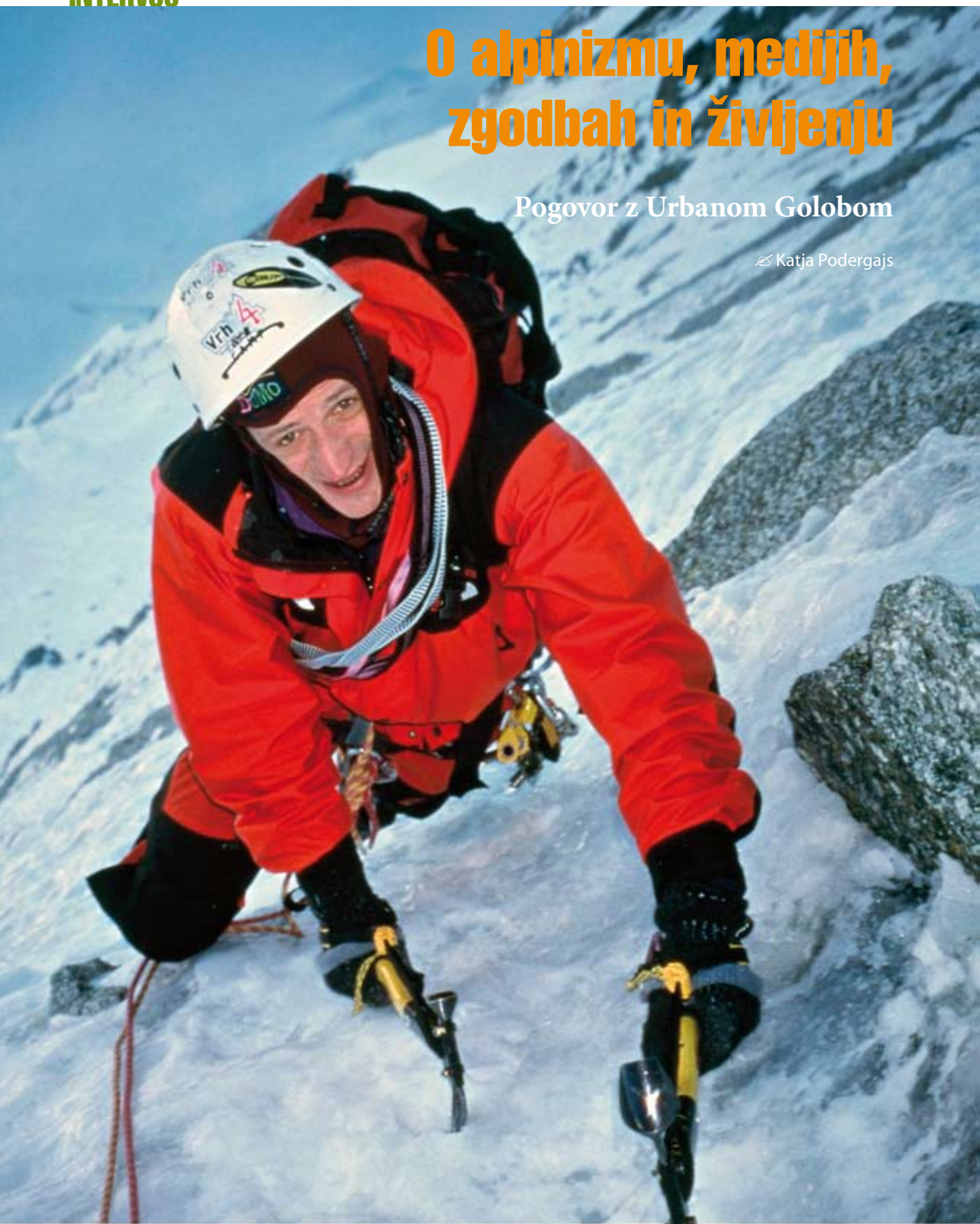


# O alpinizmu, medijih, zgodbah in življenju

Pogovor z Urbanom Golobom

✉ Katja Podergajs



Zimska ponovitev Coltonove smeri v Les Droites, Francija

Simon Slejko

Urban Golob ni le suhljata podoba, ki jo lahko vidite viseti v kakšni lepi steni, ovešeno z velikanskim objektivom in drugo fotografsko kramo. Urban Golob tudi ni le nežno soslajajoč glas, ki te preseneti v telefonski slušalki. Pravi Urban Golob se skriva za globokimi pomeni preprostih besed, ki jih piše njegova roka; za občutenimi kompozicijami, ki se znajdejo v njegovem objektivu; in predvsem nekje daleč v ozadju igrivih, temnih oči. Tam boste našli pravega Urbana Goloba.

