpinizmu tistega časa.

Razvoj alpinizma je bil sorazmerno hiter in gledano celotno tudi kontinuiran, seveda pa so njegove športne in kulturne zvrsti in podzvrsti napredovale manj premočrtno. Kar se tiče športnih dosežkov, so vzponi slovenskih alpinistov že nekaj desetletij v svetovnem vrhu na vseh alpinističnih področjih.

Alpinizem je dejavnost modernega človeka. Ker se ljudstva, ki živijo pod visokimi gorstvi sveta, ne vzpenjajo nanje (z izjemo nekaj redkih primerov, pri katerih je šlo za verske obrede, o čemer govorijo najdene mumije na vrhovih vulkanov v Peruju in Čilu), lahko zapišemo, da se z gorništvom ukvarjajo tisti, ki sicer kot družba nimajo težav z (golo) eksistenco, torej ekonomsko razvite družbe. Iz tega lahko sklepamo, da je ena izmed bistvenih osnov za alpinistično dejavnost prav želja po pustolovščini na njeni ekstenzialni ravni.

Alpinizem je v nekaterih pogledih sinkretična tvorba brez zelo trdnih opornih točk. Danes je to najbolj očitno na ravni športa: v njem ni eksplicitnih rezultatov in to alpinisti kot športniki čutijo kot slabost. Še dlje od oprijemljivega je v alpinizmu pojem uspeha. Sam športni upeh je lahko zgolj preplezana plezana smer, a v današnjem času ni vseeno na kakšen način smo jo preplezali. Nadalje v primeru poslabšanja vremena ali poškodbe pri plezanju, je uspeh lahko zgolj rešitev (sestop) iz stene brez hujših posledic, kar pa je blizu športnemu neuspehu. Zato se tudi najboljši svetovni alpinisti, kot sta npr. Slovenec Marko Prezelj in Američan Steve House sprašujejo, kaj je v alpinizmu pravzaprav uspeh.

1.2. ZAKAJ JE ALPINIZEM KOT ŠPORT SINKRETIČEN?

Naj na kratko pojasnimo, zakaj smo alpinizem opredelili kot sinkretično tvorbo. Izhajamo namreč iz tega, da gre pri alpinizmu najprej za telesno, športno prakso. Primaren je vzgib po telesni aktivnosti, po užitku ob ukvarjanju z alpinizmom, ki pa nato lahko sproži še vrsto drugih »razsežnosti« (alpinistična literatura, fotografija, filozofija, itd.) te dejavnosti. Zato poznamo alpinizem tudi kot kulturni, zgodovinski, filozofski, sociološki in še kakšen drugačen pojav.

Alpinizem bi lahko kot športno prakso delili na rekreacijski in bolj športni pristop. Pri slednjem ne gre spregledati dejstva, da alpinizem ni tekmovalen šport, predvsem pa pri alpinizmu ne poznamo rezultatov kot pri drugih športnih panogah.

Mnogi uvrščajo alpinizem med ekstremne športe, a to popolnoma ne drži. Kot same dosežke v alpinizmu lahko štejemo za ekstremne samo najboljša alpinistična dejanja v nekem časovnem prerezu. Vzpon po Slovenski smeri, ki je najlažja možnost vzpona čez severno triglavsko steno, je brez dvoma alpinizem, ne sodi pa med njegov ekstremni del. Prav tako je bil vzpon po Čopovem stebru v isti steni ekstremno ali vrhunsko dejanje pred šestdesetimi leti, danes pa je na ravni malo boljše nedeljske rekreacije. Vseeno pa je alpinizem ekstremen šport zaradi svoje individualnosti, ki je sicer značilna za vse skrajnostne športe. Med ekstremne bi ga lahko uvrstili tudi po tem, da se dogaja v okolju, ki je človeku popolnoma tuje in imajo zato napake lahko hude, če ne celo tragične posledice.

Alpinizem je ne povsem merljiv šport. Pri njem ni numeričnih rezultatov, kot jih poznamo drugje. Dosežek ni izražen v času, točkah ali razdalji. Lahko bi seveda ugovarjali in rekli, da je vrh neke gore, na primer osemtisočaka, sicer ekspliciten rezultat, a proti temu govori kar nekaj dejstev.

Prvi je ta, da sama osvojitve vrha pomeni šele delen, nepopolen rezultat oziroma dosežek – alpinist mora živ še sestopiti. Drugi razlog je ta, da danes v športnem razumevanju alpinizma ni več dovolj, da nekdo vrh osvoji, ampak je pomembno, po kako težki smeri, in na kakšen način ga je osvojil oziroma na kakšen način je goro preplezal. Tukaj govorimo torej o kvaliteti vzpona, ki pa ga sama višina vrha neke gore ne posreduje. Lahko bi rekli, da je vrh oz. višina gore bila rezultat, dokler je že navaden pristop na vrh neke gore pomenil vrhunsko alpinistično dejanje. Pri osvajanju osemtisočakov je bilo to v 50. in 60. letih prejšnjega stoletja.

Ko že omenjamo Himalajo – tudi osvojitve vseh (14) osemtisočakov ni več pravi športni rezultat, kot je bil v času, ko je prvemu (R. Messnerju) uspelo to dejanje. Od takrat je v enakem projektu uspelo vsaj še deset himalajcev in skoraj vsi so ga opravili kvalitetnejše (v krajšem času, po težjih smereh, nekateri so se na skoraj polovico osemtisočakov povzpeli pozimi, drugi po novih smereh, itd). Zato

menimo, da so dimenzije gora zgolj fizični okvir, ne predstavljajo pa pravega rezultata, ki bi povedal več o kvaliteti samega alpinističnega dejanja.

Kot pomislek proti neoprijemljivosti alpinističnega rezultata bi bilo lahko tudi ocenjevanje vzponov, saj se pri njih uporablja numerični način zapisa. To je sicer res, a ocena alpinistične smeri ni rezultat, temveč le informacija o smeri. Predvsem gre za dejstvo, da ni pravih meril za ocenjevanje vzponov, temveč gre pri tem za primerjavo z drugimi smermi, torej za izkušnje alpinista, ki je svojo smer ocenil. Zato ocena ni objektivni zapis rezultata. Naslednja značilnost je, da se v gorah vremenski pogoji spreminjajo in je ista plezalna smer lahko enkrat (npr. pri suhi skali ob primerni temperaturi) zmerno težka, v dežju bistveno težja, v snegu pa morebiti popolnoma nepreplezljiva. Poleg teh objektivnih okoliščin so prisotne tudi subjektivne (en dan je plezalec zelo razpoložen, drugič je rahlo bolan in plezanje iste smeri je za istega človeka lahko popolnoma drugačna izkušnja.) Zato se lahko strinjamo, da ocenjevalne lestvice sicer služijo primerjavi, a zgolj grobi.

Na današnji stopnji razvitosti alpinizma je pri boljših plezalcih pomemben podatek o kvaliteti ta, kako je nekdo smer preplezal. V kopni skali je npr. pomembno, ali jo je preplezal prosto, ali pa si je za napredovanje pomagal s klini. Nadalje, če mu je uspel prosti vzpon, je pomembno vedeti ali mu je uspel v prvem poskusu ali pa je za najtežje mesto porabil več poskusov. Načelno velja, da je boljši vzpon tisti, pri katerem se za napredovanje porabi manj pomoči tehnike in tehnologije, o čemer bomo podrobneje spregovorili v poglavju o tehnologiji.

Seveda je tudi pomembna razlika, ali gre pri vzponu za prvenstveno smer ali za njeno ponovitev.

Alpinizem je športno gledano danes zelo bogata in raznolika dejavnost. Preveč je njegovih podzvrsti, da bi vse našteali, sploh pa se veliko teh lahko med seboj prekriva. Omenimo nekatere osnovne: skalno plezanje, ledno plezanje, kombinirano plezanje, alpinistično smučanje itd. Toda tudi znotraj te osnovne delitve je alpinizem zelo razvejan. Vzponi po kombiniranih smereh, kjer se pleza po skali in ledu oziroma snegu, so težko primerljivi med seboj že zaradi npr. različnih klimatskih pogojev in tudi nadmorske višine. Drugače je, če to počnemo v naših

gorah, v višjih zahodnih Alpah, ki se spet razlikujejo od osrednjih Andov, ti pa so čisto nekaj drugega kot prav takšno kombinirano plezanje v Patagoniji ali da ne govorimo o Himalaji. Danes je tudi zelo priljubljeno skrajno zahtevno kombinirano plezanje zelo kratkih (nekaj 10 metrov) a izjemno težkih smeri na nizki nadmorski višini. Tudi geografska dostopnost do kombiniranega plezanja je zelo različna. Tako lahko že samo na primeru kombiniranega plezanja vidimo, da ne moremo primerjati dosežkov kot rezultatov že znotraj ene same alpinistične discipline, kaj šele vzponov v vsej paleti alpinističnih športnih praks. Vsak vzpon je torej specifičen.

Subjektivnost znotraj alpinizma je torej neodpravljiva. A prav ta je lahko znotraj ideološkega ozračja (okvira) športnega dojetanja alpinizma celo prednost pri popularizaciji alpinizma v strokovni skupnosti kakor tudi na širši ravni, med neplezalci. Zahteva namreč poseg specialista, poznavalca, ki pove, kaj je vrhunsko in ovrednoti alpinistično dejanje. A prepričevanje takšnega utemeljevalca je vedno retorično in ideološko. Utemeljevanje stališč, kaj je v alpinizmu več vredno, je torej prizorišče ideoloških bojev.

1.3. ZGODBA

Kaj pa je skupno vsem alpinističnim vzponom? Odgovor je - zgodba. Temu moramo takoj dodati, da gre za osebne zgodbe, ker je alpinizem pač izkustvena dejavnost in tudi en vzpon ima lahko dve osebni zgodbi, če ga je opravila naveza dveh alpinistov. Alpinizem je torej subjektivna dejavnost, pri kateri tudi isti vzpon vsak od udeležencev gleda po svoje. Tudi zato ni presenetljivo, da je glavni medij v alpinizmu beseda oziroma knjiga.

Zgodbe so torej neoprijemljive, zato spet ponavljamo našo trditev, da gre pri alpinizmu kot športni praksi za sinkretično tvorbo, v kateri so »rezultati« nemerljivi in neprimerljivi. V tem duhu razumemo tudi del pomislekov nekaterih najboljših alpinistov na svetu (Prezelj, Garibotti) organizatorjem podelitve mednarodne nagrade Zlati cepin, ki ga dobi eden od šestih nominiranih vzponov (oz. alpinistov, ki so jih opravili) v preteklem letu. Bistvo njihovega ugovora je, da v alpinizmu ni primerljivih rezultatov, med seboj tekmujejo le zgodbe alpinistov. Kako so te

predstavljene, pa je odvisno od tekmovalnosti nominirancev. Marko Prezelj meni, naj se dobitnika nagrade ali po njegovem »zmagovalca« ukine, ker ga zaradi neobstoja eksplicitnih rezultatov pač ne more biti. Organizatorji pa prireditelji Zlati cepin vidijo drugače. Glavni urednik francoske revije Montagne magazine Philippe Descamp pravi, da »so hoteli narediti festival alpinizma, ki je za publiko zanimivejši, če nekoga razglasijo za 'zmagovalca'« (Descamp, 2007). Zanimiv komentar na debato o Zlatem cepinu so podali tudi na italijanski spletni strani PlanetMountain: »... *Po drugi strani pa, kot je bilo že mnogokrat rečeno, alpinizem ni tekmovanje (vsaj uradno, bi želeli dodati). Na tem mestu moramo zapisati, da tekmovanja niso niti filmske ali knjižne nagrade, pa vseeno podeljujejo razne Oskarje, Pulitzerje in podobne nagrade, ki jih spremljajo 'zdrave' debate*« (PlanetMountain, 2008).

Za konec tega poglavja je seveda potrebna ugotovitev, da je človek tekmovalno bitje in da alpinisti niso nobene izjeme. Toda tukaj gre za rivalstvo, ki žene razvoj in dosežke alpinizma (in osebno vsakega alpinista) naprej, včasih povzroči tudi nesreče. Alpinistična neoprijemljivost lahko torej pojasni zelo pogosto citirano misel pokojnega ameriškega alpinista Alexa Loweja, ki pravi: » Najboljši alpinist je tisti, ki se pri tem najbolj zabava.«

V alpinizmu je bistvo osebno doživetje, in prav ta osebna zgodba lahko postane javna skozi pripoved, ki jo posredujejo mediji. Toda pripoved o alpinističnem vzponu nikoli ne more biti tako močna, kot jo doživi udeležujoči posameznik. Pa vendarle, zgodba še najmanj izgubi svojo avtentičnost, če jo pripoveduje sam protagonist, ker je - kot bomo razložili malo kasneje - alpinizem namreč izkustvena dejavnost.

Ker alpinistom alpinistična tura koristi tako na ravni telesne aktivnosti, kot na ravni spoznavanja narave, ljudi in sebe, in ker se je v alpinizmu razvila tudi specifična estetika in etika, imamo lahko alpinizem za vrednoto. Ne samo na osebni ravni, zaradi določenih okoliščin (v slovenskem prostoru tudi zaradi npr. politične zgodovine) je gornišstvo in z njim alpinizem lahko vrednota tudi na ravni skupnosti, v našem primeru vrednota naroda. Iz alpinizma in gornišstva neodvisno od narodnih

omejitev izhaja tudi gorniška oz. alpinistična literatura, fotografija, film, itd. zato lahko o alpinizmu govorimo tudi kot o kulturnem pojavu. Glede na vse to je definicija alpinizma, kot jo najdemo v Enciklopediji Slovenije, enostranska in se omejuje na alpinizem kot telesno dejavnost in ne zmore zajeti njegove kompleksnosti:

Alpinizem - »gibanje v strmem, zahtevnem in karseda najbolj prvobitnem svetu. V klasičnem obdobju pomeni prosto vzpenjanje na visoke vrhove brez tehničnih pripomočkov, v sodobnem pa prizadevanje po osvajanju najzahtevnejših sten in vrhov, tudi v zimskem času in z moderno plezalno tehniko. Za vrednotenje vzponov uporabljamo različne lestvice težavnostnih stopenj, nekdanje od I. do VI., zdaj celo do X (XI) stopnje. Alpinizem je del planinske dejavnosti, njegovi začetki so z območja Alp« (Enciklopedija Slovenije, 1987:51).

Alpinizem je kompleksen pojav, gledamo pa ga torej lahko iz različnih zornih kotov. Zaradi svoje posebnosti, večkrat tudi ekstremnosti njegovih športnih dosežkov, je poleg strokovnih občasno zanimiv tudi za splošne medije, v katerih se ga večinoma omenja kot športno dejavnost, pri tem pa ne smemo pozabiti na alpinizem kot rekreacijo, kjer je na prvem mestu fizična dejavnost za ugodje posameznika, športni vidik pa je lahko v ozadju, čeprav je tudi rekreacija kulturno dejstvo, saj je vrednota. Obstajajo pa tudi različni načini rekreacije in ljudje lahko med njimi izbirajo. Zato je rekreacija stvar kulture in ideologije.

Alpinizem je značilen primer dejavnosti, ki jo bolje razumejo tisti, ki se z njo ukvarjajo; je torej izkustvena dejavnost. V splošnih medijih ni prav veliko ključnih ljudi (urednikov, novinarjev), ki bi se ukvarjali z alpinizmom, zato lahko pride do konflikta med poročevalci in strokovno javnostjo. To je tudi razlog, da prihaja v medijih do nesporazumov in z vidika strokovne javnosti pogosto tudi do napak še posebej pri alpinističnem izrazoslovju. Toda tudi izkušnje (plezalske, z mediji, medsebojne) samih alpinistov se med seboj razlikujejo, zato se pomanjkanje opornih točk v alpinizmu kaže v trenju mnenj, videnj in razumevanj ter razmišljanj tudi v strokovni javnosti. A prav odprtost za različne interpretacije in subjektivnost alpinistične izkušnje omogočajo različne pomene, ki jih ima za nekoga lahko

alpinizem. Zato lahko alpinizem kot dejavnost invertira različne ideologije in različne subjektivnosti. Karakter se lahko pokaže v slogu vrednotenja in zato hkrati prizadevanj alpinista kot so (npr. obsedenost z goro ali smerjo, prizadevanje po stalnem premagovanju samega sebe, prizadevanje za zbiranje trofejev itd). Gledano s strani subjekta so torej vzgibi in razlogi za ukvarjanje posameznika z alpinizmom subjektivni, kakršna sta tudi interpretacija in razumevanja alpinizma. Sociološko pa je subjektivnost alpinizma sama družbeni pojav, saj alpinizem sodi v družbe, ki so individualistične.

1.4. MEDIATIZACIJA ŠPORTA

Ker lahko obravnavamo alpinizem tudi kot šport, bomo v tem kratkem razdelku osvetlili nekaj osnovnih potez mediatizacije v športu, kar bo boljše umestilo nekaj naslednjih poglavij.

Mediji imajo velik vpliv na šport, celo tako velik, da (lahko) športne panoge spreminjajo po svojih zahtevah. Pri tem je največjo vlogo do sedaj odigrala televizija, kar opisuje Whannel v svoji knjigi *Fields in Vision* (Whannel, 1992:1,13,87). Ker so mediji posredniki med športniki in gledalci, je razumljivo, da se z mediatizacijo krepi vloga gledalca. Z drugimi besedami – poudarek se s športnega akterja premešča na gledalca. Da bi bil ta zadovoljen, so mediji s svojim vplivom marsikje dosegli tudi prilagoditev oziroma spremembo poteka športnega dogodka. Gre torej za regulacijo športa. Zaradi medijev se je šport tudi notranje spremenil. Večja je tekmovalnost in z njo konkurenca, zaradi nje so lahko zelo uspešni le športniki, ki ves svoj čas posvetijo svoji panogi, kar narekuje vedno večjo profesionalizacijo. Vse to pa povzroča spremembe poglobitvenih vrednot v športu, ki se vedno bolj merijo v materialnih ekvivalentih. Teh pa seveda ne bi bilo, če ne bi medijska odmevnost večine športov privabila sponzorjev (podpornikov tako športnikov samih, kot tudi športnih dogodkov in nenazadnje medijev), ki vlagajo toliko denarja, da si s tem lahko kupijo pravico do regulacije športnih panog in medijev. Govorimo torej o podelitvi športa sponzorjem, med katerimi (še) prednačijo proizvajalci opreme.

V nalogi so nas zanimala izbrana poglavja odnosa med alpinizmom in mediji, še posebno na področju poročanja. Hoteli smo osvetliti ne le poročanje kot tako, pač pa tudi ozadja, ki do takšnega poročanja pripeljejo, od osnovnih značilnosti samega alpinizma, njegove zgodovine in razvoja, kot tudi medijev in s tem končno poročanja ter njegovega razumevanja v javnosti. Značilnosti in posebnosti poročanja o alpinizmu oziroma alpinističnega poročanja smo si podrobneje ogledali v slovenskem prostoru, seveda pa smo se pogosto morali zaradi primerjave ali pa zaradi premajhnega slovenskega prostora ozreti tudi po tujini. Za ponazoritev nekaterih dogajanj v razvoju alpinizma, alpinističnega poročanja in seveda s tem tudi medijev, smo izbrali Himalajo, saj so spremembe tam morda najbolj vidne. Kljub temu, da je za Slovence film z gorniško (in celo z alpinistično) tematiko zgodovinsko izjemno pomemben – prvi slovenski igrani celovečerni film so Triglavske strmine – pa smo vizualne medije predvsem zaradi usmerjenosti pisanja pri nalogi pustili ob strani in se jih nameravamo lotiti ob drugi priložnosti. Za konec še to, da sem kot dolgoletni alpinist do nedavnega doživljal alpinizem predvsem v strokovnem diskurzu, pisanje naloge pa je ponudilo svojevrsten in na trenutke težak izziv, kako prestopiti mejo alpinističnega razmišljanja in pogledati na alpinizem skozi oči oddaljenega pogleda.

2. POMEMBNA OBDOBJA SLOVENSKEGA ALPINIZMA

Za boljši uvid v razvoj alpinizma smo se odločili, da vzamemo pod drobnogled po naši presoji najpomembnejša obdobja v (slovenskem) alpinizmu in v njih naredimo strukturne prereze. S temi preseki bi radi bolje osvetlili stanja in spreminjanja oz. razvoj alpinizma, ki so temelji za razumevanje današnjega dogajanja v njem. Za določitev teh obdobji smo se odločili na podlagi posebnih dosežkov in napredka na športni ravni alpinizma v nekem smiselno zaokroženem časovnem obdobju, čeprav se je kasneje izkazalo, da ti športni dosežki v glavnem sovpadajo tudi z uvajanjem novih idej na drugih ravneh te dejavnosti (npr. kulturni, politični, medijski) ali pa celo prav zaradi teh.

