

BORUT LIKAR
STARA CESTA 25
8351 STRAŽA

OBČINA STRAŽA	
PREJETO: 11.6.2012	Sig. znak: 1
Št. dob. pošte: 1953/2012	Št. prilog: /
Št. zadeve: 00700-7/2012	
V seznamitov:	Vrednost:

OBČINA STRAŽA
Ulica talcev 7
8351 STRAŽA

Spoštovani!

Občinski svet Občine Straža je na 14. redni seji dne 24. 05. 2012 obravnaval predlog Odloka o blagovni znamki Občine Straža in v zvezi s tem sprejel sklep, da se pred drugo obravnavo odloka opravi javna obravnava blagovne znamke z javno razpravo.

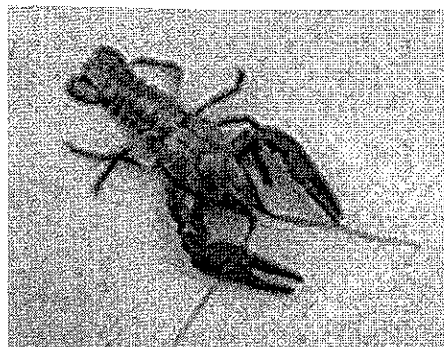
Odlok o blagovni znamki Občine Straža določa blagovno znamko Občine Straža, ki je nadgradnja in dodana vrednost ponudbe storitev in simbol prepoznavnosti občine. Določa izhodišča blagovne znamke, ki so: napis Straža, podoba človeške ribice in slogan: »Kraj topline, zelenja in modrine«. Predlog osnovne upodobitve blagovne znamke je tudi že podan. Sicer pa se bo določil v Priročniku o blagovni znamki Občine Straža

V roku določenem za javno obravnavo dajem pisno pripombo oziroma pobudo.

Z blagovno znamko želi občina povečati svojo prepoznavnost. Menim, da človeška ribica ne more doseči želene prepoznavnosti občine, pa če tudi se na območju občine pojavlja. Pojav človeške ribice je na obrobju kraškega sveta prisoten tudi v drugih občinah Dolenjske in Bele krajine. Sicer pa sleherni, ko sliši »človeška ribica« pomisli na Postojnsko jamo, ki tradicijo človeške ribice goji že desetletja. Z njo pa so se prav tam srečevali na milijone turistov iz vsega sveta. Človeška ribica je za prepoznavnost kraja dejansko že izkoriščena, čeprav formalna prepoznavna Postojnske jame s človeško ribico ni zaščiten.

Predlagam, da se v blagovni znamki človeško ribico nadomesti z **rakom Jelševcem**.

Potočni rak ali Jelševc (*Astacus astacus* ali *Potamobius astacus*), ki mu pravimo tudi plemeniti rak, je prebivalec mirnih, čistih, malo toplejših vodotokov z mehкими bregovi.



Svoj predlog utemeljujem:

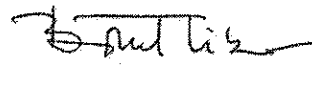
1. Rak Jelševca je bil prebivalec reke Krke
2. Rak simbolizira čisto in zdravo okolje, saj je zaradi nekontroliranega posega v naravo in onesnaževanje moral skoraj povsem izumreti
3. Raka se logično povezuje s predlaganim sloganom: »Kraj topline, zelenja in modrine«
4. Raka Jelševca in drugih vrst potočnih rakov je še vedno moč izslediti v mirnih vodotokih na območju občine
5. Z rakom kot prehrana se je v zgodovini Straža prepoznavala v Ljubljani in celo Dunaju. Za mnoge krajanje doline Krke, še posebno pa za Stražane (Jože Dular), je rak predstavljal pomemben vir preživljanja
6. Dolina reke Krke, v območju, ki ga zajema občina, je v povezavi »Krka – Jelševca« omenjena v številnih zgodovinskih in drugih publikacijah
7. Je v neposredni povezavi z reko Krko, ki je že uporabljena v simbolih občine (grb, zastava)
8. Z rakom se navezujemo na reko Krko. Krka pa je in bo tudi v prihodnje za kraj pomenila veliko. Mlini, žage, ribolov, čolnarjenje, ipd. so dejavnosti, ki identificirajo občino in nudijo podlago za turistično dejavnost.
9. Za raka ni potrebna posebna ureditev mikro lokacije za njegov ogled, kar bi bilo potrebno za človeško ribico. Strategija razvoja občine bi morala temeljiti na ohranjanju podeželskega videza in naravnega, čistega okolja, kar pomeni ustvarjanje pogojev, da se rak Jelševca ponovno bolj pojavi v Krki. To je najbolj otipljivo sporočilo v kakem okolju živimo. Boljše reklame si občine ne more zamisliti. To pa je podlaga za razvoj turizma in razvoja turističnih kapacitet, ki nam jih narava daje.
10. Za promocijo raka in življenja ob reki Krki se lahko uredi v enih od odsluženih mlinov ali žag muzej, ki bi v fotografiji, predmetih in opisih predstavljal zgodovino občine.