*Začniva pri tvoji knjigi. Ob branju sem dobila občutek neskončne preprostosti – kot da že od nekdaj preprosto sprejemaš in uživaš življenje, kakršno koli pač je. Brez pritoževanja in kompliciranja, tudi v najtežjih položajih; samo skomig z rameni in – gremo naprej. Kako ti to uspeva?*

»Treba je vedeti, da sem to knjigo pisal za nazaj, in takšen oddaljen pogled stvari malce izlušči. Res pa je, da me je vse, kar se mi je dogajalo kot otroku, torej bolezen in tisto, kar je prinesla s seboj, naučilo, da je treba probleme pač nekako rešiti in čim manj pri tem kompliciraš, bolje je. Sicer mi pa ne uspe vedno, odvisno, kakšen je problem – večji je, manj kompliciram, in nasprotno (*smeh*).

Druga stvar je starost – no, upam, da še nisem prav star (*smeh*)! Ko si mlad, še nimaš tako hudih eksistencialnih in podobnih problemov, kot so tisti, ki se pojavijo pozneje, in je malo lažje. Pri moji bolezni je bilo lažje tudi zato, ker so psihični del prevzeli nase starši. Sam sem se ukvarjal s fizičnimi posledicami, od ležanja v bolnišnici do operacij, hudega hujšanja in podobnih neprijetnosti. Psihično pa se z boleznijo nisem obremenjeval. Vedel sem, da sem bolan, da imam tumor, besede rak pa v zvezi s seboj nisem slišal. Vse to so nase prevzeli starši in to je bilo zelo dobro zame.

Malo drugače je bilo potem pri dvanajstih, ko se mi je ponovilo. Takrat sem že približno vedel, za kaj gre. Ne nazadnje med ležanjem po bolnišnicah tudi kaj prebereš in pri dvanajstih letih sem bil le malo bolj razgledan kot pri osmih, ko sem prvič zbolel. Vendar se je drugič vse tako hitro razvijalo, da je bilo treba ukrepati takoj in ni bilo niti časa, da bi se prav posebno ukvarjal s psiho.«

*Pa vendar tudi danes, na primer pri tvojem plezanju, ni videti, da bi imel kakšne posebne težave s psiho.*

»Hmm, ne vem, če res nimam problemov z njo (*smeh*). Včasih jih imam. Pred kakšnim letom je prijatelj hudo padel v hribih, mimo mene je letel 60 metrov globoko. Dobil je poškodbe glave, sam pa sem imel prste »razštelane« od sunka vrvi, ko sem ga varoval. Od takrat skoraj leto dni nisem plezal, preprosto je bilo treba počakati. Ko sem potem spet začel, sem plezal, kot da se ne bi poznal. Zelo počasi in previdno. Šele po dveh, treh smereh mi je spet steklo.«

*Na svoji spletni strani se predstavljaš v dveh vlogah – kot fotograf in alpinist. Kako ti vlogi združuješ na odpravah? Kateri daješ prednost?*