2.1. OTROŠKA LETA ALPINIZMA

Avtorji kot je Tuma, so začetek alpinizma kot socialnega pojava iskali v ustanovitvi angleškega alpskega kluba (Alpine Club) leta 1857 v Londonu (Tuma, 1930:20). O alpinizmu kot športu, kakor ga poznamo danes, bi v tistem času težko govorili, čeprav so angleški alpinisti že tedaj imeli doma zametke pravih treningov kot pri drugih drugih športih. Pri gorništvu oziroma alpinizmu je šlo v omenjenem obdobju za osvajanje najtežjih gora v Alpah in zato sta se izoblikovala dva ideološka pristopa – angleški in nemški. Medtem ko so bili Angleži vselej alpinisti v tujem svetu, torej pravi osvajalci, so Nemci postali alpinisti na lastnih tleh. Tudi zaradi tega je angleški alpinizem ostal domena intelektualcev - raziskovalcev, med katerimi je sredi 19. stoletja tudi nastal, pri Nemcih pa se je nastanil tudi ali predvsem v širših ljudskih množicah. Proti koncu 19. stoletja so Slovani v alpinizem prinesli politični naboj, oziroma domoljubje, kot obrambo proti germanizaciji njihovih ozemelj, tudi gora. Še posebej Slovenci so bili v alpinizmu predvsem »proti-Nemci«. Iz tega sledi, da narodnostna raba alpinizma vodi v upravičevanje dejavnosti, torej v intelektualizacijo. Kljub vsemu pa do prve svetovne vojne pri Slovanih in še posebno pri Slovencih v alpinistiki oziroma

turistiki, kot so alpinizem takrat imenovali, ni bilo prisotnega toliko športnega in raziskovalnega vidika vzgiba kot pri Angležih.

2.1.1. SLOVENSKO PLANINSKO DRUŠTVO IN PLANINSKI VESTNIK

Na splošno se zdi, da je alpinizem v začetku bolj koristil medijem (časopisje) za povečevanje njihove vsebinske pestrosti in branosti. Pri nas se do zadnjega desetletja 19. stoletja o gorništvu oziroma turistiki ni veliko pisalo. Zabeleženo je nekaj poročanj predvsem Franceta Kadilnika v Novicah (Strojin, 1978:9), pomemben tiskani medij pa se je odprl z ustanovitvijo Planinskega vestnika (v nadaljevanju PV) 1895, dve leti po ustanovitvi Slovenskega planinskega društva (v nadaljevanju tudi SPD). V PV so se do 1. svetovne vojne pojavljali številni članki iz turistike, ki so uredništvu rabili tudi za uveljavitev v narodnem boju proti Nemcem v naših gorah. V svojem prvem obdobju do 1. svetovne vojne je PV imel torej domoljubno in združevalno vlogo (Raztresen, 1992:137). Prav tako pa so v njem pisali tudi o drugih krajih in dejanjih, ki so odpirala obzorja našim turistom.

Odlomek iz uvodnika prve številke Planinskega vestnika:

»Paragraf 3 društvenih pravil našteva med pripomočki, s katerimi dosega društvo svoj namen, tudi, da prireja in objavlja predavanja o vse strokah turistike ter izdaja, pospešuje in podpira zanimljive planinoslovne spise in slike. Da društvo tudi v tem oziru doseže svoj namen, sklenil je odbor Sl. Pl. Dr. Od leta 1895 počenši izdavati blagemu planinoslovstvu posevečen mesečnik, kateri bode objavljal zanimljiva predavanja in različne spise in slike. Oziral se bode časopis tudi na promet in donašal različne društvene vesti in domače in tuje turistične in planinoslovne novice ter tudi poročal o delovanju Slovenskega planinskega društva in sličnih društev po drugih deželah. Priobčevali bodemo tudi životopise znamenitih slovenskih hribolazcev iz prejšnjih časov, tako npr. o prvaku slovenskih turistov Valentinu Staniču, kateremu gre prvo mesto ne le med Slovenci, temveč tudi med drugimi narodi, kajti on je početnik tako zvane 'višje turistike':

Namen našemu časopisu je vzbujati zanimanje za slovenske gore, planine in kraški svet ter vnemati za turistiko in delovanje Slovenskega planinskega društva. Vabimo prav iskreno slovenske turiste in našemu društvu naklonjene pisatelje, da podpirajo tudi duševno naš mesečnik.» (Raztresen, 1992:137).

Planinski vestnik je spodbodel še druge časnike (npr. Slovenca), da so občasno pisali o gorah in o dejavnostih v njih, tudi o turistiki oziroma alpinizmu. V tujini so glasila gorniških in alpinističnih klubov ter organizacij nastajali že od šestdesetih let 19. stoletja. Prvi so bili Angleži, ki so začeli izdajati svoje glasilo leta 1863, Nemci 1875, Avstrijci, 1879 in Italijani 1874. Slovenci smo s svojim Planinskim vestnikom (1895) prehiteli Francoze za devet let, Švicarje pa kar za trideset. (Raztresen, 1992:137) Njihova vsebinska orientacija je bila podobna kot pri našem Planinskem vestniku (Tuma, 1930).

Prvi predsednik Slovenskega planinskega društva Fran Orožen je bil sicer nasprotnik alpinizma, kljub temu pa ga je zgodovina turistike zelo zanimala. Zato je v Planinski vestnik objavil vrsto člankov o prvih turistih na Triglavu od leta 1778 do 1837.

2.1.2. ALPINIZEM V SLOVENSKEM PLANINSKEM DRUŠTVU

»Alpinizem je nastopil, ko se je v kulturnih državah razvil nacionalistični duh med inteligenti. Bil je istočasno aristokratski omejen na višje, imovitejše plasti družbe. Tudi med Slovenci so bili merodajni med ustanovitelji SPD idejologi intelektualci. Velika vojna je po eni strani poostrila nacijonalistični boj, četudi vedno v ožjih krogih, po drugi pa demokratizirala alpinizem, posebno med Nemci in Slovenci. Stotisoči delavcev in uslužbencev hite vsak praznik v prosto gorsko prirodo, ž njimi postaja ljubezen do prirode zopet vsečloveško geslo alpinskih združenj.» (Tuma, 1930:58).

V prvih dveh desetletjih delovanja SPD so bile težave z »odmero pomena alpinizma v dejavnosti SPD v primeri z večinsko dejavnostjo društva, ki so hodili po markiranih in zavarovanih poteh« (Strojin, 1978:23). Šlo je za pogled vodstva SPD

na alpinizem, ki mu praviloma niso bili naklonjeni. Problem je prvi izpostavil dr. Švigelj, ki je skupaj s svojo ženo, dr. Tumo in Drenovci zagovarjal alpinistiko. Kljub temu vse do prve svetovne vojne plezalci niso dobili podpore v SPDju, čeprav je bilo relativno pogosto poročanje o opravljenih turah doma in po svetu v Planinskem vestniku precej dobro zastopano. Glasilo je objavilo vrsto člankov, ki so opisovali plezalne ture in so občasno tvorili celo jedro prvih letnikov revije in od katerih lahko npr. omenimo opis Tumovega vzpona z vodnikom Komacem čez severno triglavsko steno (Tuma, 1910:191-197) ter ponovitev smeri Pavla Kunaverja. Ti članki – tako prispevki o lastnih vzponih kot krajše novice o dosežki slovenskih plezalcev - so kljub nenaklonjenosti vodstva SPD povzročili posredno priznanje alpinistične dejavnosti v društvu (Strojin, 1978: 22-23). Kot primer novice o plezalskem dosežku navajamo novico v PV (Mlakar, 1910:182-183). v rubriki »Obzor« o do tedaj najhitrejšem vzponu čez severno triglavsko steno, ki ga je leta 1910 opravil Tuma in se s svojim dejanjem postavil ob bok najboljšim nemškimi alpinistom:

»Domačin – zmagalec Triglavске stene

Dne 29. avgusta je naš veleturist in neumorni sotrudnik Dr. H. Tuma v pičlih šestih urah, všteti počitek preplezal glasovito severno Triglavsko steno, in sicer ne samo njo, ampak se je z nje popel po razeh naravnost na vrh Triglava. S tem je prekosil dosedanje tuje zmagalce stene in dosegel rekord, ki mu ga ne bo zlepa kdo izvil. – V imenu slovenskega planinstva mu iskreno čestitamo.«

Alpinistika je bila v tistem času šele v povojih in delež članov, ki so se z njo ukvarjali, je bil majhen. Rečemo lahko, da je tudi plezalstvo prispevalo s svojimi - v primerjavi z nemškimi sicer skromnejšimi dosežki - k narodnostnemu boju v naših gorah. To je naredilo prek poročanja predvsem v PV, s tem pa je vodstvo SPD in uredništvo nehote potrdilo alpinistično idejo.

2.1.3. KULTURNA RAZSEŽNOST ALPINISTIČNEGA DELOVANJA

Tudi pri poročanju o alpinizmu moramo to novo dejavnost razumeti kot raziskovalno na kulturnem področju. Pri tem je prednjačil dr. Tuma z objavo svojih člankov o imenoslovju, terminologiji in alpinizmu. Že takrat so v SPDju v okviru poučno-zabavnih večerov organizirali izobraževalna predavanja ter tudi predavanja o gorstvih in o opravljenih turah v njih. Začela so se že v prvih dveh letih obstoja SPD, torej še pred izidom prve številke PV in so pomenila neposreden, ustni način poročanja o gorniških izkustvih. Prvo zabeležno predavanje, ki mu je sledilo še več podobnih, se je zgodilo že v ponedeljek 22. januarja 1894 v Ljubljani. Napovedali so ga in o njem tudi poročali v Slovenskem narodu:

»Na Slov. Planinskega društva poučno-zabavni večer v ponedeljek dne 22. t.m. ob 8. uri zvečer v hotelu Slon opozarjamo vse č. g. člane in društvene prijatelje. Poleg zanimivega predavanja o turistikki je na sporedu tudi petje dvanajstorič izbranih pevcev in igra na citre.«

»Slovensko planinsko društvo je imelo včeraj zabaven večer, pri katerem je društveni odbornik g. Wolfling Ljudevit, znani hribolazec zanimivo predaval o turistikki.« (Raztresen, 1992:104).

SPD je že v svojih prvih letih delovanja začelo z izdajateljsko dejavnostjo. Ker takšne literature še ni bilo, so začeli izdajati predvsem vodnike za poti na Triglav, Savinjske Alpe, Pohorje, Kozjak, Zasavje itd. (Munda, et al., 1965:60; Raztresen, 1992:108-109).

2.1.4. PRVI SLOVENSKI TURISTI IN NJIHOVA DEJAVNOST

Naštejmo nekaj najpomembnejših turistov oz. alpinistov pred prvo svetovno vojno:

- Valentin Stanič

Stanič (1774-1847) je bil v svojem času verjetno najdrznejši hribolazec v vsej Evropi. Ko je študiral bogoslovje v Salzburgu, je večinoma sam opravil številne vzpone na vrhove Visokih Tur. Prvi se je povzpел na vzhodni vrh Watzmanna, drugi je bil na vrhu Gross Glocknerja, leto kasneje pa je nanj vodil tudi dva znanstvenika.

Ko se je vrnil v Soško dolino, kjer je služboval, je opravil še nekaj pristopov na vrhove nad Trento in se povzpel tudi na Triglav. V svojih poznih letih je sicer pisal o svojih podvigih, »Toda uredniki tedaj še niso imeli posluha za tovrstne pripovedi...« (Dobnik et al., 1992: 202-204) .

- Dr. Julius Kugy

V svojem času je bil Kugy najpomembnejši gorniški publicist, ki je v nekaj desetletjih po zaslugi domačih vodnikov načrtno preplezal in kot prvi osvojil marsikatero vrhove Julijskih Alp. Ker je bil Tržačan in po materi slovenskega rodu, si ga v dobršni meri »prilaščamo« Slovinci, čeprav je svoje knjige in članke pisal v nemščini, na prevode njegovih glavnih del (Iz življenja gornika, Delo, glasba in gore, Julijske Alpe v podobi, V božanskem smehljaju Monte Rose, Iz minulih dni, in Anton Ojcinger, življenje gorskega vodnika) v slovenščino pa smo morali čakati več kot desetletje (Strojin, 1978:12; Munda et al., 1965:56-58).

- Janko Mlakar

Eden prvih slovenskih gornikov, ki je v spisih na literarni način poročal o svojih turah, je bil veleturist (turist oz. gornik, ki se je odpravljajal na daljše ture in na višje gore, takrat npr. v Alpe), Janko Mlakar (1874-1953), ki je po zahtevnosti svojih tur in dometom vse do najvišjih evropskih gora, presegal povprečnega slovenskega gornika. Zanj je bil značilen humoren način pisanja, ki ga je največ objavljajal v PV. Svoje spise je kasneje objavil v treh knjigah, po njegovi smrti pa izšel že izbor njegovih zgodb z naslovom Iz mojega nahrbtnika (Munda et al, 1965:45; Strojin 1978:20).

- Dr. Henrik Tuma

Dr. Henrik Tuma (1858 – 1935) je pomemben za obdobje pred 1. svetovno vojno z dveh vidikov. Preučeval je ledinska imena predvsem v Julijskih Alpah, s svojimi drznimi alpinističnimi vzponi pa je bil takrat edini resni konkurent nemškimi plezalcem, ki so začeli vse bolj pogosto zahajati v slovenske gore. Večino gorniških tur je opravil sam, ostale pa z domačimi vodniki. Čeprav se danes mnogi ne strinjajo s Tumo glede prirejevanja domačih imen (primer Prisanka oiroma po Tumi

Prisojnika), pa je s svojim prizadevanjem za ohranitev slovenskih imen na tistih koncih Julijskih Alp, kjer je bila nevarnost, da se slovenska imena potujčijo, največja. Poleg drugih pomembnih alpinističnih dosežkov omenimo do tedaj najhitrejši vzpon čez severno triglavsko steno, ki ga je opravil leta 1910 in se svojim dejanjem postavil ob bok najboljšim nemškimi alpinistom.

- Drenovci

Za razvoj alpinizma in začetek zimske alpinistike, smučanja in jamarstva je zaslužna družba Dren. Poleg drugega vzpona čez severno Triglavsko steno, in nekaj podobnih vzponov v Kamniških alpah, so se prvi povzpeli pozimi na vrh Grintovca in Triglava. Predvsem Drenovci, kot so se poimenovali, so začeli z gorniško fotografijo in so bili začetniki vizualnega, fotografskega gorniškega poročanja, torej vizualne kulture. Med njimi so na fotografskem področju izstopali predvsem dr. Bogumil Brinšek, Pavel Kunaver, Ivan Tavčar in Rudolf Badjura. Svoja dela so objavljali na razstavah, predvsem pa v Planinskem vestniku (Strojin, 1978:21; Rztresen, 1992:25).

- Domačini, gorski vodniki

V tem zgodnjem obdobju moramo omeniti še slovenske gorske vodnike, domačine iz gorskih dolin, predvsem z julijske (Trenta, Bohinj, Savska dolina) pa tudi s savinjske strani, ki so jih vzgojili tujci, večinoma Nemci. O domačih vodnikih in vzponih z njimi je predvsem v svojih knjigah, pa tudi v nemških revijah, poročal dr. Julius Kugy. Med njegovimi knjižnimi deli po vodniški tematiki izstopa predvsem delo Anton Ojcinger, življenje gorskega vodnika (1935).

2.2. MED OBEMA VOJNAMA

Obdobje po prvi svetovni vojni je pomenilo razmah alpinizma na vseh ravneh. Nov družbeno politični položaj je pomenil tudi novo izhodišče za alpinizem ne samo kot športno dejavnost, ampak tudi v njegovih kulturnih razsežnostih. Dr. Henrik Tuma je tedaj zapisal: »Vojne je konec in narodnega boja ni treba več.« (Rztresen, 1992:42). S tem izhodiščem je bila odprta pot bolj športnemu dožemanju alpinizma.

Pojavila so se trenja med novimi idejami mladih alpinistov in starejšimi veljaki v Slovenskem planinskem društvu, ki so gojili še miselnost izpred vojne. SPD je gore z graditvijo koč in nadelavo poti prilagajalo ljudem, Turistovski klub Skala pa je gojil alpinistiko, smučanje in vzgojo in tako ljudi prilagajal na gore (Raztresen, 1992:42). O zelo nasprotujočih pogledih je Tuma zapisal tudi tole: »Planinsko društvo je ostalo, kjer je bilo. Končno je postalo gostilničarsko in hotelirsko društvo« (Raztresen, 1992:42). Iz novih pogledov in novih moči se je oblikoval Turistovski Klub skala, ki se je od SPD osamosvojil predvsem idejno, kljub vsemu pa deloval v njegovem okviru in je zato z društvom tudi sodeloval. (prav tam).

Pri samem športnem vidiku so Skalaši potrebovali nekaj let, da so dosegli raven evropskih najboljših plezalcev in njihovih vzponov, toda idejno so napredovali zelo hitro. Osrednja osebnost novega brezkompromisnega pristopa v zgodnjih 20. letih je bil dr. Klement Jug. Nov odnos do slovenskih sten je izhajal iz njegovega razmišljanja »Plezalstvo je lov za rekordi. Obstajajo plezalski problemi, ki jih je treba rešiti.« (Raztresen, 1992:31). Drugo vodilo je bilo prevzeto od angleških alpinistov: »Kjer je volja, tam je pot.« (Tuma, 1930:21).

Prvi odlični vzponi, ki so bili primerljivi z najboljšimi evropskimi, so bili opravljeni v drugi polovici 20. let (npr. Direktna smer v Špiku, Skalaška v Špiku, Skalaška v Triglavu, Centralna v Draškem vrhu itd). Posebej Direktna smer v Špiku, ki je delo ženske alpinistke Mire Marko Debelak kot vodje naveze, je dejanje, ki ga v Evropi še niso poznali. Toda za 20. in 30. leta je značilno, da so slovenski plezalci reševali domače alpinistične probleme, ki jih je bilo veliko, na tuje pa tudi zaradi slabše ekonomske situiranosti niso pogosto odhajali. Ker so bile zgoraj omenjene prelomne smeri preplezane pri nas, se o njih v Evropi ni dosti vedelo. Povsem drugače bi bilo, če bi bil kakšen tak vzpon slovenske naveze opravljen v tujini, na očeh tamkajšnje strokovne javnosti (Škarja, 1992:185).

Medijsko je bil doseg takratnega slovenskega alpinizma bolj ali manj slovenski prostor. In tudi tukaj so bila prisotna alpinistična dejanja v Planinskem vestniku, najstarejši slovenski reviji. V okviru tega glasila so uredniki sicer namenili veliko

prostora alpinistiki oz. turistik, v drugih tiskanih medijih pa je bilo tega precej manj.

S prihodom sicer starejšega dr. Henrika Tume med Skalaše, se je okrepila tudi kulturna komponenta delovanja turistovskega kluba. V povezavi z SPD so uvedli založniško dejavnost. Naslovi, ki so pod vodstvom nekaterih Skalašev izšli, so bili Naš Alpinizem (Kajzelj), Imenoslovje Julijskih Alp (Tuma), Pomen in razvoj alpinizma (Tuma, 1933). Konec tridesetih let so izdali prvi pravi gorniški roman Koča na robu (Bučer, 1941) in Gruh, samoironična knjiga o pogledih alpinistov (Deržaj, 1937).

Delo Naš alpinizem je pregled alpinistične dejavnosti na Slovenskem, predvsem v Julijskih Alpah. V njem je alpinizem obravnavan kot šport in vrednota. V recenziji Našega alpinizma v Planinskem vestniku pa se verjetno prvič pri nas kaže spoznanje, da je alpinizem izkustvena dejavnost. »Pozna se, da so sestavljalci trditve dobro preskusili in jih, kar je največ vredno, v izvorih in posledicah na lastni osebi preskusili. To je prednost, ki daje knjigi prepričevalnost in nas subjektivno osvaja tudi tam, kjer bi se objektivno lahko upirali.« (Tominšek, 1932:21).

Tumovo delo Pomen in razvoj alpinizma (1930) se kaže ne samo kot trenutna sposobnost alpinistične misli, ampak tudi kot analiza le-te in postavi alpinizem kot kulturno vrednoto. Ena izmed ključnih Tumovih predpostavk je, da je ideja neločljiva od dejanja in da glede na to opazimo pri alpinizmu temeljne pojme človeškega udejstvovanja: igro, delo, šport in umetnost. »Vidimo v alpinizmu odpor proti velikomestni družbi, proti idejološki civilizaciji ter kulturno osamosvojitve delavnega človeka po ritmu vsemogočne prirode.« (Tuma, 1930:294). V potrditev svoje teze Tuma citira tudi Willyja Hellpacha: »Vendar s tem alpinizem ne tvori polnega svetovnega naziranja, pa tudi ne verstva, ki sega onkraj prirodnega in kulturnega vnanjega sveta. Pač pa tvori alpinizem del svetovnega naziranja in tudi del verstva, in sicer oni del, ki se pred našimi očmi najjasneje pretvarja na nov. Iz komponent znanstvenega uvidevanja in iz estetičnega uživanja, brez katerega ni bilo še nikdar svetovnega naziranja in npravstvenih momentov, brez katerih ni bilo še nikdar nobene religije, se tvori alpinizem.« (prav tam).

Toda Skalaši niso samo vzpodbudili vzpona alpinizma in uvedli novih načinov pisanja o alpinizmu. Gorniško in gorsko kulturo so posredovali tudi vizualno. Na tem področju so bili nasledniki Drenovcev izpred 1. svetovne vojne v tem, da so fotografsko poročanje nadgradili tudi z gibljivimi slikami. Oba filma, Triglavske strmine in V kraljestvu zlatoroga, sta idejno nastala v skalaških krogih, pomoč zanju pa so seveda iskali pri poklicnih filmarjih. Za prvi filmski projekt so celo sami kupili kamero.

Čeprav je bil Planinski vestnik glasilo SPD, pa je bil uredniško zelo odprt do alpinizma oziroma turisticke. Prispevki so bili večinoma doživljajski spisi gornikov, veleturistov (Janko Mlakar) in alpinistov. Kot smo zapisali že za Planinski vestnik, je tudi pri samostojnih publikacijah do takrat šlo ali za zbrane doživljajske spise oziroma gorniške potopise (Janko Mlakar), zapise pravljič oziroma pripovedk (Zlatorog), torej ljudskega izročila ali pa del, ki so na tem temeljila (Kekec).