Z navedenimi in še drugimi razlogi je povsem logično, da se raka Jelševca uporabi v blagovni znamki.

Večina utemeljitev, ki se jih namenja ob uporabi človeške ribice je uporabnih tudi za raka Jelševca. Glede na pripravljena gradiva o blagovni znamki pa ob zamenjavi tudi ni bistveni posegov in sprememb.

V straži, 10.06.2012

Borut Likar



Razumeti sedanost pomeni poznati preteklost. Oboje pa predvideva prihodnost.

Potočni rak ali Jelševac

Živel v teh krajih

Prepoznavna kraja, doline Krke in reke Krke

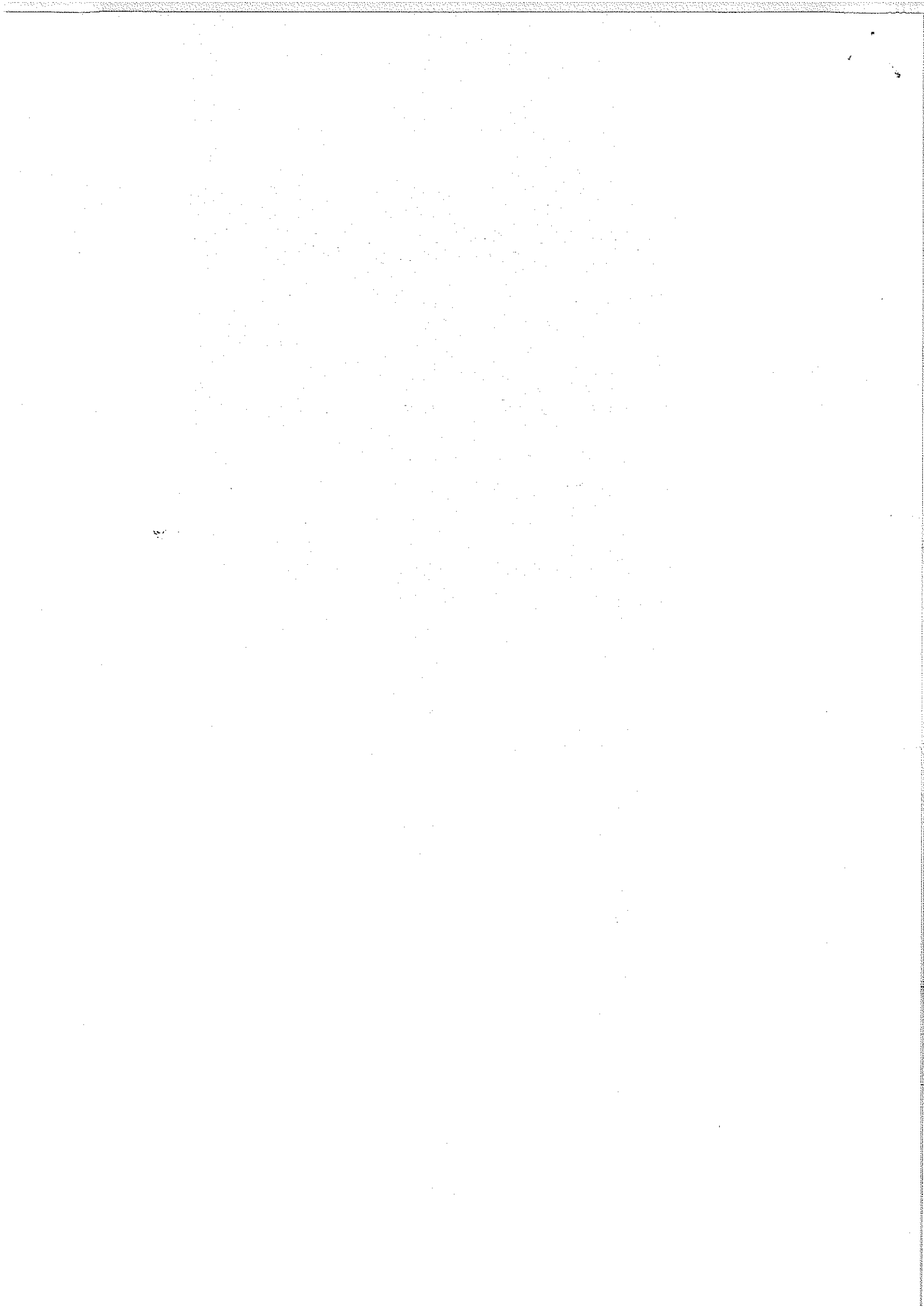
Opominja odnos do narave


Opozarja na naravovarstvene probleme in očuvanja

Dular Jože

Človeška ribica – spominja na Postojnsko jamo in tisti del kraškega sveta. Valvazor

Simbolizirata in sporočata enako



 OBČINA STRAŽA	
PREJETO: 18. 6. 2012	Sig. znak: 1
Št. dok. pošle: 2050/2012	Št. prilog: /
Št. zadeve: 00700-7/2012	
	Vrednost

O predlogu odloka o blagovni znamki Občine Straža.

Ni kaj, lepa likovna rešitev zamisli, da bi tudi naša občina imela blagovno znamko, človeško ribico. Tudi o pripisu, da je Straža kraj topline, zelenja in modrine ne kaže izgubljeni besed. Svet in županstvo občine je treba le podpirati v tem, da bi čim prej prišli do blagovne znamke. Vendar ob tej nameri si je vendarle treba vzeti dovolj časa ne le za premislek, kaj naj blagovna znamka sporoča, pač pa predvsem za to, da je tisto, kar naj bi sporočala, možno tudi javno predstaviti, se pravi promovirati. Namreč, blagovne znamke se ustvarjajo s promocijo, z javnim nastopanjem in seveda tudi trženjem tistega kar neposredno predstavlja ali pa vsaj posredno, recimo, na simbolni način. V omenjenem primeru človeške ribice bi to pomenilo, da bo zdaj zdaj prišlo do njenega razkritja in vključitve v turistično ponudbo straške občine. Turisti bi jo lahko v njenem podzemnem svetu občudovali, ko bi prihajali v naš kraj topline, zelenja in