»Že pred tremi odpravami sem si rekel: ko grem naslednjič na odpravo, bom vzel samo »trotl« aparat in me sploh ne bodo zanimale fotografije, temveč samo plezanje. Pa sem potem vedno popustil svoji fotografski žilici (*smeh*). Vedno sem vlekel še kaj večjega s seboj. No, v steno niti ne, razen na Everestu, s Karničarjem, ko sem bil zraven kot fotograf. Tam sem pač dal prednost fotografiji iz preprostega razloga: vedel sem, da če Davo prvi smuča nepretrgano z vrha, bom imel te fotografije samo jaz in nihče drug. Če bi se pa recimo odločil za vrh, bi bil tisoč-dvesto-ne-ve-m-kateri, ki bi bil gori, če bi bil. Torej je bilo to vredno izkoristiti in mi je tudi pomenilo izziv. Zdaj imam te fotografije samo jaz in objavljajo jih še danes, povsod, tako v ameriškem National Geographicu kot v Le Mondu. To je ena mojih največjih referenc. Everest je pa še vedno tam in z malo sreče – ter veliko denarja (*smeh*) – bom mogoče še kdaj šel. In takrat prav gotovo s »trotl« aparatom (*smeh*).«

*V svojem nedavno predstavljenem magistrskem delu Alpinizem in mediji omenjaš nemerljivost in neprimerljivost uspehov v alpinizmu. Kaj je zate dosežek, uspeh?*

»To je odvisno od situacije. Če je vse lepo, ugodne razmere, v redu vreme, dobro počutje, potem je uspeh seveda to, da preplezaš tisto, kar si si zadal. Če te ujame vremensko poslabšanje ali kakšna druga nevarna situacija, pa je lahko naenkrat uspeh že samo to, da prideš dol živ. Tudi najboljši alpinisti se sprašujejo, kaj je pravzaprav uspeh. Če bi gledali na alpinizem samo kot na šport, številke, bi se seveda vedelo. Ampak v resnici ni tako in je vse odvisno od vsake posamezne odprave oziroma projekta, z vsemi okoliščinami vred.«

*Leta 1998 si se odpravil na zimsko prečenje slovenskih Alp, podprto s humanitarnim namenom zbiranja denarja za otroke z rakom in krvnimi boleznimi. Projekt se je v vseh pogledih zelo uspešno iztekkel. Kdaj razmišljaš, da bi se znova lotil česa podobnega?*

»Ja, razmišljam. Imam tudi že nekakšno idejo, a še ni toliko dozorela, da bi se je resno lotil. Poleg tega je tudi nekaj ovir, recimo ta, da je humanitarnih in tudi bolj kvazihumanitarnih zadev zelo veliko. Rad bi naredil nekaj drugačnega. Da ne bi ponavljal samega sebe in tudi ne koga drugega. Na drugi strani so težava mediji. Če bi zastavil humanitarno, zbiral denar za kaj, bi vse skupaj spet morali spremljati mediji in tukaj se je od leta 1998 marsikaj spremenilo. Če bi hotel napraviti velik spektakel, bi verjetno hitro dobil medijske pokrovitelje, ampak tega nočem, vsaj za zdaj še ne. Tako razmišljam, kako bi idejo, ki jo imam v glavi, izpeljal tako, da bi ostal sam sebi zvest, hkrati pa bi bilo toliko zanimivo za ljudi, da bi učinkovalo.«

*Omenjeni projekt iz leta 1998 je bil tesno povezan z mediji predvsem zaradi humanitarnega namena, po navadi pa gre za druge razloge – to je tudi poglobljena tema tvojega magistrskega dela. Kaj je torej tisti poglobljeni razlog, da se v zadnjem desetletju alpinistična dejavnost vse bolj povezuje z mediji?*

»Moj projekt prvega zimskega prečenja slovenskih Alp je bil povezan z mediji, ker se ga drugače sploh ne bi dalo izvesti. Bi ga pa v današnjih okoliščinah moral čisto drugače zastaviti. Veliko bolj bi se moral izpostaviti. Saj vidiš, kako danes poteka - spektakel. To deluje in če hočeš biti konkurenčen (to pa moraš biti, če želiš, da ljudje akcijo opazijo in kaj prispevajo), moraš delovati vsaj približno enako in potem je težko najti mejo, do katere boš šel.