Morda še zanimivejša pa je Deržajeva knjiga Gruh (1937), ki je nekakšna samoironična pripoved o razvoju gorništvu (ter z njim alpinizma) in značajev gornikov (plezalčevo gledanje na svet). V njej s samoironijo opozarja tudi na ravnanje alpinistov, ki izvira tudi iz nemerljivosti alpinizma.

»Za alpinistično turo veljajo naslednja pravila: ko prispeš v kočo, ki si si jo izbral za izhodišče, se vedi tako, da morebitni izletniki in slični smrtniki takoj zaslutijo, da si alpinist posebne sorte. V pozdrav le pokimaj in sedi s tovarišem v skrajni kot sobe. Tu malomarno odvrzi oprtnik z derezami, vrv in cepin. Če imaš v oprti pravilno razmeščene kline in kladivo, bodo takoj rezko zarožljali. V hipu bodo vse oči uprte v vaju. Nato sedita mrkih obrazov, brez besed, v skrajni kot kočice. Ko si prepričan, da so se vaju turisti nagledali, prični s sezuvanjem okovank. To delo spremljaj z žvižganjem kakšne žalostinke. Učinek ne bo izostal. Iz oprte vzemi plezalnike, ki jih še počasneje oblači. Pri tem žvižgaj še otožnejšo melodijo. Posebno rahločutnim damam se bodo že pri tem tvojemu opraviilu zarosile oči.

Brž ko si obut, si prižgi pipo, ki jo mora vsak dober alpinist imeti. Nato pojdiva s tovarišem pred kočico in z daljnogledom intenzivno študirajta steno, ki sta si jo

izbrala za cilj. Ne pozabi kazati z roko na steno! Publika mora biti točno informirana. Posebno važno je to pri kočah, ki razpolagajo z velikim daljnogledom na stojalu. S tem je namreč podana garancija, da bodo obiskovalci koč drugi dan zanesljivo opazovali vajin odhod v steno.» (Deržaj, 1937: 61 – 63).

V knjigi med drugim poda tudi nasvet za alpinistična predavanja:

»Po vznesenih uvodnih besedah predsednika društva, ki je povabil zmagovalca te in take stene, sledi navadno kratek uvod predavalca samega, ki podčrtava svojo skromnost, nesebičnost in veliko ljubezen do gora. Sledi kratko poročilo o trening-turah in o pripravah, ki so bile potrebne za vzpon, o katerem namerava govoriti.

Nato začne z opisovanjem vzpona, ki mora biti sestavljen tako, da se težkoče stopnjujejo od minute do minute in dosežejo svoj višek v tem, da se je moral predavalec s tovarišem skoraj vrniti, a da se mu je vendar posrečilo zmagati v tej borbi 'na življenje in smrt'. Nevarnosti se polagoma zmanjšujejo in prenehajo z izstopom na vrhu. Ne pozabi živahno opisati pristrčnega sprejema, ki sta ga bila s tovarišem deležna na vrhu, v koči in v planinskih hotelih.

Pri opisovanju naj ne manjka bomb kakor: 'plazovi so gremeli v dolino, zapadno kamenje je vršalo mimo naših glav, roke in kolena so krvavele...itd.' Poudarjaj, da je bilo življenje tovariša v tvojih rokah; patetično povzidgaj svoje brezmejno junaštvo, zdaj to lahko nemoteno storiš. Sploh se vedi tako, da imajo poslušalci občutek, da so poslušalci deležni posebne milosti, če sede tu ter poslušajo in gledajo junaka-polboga, ki ga je usoda izbrala, da povečuje gorski svet.» (Deržaj, 1937:65-68).

Za obdobje Skalašev so bila značilna tudi predavanja. Ustni način poročanja ob fotografijah je bil zelo ustrezen za podajanje izkustev iz plezalnih, smučarskih tur. Najboljši izmed naših tedanjih plezalcev so bili povabljeni tudi v tujino. Na Dunaju je imela tako predavanje Mira Marko Debelakova o svojih plezalskih uspehih v slovenskih gorah (Tominšek, 1932:83). Zaradi skopega poročanja v tujih tiskanih

medijih o naših alpinističnih dosežkih, so bile to priložnosti za promocijo slovenskih dosežkov v tuji strokovni javnosti.

2.3. EKSPEDICIJE SOCIALIZMA

Čeprav se je povojno obdobje z vzponom Joža Čopa po Osrednjem stebru v Triglavski steni za alpinizem začelo odlično, je bil to kljub vsemu »labodji spev predvojne generacije plezalcev.« (Škarja, 1992:185). Okrog leta 1950 so vzponi mlade generacije postali tako dobri, da so nadaljevali predvojno delo. Glede na obdobje med obema vojnama, se je v petdesetih pristopalo k alpinizmu na bolj športni način. Številne težke prvenstvene smeri v Julijcih in Kamniško-Savinjskih Alpah niso bile dovolj. Potrebna so bila primerjanja. Ker alpinizem ni tekmovalna dejavnost, so se primerjave lahko dogajale v tujih gorstvih, tako evropskih kot na drugih kontinentih. Želja naših alpinistov je bila himalajska odprava na Manaslu ali Šiša Pangmo, toda v tistem času »v togi in centralizirani državi do himalajske odprave preprosto ni moglo priti. Razočaranje alpinistov je bilo prehudo, precej najboljših je prenehalo plezati. ...'Vlak je odpeljal' je bil zgovoren naslov v PV, ki je pomenil slovo odrinjene generacije.« (prav tam).

Če se v petdesetih leti ni izšlo z odpravami v Himalajo, pa so šestdeseta kazala na boljše možnosti. Prišla je nova neobremenjena generacija alpinistov, ki je napredovala v plezanju po Alpah, v zimskem plezanju, otoplilo pa se je tudi ozračje za večje organizacijske podvige. Prvi dve himalajski odpravi sta bili organizirani v razmaku petih let (1960, Trisul in 1965, Kangbačen), na katerih se je izoblikovalo jedro nosilcev slovenskega himalajskega odpravarstva. Po odpravi na Anapurno II in IV je bilo vedenje o odpravah dovolj veliko za največje izzive tistega časa: preplezati steno osemtisočaka.

Zdi se, da je bila klima, ki je počasi postala sprejemljiveša za večje alpinistične projekte, drugačna iz več razlogov. Eden je bil gotovo ta, da je imel alpinizem kot sestavni del gornišтва dolgo tradicijo, ki se je oblikovala tudi kot kljubovanje nemškimi posegom na slovenskih tleh. Toda v času, ko se je krepil socializem in njegov ustroj tako v najširšem smislu kot njegovo delovanje v manjših celicah, kot

so bila npr. podjetja, je bila odprava pravzaprav pravi »inkubator« socializma: odprave so bile velike, bile so notranje razdelane, delovale so na način »vsi za enega, eden za vse«, pri čemer je bil pomemben skupni uspeh in veliko manj, kdo kot posameznik bi osvojil vrh. Uspeh je bil uspeh celega kolektiva, moštva, prevladoval je moštveni duh. Morda so se tudi zaradi tega izboljšale možnosti v politiki, da je bila bolj naklonjena odpravam. »Delovanje tedanjih jugoslovanskih odprav in njihova organizacija sovпада z ustrojem socializma, ampak to se vidi le v našem okolju. Podobno so bile organizirane tudi nacionalne odprave iz drugih držav, pa naj so bile socialistične ali pa kapitalistične. Tudi francoske odprave so bile organizirane tako kot naše, saj je bila takšna organizacija odprave nujna na tisti stopnji razvoja himalajizma. Tudi drugje je bilo takrat prisotnega več moštvenega duha.« (Škarja, 2007). Seveda pa bilo potrebno ta ustroj, moštveni duh in motivacijo za skupne cilje in odrekanje posameznikov na račun moštva, ki so lahko delovali kot reklama za ideje siceršnje družbene ureditve, nekako pokazati tudi drugim ljudem. Tako so v sedemdesetih letih na odpravi v J steno Makaluja prvič resno tudi snemali na filmski trak, čeprav so občasno to počeli že prej. Tudi kasneje, na ponovni odpravi na Makalu leta 1975, na Everest 1979 in Lotse 1981, je bila izdelava filma nujna postranska dejavnost. Predvajanje filma po televiziji je imelo precej večji domet, kot npr. knjige o odpravi, ki so bile v času, ko so bile odprave redke. Knjige so brali v glavnem samo ljudje, ki so jih gore in alpinizem bolj ali manj zanimali oziroma so gornišstvo in alpinizem tudi sami prakticirali – torej ožja in širša strokovna javnost.

Filmi o velikih odpravah so bili sicer občudovani, bili pa so si zelo podobni. Govorili so o dolgih dostopih, stotinah nosačev, surovem podnebju, skrajnih naporih, odrekanju (na račun ekipnega uspeha), plezanja s pomočjo pritrjenih vrvi, veselju ob osvojitvi vrha itd. - Vse, o čemer so radi slišali ljudje (pa tudi politiki doma). Po ustnem viru (Knez, 2005) se je politika celo tako vživela v dogajanje v Himalaji in se identificirala s himalajsko odpravo na Everestu oziroma verjela v planski (vojaški) sistem, - po katerem so tako velike odprave sicer morale delovati, da ni prišlo do zmešnjave - da so iz Jugoslavije prihajale resne želje in celo zahteve, naj se vrh Everesta osvoji na prvi maj (Praznik dela), ali pa vsaj za 9. maj (Dan

zmage). Menda je bilo treba precej naporov, da so alpinisti iz Himalaje pojasnili politikom še nepredvidljivi vremenski faktor.

Čeprav so bila jedra teh velikih odprav sestavljena iz slovenskih alpinistov, so se jim pridruževali tudi plezalci iz drugih republik. Morda edina prava vsejugoslovanska odprava je bila leta 1979 na Everest, pri kateri najdemo vse prej opisane značilnosti. Jugoslovanski duh se ni kazal samo po odpravarski zasedbi, temveč tudi v drobcih, ki pa so bili zelo odmevni. Na Everestu je imel vsak višinski tabor svoje ime. En višinski tabor se je imenoval Induplati, potem je bila Rašica, zadnji, peti in najvišji tabor pa po sarajevskem podjetju Energoinvest (Kotnik, 1979:6-7). Imena višinskih taborov so delovala kot danes npr. imena košarkarskih klubov, ki poleg imena kluba nosijo še ime glavnega pokrovitelja. Takšen način je bil prazapprav dober način reklamiranja, ki pa je zahteval pogosto poročanje iz Himalaje in objavo v medijih. In oboje je bilo ne samo na Everestu, temveč tudi na Makaluju 75 in na Lotseju 81 - torej treh tedaj najpomembnejših odpravah - zelo dobro pokrito. Seveda je bila prav na Everestu medijska podpora ekipa najmočnejša: 2 radioamterja, novinar, snemalec, slikar itd. Zato je razumljivo, da je postal Everest projekt vseh zainteresiranih ljudi v Sloveniji in tudi Jugoslaviji in ker je obče znano, da je Everest najvišja gora sveta, to ni bilo težko, zainteresirana baza ljudi pa široka.

2.3.1. PRVA ALPINISTIČNA ČASOPISNA RUBRIKA

V tem obdobju (leta 1967) se je v osrednjem slovenskem časniku Delo pojavila tudi prva stalna alpinistična tedenska rubrika »Alpinistične novice«, ki je redno izhajala več kot 3 desetletja na predzadnji strani ponedeljkove športne priloge Dela. Izhajala je kontinuirano, ne glede na letni čas, številko ali kvaliteto vzponov, spreminjal se je le obseg rubrike: od kratke novice ali dveh, do daljših člankov s fotografijo, če je šlo za pomembnejši vzpon. Vzgibe za nastanek prve poročevalske rubrike v tiskanih medijih pri nas povzema njen avtor, kronist Franci Savenc v intervjuju za Planinski vestnik: »Tam nekje sredi 50. let 20. stoletja sem začel ugotavljati, da se o alpinizmu bolj malo poroča. Planinski vestnik je bil edini, ki je pisal o tem. Moram

povedati, da ni pri meni nikoli šlo za kakšno literarno opisovanje ali kaj podobnega – bila je želja po poročanju, posredovanju stvarnih dejstev. Začel sem s pisanjem o alpinizmu v Planinskem vestniku. Pri tem sem nekako nasledil Ljuba Juvana. On je imel pred menoj rubriko z novicami iz alpinističnega sveta. Potem sem leta 1966 začel pošiljati prispevke v razne časopise in leta 1967 sem najprej začel v Delu z rubriko Planine in ljudje, mesec dni kasneje pa so začele izhajati Alpinistične novice. To sem potem počel skoraj dvajset let. Pa še tudi potem sem občasno pomagal naslednikom, ki so prevzeli to delo.« (Keršič-Svetel, 2006: 5-10).

2.4. OD KOLEKTIVNEGA K INDIVIDUALNEMU

Prehod od izrazito kolektivnega duha odprav k izstopanjem posameznikov v osemdesetih letih prejšnjega stoletja, je po mnenju Toneta Škarje, vodje odprave na Everest leta 1979, pravzaprav pomenila že ta odprava:

»Do jugoslovanske odprave na Everest (1979) je bilo himalajcem takorekoč vseeno, kdo osvoji vrh, samo da bo odprava uspešna. Vsi so delali za skupni uspeh. Everest pa je bil prelomnica. Je najvišja gora in vsak človek to ve. V času odprave so se celo branjevke na tržnici v Beogradu pogovarjale, do kakšne višine smo priplezali. Zato so bili tisti, ki so se takrat povzpeli na vrh prave zvezde, večina drugih članov odprave pa jim je zavidalo in so se počutili prikrajšane. Od te odprave 1979 je bil dober moštveni duh na veliki odpravi samo še na Lotseju (odprava v južno steno leta 1981), na drugih pa se je kazala že velika preračunljivost nekaterih članov. Sistem delovanja odprav je bilo treba spremeniti, individualizirati. Večje odprave smo konec 80 let preobrazili v skupni bazni tabor, ki je bil servisni prostor za posamezne naveze, ki so imele vsaka svoje cilje.« (Škarja, 2007).

Želja po osebni uspehu seveda obstaja že od nekdaj in v času velikih kolektivov je bila prav tako velika s tem, da je bil osebni uspeh tudi uspeh vsega moštva, ki je nudilo vso podporo. Toda očitno je, da se je že konec 70. let začela kazati med alpinisti (kot člani odprav) želja po prepoznavnejši osebni podobi v javnosti.

Odprava v Južno steno Lotseja je bila zadnja res velika vsejugoslovanska odprava, ki je delovala kot velik in dobro namazan stroj. Alpinisti so po dvomesečnem boju

steno tudi preplezali, vrha pa jim ni uspelo osvojiti. Ne glede na to so bili odmevi doma in predvsem v tujini odobravojoči.

V resnici je bila zadnja podobno zastavljena odprava leta 1985 na 8505 m visoki Jalung Kang v pogorju Kančendzenge. Toda svojim predhodnicam je bila podobna smo po obsegu in zastavljenem načrtu – znotraj nje so se kazale predvsem idejna nasprotja, čeprav po ustnih virih članov (Knez, 2005; Karo, 2005), niso v izdatnejši meri izbruhnili na dan. Prav izjemna generacija, katere predstavniki so poleg omenjenih alpinistov še Pavle Kozjek, Janez Jeglič, Slavko Svetičič itd. se je otresla kolektivnosti in predvsem zaradi večje teže vzponov kot športnega dosežka začela plezati v manjših ekipah sestavljenih iz ene naveze ali celo solo. To je bil s športnega vidika trend po vsem alpinističnem zahodnem svetu, pri nas pa se je - gledano iz današnje perspektive - ta obrat začel kazati istočasno kot spreminjanje miselnosti v okviru socialističnega družbenega reda, ki smo ga prakticirali v Sloveniji oziroma Jugoslaviji. Približno takrat so se pojavljali prvi pomisleki in nove ideje med nekaterimi slovenskimi intelektualci (npr. v Novi reviji), pogosteje se je govorilo o demokratičnem pluralizmu samoupravnih interesov. Zaradi vzpona posameznih intelektualcev in raznolikejšega mišljenja so takrat tudi nekatere revije in tiskani mediji dobili novo uredniško podobo. Takšen primer je tudi Teleks, v katerem so našli prostor številne tematike in avtorji. In prav v tej reviji je bilo konec osemdesetih let objavljenih več člankov o alpinizmu, kot v vseh drugih tiskanih medijih skupaj. Spremembe miselnosti v (vrhunskem) alpinizmu ne sovpadajo naključno z drugimi družbenimi spremembami, oziroma situacijami, podobno kot je bilo v času narodnega boja pa tudi v obdobju med obema vojnoma. Alpinizem je bil lahko indikator nekaterih dogajanj, podobno bi lahko kot pokazatelje prepoznali tudi v drugih dejavnostih. Toda alpinizem je bil vedno podaljšek oziroma »špica« gorništvu, torej slovenske nacionalne dejavnosti kot alpskega naroda. Alpinizem kot ekstremna oblika gorništvu ali planinstva se je ponovno pokazal v obliki vrednot – družbene in politične.

Kot vrednota se je alpinizem pokazal tudi v literaturi. V tem obdobju še posebno. Govorimo namreč o legendarni alpinistični knjigi Nejca Zaplotnika Pot, morda

najbolj brani tovrstni knjigi v Sloveniji. Odlično napisana knjiga je prikazala alpinizem predvsem kot notranjo vrednoto alpinista - posameznika in odgovorila na večno vprašanje, zakaj alpinisti plezajo. Odprla pa je še novo dimenzijo z odgovori na do takrat redko zastavljano vprašanje: »Kako plezamo?« in »Na kakšen način plezamo«. Predvsem je nakazala, da je alpinizem osebna vrednota, njeno bistvo pa je estetika.

2.5. JUNAKI »OUTDOOR« MEDIJEV

Za 90. leta in začetek tretjega tisočletja je značilen razmah medijev, ki pokrivajo gornišstvo in tudi druge oblike outdoor športov. Zaradi vedno večje priljubljenosti športov in dejavnosti, ki se dogajajo in odvijajo v naravi, se ni povečalo samo število tovrstnih tiskanih medijev, pač pa so se še pred razmahom interneta razširili tudi TV in filmska produkcija. V vsej Evropi pa tudi drugod po svetu so nastajali novi tematski filmski festivali, že obstoječi (Trento, Gradec) pa so se še okrepili.

Za alpinizem v tem obdobju je značilna vse večja individualizacija. Pri tem mislimo predvsem na ustvarjanje (samo)podobe nekaterih najboljših alpinistov kot posameznikov, pri nas in po svetu. Če je že v prejšnjem obdobju (80' leta) na tem področju oral ledino Reinhold Messner, ki sta mu sledila Francoza Christophe Profit in Eric Escoffier, je bil konec osemdesetih in na začetku devetdesetih pri nas podoben primer Tomo Česen.

V istem času se zaradi vedno večje priljubljenosti gornišstva in tudi alpinizma začnejo krepiti mediji, ki pokrivajo to in podobne dejavnosti. Predvsem so to revije. V evropskem prostoru jih je veliko in skoraj nič jih ni propadlo. V nekaterih večjih jezikovnih prostorih jih je celo več: Montagne magazine, Vertical, Les Alpes, Randonee, itd. na francoskem, Rotpunkt, Klettern in Alpinismus na nemškem, Pareti, Alp, Rivista della montagna na italijanskem in Desnivel, Escalar in Campo base na španskem govornem področju. Tudi v Sloveniji se je sredi 90. let pojavila poleg Planinskega vestnika še nova revija Grif, ki je pokrivala najprej plezanje, alpinizem in gornišstvo z bolj športnega vidika, kasneje pa se je razširila še na druge t.i. »outdoor« športe. Izhajala je sedem let, potem pa zaradi majhnega tržnega

prostora in finančnih težav založnika ugasnila leta 2002. Ti tiskani mediji so zaradi svoje širše usmerjenosti (ne samo alpinizem ampak tudi druge aktivnosti, ki se odvijajo v gorah) izoblikovali širšo strokovno (aktivno) javnost: Pred tem je pravzaprav obstajala le ožja – ljudje, ki so imeli z alpinizmom relativno bogate izkušnje. Gorništvo je bilo bazična dejavnost iz katere so ljudje izhajali, dokler nekatere izmed teh aktivnosti niso postale samostojnejše ali celo popolnoma samostojne (npr. jadralno padalstvo), alpinizem pa je bila njegova vrhunska oblika, ki je tako dobila tudi širšo strokovno publiko.

Sponsorji večine vrhunskih alpinistov-sponsorirancev prihajajo iz širšega okolja. Alpinisti kot »manekeni« nagovarjajo ljudi iz ožje (aktivni ali ne več aktivni alpinisti) in že omenjene širše strokovne javnosti. V tem okolju oziroma s takšnim dometom deluje velika večina medijsko izpostavljenih alpinistov in le redko kdaj in redki alpinisti so bili tudi v alpinistično najbolj razvitih državah izpostavljeni širši nestrokovni javnosti (npr. reportaža o francoski alpinistki Catherine Destivelle v Paris Matchu, razni dokumentarci po TV, ipd). Posebno mesto med njimi ima spet R. Messner, čigar ime je znano tudi onkraj strokovne srenje predvsem zato, ker se je sploh prvi lotil širšega medijskega pristopa (knjige, TV oddaje, predavanja, intervjuji itd), ki mu sledi že več kot 30 let.

Zadnja leta - od okoli leta 2000 - se v alpinizmu kaže medijska prevlada interneta, a predvsem kot vir uporabnih informacij (npr. aktualne razmere v gorah, oglaševanje opreme, itd.) in šele nato kot poročanje ali kaj drugega. Kljub temu se zdi, da internet ni ogrozil tiskanih medijev, ki pa se skorajda vsi prilagajajo tržišču v smeri informativnosti (predvsem o opremi), kar pomeni, da imajo oglaševalci veliko, če ne odločilno vlogo.