Glede alpinizma in medijev v zadnjih desetih letih ... Alpinizem je bil v medijih navzoč že zdavnaj. Je pa res, da je v zadnjih desetih letih postal, predvsem zaradi interneta, šport z občinstvom. Že prej so pisali knjige, snemali filme, fotografirali. Ampak načelno, z nekaj redkimi izjemami, je to ostalo bolj v zaprtem krogu strokovne gorniške javnosti. Danes pa je internet z nekaterimi projekti naredil iz alpinizma dobesedno šport z občinstvom. Imamo neposredne prenose iz Himalaje in od drugod in alpinizem zdaj naenkrat spremlja širša javnost – ljudje, ki nimajo nobenih izkušenj s hribi. Ne vedo prav dobro, kaj se dogaja, ampak ker je to spektakel, ga spremljajo. Ne gre le za internet – z njim so se povezali tudi drugi mediji. Na spletni strani se na primer

nekaj razve, potem to objavijo drugi mediji, ljudje to vidijo, hitijo gledat na spletno stran in spet nazaj pred TV ... na koncu se razvije nekakšen pingpong med mediji ali nekakšna »mikrofonija«.

Po drugi strani pa slovenski splošni mediji alpinizma ne prepoznavajo več kot (nacionalne) športne vrednote in tako so pri Delu prenehali izdajati rubriko Alpinistične novice, ki je bila navzoča več kot 35 let. Pa vendar je alpinizem kot spektakel za to časopisno hišo očitno toliko zanimiv, da nekatere medijsko obetajoče alpinistične projekte podpre vsaj kot medijski sponzor.«

*Pa vendar, zakaj se nekdo odloči, da bo svojo zasebno dejavnost tako na široko razglašal in delal spektakel? So v ozadju zahteve sponzorjev ali je tudi nekaj nečimrnosti alpinistov?*

»To ve vsak pri sebi. Vzgibi in razlogi posameznika za ukvarjanje z alpinizmom so individualni in zelo subjektivni. Nekdo je šel v hribe zato, ker je bral knjige o herojskih odpravah, ko je bil majhen, drugi je začel plezati, da bo lahko »frajer« pred puncami, tretji ... Zelo veliko je razlogov, zakaj ljudje plezajo. In zato so lahko tudi interpretacije alpinizma zelo subjektivne. Se pravi, da si lahko o alpinizmu vsak misli, kar si hoče. Na drugi strani pa so se v ožji alpinistični strokovni javnosti oblikovale neke vrednote, norme, etika, ki skrbijo za to, da alpinizem kljub svoji nemerljivosti oziroma sinkretičnosti ne bezlja na levo in na desno. In zato smo lahko mi alpinisti kritični drug do drugega. Seveda se moramo še vedno zavedati subjektivnosti, a če nekdo dela čisto po svoje, se lahko oglasimo in zavzamemo svoje stališče do tega. Širša javnost pa tega seveda ne počne, ker notranjih alpinističnih vrednot in norm ne pozna. Z njenega vidika se potem zdi, da se alpinisti med seboj spet nekaj prepirajo in da so drug drugemu »fovš«.

Naj se vrnem k vprašanju: seveda, tudi nekateri sponzorji verjetno zahtevajo medijske objave. Je pa od vsakega alpinista odvisno, ali bo to sprejel ali ne. Vsak ima svojo mejo. Res pa je, da spletna stran, na katero enkrat na teden napišemo, kaj se dogaja na odpravi, pač ni prava vaba za sponzorje.«

*V nalogi razlagaš strukturo zgodbe o junaku in jo preneseš v svet alpinizma. Alpinist je junak, ki se odpravi v neznan svet, tam opravi iniciacijo (težek podvig) in po srečni vrnitvi domov pove zgodbo o svojem doživetju. Vendar alpinisti v dobi interneta vse večkrat prikazujejo zgodbo že med samim dogaja-*



*njem. Je to morda način, kako jo narediti zanimivejšo v sedanji poplavi vseh alpinističnih zgodb?*

»Bistvo alpinizma je zgodba, zato je njegov osnovni medij – beseda. Tudi če gledamo na alpinizem samo v smislu športnega rezultata, je še vedno poglobljena zgodba. Vendar pa so zgodbe prav tako nemerljive kot alpinizem sam. In zato je morda ravno internet ponudil alpinizmu možnost, da konkurira z drugimi športi, da ga opazijo mediji in s tem tudi sponzorji. So pa pristopi k uporabi interneta v te namene zelo različni. Na eni strani imamo odpravo, ki naredi svojo spletno stran in se na njej oglašča vsakih nekaj dni. Potem so tu ljudje, ki gredo plezat v Himalajo, pa ne vzamejo s sabo niti satelitskega telefona. In končno so tudi takšni, ki tako veliko uporabljajo internet, da gre že za nekakšen spletni neposredni prenos himalajskega dogodka.«

*Kaj to pomeni za zgodbo? Je kakšna razlika med tem, da jo občinstvo lahko spremlja neposredno, med dogajanjem samim, in tem, da jo poveš šele po vrnitvi, ko imaš že bolj celosten pogled na dogodek?*

»Je, seveda. Ampak sploh ni nujno, da je kateri izmed teh pogledov slabši. V prvem primeru so stvari pač neprečiščene, ker nimaš časa razmisliti o njih – gre bolj za nekakšno novinarsko poročanje. Vendar je treba spet ločiti med tem, ali je bil alpinistični projekt že novinarsko zastavljen ali ne. Če vsak dan pošiljaš novice z odprave za dvajset prijateljev, je pristop na neki način bolj interno blogerski. Pri novinarsko zastavljenem projektu, kakršni so bili na primer Karničarjev in Humarjevi, pa gre za veliko medijsko zadevo in je dejansko navzoč novinar, ki potem poroča. Že na tej stopnji so med načini sporočanja zgodb velike razlike, zato jih je zelo težko primerjati.«

*Zakaj si se sam odločil povedati svojo zgodbo v obliki knjige? Je to prišlo kot preblisk ali se ti je zamisel porajala že dlje časa?*

»Povod je bil to, da so me ljudje, prijatelji, spraševali, kdaj bom napisal knjigo. In ko me je trideseti vprašal, ali bom kaj napisal, sem si rekel: OK, pa dajmo. Sicer moram priznati, da sem že prej razmišljal o tem, ampak hotel sem narediti malo drugače in nisem točno vedel, kako. Moje vodilo je bilo, da bo knjiga drugačna, moja, in sicer v različnih pogledih. Torej, da bo izražanje drugačno, da bo pisanje na prvi pogled preprosto – včasih neposredno in za nekatere na trenutke tudi robato, brez odvečne patetike, olepševanja in filozofiranja na prvo žogo.

In da se bo bralcu počasi razkrivalo, kako razmišljam, kakšen sem, ne pa, da mu vse že takoj prinesem na pladnju. V zgradbi zgodbe oz. knjige je tudi kakšen filmski element, ki sem si ga izposodil prav iz filmske teorije. Tako sem si sestavil ogrodje. Potem je prišla pa zgodba ... Glede boleznim vem, da ne morem pametovati, zakaj in kako sem opravil z njo. Lahko pa pišem o odnosu med sabo in hribi na tem ozadju. In morda s tem še komu drugemu, ki ima podobne ali kakšne druge težave, ponudim oporno točko, da se poskuša nekako izvleči iz njih. To ni noben recept, je pa mogoče nakazano, kako lahko nekdo razmišlja.«

*V tvoji knjigi lahko tako beremo o dveh zgodbah iz dveh različnih življenjskih obdobj. O kateri si začel najprej razmišljati? Je bila katera glavni povod za začetek pisanja?*

»No, obe sta nekako povezani. Odprava na Peak 41 je bila izredno lepa; pa ne samo zato, ker smo prišli na vrh. Tako dobro smo se razumeli, kot nisem doživel na nobeni odpravi prej in pozneje. Navzoč je bil moštveni duh in res je bilo super. Kar prav mi je prišlo, da sem lahko pisal o nečem takšnem.