Poleg tradicionalne prisotnosti fotografije, ki pa predvsem deluje kot ilustracija v tiskanih medijih ali pri predavanjih, se je pri vizualnih medijih v tem času okrepila TV produkcija in z njo tudi gorniški filmi. Pri nas se kaže to v zelo dobro sprejeti seriji oddaj Gore in ljudje, serijo s podobno zasnovo pa so imeli tudi v Avstriji v produkciji ÖRF. Tudi v drugih alpskih državah je bilo podobno. Tam so se še okrepili filmski festivali z gorniško (ljudje, narava) tematiko, s pomembnim

področjem – alpinističnim filmom. Ta ima v alpskih deželah dolgo tradicijo in prav zaradi te kilometrine, se je že sredi 90. let zdelo, da ne prinaša nič novega. Klasični filmi o himalajskih odpravah so bili že videni, plezanje kot samo gibanje si je na nek način zelo podobno in s časoma lahko postane nezanimivo. Dobrih alpinističnih (športnih) dosežkov je veliko, toda zaradi prej omenjene podobnosti so za širšo publiko kljub vsemu zelo enolični. Izboljšanje filmske tehnike in tehnologije je prineslo nekaj svežine. Snemalna oprema in logistika sta namreč postali izredno zmogljivi in dobri snemalci lahko posnamejo takorekoč vse in to kjerkoli. Sama podoba alpinistov in vizualizacija njihovih podvigov ni bila več problematična, vedno bolj pa so filmski kritiki opazili, da tudi najboljša vizualna podoba ne more nadomestiti bistva alpinizma – originalne zgodbe. Pri alpinističnem filmu je nastopila kriza originalne zgodbe. Zaradi hitrega razvoja tehničnih lastnosti snemalnih postprodukcijskih studijskih naprav, so se avtorji zelo pogosto naslanjali na podobo, atraktivne posnetke, izboljšane barve, tudi na posebne efekte in zelo izpiljeno montažo, medtem ko je zgodba ostajala v ozadju. Tako je originalna zgodba postala zelo iskana in skoraj nujna za vidnejše uvrstitve na filmskih festivalih.

Tudi zato kaže, da na drugem področju, v literaturi, alpinistične knjige ne morejo izginiti, saj je v njih glavna prav zgodba. To vidimo ne samo pri nas, ampak tudi v svetu, kjer še vedno izdajajo alpinistično literaturo, čeprav se je njen velik del iz pripovedovanja zgodbe obrnil predvsem v smer grajenja podobe alpinista kot posameznika. Tudi tukaj se torej kaže trend, da je oblika (knjiga) z mankom vsebine lahko sredstvo za krepitev blagovne znamke alpinista.

3. TEHNOLOGIJA IN ALPINIZEM

Tehnologija in alpinizem sta tesneje povezana, kot se morda zdi, tako kot pri plezanju samem, kot tudi pri medijih. Predvsem je (športni) napredek alpinizma odvisen od tehnologije.

Po mnenju kronistov tehnologija pogojuje alpinizem. To lahko sklepamo iz dejstva, da vsi kronisti štejejo za prvi alpinistični vzpon tistega, pri katerem je bila prvič zabeležena uporaba vrvi. S tem povežejo nastanek alpinizma prav z uporabo tehnologije in ga z njo utemeljijo. Razvoj tehnologije torej omogoča razvoj alpinizma. Nekaj časa sta tehnološki razvoj in izboljševanje alpinističnih dosežkov hodila z roko v roki, potem pa sta se delno ločila. Na neki točki pomeni napredek alpinizma na športni ravni to, da je pri alpinističnem vzponu manj uporabljene tehnologije. Seveda je treba poudariti, da mora biti tista oprema, ki se jo kljub vsemu uporabi in je bistvena za varnost plezalcev, višje kakovosti. Zatorej bi lahko na hitro rekli, da je za pojmovanje športnega dosežka v alpinizmu poleg drugega pomembna manjša kvantiteta in večja kvaliteta uporabljene tehnologije.

Razlog za to je ideal plezanja. Ta je premagati (čim večje) težave toda z lastnimi močmi in spretnostjo, a varno. Ta varnost pa je lahko zagotovljena objektivno (z maksimalno uporabo tehnologije) ali subjektivno (z izkušnjami, znanjem in psihofizično pripravljenostjo posameznika). Športni ideal, ki ga je – kot bomo videli nekoliko kasneje – v Himalaji načrtoval že Messner leta 1978, pa je prevlada subjektivne pripravljenosti in s tem tudi varnosti ter čim večja »skromnost v izbiri svojih pripomočkov.« (Messner, 1979:10).

3.1. DVA PRIMERA ZMANJŠEVANJA UPORABE TEHNOLOGIJE

Eden prvih plezalcev, ki je zagovarjal plezanje z bistvenim zmanjšanjem tehnologije, je bil Paul Preuss (1886 – 1913), avstrijski intelektualec in odličen plezalec, ki je samo leto pred smrtjo – ponesrečil se je pri poskusu solo vzpona v steni gore Mandlwand – v enem izmed svojih objavljenih tekstov svojo plezalno

filozofijo strnil v »šest teoremov«. Pri tem je izhajal iz svojega aksioma, da lahko plezalec poskuša preplezati samo tisto smer, ki je pod njegovo maksimalno zmogljivostjo. Večina teh teoremov je povezana tudi z uporabo tehnologije:

- Plezalec mora biti več kot enakovreden zahtevnosti nameravane ture.
- Plezalec naj se vzpenja samo tam, kjer lahko tudi varno sestopi.
- Umetni pripomočki so opravičljivi samo v nenadnih nevarnih situacijah.
- Klini naj bi bili dovoljeni samo v sili, ne pa kot osnova za plezanje.
- Z vrvjo si vzpon lahko le olajšamo, ne pa omogočimo.
- Princip varnosti izhaja iz razumne presoje, česa je nekdo sposoben, ne pa iz same uporabe umetnih pripomočkov.

(Wikipedia, 2007).

Razmišljanje v podobni smeri se je pojavilo tudi v 70 letih prejšnjega stoletja, po tako imenovani »železni dobi alpinizma«, v kateri je bila raba tehnologije najizdatnejša. V »železni dobi« - konec 50. in 60. leta - se je začel razmah tehničnega plezanja (plezanja, pri katerem se za napredovanje uporabljajo različni pripomočki kot so klini, zagozde, lestvice itd.). Nova generacija plezalcev je imela odklonilen odnos do pretirane uporabe teh tehničnih sredstev za napredovanje, še posebej do svedrovcev, ki omogočajo napredovanje skalnega plezalca takorekoč povsod. Uporabo tehničnih pripomočkov so zagovarjali bolj za namene varovanja kot pa napredovanja. Zanje je že bila pomembnejša fizična in psihična moč plezalca, kot pa neomejena uporaba tehnologije v skalnih stenah.

3.2. HIMALAJA

Zaradi svojih dimenzij in fizikalnih zakonitosti, ki tam vladajo ter končno zaradi nam eksotičnih krajev, je gorstvo Himalaje morda najprimernejše za osvetlitev nekaj dejstev odnosa med tehnologijo in alpinizmom, v tem primeru z njegovo "podvrsto"- odpravarstvom. Poleg že prej naštetih značilnosti gora in tega, da gore nikoli niso bile človekovo primarno okolje, se v najvišjem gorstvu sveta pojavi še nadmorska višina, kar pomeni nižji zračni tlak in hkrati manj zraka, nato tudi celoletne nizke temperature, s posebno nizkimi temperaturnimi ekstremi. Med te

ekstreme lahko uvrstimo tudi druge vremenske pojave kot so viharji, količino padavin v kratkem času itd.. Zato so že prvi raziskovalci tega območja doumeli, da si morajo pomagati z vso tedaj dostopno tehnologijo, in z njo čimbolj nevtralizirajo fizikalne zakonitosti, ki vladajo v Himalaji.

3.2.1. NAPREDEK ALPINIZMA V HIMALAJI

V tako imenovani zlati dobi alpinizma in himalajizma so bili opravljeni prvi vzponi na najvišje gore sveta (od Anapurne leta 1950, do Šiša Pangme leta 1964). Ti prvi pristopi so bili opravljeni po najlažjih možnostih vzpona ali po domače tam, kjer ima gora svojo šibko točko. Nato so v sedemdesetih letih prišle na vrsto stene teh najvišjih vrhov, osemtisočakov. To je bil korak naprej v smislu tehnične zahtevnosti vzponov, način pa je bil podoben prejšnjemu. V strokovni terminologiji ga imenujemo "himalajski stil". Pri njem gre ponavadi za večjo odpravo, ki po gori postavlja višinske taborne, se vrača v vznožje gore in se s tem aklimatizira. Svojo pot oziroma smer opremljajo s t.i. "fiksni vrvmi", ki omogočajo večjo varnost članov odprave, seveda pa je takšen način dolgotrajen in je zanj potrebno veliko opreme. Tako se ista pot na gori opravi večkrat.

Sredi sedemdesetih let pa je bil napravljen velik korak naprej. Reinhold Messner in Peter Habeler sta prvič opravila vzpon na kakšen osemtisočak na način, ki sta ga imenovala "alpski stil". Ime je dobil po načinu, kot se navadno pleza v Alpah in drugih nižjih gorstvih. Alpski stil se od himalajskega stila razlikuje po pripravi, drugačnem poteku vzpona, po svoji hitrosti in končno po teži nahrbtnikov. Vzpon na alpski način opravi maloštevilčna ekipa (navadno naveza dveh ali treh alpinistov, lahko tudi posameznik) po smeri, kjer niso prej postavljali taborov in niso napenjali fiksnih vrvi. Za razliko od dolgotrajnega delovanja odprave, ki se vzpenja na himalajski način, je vzpon v alpskem stilu opravljen v nekaj dneh, seveda pa se morajo plezalci za takšen vzpon prej aklimatizirati, kar ponavadi opravijo na kakšnem tehnično manj zahtevnem hribu v bližini glavnega cilja. Toda za nekajdnevni neprekinjen vzpon in sestop v alpskem stilu je potrebno s seboj nositi vse stvari, ki jih alpinist potrebuje v tem času. To so: šotor, spalna vreča, bivak

vreča, armafleks, hrana za teden dni, gorilnik, posoda, termo steklenica, rezervna obleka, alpinistična oprema, UKV postaja, majhen fotoaparati itd., vse te stvari pa je treba spraviti v en nahrbtnik. Zatorej vidimo, da se je alpski stil odpovedal dobršnemu delu tehnologije, kar pa je lahko dosegel le s tem, da je tehnologija, ki je uporabljena pri alpskem načinu, zadostne kvalitete. Danes obstaja že veliko tako kvalitetne opreme; pred 30 leti, ko je bil opravljen prvi vzpon na alpski način, pa je je bilo zelo malo.

3.2.2. "BY FAIR MEANS"

Samo nekaj let po vpeljavi pojma "alpski stil", ki ga je Reinhold Messner označil s sloganom "star način kot nova ideja", je Messner vpeljal še en nov pomen in sicer pojem "by fair means". To je pomenilo naslednje zmanjšanje prisotne tehnologije. Pomenilo naj bi neuporabo tehnologij oz. pripomočkov, s katerimi si človek lahko pretirano oziroma nenaravno olajša pogoje na najvišjih gorah sveta. V danem kontekstu pomeni to predvsem neuporabljanje bomb z dodatnim kisikom. Messner pri vpeljavi pojma sicer še ni imel v mislih neposredno športnega vidika alpinističnega dejanja. Razlog za njegovo osebno filozofijo je bil predvsem etičen, toda filozofsko podkrepljena ideja je kmalu nato postala merilo za športne dosežke večje vrednosti.

Pred prvim vzponom brez kisika na najvišjo goro sveta je v uvodu knjige Everest (1979) takole zapisal:

»Najprej je bila lepa iluzija, da bi se na najvišjo goro sveta povzpel ne kot človek tehnike. Iz iluzije je postala fiksna ideja in nazadnje filozofija: ali je človek zmožen, da najvišjo točko doseže z lastnimi močmi? Ali je svet tako ustvarjen, da lahko človek na njegovo najvišjo konico pripleza brez tehničnih pripomočkov?

Ne vzpenjam se na gore zato, da bi osvajal vrhove. Komu na ljubo naj bi to delal? V skrajne položaje se spuščam, da bi znova doživljal tesnobo, dvome in vzvišene trenutke.

Ta dogodivščina pa splahni, brž ko si človek v svojem častihlepju pomaga s tehniko. Tudi najvišje pogorje se skrči, kadar po njem »hribolazimo« s stotinami nosačev, s cepini in aparati za kisik. Kdor uporablja masko za kisik, poniža Everest na raven šesttisočaka.

Pioniji Himalaje so se previdno vzpenjali ali pa kar tipali do najvišjih višav, v majhnih skupinah ali celo posamično. Vsi očarani so pripovedovali o najbolj samotnih pokrajinah naše Zemlje in s tem privabljali še druge drzneže. Toda vsi so živeli v harmoniji s »skrivnostjo, ki se imenuje gora«. Šele narodnostne ekspedicije med vojnama in po vojni, ki jih je spodbadalo naročilo, da morajo zmagati, so uničile harmonični odnos med pustolovskim drznežem in nepoznanim svetom.

Skrivnost se je s slaherno odpravo vedno bolj krčila. Gorovje je hitro izčrpano, kadar človek ob svojih tehničnih zmožnostih ne pozna skromnosti, kadar mu gre bolj za zmagoslavje nad vrhom, kot pa za spoznanje samega sebe. Kdor se pri gorništvu ne zanaša na svoje lastne moči, pač pa uporablja aparate in krepčila, goljufa samega sebe, ja, svoje bistvo.

Maska za dihanje je kakor zid med človekom in naravo, to je filter, ki preprečuje vizionarska doživetja. Vzpon na Everest brez maske je nekaj drugega kot vsi dosedanji vzponi z aparatom za dihanje.

»Everest by fair means« - to je tista humana dimenzija, ki me zanima.

Gore so tako elementarne, da človek nima niti dolžnosti niti pravice, da bi si jih pokoril s tehničnimi sredstvi. Edino kdor se jim približa v vsej ponižnosti in s skromnostjo v izbiri svojih pripomočkov, lahko doživi harmonijo sveta.

In tako nenadoma spet začnem gojiti to misel. Povzpeti se hočem tako visoko, da dosežem konec gore ali pa obležim. Pripravljen sem v tej svoji strasti vse pretrpeti in veliko tvegati. Pripravljen sem, da pojdem bolj daleč kot kdaj poprej. Odločen sem, da tokrat postavim vse na eno karto.« (Messner, 1979: 9-10).

Do leta 1978, ko sta se Messner in Peter Habeler povzpela na Mount Everest brez dodatnega kisika in dokazala, da je to sploh mogoče, je imel višinski rekord brez dodatnega kisika prav Slovenec Marjan Manfreda, ki se je leta 1975 na takšen način

povzpел na vrh Makaluja (8464m). V kasnejših letih in desetletjih se je uporaba dodatnega kisika precej zmanjšala in se danes uporablja v glavnem le še na dveh najvišjih gorah sveta (Everestu in K2) in še to le nad 8000 metri. Pri tem so izvzete seveda vodniške odprave, kjer bogati klienti za ogromno denarja dobijo vodnika, ki jih pripelje na željeni vrh, večinoma z dodatnim kisikom, ki jim ga nosi višinski nosač.

Toda izraz "by fair means" ima tudi veliko slabosti. Največja je ta, da se ne ve, kje so meje ali bolje rečeno kaj natančno pomeni oziroma, kaj ga omejuje. Je precej ohlapen. V sedemdesetih letih je bilo bolj jasno: Messner je s tem izrazom mislil neuporabo dodatnega kisika. Z razvijajočo tehnologijo pa se ne ve natančno, kaj je "dovoljeno" in kaj ne, če vzamemo definicijo tega merila dobesedno. V zadnjem času prihaja namreč do številnih neskladij ali celo paradoksov, vsi pa so seveda povezani z uporabo tehnologije. Namreč: po eni strani naj se ne bi uporabljalo dodatnega kisika, ker je to preveč nenaravno, po drugi strani pa se zaradi razvoja satelitske komunikacije uporablja vsakodnevna vremenska napoved, ki je še pred nekaj leti ni bilo. Danes se lahko z uporabo različnih tehnologij poveča možnost uspeha (npr. vremenska napoved za tempiranje vzpona, itd), pa to nikogar ne moti, tudi tistih ne, ki zagovarjajo čim bolj naraven pristop k himalajskim vzponom. Podobni so nekateri primeri vzponov na alpski način kot najčistejše oblike vzpenjanja na osemtisočake, ko so se alpinisti aklimatizirali drugje (ali pa so se že povzpeli na kakšno drugo visoko goro na drugi strani Himalaje), pa so jih potem prepeljali pod željeni himalajski cilj s helikopterjem. Že v osemdesetih letih so uporabili tudi barične komore za aklimatizacijo. Znan je primer francoskega alpinista, ki so ga v Parizu umetno aklimatizirali v komori, kjer so simulirali višino z manjšim pritiskom in manjšo koncentracijo kisika, ga nato hitro prepeljali v Tibet, kjer se je samo v nekaj dneh povzpел na osemtisočak Šiša Pangmo. V teh primerih meje "by fair means" odpovejo, saj je osnovna ideja tega rekla povezana s približevanjem naravi ali oziroma v tekmovanju z njo. Seveda pa kljub vsemu ne moremo reči, da ti dosežki niso športni. Tu mislimo predvsem medijsko dimenzijo športa, saj z vidika širše javnosti nek šport obstaja le, če se pojavlja v medijih. In prav s pomočjo komunikacijskih tehnologij je himalajizem dobil to možnost, ki jo

vse pogosteje tudi izrablja. Če že ni televizijski šport, pa himalajizem postaja internetni šport.

Poleg športnega pristopa so drugi razlogi za krčenje tehnologije tudi še filozofsko-etični in osebno-religiozni. Prav izjave Tomaža Humarja o svojem zadnjem solo vzponu po južni steni Anapurne, lahko uvrstimo v osebno - religiozne vzroke. Humar je namreč izjavil: »Šel sem do konca. Nisem vzel ne pasu, ne čelade, ne vrvi. Jaz in on. In stena.« (Televizija Slovenija, 2007).

Med alpinisti velja, da je treba najprej poskrbeti za svojo varnost in so takšni razlogi, kot jih je navedel Humar, pač stvar posameznika, ki nosi tudi vse morebitne posledice. Je pa do pojava Humarjevega pristopa do medijev in alpinizma veljalo nekakšno nenapisano pravilo, da gre pri vzgibih za takšna ravnanja za intimne stvari posameznika, ki naj takšne tudi ostanejo in se jih ne obeša na veliki zvon.

3.2.3. VEČJI ŠPORTNI DOSEŽEK Z ZMANJŠANJEM UPORABE TEHNOLOGIJE

Nekako v osemdesetih letih 20. stoletja se je med najboljšimi alpinisti sveta začel poudarjati športni vidik alpinizma. Do takrat je na splošno veljalo, da alpinizem ni šport, ampak da je več kot samo to. Tudi danes, ko se je športna dimenzija v alpinizmu že močno prijela, je podobno. Morda ne velja več, da je alpinizem nekaj več kot šport, je pa gotovo drugačen (prisotna je pustolovščina na ravni preživetja) in ni tekmovalen šport. Predvsem pa krepitev športne dimenzije alpinizma sovpada z zmanjševanjem uporabe tehnologije. To velja tako za plezanje v Himalaji, kot za plezalne vzpone v drugih gorstvih.

Športni vidik himalajizma se torej kaže tudi v vse večjem upoštevanju merila "By fair means". Gre torej za uporabo le tiste tehnologije, ki je nujna za preživetje v krutih pogojih himalajskih sten in neuporabo oziroma zavračanje ostalega, predvsem dodatnega kisika v jeklenkah. Športna dimenzija tega mišljenja se kaže tudi v pripravah na zahteven himalajski vzpon. Če bi se hoteli lotiti kakšnega osemtisočaka po novi smeri brez dodatnega kisika, bi se morali prej ustrezno pripraviti, to pa pomeni pravi atletski trening. Samo tako lahko (seveda ob ustreznih

izkušnjah in odlični psihični pripravljenosti) dosežemo ustrezno raven natreniranosti, ki se jo lahko tudi eksplicitno izmeri. V mislih imamo predvsem fiziološki parameter "VO2 max.", ki pomeni maksimalni izkoristek kisika pri skrajnih naporih. In prav izkoristek kisika je v pogojih, kjer ga je le še za četrtno, izjemno pomemben. Samo s pravim športnim (atletskim) treningom lahko izkoristek zelo izboljšamo, hkrati pa že vzpostavimo športni odnos do našega podviga in do objekta, torej gore.

Razloge za večjo ali manjšo uporabo tehnologije gre iskati v motivu za vzpon. Čeprav je vsak osnovni motiv za alpinistični vzpon oseben, pa se že pri odnosu med rekreacijo in (vrhunsko) športnim pristopom kažejo razlike v konsenzu za uporabo tehnologije. Pri rekreaciji ostaja primaren osebni motiv, predvsem pa je osebno ravnanje, s katerim bi radi cilj dosegli. Zgolj od posameznika je odvisno, na kakšen način ga bo dosegel in navadno bo za to uporabil vsa sredstva. Primer: glavno nam je, da neko plezalno smer samo preplezamo in smo s tem zadovoljni. Način, kako to opravimo, je irelevanten. Za napredovanje pri plezanju si lahko pomagamo z vsemi možnimi pripomočki, lahko celo najamemo gorskega vodnika, ki nam omogoči vzpon, prevzame nase tudi odgovornost in zagotavlja varnost, mi pa samo uživamo. Bistveno je torej zgolj osebno zadovoljstvo s samim udejstvovanjem.

Pri športnem motivu to ni tako, saj je dodan močan motiv športnega dosežka oz. priznanja skupnosti. To se lahko doseže s poročanjem o opravljenem vzponu.

V Himalaji bi kot željo po uresničitvi zgolj osebnih ciljev lahko označili vodniške odprave na lažje osemtisočake in na najvišjega, Everest. Pri takih odpravah vodniki vodijo po najlažjih možnostih, torej normalnih smereh - gre za osebne izzive, ki pa nimajo večje športne vrednosti. Zanje se organizatorji oziroma vodniki poslužujejo čim več tehnologije (fiksne vrvi, kisikove bombe) in druge pomoči (npr. višinskih nosačev), da bi svojim klientom olajšali vzpon. Za razliko od tega pristopa pa športni način plezanja na najvišje himalajske gore temelji na alpskem stilu (brez fiksnih vrvi), majhni ekipi, brez višinskih nosačev in poleg vsega še ustrezno pripravo logistike ter zbiranje informacij o samem cilju, s katerima se mora akter spopasti sam.

S športnega vidika - sodeč po odzivih svetovne strokovne javnosti - velja danes kot sporno tudi reševanje himalajskih problemov velikih sten na klasičen himalajski način (s fiksnimi vrvmi in večinoma s kisikom). Nosilci tega pristopa so predvsem Rusi, ki so tako preplezali že več velikih in zelo zahtevnih himalajskih sten. Ugovor večine plezalnega občestva je, da na preživet način (pretirano uporabo tehnologije in s tem mankom pustolovščine) plezajo težke stene, ki so pravi izziv za moderni himalajizem oziroma za himalajizem prihodnosti.

3.2.4. KOMUNIKACIJSKA TEHNOLOGIJA

Ker nas zanima predvsem odnos medijev in alpinizma, se bomo na tem mestu omejili na razvoj tehnologije pri komuniciranju na himalajski odpravi. Delimo ga lahko na interno komuniciranje (to je na komuniciranje znotraj odprave, med člani na gori) in na zunanje komuniciranje, t.j. med odpravo kot celoto in zunanjim svetom.

Himalajske gore so velikanske in za delovanje odprave je potrebna komunikacija, še posebno takrat, ko so alpinisti porazdeljeni po vsem pobočju gore. Pri pionirskih odpravah, v prvi polovici 20. stoletja pa tudi čez, so med seboj komunicirali z listki, ki so jih puščali v šotorih, medtem ko so se naveze premikale po gori (Chevalley, 1959: 65). Na primer: Naveza se je premaknila v višji tabor, v spodnjem pa je pustila listek, kamor je napisala pomembne novice, sporočila, informacije. Te je nato izvedela naslednja naveza, ko je prispela v tisti šotor oziroma tabor, ni pa zanje izvedel vodja odprave, ki je bil navadno večinoma v izhodiščnem taboru. Do njega je to sporočilo prišlo šele z nekaj dnevno zamudo, ko jo je prinesel kakšen član odprave ali pa višinski nosač. Pretakanje informacij po gori znotraj odprave je potekalo torej zelo počasi.

Kasneje se je razvil sistem internega komuniciranja s pogovori po UKV radijskih postajah, ki se uporablja še danes. Z razvojem komunikacijske tehnologije so se ti ročni a nekdanj relativno veliki elektronski aparati zelo zmanjšali in danes tehtajo samo nekaj sto gramov, boljše in zmogljivejše pa so tudi antene, ki povečujejo

območje slišnosti in s tem boljšo komunikacijo. Tako je prenos informacij o poteku dela na gori hiter, hitrejši pa je tudi odzivni čas na tako pridobljene informacije.

Morda je še večji razvoj doživelo zunanje komuniciranje. Nekoč so bile odprave (ne samo z današnjega vidika) dobesedno odrezane od sveta, danes pa lahko na istih lokacijah neposredno komunicirajo s svetom. Do pred samo 15 - 20 leti so himalajci domov pošiljali le pisma. Ta so najprej odnesli nosači do prve lokalne pošte, nato so do doma potovala še z mednarodno pošto. Do šestdesetih let prejšnjega stoletja je to pomenilo, da so potovala v Evropo ali pa v Ameriko z ladjami. Pot pisma v domovino je tako lahko trajala tudi mesec ali več.

Sledilo je pomembno obdobje, ko se je za zunanje komuniciranje odprave uporabljalo velike radioamaterske postaje z velikimi antenami, ki so jih lahko upravljali samo izkušeni radioamaterji. To je bil čas velikih nacionalnih odprav z dvajset in tudi več člani, ki so si lahko privoščili tudi enega ali dva radioamaterja za zvezo z zunanjim svetom oziroma domovino. Pri jugoslovanskih odpravah, so jih prvič uporabljali leta 1975 na odpravi na Makalu. Tri leta kasneje na odpravi na Everest pa sta bila kar dva radioamaterja, ki sta skrbela za nenehno povezavo z domovino. V obeh primerih so za uspešnejšo radijsko povezavo služile tudi jugoslovanske ladje, ki so plule prek indijskega oceana, in ki so jih uporabljali kot nekakšne antenske repetitorje oziroma posrednike (Škarja, 1979:179) .

Z razvojem satelitske tehnologije je bilo pred nekaj leti že možno, da so se nekatere odprave javljale domov prek satelitskih telefonov. Komunikacija je bila lahko govorna ali pa že tudi po brezžični elektronski pošti prek satelita. Pred slabimi desetimi leti (okoli leta 2000) so bili telefoni še veliki in težki ter zato primerni za uporabo samo v baznem oziroma izhodiščnem taboru pod goro. V zadnjih letih je satelitska telekomunikacijska tehnologija tako napredovala, da so satelitski telefoni komaj kaj večji od povprečnega mobilnega GSM telefona, saj najmanjši satelitski prenosni telefon tehta samo 375 gramov. Posebnost nekaterih modelov je tudi ta, da lahko delujejo kot satelitski ali pa kot navadni GSM telefoni, z obema opcijama pa se lahko pošilja tudi SMS sporočila, kar še olajšuje komunikacijo s svetom ne samo celotne odprave, pač pa tudi alpinista posameznika.

Razvoj računalniške tehnologije in hkrati satelitske telefonije pa je omogočilo tudi neposredno javljanje s himalajskih odprav naravnost na internet. Še več; medtem ko so še pred nekaj leti bile ekipe doma za računalniki, da so hitro obnavljale podatke na odpravarskih spletnih straneh, pa lahko z današnjo zmogljivostjo to odpravarji počnejo tudi sami. Pri tem ne gre samo za besedna sporočila, ampak tudi za vizualne informacije kot so fotografije in celo za kratke filme. Tako obstaja v zadnjem času možnost, da se urednikuje z mesta samega, izpod himalajskih gora.

Komunikacijske tehnologije so se razvile do te mere, da lahko dosežejo vsak košček sveta. Internet in satelitska komunikacija sta dober primer za to. Zelo uspešno so bile te novosti vključene tudi v himalajski alpinizem, ki je z njihovo pomočjo tako rekoč čez noč iz večjih ali manjših gorniških pustolovščin v oddaljenih krajih postal pravi medijski šport s široko publiko.

Pri zunanjem komuniciranju na himalajski odpravi in tudi v internem ni pomembno samo sporočanje, pač pa je prav tako pomemben dotok informacij. Največja prednost v primerjavi s pred „telekomunikacijskimi“ odpravami je vremenska napoved. Visoko usposobljeni prognostični centri ali pa domači meteorologi večkrat nudijo oziroma pomagajo z vremenskimi napovedmi. Na ta način je lahko delovanje odprave kar se da racionalno: tudi za več dni vnaprej odpravarji vedo ali bodo v polnem zagonu, ali pa v (delnem) mirovanju. Z dobro tovrstno informacijo je izkoristek lepega vremena maksimalen.

4. ZNAMČENJE V ALPINIZMU

Pri kratkem razdelku o mediatizaciji v športu, ki smo ga umestili v uvod, smo se strinjali z Whannelom, da je medijska odmevnost večine športov privabila sponzorje in da je bil šport sponzorjem tako rekoč podeljen (Whannel, 2002: 67). Podobno se je dogajalo (in se z nastopom interneta še dogaja, a o tem kasneje) tudi z alpinizmom, le v manjši meri, saj ni tako stalno medijsko izpostavljen kot nekateri drugi, še posebej televizijski športi. Kot značilen pokazatelj na prihod sponzorjev v alpinizem bi lahko navedli znamčenje, ki se je začelo sorazmerno zgodaj.

Med vsemi alpinisti se je pravega pomena »blagovne znamke« najbolj zavedal pravzaprav začetnik znamčenja v vrhunskem alpinizmu Reinhold Messner, in jo začel sistematično graditi; ne samo kot alpinist – športnik temveč predvsem kot alpinist – publicist. Pravzaprav je izkoristil ugodno priložnost: Kot je v svoji knjigi *Field of Vision* napisal Whannel (1992: 125) igrajo v (televizijskem) športu večjo vlogo starejši igralci, ki so že dalj časa prisotni, pa čeprav se v športu slavi novince in mladost. Starejši igralci pritegnejo namreč več zanimanja občinstva. Alpinizem sicer ni televizijski šport, a pri njem velja enako: starejši vrhunski alpinisti so s svojimi vzponi in zgodbami o njih prisotni dalj časa, še posebno če znajo te prek medijev posredovati javnosti. Reinhold Messner je bil morda prvi sodobni alpinist, ki je to znal in je tako svojo blagovno znamko ustvarjal s pomočjo medijev (s knjigami, filmi, TV in predavanji), ki so delovali kot nadgradnja njegovih alpinističnih dosežkov. Lahko trdimo, da Messner (vsaj v tem obdobju) še ne predstavlja »zamisli, ki so jo sredi osemdesetih let 20. stoletja zasnovali teoretiki menedžmenta: da morajo uspešne korporacije v prvi vrsti proizvajati znamke in ne izdelkov.« (Klein, 2005: 23). Morda se primerjava Messnerja kot posameznika s korporacijo ne zdi umestna, toda kasneje bomo videli, da je alpinist-posameznik v navezi z močnim sponzorjem lahko prav to. Messner je torej izkoristil prednost alpinizma, ki jo ima ta (športna) dejavnost pred drugimi športi – zgodbo. Spoznal je, da je alpinizem s svojim bogastvom zgodb pravo področje za publicistiko. Čeprav se moramo strinjati, da so knjige, TV oddaje, članki itd. sicer izdelki, pa se ob pravilnem vodenju medijske podobe avtorja, njihov domet ne konča s samo objavo.

Medijska prisotnost na sinkretičnem področju oziroma dejavnosti, kakršna je alpinizem, lahko gradi podobo avtorja v poznavalca oziroma v »subjekt, za katerega se predpostavlja, da ve.« To pa samo krepi njegovo ime oziroma blagovno znamko, ki se ji s tem povečuje vrednost.

Z Messnerjem se začne tudi obdobje intenzivnejšega reklamiranja alpinistične opreme. Alpinist profesionalce se začne pojavljati kot »maneken« za izdelke svojih sponzorjev (Messner reklamira znamko Fila za obleko in Ferrino za šotore). Kakor na začetku pri Messnerju kot tudi kasneje pri industriji alpinistične opreme, ne moremo povleči neposredne vzporednice z dogajanjem pri tedaj hitro rastočem znamčenju oziroma brandingu. Razlog je preprost: medtem ko pri večini podjetij lahko »proizvajajo podobe svojih znamk in ne toliko izdelkov« (Klein, 2005: 24), pa gre pri alpinistični opremi za izdelke, od katerih so odvisna življenja in je za njih potrebna visoka kvaliteta. Blagovna znamka in »alpinisti manekeni« sicer lahko naredijo izdelke za bolj prepoznavne, toda noben slogan ne more pripomoči h kvaliteti opreme same kot take. Kakovost izdelka je v tej specifični veji športne industrije še vedno najpomembnejša, saj so od nje odvisna življenja plezalcev. Seveda tudi podjetja, ki jo proizvajajo, ne opravijo vse proizvodnje na enem koncu sveta. Tej trditvi govori v prid preprost ogled etikete, ki na vsakem izdelku označi kraj njegove proizvodnje. Hitra ugotovitev po ogledu kar nekaj kosov različne opreme je tale: kose opreme, od katerih življenja niso neposredno odvisna, večinoma proizvajajo v državah s cenejšo delovno silo. Gre za razna oblačila različnih (tujih in domačih) proizvajalcev, medtem ko delikatno tehnično opremo, kot so vrvi, plezalni pasovi, klini in podobno izdelujejo izključno doma, v svojih tovarnah. Tudi zaradi testiranja vsakega posameznega kosa izdelka, ki poteka pod strogimi mednarodnimi standardi.

Kljub vsemu imajo večja podjetja za proizvodnjo alpinistične opreme svoje notranje denarne fonde, ki jih imajo v pripravljenosti za morebitna izplačila odškodnin v primeru tožb. Pri tem se ne razlikujejo veliko od nekaterih alpinističnih oziroma gorniških revij s podobnimi skladi za enak namen. S tem finančnim zaledjem so začeli pri revijah v ZDA (Rock & Ice) že pred več kot 20 leti (Bracksieckom, 1996).

Z razvojem interneta kot medija, ki lahko zajame najširšo publiko, pa je alpinizem postal zanimivejši za sponzorje, saj s svojimi blagovnimi znamkami niso neposredno povezani z alpinizmom ali gorništvom. Pri tem je bilo treba ustvariti dovolj povezav med alpinistom-sponzorirancem in sponzorjem. Če pogledamo primer Tomaža Humarja, bi na tem mestu lahko že govorili o veliki podobnosti s pravim znamčenjem, kjer sam izdelek (alpinistični vzpon) ni tako pomemben, temveč je pomembnejša znamka oziroma slogan podjetja (v tem primeru Mobitela), ki pa ga Humar poseblja. To potrjujeta zadnji medijsko odmevni Humarjevi odpravi (2003 in 2005) v južno steno Nanga Parbata. S svojo medijsko prisotnostjo, ki mu jo je omogočil in vodil skozi svojo oglaševalno agencijo Agencijo 41 prav Mobitel, je Humar personificiral Mobitelove slogane in s tem krepil Mobitelovo znamko ne glede na to, da na nobeni izmed teh dveh odprav ni preplezal niti stene niti ni osvojil vrha – torej gledano strogo športno, ni bil uspešen.

5. OVEROVITEV VZPONA

Ko je Tomaž Humar opravil vzpon čez južno steno Daulagirija leta 1999, se je pokazala past oziroma nezadostnost neposredne informacije za interpretacijo dosežka oziroma vzpostavitve njegove veljave. Ker, kot smo že omenili, v alpinizmu ni eksplicitnih rezultatov kot pri drugih športih, je pri njem prisotna še ena značilnost, ki je pri drugih športih ni ali pa ni prav pogosta: polje verjetja. Seveda pri številu ljudi, ki so (predvsem po internetu) spremljali Humarjev podvig, odpade dvom o uspehu (o tem ali je steno preplezal ali ne), zadeva pa se ustavi pri vrednotenju. Ne ve se, kakšen in kolikšen je ta uspeh in kaj pomeni. Pri nogometu, atletiki, košarki je strokovnjakov, ki bi opredelili nek rezultat, dovolj: nekaj pravih poznavalcev, ki jih novinarji povabijo pred mikrofoni in predvsem vsak izmed gledalcev. Rezultat je ekspliciten, interpretacija pa je lahko različna. Pri alpinizmu – konkretno v primeru Humarjevega Daulagirija leta 1999 - to pač ni bilo tako in nujna je bila oseba, ki uspeh oziroma dejanje ovrednoti. Njegova potrditev (v danem primeru je bil to Reinhold Messner) je bila izjava s pozicije avtoritete, ki samo že s svojo prisotnostjo ob vrnitvi glavnega junaka na domače letališče ovrednoti (čeprav niti ne eksplicitno z dejanskimi trditvami) - oziroma še bolj - overi alpinistični dosežek.

Ob tem se ne moremo znebiti primerjave s freudovsko shemo psihoanalize, ki implicira »subjekt, za katerega se predpostavlja, da ve« oziroma vzpostavitve lacanovskega Gospodarja, ki s svojo prisotnostjo legitimizira Humarjev vzpon. Messner v tem primeru deluje kot lacanovski Drugi, Drugi resnice (Miller, 1983: 21). »To je tisti drugi, ki je tretji v slehernem dialogu, saj je v dialogu med nekom in nekom drugim zmerom nekaj, kar deluje kot referenca, referenca razumevanja in referenca nesporazuma, drugi sporazuma in drugi spora«. (prav tam). S svojim delovanjem s pozicije avtoritete daje Messner torej neko novo razsežnost razmerja v dialogu med Humarjem in njegovim vzponom ter javnostjo: Lacanovski Drugi namreč opravlja za subjekt določujočo funkcijo (prav tam).

Primer avtoritete R. Messnerja niso (naši) alpinisti prvič uporabili pri Daulagiriju leta 1999. To se je zgodilo že leta 1990, ko je Tomo Česen sam preplezal južno steno osemtisočaka Lotseja v nepalski Himalaji. Čeprav se Reinhold Messner takrat ni pojavil v Sloveniji, pa je bil avtoritativno tako močan, da je s svojo izjavo »Južna stena Lotseja je problem tretjega tisočletja!« in ovrednotenjem iz tujine dosegel verjetno celo večji mednarodni učinek v ožji in širši strokovni javnosti. Za širši (medijski, prostorski) doseg overovitve Česnovega vzpona ni bilo možnosti, ker v velikem mednarodnem prostoru ni bilo možne identifikacije, kot je to z manjšo skupnostjo – narodom. V narodu kot omejeni skupnosti z močnimi identifikacijskimi vezmi pa lahko podobna izjava deluje na vse sestavne dele javnosti – od strokovne do najširše splošne javnosti.

Podoben poskus ovrednotenja alpinističnega dejanja se je zgodil tudi ob odpravi SKI Everest 2000, ko je Davo Karničar kot prvi človek neprekinjeno smučal z vrha Everesta do njegovega vznožja. Kljub nemerljivosti alpinističnih dosežkov pa je imelo Karničarjevo smučanje za razumevanje in vrednotenje v širši javnosti bistveno prednost. V primerjavi z Daulagirijem ali Lotsejem se Everest v očeh širše javnosti ponaša s pomembnim presežkom, ki je razumljiv vsakomur – je najvišja gora sveta. Čeprav to ne pomeni, da je najvišja gora sveta tudi tehnično, klimatsko ali kako drugače najtežja, pa je v očeh širše javnosti Everestov višinski primat zelo natančno merilo. Predpona »naj« daje Everestu prednost pred ostalimi gorami in prav zato je postal »poligon« za alpinistične dosežke, ki jih na nivoju širše javnosti ni potrebno dodatno intepretirati. Tudi zato pri prvem smučanju z Everesta ni bilo potrebno angažirati vsesplošno znanega razsodnika ali overovitelja. Kljub vsemu pa so na sprejem ob Karničarjevi vrnitvi povabili francoskega alpinističnega smučarja Pierra Tardivela, ki je imel z nekaj več kot 8700 metri na Everestu do takrat višinski rekord v smučanju. Povabilo Tardivelu, da izreče priznanje Karničarju, ni dalo dodatne potrditve o Karničarjevem dosežku. Razloga sta predvsem dva:

1. Vsem je jasno, da je Karničar opravil *prvo* smučanje z »naj« gore
2. Pierre Tardivel je znan le v ožjih in širših strokovnih krogih, ne pa v širši javnosti. S Tardivelovim priznanjem Karničarju se je postavilo na vrh himalajskih smučarjev le novo ime, kar bi imelo vrednost v strokovni

javnosti, če ne bi sama tega že vedela. S tega vidika je bilo to povabilo nepotrebno.

6. ALPINIST KOT JUNAK

Pripoved o alpinističnem vzponu, ki vključuje priprave, odhod, vzpon, sestop in vrnitev, ustreza tudi konstituciji junaka, kot jo je ponudil Campbell v svojem delu *The Hero of Thousand faces* (1956), še prej pa Vladimir Propp (1928) pri preučevanju pravljic. Prvine modela, ki konstituira junaka, najbolj opazimo pri odpravah (po možnosti enega samega alpinista) v oddaljena gorstva. Pri teh podvigih so vse prvine modela konstitucije najbolj razumljive in pregledne, čeprav jih morda malo manj izrazite najdemo pri vsakem plezalnem izletu v domače gore. Medijsko dobro pokrite odprave solistov (Humarjev Daulagiri, Nanga Parbat) oziroma nosilcev projekta, kjer je za uspeh projekta na gori delovala ekipa več alpinistov (Karničarjevo smučanje z Everesta) so morda najbolj razumljive tudi zato, ker so se s temi dejanji (vsaj v okviru naroda) resnično vzpostavili junaki.

Proppove ugotovitve in Campbellov model vzpostavitve junaka se v marsičem prekrivajo, še posebej v točkah, v katerih lahko prepoznamo tudi konstitucijo alpinističnega junaka. Po Proppu (2005:40) sodijo junaške pravljice v skupino čudežnih pravljic. Pri teh se spreminjajo samo imena likov, medtem ko je funkcija lika kot osnovni sestavni del pravljice nespremenjena, ne glede na to kdo in kako jih izvaja. Funkcijo lika razumemo torej kot dejajne lika, ki je pogojeno z njegovim pomenom za razvoj dogajanja (prav tam).