Zgodba o bolezni pa se je vključila iz že omenjenega razloga – da bi prikazal ljudem možnost drugačnega razmišljanja. Kaj je bilo prej, je težko reči. Obe zamisli sta bili v zraku, dokler nista potem kar naenkrat padli skupaj. Dejstvo je, da o bolezni ne bi mogel pisati, če ne bi bilo hribov. Ko sem bil na tej odpravi, sem veliko premišljeval (za to imaš na odpravah po navadi res dosti časa) in se kar nekajkrat spomnil na boazen. Po koncu odprave je sicer preteklo še nekaj časa, kakšno leto, nato pa se mi je vse sestavilo.«

*Tvoje ime postaja ob pomoči fotografije, alpinizma in pisanja vse bolj prepoznavno – kot blagovna znamka, o kateri prav tako pišeš v magistrskem delu. Je prišlo to spontano ali je del načrta, da si ustvariš svojo lastno znamko?*

»Ha (smeh), to je res. Sicer sem načelno človek, ki mu ni kaj dosti do tega, da bi imel svojo blagovno znamko. Ampak glede na to, da sem svobodnjak, freelancer, da si sam »rihtam posle«, mi to seveda koristi. Hočeš nočeš sem v to prisiljen. Če v nekem okolju nisi navzoč, te preprosto ni in pozabijo nate. Sam s tem niti nimam težav, če pa od tega tudi živim in s tem preživljam še svojo družino, prepoznavnost koristi. Če seveda ni samo podoba, temveč je v njej tudi vsebina.

Se mi pa zdi zanimivo, da je ta moja »blagovna znamka« prišla tudi čez meje. Nedolgo po zagovoru magisterija sem že dobil povezavo z Anglijo – tam se lotevajo neke raziskave o promociji vrednot gornišva in alpinizma ter o tem, kako jih predstaviti širši javnosti. Potem je prišlo še nekaj od revije Alp. Tako sem naenkrat ugotovil, da prepoznavnost, ki temelji na delu in vsebini – tudi če se ne ukvarjaš načrtno z njo –, kar pride naokoli. In če vidijo, da imaš kaj pametnega povedati, se ti pač dobro zdi, rad sodeluješ. S tem pa se moja blagovna znamka še bolj krepi in širi (*smeh*). Da bi to počel samo zaradi svoje podobe oziroma da bi bilo moje ime znano – ali kot pravijo onstran Kolpe, da bi bil »čujen potom što sam poznat« –, tega pa nikoli nisem počel in upam, da tudi ne bom.«

Dobro blago se samo hvali, pravi znani slovenski rek, in Urbanovo delo je še en dokaz za to. Če vas zanima, zakaj, vzemite v roke njegovo knjigo **Na beli steni** ali vsaj kliknite na njegovo spletno stran [www.urbanglob.com](http://www.urbanglob.com). ◦

## Pesem o kondorju

(Brojanov raz v Stenarju s Sandijem Blažino)

*Pred davnimi sva leti navezala  
se s Sandijem pod Brojanovim razom;  
presrečen z nejevernim sem obrazom  
ga gledal, ko mu noga je plesala.*

*Saj to ni on, to je baletka prava,  
kot divji gams je plesal po skalovju;  
očaran sem ga gledal in v drobovju  
kar stiskalo me je – to je zabava.*

*Ponosen bil sem, da me vzel je s sabo,  
saj končno to navadni niso griči  
in plezarija z njim ne gre v pozabo.*

*Učitelj res njegov je bil Comici,  
to vedel sem, še predno sva vstopila,  
še predno roka mu je klin zabila.*

Zvonko Čemažar

## Urnik obratovanja krožne kabinske žičnice julija in avgusta 2008


### iz Bovca na Kanin:

ob 7:00, 8:00, 9:00, 10:00, 11:00, 12:00, 13:00, 14:00, 15:00, 16:00

### s Kanina v dolino :

ob 8:00, 9:00, 10:00, 11:00, 12:00, 13:00, 14:00, 15:00, 16:00

**zadnja vožnja ob 17:00**



Neobvezno prisluhnite  
neobveznemu programu  
na eni od treh frekvenc,  
ali preko spleta:  
Ljubljana: 103,3 MHz  
Notranjska: 104,1 MHz  
Gorenjska: 107,4 MHz  
[www.radiodur.si](http://www.radiodur.si)