Campbell (1935) postavi konstitucijo junaka v naslednji model:

odhod junaka → iniciacija → vrnitev junaka

pri čemer pomeni: odhod junaka - pot v neznano

iniciacija - hude preizkušnje

vrnitev junaka - sprejem, aplavz

Tako kot pri Campbellu kot pri Proppu gre za dve polji in sicer polje povprečnega ter polje nadnaravnega. Povezovalc oziroma mediator med obema poljema pa je Junak (Šaver, 2005). Pomemben je odnos med poljem povprečnega oz. navadnimi ljudmi in junakom, saj le eden brez drugega ne moreta, ker eden drugega konstituirata.

Kot smo že zapisali, pri pripovedi o alpinističnem vzponu shema »odhod – iniciacija – vrnitev« ustreza. Tudi medijsko. Alpinist odide iz Slovenije v daljno Himalajo, kjer se utabori pod veliko steno. Sledi iniciacija, ko alpinist po hudih preizkušnjah steno prepleza (ali pa ne) in sestopi v bazni tabor, nato pa se vrne domov. (Na tem mestu dodamo pripombo, da sestop oz. reševanje s helikopterjem deluje kot pomoč pri Proppu, oziroma je helikopter kot lik pomočnika, ki junaku pomaga. Po Proppu je ta figura v pravljicah največkrat medved, ki na koncu kljub svoji dobrodušnosti »potegne ta kratko«. V Humarjevem primeru z Nanga Parbata leta 2005 pa se je zgodilo prav obratno – oba pilota helikopterja sta napredovala v pakistanski vojski in dobila tudi slovensko državno odlikovanje.)

Nekoč je bila iniciacija povezana z oddaljenostjo, drugim, skrivnostnim in neznanim svetom, ki mu je kos le akter, torej junak v konstituiranju. Dejanje se je odvijalo daleč stran, v nedostopnih stenah Himalaje, od koder so informacije o plezanju prihajale zelo počasi. Pravzaprav je o vzponu lahko izčrpnije (predavanja, članki, knjige) poročal le alpinist sam, ko se je vrnil domov, čeprav so skope informacije morda prišle v domovino že nekoliko prej. S tem se pojavi eno izmed bistev alpinističnega poročanja, ki je tesno povezano z alpinizmom kot izkustveno dejavnostjo: o alpinističnem vzponu kot dejanju lahko poroča le alpinist, ki je preživel in se vrnil.

Kljub vsemu sta tako Proppov kot Campbelov model nekoliko ohlapna. Iniciacija mora biti namreč skupnostno dejanje, je obred, ki ima svoja pravila. Pogoj za iniciacijo je, da je to pomembno dejanje za skupnost in da je javna. Prav tako je pomembna vsebina preizkusa, ki se mora družbeno overoviti.

Pravila iniciacije junaka – alpinista so pravzaprav preprosta. Najprej mora preživeti (oz. se vrniti živ) in uspešno opraviti vzpon ter zaključiti turo, javen pa ta obred postane s tem, ko alpinist s pomočjo medijev poroča o svojem podvigu. Na tem mestu bi lahko potegnili nekakšno paralelo z iniciacijo masajskih mladeničev v moške. To postanejo, ko gredo v divjino in tam samo s kopjem ubijejo leva. Tudi pri Masajih je torej osnovni pogoj preživetje junaka in uspešno opravljen lov. Ta se odvija daleč v divjini in postane javna stvar, ko prinese mladi lovec nazaj trofejo in

zgodbo. Pri Masajih je bila tudi podobna inicijacija v običaju, da skupina mladih fantov daleč v divjini postavi svojo vas in kot prehod v odraslost v njej preživi daljši čas (pogosto tudi leta).

Če se vrnemo k alpinizmu, je alpinistični vzpon lahko samopreizkus, katerega del so pripovedi alpinistov in njihovega početja. Pri alpinizmu inicijacija niti ni tako problematična v okviru strokovne javnosti oziroma strokovne skupnosti, ker je njej alpinistična vsebina zaradi njenih izkušenj sorazmerno jasna. Pri alpinizmu je bolj težavna konstitucija junaka v širši javnosti. Njo je treba (najprej) prepričati o »koristnosti« alpinističnega podviga in ga (navadno kasneje) tudi overoviti. »Prepričevanje« je lažje v okoljih oz. družbah, kjer smatrajo alpinizem za vrednoto. To so družbe, kjer je alpinizem relativno razvit in umeščen med družbeno sorazmerno pomembne dejavnosti, torej tam, kjer imajo alpinistično tradicijo. V strokovni javnosti overovitve s pomočjo posrednikov navadno niso potrebne, kar pa ne velja za širšo splošno javnost, ponavadi za overovljenje potrebuje posrednika, tolmača skratka avtoriteto, ki umesti alpinistični dosežek. Še pred njim pa je za samo konstitucijo potrebno pripraviti temelje – širšo javnost je treba prepričati v to, da je alpinistični projekt pomemben za skupnost.

6.1. KONSTITUCIJA HIMALAJSKEGA JUNAKA Z INTERNETOM

Z neposrednim internetnim prenosom postane konstitucija alpinista - junaka vidna. Oglejmo si primer izdatnega medijskega in predvsem internetnega pokritja njegovih himalajskih podvigov (Daulagiri, Nanga Parbat). Danes lahko junaka (Humarja) po internetu spremljamo in gledamo vseskozi (in zato se zdi, da pravzaprav ni nikoli odšel v neznano, se tam iniciral in se vrnil.) Vseskozi je namreč viden. Kot smo že napisali, so nekoč alpinisti poročali o svojih dejanjih iz prve roke po opravljenem vzponu. Internet, podprt s satelitsko tehnologijo, pa je namesto poročanja »post festum iz prve roke« omogočil prisotnost javnosti v sistemu konstituiranja junaka v vseh njegovih glavnih segmentih, tako pri odhodu, inicijaciji in vrnitvi.

Z internetom postane skrivnostni svet viden vsem in tako lahko na podlagi tekstovnih, zvočnih in vizualnih informacij vsakdo po svoje razume Humarjevo

oziroma junakovo početje. Vrnitev sama tako ni več bistveni elemen identifikacije z junakom, pač pa je tudi iniciacija sama postala demistificirana; hkrati pa je iniciacija prav tako kot sama Humarjeva vrnitev, če ne še bolj, pomembna za identificiranje z junakom. Vrnitev je s pristankom letala na domačem letališču postala pravzaprav samo junakov prestop iz virtualnega v realni svet. Z drugimi besedami - junak dejansko odide in se po preizkušnjah vrne, a se zdi, kakor da sploh ni odšel.

Zaradi neprestane prisotnosti junaka Humarja v našem (virtualnem) svetu oziroma prisotnosti iniciacije, ki (na videz) ni več skrivnostna, je junak pravzaprav izgubil polje skrivnostnega - orodje oziroma teren za svojo konstitucijo. Težava je namreč v tem, da vse vidimo. Zato mora protagonist sam povedati, da je to, kar počne, junaško. Šele s tem – kot orodje mu služijo navidezno lahko razumljive primere, kot so »imam 10% možnosti, da preživim«, - spet vzpostavi skrivnostnost, ki omogoča njegovo konstitucijo v junaka. Polje skrivnosti, ki pri Humarjevem internetnem prenosu umanjka, protagonist sam nadomesti z drugačno obliko misterioznosti, za katero eksplicitno poskrbi sam s samoimenovanjem »princ čistosti«, omenjanja »tretjega očesa«, »avre gorske stene«... Hkrati s takšno krepitvijo misterija doseže Humar še pomembnejšo stvar: maksimalno poveča domet svojega podviga. Na polju povprečja ne more delovati s strokovnimi termini, medtem ko z new age pristopom postane zanimiv za slehernika.

Junak in polje povprečnega sta z internetom še bolj povezana, ker iniciacija ne temelji več na posameznih dogodkih v neznanem svetu, temveč postane kontinuiran proces oziroma so dogodki povezani v kontinuirano zgodbo, ki se odvija vsem na očeh. Z internetom se širi tudi distribucija iniciacije junaka. Že samo polje povprečnega postane širše - od neposrednih internetnih porabnikov (občinstva za računalniki) do nadaljnjih posredovalcev informacij (novinarji, ki jim je internet glavni, če ne edini vir informacij, splošni tiskani in elektronski mediji). Disperzivnost internetnih informacij se kaže v tudi raznolikosti odzivov. Za širšo publiko, ki jo internet omogoča in za sekundarno širjenje informacij (drugi mediji), mora biti nagovor občestva pravilen: ne strokoven ampak čimbolj splošen, temelječ

na popularnih (mističnih) vsebinah, ki predvsem služijo pri konstituiranju junaka (ezoterika, tretje oko, itd).

Nekdaj je pot junaka dejansko obstajala in knjige so bile tiste, ki so iz prve roke govorile o junaštvu, kar je glede alpinizma kot izkustvene dejvanosti tradicionalno pričakovano. Knjiga v prvi osebi govori predvsem o iniciaciji, pa tudi o odhodu, medtem ko je prihod stvar naše realnosti.

7. INTERNET V ALPINIZMU

Internet je (bil) dobrodošla novost v alpinističnem svetu. Hitro se je naselil v vse pore pojavnih oblik alpinizma. Na medmrežju so nastali portali, osebne strani alpinistov in alpinističnih združenj (klubov in društev) in internetne strani tiskanih medijev, ki se že sicer v drugih oblikah ukvarjajo z alpinizmom in podobnimi tematikami (strokovne revije). Z razvojem drugih telekomunikacijskih tehnologij, kot je na primer satelitska telefonija, je internet v alpinizmu dobil še dodatne dimenzije – zelo hitro informacijo in možnost neposrednega prenosa alpinističnega dogodka tudi iz najbolj oddaljenih krajev.

Pri internetu, novem mediju v alpinizmu, se pojavi kar nekaj vprašanj, med drugim: Do kod lahko internet kljub svoji vseprisotnosti razširi alpinistično informacijo? Kako alpinistično informiranje deluje na internetu in kako se internetni domet teh informacij lahko spremeni? Je internet res tako učinkovito samostojno promocijsko sredstvo za alpinizem? Kako deluje internet na specifičnih primerih v alpinizmu? Ali internet spremeni nekatere odnose, ki so veljali v alpinizmu pred njegovim nastopom? Ali splošne zakonitosti internetnega komuniciranja premagajo strokovnost? Ali je alpinizem (v posameznih primerih) postal šport s publiko prav zaradi interneta?

Razmišljanja o teh vprašanjih so morda postala lažja, ker imamo skoraj vse takšne primere v sorazmerno majhnem slovenskem prostoru in so nam zato zelo dobro znana. Seveda je najbolj razvpit primer uporabe interneta Tomaž Humar in zato smo si ga v nekaterih točkah podrobneje ogledali.

7.1. MOŽNOST NEPOSREDNEGA PRENOSA ALPINISTIČNEGA DEJANJA

Internet pomeni v alpinizmu pravo novost zaradi možnosti vzpostavljanja neposrednega prenosa alpinističnega dejanja, vzpostavitve pravega občinstva (v smislu večine drugih športov), pa tudi zaradi dodatne možnosti svoje prezentacije v javnosti. Še posebej to velja za himalajizem, torej plezanje v Himalaji.

Internetni prenos postreže z novimi dimenzijami alpinizma, ki jih drugi mediji vsaj v praksi niso zmožni narediti. Prikaže realni čas oziroma dolžino samega alpinističnega dogodka, ki ga zaradi svoje narave in programske zasnove (sheme) svojega predvajanja drugi mediji ne morejo narediti. V povezavi z dosežki satelitske telekomunikacije (satelitski telefoni, ki so veliki kot večji mobilni telefon), omogoča tudi najhitrejšo informacijo. Pri internetnem prenosu je možna neposredna informacija med akterjem (ali še bolje: med »terenom«) in publiko. Pred računalniškim zaslonom se nam zdi, da prisostvujemo alpinističnemu dejanju. Predvsem v primeru zelo oddaljenih krajev, kjer se odvijajo 'maratonske' alpinistične dejavnosti kot na primer v Himalaji, je mogoče s terena zaradi neposrednosti interneta posredovati kontrolirano informacijo, kar je bilo do sedaj nemogoče. Pri »klasičnih medijih« se je med samim akterjem in občinstvom znašla cela vrsta sit (poročevalec, novinar, nato urednik, ali pa snemalec, režiser in nato urednik), ki so lahko delovala kot cenzorji tudi (ali predvsem) zaradi svojega (ne)poznavanja alpinistične dejavnosti. Pri neposrednih prenosih, (kakršen je bil prvič do sedaj izveden izpod in iz južne stene Daulagirija leta 1999, z glavnim protagonistom Tomažem Humarjem) pa je do občinstva prišla le tista informacija, ki jo je akter sam dovolil. V tem primeru je bil akter tudi režiser in hkrati urednik (Nedeljski dnevnik, 2006). S takšnim nadzorom se informacija do porabnikov pred računalniki ni spreminjala, kar pa se je lahko potem kljub vsemu dogajalo na njeni poti do drugih medijev, ki so isto informacijo distribuivali naprej.

V primeru Humarjevega Daulagirija se je pokazala past oziroma nezadostnost neposredne informacije glede interpretacije dosežka oziroma njegove veljave. Toda kljub temu nas takšen dogodek lahko fascinira kot vsak drug športni dogodek, tudi tisti z eksplicitnim rezultatom. Fascinira nas namreč tisto, česar sami ne zmoremo, a na nekem nivoju vseeno razumemo, saj tudi sami počnemo kaj podobnega (npr. hodimo v hribe ali plezamo na drevesa, brcamo žogo ali pa za rekreacijo lahko tečemo). Ker, kot smo že omenili, v alpinizmu ni rezultatov kot pri drugih športih. Pri njem je prisotna še ena značilnost, ki je pri drugih športih ni ali pa ni prav pogosta: polje verjetja. Seveda pri številu ljudi, ki so (predvsem po internetu) spremljali Humarjev podvig, odpade dvom o uspehu (tukaj govorimo o tem ali je

steno preplezal ali ne), težje je z vrednotenjem v širši javnosti, ki je navajena numeričnih rezultatov. Zato se ne ve, kakšen in kolikšen je ta uspeh in kaj pomeni. Pri nogometu, atletiki, košarki je strokovnjakov, ki bi opredelili nek rezultat, dovolj: nekaj pravih poznavalcev, ki jih novinarji povabijo pred mikrofoni in predvsem vsak izmed gledalcev. Rezultat je ekspliciten, interpretacija pa je lahko različna. V primeru alpinizma - v tem primeru Humarjevega Daulagirija - to pač ni bilo tako in nujna je bila oseba, ki uspeh oziroma dejanje ovrednoti. Njegova potrditev (v danem primeru je bil to Reinhold Messner) je bila izjava s pozicije avtoritete, ki samo že s svojo prisotnostjo ob vrnitvi glavnega junaka na domače letališče ovrednoti (čeprav niti ne eksplicitno z dejanskimi trditvami) oziroma še boljše: overi alpinistični dosežek. Več o tem smo zapisali že v enem prejšnjih poglavij. Tam smo pojasnili transformacijo alpinista v junaka in njegova vloga med poljem nadnaravnega in poljem povprečnega. Prav polje povprečnega in junak pa sta z internetom še bolj povezana, ker iniciacija ne temelji več na posameznih dogodkih v neznanem svetu, temveč postane kontinuiran proces oziroma so dogodki povezani v kontinuirano zgodbo, ki se odvija vsem na oči. Z internetom se širi tudi distribucija iniciacije junaka. Že samo polje povprečnega postane širše - od neposrednih internetnih porabnikov (občinstva za računalniki) do nadaljnjih posredovalcev informacij (novinarji, ki jim je internet glavni, če ne edini vir informacij, splošni tiskani in elektronski mediji). Disperzivnost internetnih informacij se kaže tudi v raznolikosti odzivov. Za širšo publiko, ki jo internet omogoča in za sekundarno širjenje informacij (drugi mediji), mora biti nagovor občestva pravičen: ne strokoven ampak čimbolj splošen, temelječ na popularnih (mističnih) vsebinah, ki predvsem služijo pri konstituiranju junaka (ezoterika, tretje oko, itd).

7.2. INTERNET KOT ŠIRJENJE INFORMACIJ

Pri klasičnih medijih se alpinizem pogosto srečuje s težavami svoje neoprijemljive oblike. Med publiko in protagonisti so novinarji in uredništva, ki z alpinizmom zaradi pomanjkanja neposrednih izkušenj ne vedo prav dobro, kaj bi z njim počeli,

zato je medijsko slabše zastopan v primerjavi s svojimi dosežki. Nekaj teh tegob ga je odrešil internet. »Najbolj demokratični medij« je bil odlična možnost prezentacije alpinizma. Pri tej so najbolj opazni vzorci naslednji:

- a) veliki portali, s članki in tekočimi novicami, ki pokrivajo del ali vso alpinistično dejavnost
- b) osebne strani nekaterih alpinistov, ki služijo osebni prisotnosti v medijih...
- c) blogi oz. spletniki

Pri portalih gre prazapprav za glasila namenjena informiranju ožje in širše strokovne javnosti. Imajo omejen domet in zveste bralce. (V Sloveniji na primer www.gore-ljudje.net). Portali so uredniško zasnovani in so s tega vidika ohranili nekatere značilnosti klasičnih medijev s to razliko, da je nadzorovanje informacije v rokah poznavalcev. Spremeni pa seveda večja tehnična prilagodljivost informacije (oblikovanje), ažurnost (možnost hitrih popravkov) itd. Portali so prevzeli tudi druge značilnosti internetnega komuniciranja – skoraj vsi imajo namreč tudi prostor za t.i. forume, diskusije, pripombe itd., ki se ga lahko kaj hitro »zlorabi«.

Pri internetnih portalih se srečamo z mislijo Dolores E. Brien, da nas »internet ne povezuje le kot posameznike z drugimi posamezniki ampak tudi v obsežen kolektiv. Lahko ga uporabljamo kot orodje za pridobivanje oziroma dajanje informacij ali pa tudi kot sodelovanje v skupnosti, ki si jo izberemo sami.« (Birkerts, 1994). Internetni portali so sicer lahko zasnovani na ekonomski podlagi, toda ta ni v ospredju. Gre predvsem za idejo širjenja informacij med interesenti, skupnostjo, za kolektiv, ki s pomočjo moderatorjev oziroma urednikov sodeluje pri kroženju informacij.

Zaradi eksplicitnega nagovarjanja urednikov h komentiranju novic, člankov in drugih prispevkov na internetnih forumih in vsesplošne priložnosti izkoristiti internet kot najbolj demokratični medij, pogosto preide komentiranje v oglašanje nekaterih posameznikov samo zato, da se lahko oglasijo, saj bi se v drugih medijih ne bi mogli. Seveda gre pri nastopu novega medija za spremembe v strokovnem razpravljanju, toda najbolj dejavni posamezniki na alpinističnih in gorniških forumih so praviloma tisti, ki v debatah klasičnega tipa (okrogle mize, časopisna

dopisovanja, druga soočenja) ne bi imeli niti mesta med (izbranimi) govorcei. Zaradi izkoriščanja možnosti, da lahko na internetu vsakdo brez pretiranega premisleka napiše karkoli, so pogosto debate nekonstruktivne in so zato pravi akterji alpinističnega debatiranja do takšnega načina razpravljanja zadržani. Tako internetni forumi le počasi postajajo prostor za res tehtne alpinistične razprave. Povsem drugačne so razprave v obliki elektronskih (polemičnih) člankov, ki so navadno objavljeni na velikih portalih. Ti so še vedno v smislu priprave tradicionalni (kot npr. prispevek za revijo, časopis, knjigo), le medij je drugačen, elektronski.

»Internet ni samo podaljšek načinov kako profesionalni medij kontaktira športne privržence ampak deluje tudi kot možnost, da ti komunicirajo drug z drugim. »Newsgroups« dovoljujejo fenomen debate o tekmah igralcih, moštvih....«. (Rowe, 2004:206). Toda pri tem citatu je mišljen šport z eksplicitnimi rezultati in že ti imajo lahko pester spekter interpretacij, zato v istem delu avtor Rowe opozarja na pomanjkanje referenčnih točk znotraj interneta. Pri alpinizmu je ta pojav še hujši, saj mu objektivnih referenčnih točk že sicer primanjkuje in zato lahko težko oprijemljivo telo alpinizma na spolzkem internetnem okolju še hitreje uide izpod nadzora predvsem pri debatah. Pri takšnih portalih je vloga urednika kot regulatorja demokracije še pomembnejša.

7.3. OSEBNE INTERNETNE STRANI ALPINISTOV

Osebnostne spletne strani so namenjene informiranju obiskovalcev o dejavnosti posameznega alpinista, morda kluba itd. Ciljna publika za te strani je v osnovi še ožja kot pri portalih in so samo tisti, ki jih posebej zanima posamezni alpinist ali klub. Toda to osnovno načelo se lahko v posebnih okoliščinah kaj hitro spremeni. Ob pravi reklami za nekega alpinista ali pa njegovo dejanje se na kratek rok obisk njegove strani izjemno poveča. Internet sicer ponuja neskončne možnosti, toda reklama za podvig in osebno spletno stran mora priti od drugod. Če spet vzamemo v pregled Tomaža Humarja vidimo, da so bili glavna reklama za njegovo stran pravzaprav TV in časopisi (skupaj z njihovimi spletnimi stranmi). Ti klasični mediji

s svojimi internetnimi podaljški so opozorili širšo javnost na dogodek in kot vir svojih informacij pogosto navajali prav Humarjevo spletno stran. Osebna stran je v tem primeru postala ozek kanal, po katerem je prišla večina informacij. Bila je torej vir in hkrati cilj za mnoge, ki jih je zanimalo Humarjevo početje. Zdi se, da je bilo naraščanje obiskov njegove spletne strani posledica efekta »mikrofonije«: gledalec je za njegov podvig izvedel na televiziji in takoj obiskal spletno stran, ki ga je dodatno vzpodbudila, da je zadevo spremljal na televiziji, da bi videl novosti in takoj ko jih je (morda) dobil, je odšel za računalnik, da bi prebral, ali je morda še kaj novega, česar na televiziji niso povedali... Z drugimi besedami: alpinist, ki hoče biti medijsko čim širše prisoten, mora biti zanimiv za tradicionalne medije, da ima lahko njegova internetna prisotnost (njegova spletna stran) čim širši odmev. Internet sam v primeru alpinizma nima širokega dometa, ker funkcioniira na nivoju zainteresirane skupnosti. Najširše polje povprečnega lahko zajame le s pomočjo tradicionalnih medijev, ki vzbudijo pozornost pri občinstvu, toda tem medijem se mora zdeti protagonist zanimiv. Biti mora všečen čim širšemu krogu ljudi in imeti mora svojo zgodbo, tudi to »projektno«, ki mora biti kontinuirano posredovana do distributerjev informacij, torej do tiska, televizije in radija. To pa lahko protagonist doseže le z uporabo vrhunske telekomunikacijske tehnologije kot sta satelitski telefon in njegova nadgradnja, internet. Tako opazimo, da je internet pravzaprav pogoj za delovanja medijske podpore (TV, tisk, radio), ki dogodek reklamirajo in tako pogojujejo velik obisk osebne internetne strani. V tem primeru torej prav konvergenca internet – televizija – (elektronski) časopisi omogoča takšen način delovanja.

Kot smo že napisali, internet v alpinizmu deluje na nivoju zainteresirane skupnosti, kar pomeni v ožji in širši strokovni javnosti, zato je večina osebnih spletnih strani alpinistov namenjena tudi takšni sredini, skupnosti. Razlogi za ta tradicionalen domet alpinizma so preprosti: alpinizem je izkustvena dejavnost in kot takšna dobro razumljiva le tistim, ki se z njo bolj ali manj ukvarjajo, torej jo poznajo. S to »omejitvijo« dometa so zadovoljni pravzaprav vsi alpinisti in če pogledamo z vidika sponzorstev med najboljšimi svetovnimi alpinisti, tudi njihovi finančni podporniki. Zato je vsebina njihovih strani bolj ali manj strokovna, kakršna so tudi njihova

poročila o (ne)uspešnih alpinističnih projektih. Zaenkrat nam ni uspelo najti trenutno dejavnega alpinista, ki bi hotel delovati in biti priznan tudi na najširšem polju, polju povprečnega. Izjema je le Tomaž Humar, ki s svojim načinom prestopa tradicionalne medijske meje alpinizma tudi z medijskim potenciranjem uporabe polja intimnega pri alpinistih (»tretje oko« kot sinonim za intuicijo). Zaradi poudarjene razgalitve osebnih obredov pred vzponom velika večina alpinistov vidi v njegovem početju nekakšno devalvacijo besed, ki so se nekoč uporabljale za opis izkušenj iz sten.

S tem smo se dotaknili tudi naslednje značilnosti osebnih strani alpinistov – nimajo urednika oziroma urednik je protagonist kar sam. Tudi tukaj se pokaže navidezna demokratičnost interneta, kjer zaradi širokih vsebinskih možnosti in njihove prezentacije lahko trpi kvaliteta vsebine. Tudi osebne strani alpinistov niso izjema. Možnost objavljanja česarkoli premami dobršen del tistih, ki imajo takšno stran. Te pa lahko delimo na tiste, ki uporabijo možnost zgolj zato, ker je to mogoče in moderno in na druge, ki naredijo svojo osebno stran z jasnim namenom (npr. resno promoviranje sebe, svojih dosežkov, fotografskega dela itd).

7.3.1. BLOGI

Blogi pomenijo korak naprej od osebnih strani alpinistov. »Navadne« osebne strani namreč delujejo kot nekakšna predstavitev, galerija posameznika in njegovih dejavnosti, uspehov. So kot nekakšna osebna izkaznica. Nekatere sicer imajo rubriko »Novice«, ki naredi stran zanimivejšo, a so v primerjavi z blogi precej statične in so si po vsebini in obliki precej podobne. V blogih pride (lahko) bolj do izraza osebna interpretacija alpinizma, kar je pri izraziti subjektivnosti razlogov za ukvarjanje s to dejavnostjo še posebej zanimivo in daje bogatejšo sliko razumevanja alpinizma znotraj strokovne javnosti.

7.4. INTERNETNE STRANI TISKA IN ELEKTRONSKIH MEDIJEV

Internetne strani revij in časopisov, pa tudi televizije in radia služijo za hitrejšo dostopnost osnovnih informacij, katere v izčrpnih ali celotnih oblikah objavijo v tisku ali v informativnih oddajah. Alpinizem zaide na te strani priložnostno – v primeru nesreč ali kakšnega večjega dosežka, katerega celotno zgodbo medij že tako ali tako pokriva, manj pa v primeru pomembnega alpinističnega dosežka kot takega. Seveda je takšna tema primerna za vsakovrstne komentarje v razdelku pripomb ali komentarjev, kjer lahko v najbolj odprtem mediju vsak komentira, kar se mu zahoče.

Internetne strani revij in časopisov, ki se ukvarjajo poleg sorodnih tudi z alpinistično tematiko (npr. Planinski vestnik v Sloveniji), ali samo z alpinizmom (v tujini) pa so namenjene le prisotnosti klasične tiskane revije tudi na internetu in ponujajo večinoma le povzetke člankov, novic, ki jih sicer najdemo v tiskani reviji. Podobno je v trgovinah z alpinistično opremo, pri katerih pa nekatere živijo samo od prodaje prek interneta.

8. POROČANJE O ALPINIZMU V TISKANIH MEDIJIH

(Primer Dela in Slovenskih novic)

Za natančnejši vpogled v poročanje o alpinizmu v splošnih tiskanih medijih smo analizirali največji časnik v Sloveniji, Delo. Za ta časopis smo se odločili iz več razlogov. Najprej zato, ker velja za osrednji slovenski časopis in kot tak pokriva najširše število dogodkov na najštevilčnejših področjih. Delo med vsemi splošno naravnanimi časopisi na slovenskem najboljše poroča tudi o športu. Na svojih ponedeljkovih športnih straneh so že leta 1967 začeli uvajati redno tedensko rubriko z naslovom Alpinistične novice. Tako je bilo Delo tudi edini slovenski časopis, v katerem je bilo poročanje o alpinizmu kot športni dejavnosti redno in kontinuirano.

Časnik Delo ima tudi stran s kroniko, kjer so objavljena poročila o alpinističnih nesrečah. Ker so nezgode sestavni del alpinizma, sodi novinarsko pisanje o nesrečah prav tako v sklop poročanja o alpinizmu. Oba vidika poročanja o alpinizmu, tako športni vidik kot nesreče, so prisotne tudi v Slovenskih Novicah, ki jih prav tako izdaja časopisna hiša Delo. Še posebej vsakovrstne nesreče - in tako tudi alpinistične - so jedro tega časopisa, ki ima izmed dnevnikov v Sloveniji celo največjo naklado. Ker sta oba časnika pod okriljem iste založniške hiše, s podobno novinarsko ekipo, ki se kadrovske celoti prekriva, smo si ogledali še ta časnik in oba med seboj primerjali z vidika poročanja o alpinizmu.

Pri analizi in primerjavi smo izhajali iz predpostavke, da je poročanja o alpinizmu kot o športni dejavnosti v obeh časnikih v zadnjem obdobju vedno manj, enako ali celo povečano pa je poročanje o alpinističnih nesrečah, kar smo tudi empirično preverili. Poleg tega nas je zanimal še uredniški pristop k poročanju o alpinizmu z obeh vidikov (športnega in vidika nesreč), pogledali pa smo tudi, kakšni so vzroki za različen način pisanja pri obeh vidikih poročanja. To velja za oba časnika.

Da bi dobili empirične podatke o alpinističnem poročanju, smo pregledali vse izvode Dela in Slovenskih Novic za leta 1995, 2000 in 2005. Analizirali smo torej desetletno obdobje 1995 – 2005 in v njem naredili tri prereze. Za ista leta smo pridobili tudi podatke o alpinističnih nesrečah v naših in tujih gorah, če so bili v njih

udeleženi slovenski alpinisti. Na ta način smo lahko dobili natančne podatke o številu člankov o alpinizmu tako s športnega vidika kot tudi z vidika nesreč. Prav tako pa smo lahko ugotovili, kako se je gibalo število člankov in z njim vrste ter oblike člankov. Ugotovili smo lahko tudi razmerje za vsako leto.

Pri vrstah člankov smo si pomagali z študijsko literaturo pri študiju novinarstva na FDV. Ni namreč nujno, da sama vrsta člankov (kratka vest, razširjena vest, poročilo, reportaža) sovпада z obliko oziroma obsegom članka, saj na primer razširjena vest lahko zapolnjuje en stolpec brez velikega naslova, lahko pa se pojavi tudi kot velik članek s tremi stolpci in celo s fotografijo. Čeprav smo skušali pregledati članke z vsebinske in oblikovne strani, pa menimo, da vseeno prevlada druga (torej velikost oziroma obseg članka), saj ta povprečnemu bralcu pusti večji vtis kot to, katere sestavne dele (po čemer se ločijo vrste člankov) prispevek sicer vsebuje.

(Opomba o novinarskih zvrsteh:

Kratka vest: Odgovarja le na štiri osnovna vprašanja (kje, kdaj, kaj, kdo). To dela avtomatizirano po pravilu, da v stavku najprej zapiše odgovor na tisto vprašanje, ki je za dogodek najrelevantnejše. Lahko je sestavljena iz ene same povedi, zagotovo pa le iz enega samega odstavka, nad katerim je glava, ki sestoji le iz kratkega informativnega naslova.

Razširjena vest: Od kratke vesti se razlikuje po tem, da odgovarja še na nekatera druga vprašanja in ne le na osnovna štiri (vzroki, posledice, niza tudi takšne podatke, ki niso nujni za identifikacijo dogodka).

Poročilo: Glavna razlika med vestjo in poročilom je, da poročilo vsebuje potek dogajanja, gre za pripovedovanje o nekem dogodku.

Reportaža: Avtor je udeleženec dogodkov, mora biti neposredna priča. Njegova pričujočnost je strukturalna prvina reportaže. Značilna je popolna ukinitvev distance medf naslovníkom in predmetom upovedovanja.

(Košir, 1988: 67))

8.1. ŠPORTNI VIDIK POROČANJA O ALPINIZMU

V tem poglavju bomo v statističnih podatkih prikazali športni vidik poročanja o alpinizmu v obeh časnikih.

- Leto 1995:

- Statistične ugotovitve za časnik Delo v športni rubriki:

- 80 večjih člankov (vsaj 2 stolpca, v glavnem razširjena vest)
- 79 pomembnejših novic označenih oz. poudarjenih s piko (1 stolpec, v glavnem kratka vest)
- 328 kratkih novic (kratke vesti)
- 51 fotografij
- 4 veliki članki izven strani, kjer se je tradicionalno pojavljal alpinizem

- Leto 2000:

- 27 večjih člankov (vsaj 2 stolpca, v glavnem razširjena vest, vse všteti še Karničarja)
- 4 enostolpčne pomembnejše kratke novice s piko
- 135 kratkih novic,
- 29 fotografij (vključno 14 pri novicah o Karničarju)
- Posebnost leta 2000 je Davo Karničar saj sta Delo in Slovenske novice njegov medijski pokrovitelj in je zato več poročanja o alpinizmu, kot bi ga verjetno sicer bilo.
- 5 člankov v Slovenskih novicah o Martrini Čufar in njenih uspehih, ki sicer ne sodijo v alpinizem, a pomembno pripomorejo k medijski prepoznavnosti plezalnega športa.

- Leto 2005:

- Tega leta ni več nekdanje redne rubrike Alpinistične Novice v ponedeljkovem športnem Delu;
- V vsem letu je objavljenih 6 člankov (dva stolpca, v glavnem s slikami), razširjenih novic o pomembnejših dosežkih slovenskih alpinistov.

- Posebnost leta 2005 je poročanje o Tomažu Humarju in njegovem plezanju ter reševanju v južni steni Nanga Parbata, saj sta Delo in Slovenske novice njegova medijska pokrovitelja. Objavljenih je bilo 7 pol- ali celostranskih člankov ter 3 omembe na prvi strani v Slovenskih novicah in 3 članki v Delu ter omemba s fotografijo na prvi strani v Delu.

8.2. VIDIK NESREČ PRI POROČANJU O ALPINIZMU

V tem poglavju bomo predstavili statistične podatke o alpinističnih nesrečah v naših gorah in o pomembnejših nesrečah v tujih gorstvih.

Najnatančnejše statistične podatke o alpinističnih nesrečah v naših gorah dobimo tri odgovornih na Gorski reševalni službi Slovenije (GRS). Ti jih vodijo glede na svoje akcije, ki jih delijo v reševalne, (ko se alpinist ali naveza poškoduje ali umre oziroma ne more izplezati in se varno vrniti v dolino), iskalne in poizvedovalne (ko se alpinist ne vrne pravočasno s ture). Poizvedovalne in iskalne akcije se večkrat končajo brez poškodb, kar pa ni pravilo. Čeprav lahko gorski reševalci ugotovijo, da ni nihče poškodovan, dogodek šteje za nesrečo, saj je bila sprožena akcija pri GRS.

8.2.1. STATISTIKA ALPINISTIČNIH NESREČ V SLOVENIJI - AKCIJE GORSKE REŠEVALNE SLUŽBE V SLOVENIJI:

- Leto 1995: 21 akcij, od tega 9 iskalnih in poizvedovalnih akcij, (12) ostalo reševalne;
- Leto 2000: 17 akcij, od tega 5 iskalnih oz. poizv. akcij, ostalo (12) reševalne;
- Leto 2005: 16 akcij, od tega 2 iskalni, ostalo (14) reševalne.

Iz statistike za leta 1995, 2000 in 2005 vidimo, da je število nesreč – predvsem tistih, ki so se končale z reševalnimi akcijami – zelo konstantno. Leto 1995 izstopa po številu akcij GRS na račun poizvedovalnih ali iskalnih akcij. Toda te številke zajemajo samo nesreče v slovenskih ne pa tudi v tujih gorah, ki jih je bilo v vseh analiziranih letih kar nekaj. V Alpah so bile v glavnem različne poškodbe, bilo pa je

tudi nekaj smrtnih žrtev (alpinistka Nada Cojhter v italijanskih Julijcih), predvsem v Himalaji, ki so bile tudi medijsko nekoliko bolj prisotne:

- Leta 1995: Slavc Svetičič v Karakorumu, Drago Žlof na trekinškem vrhu v Nepal;
- Leta 2000: Andrej Zaman v Nepal in Andrej Markovič v Nepal, Janez Kavar na Kitajskem;
- Leta 2005: Marko Lihteneker v Tibetu .

8.2.2. POROČANJE O NESREČAH

- Leto 1995: 4 članki v Delu, od tega enkrat na prvi strani in 11 člankov v Slovenskih novicah, od tega 3 omembe na prvi strani;
- Leto 2000: 4 članki v Delu in 19 v Slovenskih novicah, od tega 5 omemb na prvi strani;
- Leto 2005: 6 člankov v Delu in 18 člankov v Slovenskih novicah, od tega 9 omemb na prvi strani.

Pri poročanju o nesrečah smo opazili, da Delo in Slovenske novice največ in najobsežnejše članke napišejo o smrtnih primerih med alpinisti, o reševalnih akcijah oziroma o poškodovanih alpinistih pa že nekoliko manj. O poizvedovalnih akcijah praviloma ne poročajo, razen v primerih, ko prepoznajo to akcijo GRS kot posebej zanimivo, kriterij za zanimivost pa je navadno pričakovan slab zaključek (smrt). Tako so o poizvedovalnih in iskalnih akcijah poročali v teh treh letih samo dvakrat in v obeh primerih se je kasneje izkazalo za med poznavalci sicer pričakovan smrtni primer (izginotje plezalca v Kotliškem grabnu, izginotje češke naveze pri sestopu s Triglava).

8.2.3. UGOTOVITVE O POROČANJU ZA POSAMEZNA ANALIZIRANA LETA

- Leto 1995

V letu 1995 se je alpinizem pojavljal v veliki večini v rubriki Alpinistične Novice, ki so že od leta 1967 izhajale vsak ponedeljek v okviru obsežnih Delovih športnih strani. Leta 1995 je bil alpinizem tedensko prisoten v Delu skoraj vedno na polovici strani. Večinoma se je o odmevnejših alpinističnih dogodkih poročalo v dveh večjih člankih (dva ali trije stolpci), dvema razširjenima novicama in 6-10 (včasih celo več) kratkimi novicami. Pogosto so bili večji članki ilustrirani tudi s fotografijami.

Leto 1995 je zaznamovalo veliko slovenskih alpinističnih odprav v tuja gorstva, še posebno v Himalajo. Te so bile: Anapurna (vzpon in prvo smučanje), Slavko Svetičič s svojim poskusom solo vzpona po zahodni steni Gašerbruma 4, smučarska odprava na Gašerbrum 1, odprava na Čo Oju in nekaj manjših na nižje vrhove v Nepal (Hiučuli, Singučuli) in Tian Šanu. Bilo je tudi nekaj nesreč. Slavko Svetičič je izginil na Gašerbrumu 4, Jasna Bratanič in Stane Belak – Šrauf sta izginila konec leta v Julijskih Alpah, v Nepal je umrl tudi gornik Drago Žlof na pobočjih trekinškega vrha Pisang Peaka. Za vse omenjene nesreče je značilno, da so jih uvrstili na naslovnico tako Dela kot Slovenskih novic, v Slovenskih novicah pa so bili o teh dogodkih objavljeni še trije celo in polstranski članki. Od mednarodno priznanih uspehov naših alpinistov tistega leta (1. smučanje z Anapurne, prvenstveno smučanje z Gašerbruma 1, vzpon na Anapurno kot zadnji osemtisočak za Slovence, itd) ni bilo na prvih straneh obeh časnikov objavljenega ničesar.

V okviru Alpinističnih novic v Delu so s kratkimi vestmi sproti poročali o poteku obeh smučarskih odprav, o samem dosežku pa so se bolj kot v Delu razpisali v Slovenskih novicah. Z vrednotenjem vzpona na Anapurno in smučanja z nje ni bilo v slovenskem okviru večjih težav, zato jih ni bilo tudi pri Slovenskih novicah: to je bil namreč zadnji, 14. osemtisočak za Slovence in prvo smučanje s te gore ter hkrati tudi prvo slovensko smučanje z osemtisočaka sploh.

Dva meseca kasneje je bila v Pakistanskem delu Himalaje tudi smučarska odprava na Gašerbrum 1, ki je bila uspešna. Ta uspeh prav tako ni dobil mesta na naslovnici ne v Slovenskih novicah ne v Delu. Kot pri odpravi na Anapurno so s kratkimi

vestmi o njej poročali v Alpinističnih novicah (Delo), v Slovenskih novicah pa ne. Tudi o uspehu so se po vrnitvi odprave bolj razpisali v Slovenskih novicah (celostranski članek v prilogi Finale), ki je bil zgolj povzetek dogajanja o odpravi, novinar pa je prepustil ovrednotenje dosežka protagonistu Iztoku Tomazinu.

Bistvena razlika med Delom in Slovenskimi novicami v poročanju o alpinizmu je bila v tem, da je za to področje v okviru športne redakcije Dela skrbel nekakšen podurednik oziroma redaktor, ki je bil poznavalec, torej alpinist. Tako so bile novice tehtno izbrane, rangirane in kvalitetne, da so bili z njimi zadovoljni tako alpinisti sami, kot tudi drugi bralci. Zato so bile Alpinistične novice dolga leta osrednji vir novic in prvih informacij o plezalnih vzponih. V Slovenskih novicah so pisali morebitne članke o dosežkih v alpinizmu predvsem glede na (potencialno) medijsko zanimivost dosežka, ker pa pisci niso imeli vpogleda (znanja ali vedenja) o alpinizmu, jih niso vrednotili in so vrednotenje preprosto izpustili ali pa kar prepustili samim akterjem.

- Leto 2000

Na predzadnji strani v ponedeljkovi izdaji Dela, ki je bila tradicionalno namenjena tudi rubriki Alpinistične novice, je zaznati znatno krčenje prostora, ki je bil namenjen alpinizmu, velik je bil upad tudi člankov o alpinizmu. V letu 2000 je bilo namreč objavljenih 135 kratkih, 27 razširjenih (vsaj dva stolpca), štiri enostolpčne novice pomembnejše kratke novice, označene s piko in 29 fotografij. (Za primerjavo: pet let pred tem je bilo 328 kratkih vesti, 80 večjih člankov, 47 fotografij in 79 pomembnejših novic, označenih s piko.)

Kljub manjši prisotnosti alpinizma v Delu, pa je ta medijska hiša vendarle opazila v alpinizmu medijsko zanimivo možnost in je zato Delo s Slovenskimi novicami medijsko podprlo smučanje Dava Karničarja z Everesta. Prav objave s tega podviga, ki jih je prispevala novinarka na terenu – bilo je kar 21 obsežnejših člankov – so predstavljale pomemben del poročanja o alpinizmu v osrednjem slovenskem časopisu.

Večina člankov o Karničarjevem smučanju z Everesta v Slovenskih novicah je sestavljala nekakšen feljton, ki je pravzaprav zmes reportaže in poročila (Košir, 1988). Feljton je bil zastavljen tako, da je bilo na ogrodje iz pomebnejših dogodkov ter podatkov, na katere je bilo navešenih veliko trivialnosti, ki naj bi bile zanimive in pritegnile bralce. Te trivialnosti, ki so nastopale predvsem v naslovu, so bile prisotne le v Slovenskih novicah, kjer smo med drugim lahko prebrali tudi o Davovi »borbi s pijavko«, njegovem pozdravljanju s pohodniki, ki so se povzpeli do baznega tabora pod Everestom, itn. Čeprav so bile Slovenske novice glavni medij, ki je pokrival Karničarjevo odpravo na Everestu, pa je bilo v Delu sprotno obveščanje o dogodkih na Everestu s krajšimi vestmi predvsem s športnega vidika.

Sorazmerno veliko pozornost in velik članek je dobil tudi Tomaž Humar zaradi padca v domačo klet. Če se to ne bi zgodilo razvpiti alpinistični osebnosti, bi bila o tej nesreči mogoče le kratka novica. Vse drugo poročanje o alpinističnih nesrečah je bilo ob pravih nezdah.

V Slovenskih novicah so poročali o nesrečah na dva načina - v obliki kratkih vesti in kot razširjene vesti. V prvem primeru so poročila v Slovenskih novicah jasnejša, pravilna in dovolj kakovostna ter razumljiva tako poznavalcem kot nepoznavalcem. Problematično je bilo pri daljših člankih, ki prehajajo iz razširjene novice že v poročila. Pri teh na kratko novico »ovesijo« še kup drugih nepomembnih podatkov, ozadij, kar sicer pripomore k vtisu dogodka, a samo za nepoznavalce.

Opazili smo tudi, da so poročila oziroma članki o nesrečah alpinistov iz naših gora pogosto našla skupno mesto z nesrečami planincev na zavarovanih poteh, zato je bil obseg članka včasih večji, kot bi bil lahko sicer.

Komentarji, ki so bili večkrat nenatančni, so se pojavljali samo v povezavi z alpinističnimi nesrečami, v zvezi z vzponi (uspehi) pa ne.

- Leto 2005

Ob pregledu časopisa Delo smo takoj opazili pomembno praznino. Tega leta v ponedeljkovi izdaji ni bilo več Alpinističnih novic, že od leta 1967 stalne tedenske rubrike. S tem tudi ni bilo več dotedanjega sprotne poročanja o alpinističnih

vzponih, vseeno pa je bilo čez vse leto objavljenih šest (6) člankov povprečnega obsega dveh stolpcev, v glavnem s fotografijami oz. razširjenih novic o pomembnejših dosežkih slovenskih alpinistov. Te članke je še vedno pisal redaktor/pisec iz alpinističnih vrst, kar je zagotavljalo tudi kakovost na strokovni ravni, kljub temu pa je bil upad alpinistične prisotnosti v osrednjem slovenskem časniku izjemno velik.

Po drugi strani se je Delo skupaj z Slovenskimi novicami ponovno odločilo za medijsko sponzorstvo alpinističnega dogodka. Ker sta oba časnika pristopila k akciji Tomaža Humarja v južni steni Nanga Parbata kot medijska pokrovitelja, je bil alpinizem v obeh časopisih zastopan na ta način. Toda primerjava s Karničarjevim smučanjem z Everesta, ko so Slovenske novice (in tudi Delo) ekskluzivno medijsko pokrivalo dogajanje na najvišji gori sveta kaže, da so leta 2005 namenili manj prostora kot prej Karničarju. O Humarjevem vzponu in nato reševanju je bilo objavljenih 7 pol- ali celostranskih člankov ter 3 omembe na naslovnici v Slovenskih novicah in 3 članki v Delu ter omemba s fotografijo na naslovnici v Delu. Leta 2000 je bilo o Karničarju objavljenih 21 člankov. Morda sta razloga za to dva: pri Humarjevem podvigu so začeli kontinuirano poročati, ko je vstopil v steno in do rešitve s helikopterjem, kar kaže na drugačno strategijo poročanja kot na Everestu. Drugi možen razlog za manjše število člankov je pa povezan z večjo prisotnostjo in močjo internetne informacije in s pričakovano velikim obiskom Humarjeve spletne strani.

Poročanja o nesrečah se številčno kot vsebinsko niso dosti spremenila. V Delovi rubriki Kronika so se omejevali večinoma na kratke in le redko razširjene novice. Zanimivo je, da ene smrtne nesreče slovenskega gornika v Delu niti niso omenili, v Slovenskih novicah pa so ji namenili celostranski članek in omembo na naslovnici. Alpinizem je bil tudi leta 2005 prisoten na naslovnici samo pri nesrečah ali pa zaradi helikopterskega reševanja Tomaža Humarja iz Nanga Parbata.

- Ugotovitve

S primerjavo števila dejanskih alpinističnih nesreč, objav o njih v Delu in Slovenskih novicah s poročili oziroma novicami o alpinizmu kot športu v istih

časnikih vidimo, da je poročanja o alpinizmu kot športni praksi v obdobju 1995-2005 manj tako relativno kot absolutno. Pri tem je število alpinističnih nesreč v obravnavanih letih (1995, 2000, 2005) tako rekoč enako. V prvih dveh primerjanih letih se je število člankov, ki so poročali o alpinističnih dosežkih skoraj prepolovilo, v zadnjem obravnavanem letu pa ni bilo več celotne rubrike, ki bi govorila o alpinizmu.

Kljub ukinitvi tedenske rubrike Alpinistične novice, pa je opazno prepoznavanje alpinizma kot potencialnega medijskega dogodka, seveda s primernim projektom in protagonisti. Tako je bila časopisna hiša Delo (z obema časopisoma Delom in Slovenskimi novicami) medijski pokrovitelj dveh velikih alpinističnih projektov – smučanja Dava Karničarja z Everesta in plezanja Tomaža Humarja v južni steni Nanga Parbata. To pomeni, da je alpinizem zanimiv za splošne tiskane medije kot spektakel, ne pa kot šport ali vrednota.

Skoraj brez izjeme (le ob Karničarjevem uspehu na Everestu ni bilo tako) so se na prvih straneh oz. naslovnica Dela in Slovenskih novic pojavljale samo alpinistične nesreče, plezalnih uspehov pa tam ni bilo zabeleženih. Opazna razlika med časopisoma glede poročanja o alpinizmu je tudi v uredniškem pristopu. Pri Delu so se že nekoč očitno dobro zavedali, da je še kako dobro, ko za pisanje o alpinizmu skrbi redaktor, ki je poznavalec, torej alpinist in zato je s svojim znanjem skrbel za kredibilno poročanje o alpinističnih vzponih. Očitno je tudi, da so bili pri poročanju (in občasno o komentiranju) o alpinističnih nesrečah novinarji sami pogumnejši. V teh primerih (predvsem v Slovenskih novicah) je pač vsa alpinistična dejavnost zreducirana na skupni imenovalac poškodovanega telesa ali trupla, to pa je za novinarja brez alpinističnih izkušenj lažje obvladljiva snov kot težko izmerljiv in primerljiv alpinistični dosežek.

9. SKLEP

Šport je danes tržno blago, mediji pa predstavljajo polje, kjer se srečujeta ponudba in povpraševanje. Konkurenca je na obeh straneh vedno večja. Čeprav je mediatizacija v svetu športa zelo prisotna, pa je pri alpinizmu v nekaterih segmentih zelo blaga. Medtem ko tudi alpinizem ni imun na notranje spremembe (večanje konkurence, pojav profesionalizma - če govorimo o vrhunskem alpinizmu), pa ga mediji s svojimi zahtevami niso mogli znatno spremeniti, da bi zadovoljili svoje gledalce ali bralce. Gore – še posebno višje – še vedno ostajajo človeku (in s tem medijem) tuj a privlačen svet, kjer še vedno vladajo naravni, fizikalni pogoji. Zato medije dejavnost v njih vedno zanima, a morajo za dotok svežih informacij tokrat mediji spremeniti - če ne sebe - pa vsaj komunikacijsko tehnologijo. V okviru alpinističnih dogodkov v Himalaji se je to zgodilo z nastopom interneta, ki se je dobro ujel z vsemi dimenzijami (časovni okvir, tempo dogajanja, oddaljenost, itd.) himalajskega plezanja in tako omogočil zanimive internetne prenose himalajskih odprav. Torej: razvoj tehnologije je na eni strani omogočil razvoj alpinizma in na drugi strani komunikacijskih sredstev in končno tudi medijev (interneta), vsi trije pa so morda najbolj kompatibilni v internetnih prenosih himalajskih odprav.

V splošnih medijih se pri poročanju o alpinizmu kažejo nekatere težave. Uredniki splošnih medijev razumejo alpinizem v glavnem v treh okvirih – ali kot šport, kot črno kroniko, nekatere znane alpiniste pa kot »celebrities«. Pri športnem razumevanju postanejo uredniki in (športni) novinarji zaradi umanjkanja eksplicitnih rezultatov nemočni pri interpretaciji alpinističnih dogodkov. Pri alpinističnih nesrečah je lažje, saj se »rezultat« pojavi v obliki poškodovanega ali celo mrtvega alpinista. Manj se v medijih zasledi poročanja o alpinizmu kot npr. rekreaciji, o njegovih kulturnih razsežnostih, itd.

Vzgibi in razlogi za ukvarjanje posameznika z alpinizmom so subjektivni in zato hkrati zelo široki. S tega vidika sta široka tudi interpretacija in razumevanje alpinizma. Tega bi se morali zavedati alpinisti, ki razmišljajo v glavnem le v svojem alpinističnem diskurzu. Toda ta strokovni diskurz ali pa vsaj osnovne značilnosti alpinizma bi morali poznati tudi novinarji in uredniki, da bi posredovali korektno

informacijo o alpinizmu, ki je nato lahko razumljena na številne načine. To je uspelo Delu z uvedbo tedenske rubrike Alpinistične novice, ki pa je po tridesetih letih izhajanja pred nekaj leti ugasnila. Rubriko je vedno urejeval zunanji sodelavec – redaktor, ki je pripravil informacije ustrezno za obe strani. Pri strokovnih revijah spolzki teren osnovnega nepoznavanja problematike sicer odpade, se pa dogajajo različna (ne)razumevanja ali različne interpretacije znotraj strokovnega alpinističnega diskurza. Razlog je spet v subjektivnosti, sinkretičnosti dejavnosti in ideološkem boju.

Čeprav na nivoju športa alpinisti »trpijo« zaradi nemerljivosti in neprimerljivosti svojih dosežkov v primerjavi z drugimi športi, pa bi lahko alpinizem v času kvantizacije, ko so na vsakem koraku rezultati izraženi samo s številkami – za katere se zdi, da so edino, kar šteje, ponudil širšemu občestvu svoje posebnosti (vrednote, zgodbe) kot tisto, česar družbi sicer primanjkuje ali pa je (še posebej v športu) niti ne zanima.

V alpinizmu je v primerjavi z drugimi športi zanimivo pravzaprav ozadje kot tako: (osebne) zgodbe o tem, kako so ljudje preplezali to in ono, kaj so takrat doživljali itd., medtem ko pri drugih športih šteje numerični končni rezultat, ki ostane publiku v zavesti in ki ji je ozadje dosežka (npr. priprave, potek tekmovanja, dogajanje v igralcu med tekmo) popolnoma vseeno. Ker se gore in (vremenski) pogoji kar naprej spreminjajo, in ker niti ena plezalna smer ni enaka drugi, je to ozadje, v katerega so vpete osebne zgodbe, še toliko zanimivejše. Zato so zgodbe izražene skozi različne medije, (ki naredijo osebne zgodbe za javne), tisto bogastvo, ki jih večina drugih športov nima.

Kot smo omenili že uvodoma, lahko zaradi nekaterih dejstev obravnavamo alpinizem – oziroma del njegovih dosežkov - tudi kot ekstremni šport, predvsem z vidika njegove individualizacije, predvsem individualizacije rezultata. In prav zaradi te posebnosti skrajnostnih športov je tudi v alpinizmu treba vseskozi spreminjati, variirati, na novo izumljati načine (samo) predstavitve. Zaradi individualnosti in subjektivnosti alpinizma pa je to večinoma naloga samih akterjev.

Ker gre pri alpinizmu tudi za reševanje psihofizičnih in fizikalnih problemov v spreminjajoči se naravi in ga mnogi zato označujejo za ustvarjalni šport, je pred vsemi alpinisti, ki bi radi s pomočjo medijev delili svoje zgodbe, naslednji ustvarjalen izziv – kako svoje zgodbe v množici drugih predstaviti javnosti na izviren ali pa vsaj čimbolj zanimiv način.

10. LITERATURA IN VIRI

Navedeni spisek je velik del uporabljene literature in virov, še veliko drugih del (domaćih in tujih knjig, revij in internetnih prispevkov), ki so nam omogočila razumevanje alpinizma, pa smo prebrali v več kot dveh desetletjih ukvarjanja s to dejavnostjo. Od domaćih revij in glasil bi na tem mestu lahko omenili predvsem Planinski vestnik, Alpinistične razgledne in revijo Grif.

Pri proučevanju člankov z alpinistično vsebino v Delu in Slovenskih novicah smo pregledali le nekatere letnike (1995, 2000 in 2005) obeh časnikov. S tem smo dobili prereze dogajanja pri objavljanju prispevkov z alpinistično tematiko v splošnih tiskanih medijih v zadnjem obdobju.

- Aljaž, J., 1989. *Dovška župnijska kronika 1889-1923*. PD Dovje-Mojstrana
- Birkerts, S., 1994. *The Gutenberg elegies: The Fate of Reading in an electronic Age*. Boston, London, Faber and Faber
- Bourdieu, P., 2002. *Praktični čut*. Ljubljana, Studia Humanitatis
- Bučer, I., 1934. *Čez steno*. Celje, Družba sv. Mohorja
- Buhl, H., 1967. *Nanga Parbat*. Maribor, Založba Obzorja
- Burckhardt, J., 1963. *Renesančna kultura v Italiji*. Ljubljana, Državna založba Slovenije
- Cevc T., 2006. *Človek v Alpah: desetletje (1996-2006) raziskav o navzočnosti človeka v slovenskih Alpah*. Ljubljana, Založba ZRC SAZU
- Chevalley, G., Dittert, R., Lambert R., 1959. *Vzponi v Everestu*. Ljubljana, Mladinska knjiga
- Deržaj, E., 1937. *Gruh*. Ljubljana, Založba Gruh
- Enciklopedija Slovenije. Knj.1. 1987. Ljubljana, Mladinska knjiga
- Foucault, M., 1984. *Nadzorovanje in kaznovanje*. Ljubljana, Delavska enotnost
- Grošelj, V., 1997. *Antarktika: južno od vsega*. Ljubljana, Založba Modrijan

- Grošelj, V., 2002. *Čo Oju – 8201 m: prva odprava slovenskih policistov v Himalajo*. Ljubljana, Planinska zveza Slovenije
- Grošelj, V., 2003. *Na smučeh od 0 do 8000 metrov*. Ljubljana, Prešernova družba
- Harrer, H., 1984. *Beli pajek: zgodovina Eigerjeve severne stene*. Maribor, Založba Obzorja
- Herzog, M., 1956. *Annapurna*. Ljubljana, Mladinska knjiga
- Humar, T., 2001. *Ni nemogočih poti*. Ljubljana, Mobitel
- Keršič-Svetel, M., 2006. *Dela je več kot za en »šiht«*. Planinski vestnik, 4, str. 5-10
- Kittelson, M. L., 1998. *The Soul of the popular Culture: looking at contemporary heroes, myths and monsters*. Chichago, Open Court
- Klein, N., 2005. *No Logo*. Ljubljana, Maska
- Kocbek, F., 1926. *Savinjske Alpe*. Celje, Savinjska podružnica SPD
- Košir, M., 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana, DZS
- Kotnik, I., 1979. *Himalajski dnevnik*. Maribor, ČGP Mariborski tisk
- Mahkota, A., 1979. *Sfinga: zadnja skrivnost triglavske stene*. Ljubljana, Cankarjeva založba
- Messner, R., 1979. *Everest*. Ljubljana, DZS
- Messner, R., 1987. *Überlebt alle 14 Achttausender*. München, BLV Verlagsgesellschaft,
- Miller, J-A., 1983. *Pet predavanj o Lacanu v Caracasu*. V: Gospostvo, Vzgoja, Analiza. Ljubljana, DDU Univerzum
- Mlakar, J., 1910. *Domačin - zmagalec Triglavske stene*. Planinski vestnik, 8, Slovensko planinsko društvo, str. 182-183
- Munda, J., Zepič, L., Zupan, F., 1965. *Gore v besedi podobi in glasbi*. Ljubljana, Planinska zveza Slovenije

- Raztresen, M., 1992. *Sto let dolga pot*. V: Stoletje v gorah. Ljubljana, Cankarjeva založba, str. 7 - 144
- Reinhard, J., 1997. *Mummies of Peru*. National Geographic Magazine, 1, 191, National Geographic Society, str. 36-43
- Rotar, B., 1987. *Risarji : učenjaki*. Ljubljana, Delavska enotnost
- Rowe, D., 2004. *Sport, Culture and the Media*. Maidenhead, Open University Press
- Simmel, G., 2000. *Izbrani spisi o kulturi*. Ljubljana, Studia Humanitatis
- Slovenski biografski leksikon I A-L. Zadržna Gospodarska banka, Ljubljana, 1925 – 1932
- Starc, G., 2002. *Telesni projekti in prakse v športu:oblast in discipliniranje teles v športu*. Magistrsko delo, ISH, Ljubljana
- Strojin, T., 1978. *Oris zgodovine planinstva*. Ljubljana, Planinska založba Slovenije,
- Strojin, T., 1980. *Jakob Aljaž v slovenskem planinskem izročilu*. PD Dovje-Mojstrana
- Svetina, T., 1973. *Stena*. Ljubljana, Cankarjeva založba
- Škarja, T., 1981. *Everest*. Ljubljana, Mladinska knjiga
- Škarja, T., 1992. *Alpinizem in odprave*. V: Stoletje v gorah. Ljubljana, Cankarjeva založba, str. 145 - 170
- Terray, L., 1974. *Osvajalci nekoristnega sveta*. Ljubljana, DZS
- Tominšek, J, 1932. *Predavanja naših planink v inozemstvu*. Planinski vestnik, 4, Ljubljana, Slovensko planinsko društvo, str. 83-84
- Tominšek, J., 1932. *Naš alpinizem*. Planinski vestnik, 10, Slovensko planinsko društvo, str. 210-213
- Tuma, H., 1910. *Po severni steni Triglava*. Planinski vestnik, 9, Slovensko planinsko društvo, str. 191-197
- Tuma, H., 1930. *Pomen in razvoj alpinizma*. Ljubljana, Turistični klub Skala

Whannel, G., 2002. *Fields In Vision*. London & New York, Routledge

Zaplotnik, N., 1981. *Pot*. Ljubljana, Cankarjeva založba

Bracksieck, G., 1996. *Revijalni tisk in založništvo*. Colorado, ZDA (osebni vir)

Descamp, P., 2007. *Nagrada Zlati cepin*. Grenoble (osebni vir)

Karo, S., 2005. *Alpinizem in himalajske odprave*. Domžale (osebni vir)

Knez, F., 2005. *Alpinizem in himalajske odprave*. Laško (osebni vir)

Podobnik, P., 2007. *Alpinistične nesreče v letih 1995, 2000, 2005* (osebni vir)

Škarja, T., 2007. *Alpinizem in himalajske odprave*. Ljubljana (osebni vir)

Zemljič-Golob, S., 2004. *Etnologija*. Ljubljana (osebni vir)

Aljaž Anderle, osebna stran. URL: www.anderle.info (citirano 2003-2004, več datumov)

Alpinizem. URL: www.alpinizem.info (citirano 2003-2004, več datumov)

Gore – ljudje: »*Intervju s Tonetom Škarjo*«. URL:

www.gore-ljudje.net/kolumne_view.php?pid=17 (citirano 7.3.2004)

Gore – ljudje: »*Kolumna Mateja Mejovška – V žarišču*«. URL:

www.gore-ljudje.net/kolumne-view.php?pid=21 (citirano 2004, več datumov)

Gore – ljudje: »*Novice*«. URL: www.gore-ljudje.net (citirano 2003-2004, več datumov)

PlanetMountain: *Nagrada Zlati cepin*. URL:

<http://www.planetmountain.com/english/News/shownews.lasso?l=2&keyid=35997> (citirano 23.1.2008)

Simobil Ski Everest Extreme 2000 – Smučanje Dava Karničarja z Everesta. URL:

www.everest.simobil.si (citirano 8.2.2004)

Šaver, B., 2005. *Šport, mediji in konstrukcija junaštva*. URL:

<http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/24/mwatch/print.html>

(citirano 13.3.2005)

Športno plezanje. URL: www.slo-climbing.com (citirano 2002-2003, več datumov)

Televizija Slovenija: »Zdaj se spet vsi oglašajo« - intervju s Tomažem Humarjem in komentarji. URL:

http://www.rtv slo.si/sport/modload.php?&c_mod=rnews&op=sections&func=read&c_menu=8&c_id=36524 (citirano 1.12.2007)

Vzpon Tomaža Humarja v južni steni Daulagirija, 1999. URL:

<http://dhaulagiri.extremekanal.com> (citirano, 9.1. 2006)

Wikipedia: *Paul Preuss (climber)* URL:

[http://en.wikipedia.org/wiki/Paul_Preuss_\(climber\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Paul_Preuss_(climber)) (citirano 8.11. 2007)