modrine. Se bo to res zgodilo? Je takšna dejanskost že v rojevanju? Ne vem, vem pa, da je naša dolina v zgodovini že imela s čim tržiti in se v svetu predstavljati, promovirati. Dve stoletji nazaj in še več, ali kaj takega, je bila naša ne simbolizirana blagovna znamka rak jevševce. Tja na dunajski dvor so ga vozili v čebrih. Znan je bil po vsem cesarstvu. Jože Dular ga omenja v svoji knjigi Krka umira. Vzela ga je kuga, umazana reka tudi danes ni zanj, čeprav je bilo že veliko storjenega, da se ji vrne čistost. V času socializma je cvetel lesni kombinat Novoles s svojimi izdelki, še posebej s stoli. Njih tržišče je bilo marsikje, zlasti v ZDA. Danes nimamo kaj od tega promovirati. Res škoda, a še ni prepozno, še ni vse zamujeno! Kaj hočem reči. Potrudimo se razviti imenitne tržne produkte. Naravo obrnimo sebi v prid, znanje in izkušnje vprezimo v ta naš potrošniški čas in kaj kmalu se bo od vsega, kar bomo v dolini počeli, porodil simbolni produkt, vreden blagovne znamke.

Z virtualno domišljijo ne bomo prišli do stvarne podobe o naši zemlji, zgoraj in spodaj, niti ne do izdelkov in storitev, ki bi jim lahko nadel simbol posebljanja ali ponazoritve. Torej, vzemimo si čas, in ko bo ta navrgel oprijemljivi plod, tudi do simbola ne bo več daleč. Nenazadnje pa je okolje človeške ribice kraj, kjer kraljujejo hlad, golota in tema. A če bi zares lahko bila naš simbol, kakor kje na krasu, recimo v Postojni s svetovno znano postojnsko jamo, pa ni, bi bil z vsemi desetimi prsti zanj. Dejstvo, da je tudi v naših podzemnih kotanjah, še ni dovolj za sprejem odloka z blagovno znamko tega bitjeca. Simbolno vzeto, Boga je treba vsaj čutiti, če ga že ne moremo videti. Blagovno znamko pa je treba tržiti, mora biti poprej produkt, izdelek, storitev.

Z vsem spoštovanjem!

Franci Šali, Vavta vas 32



OBČINA STPAVA	
PREJETO: 27.6.2012	Sig. znak: 7
Št. doh. pošte: 218312011	Št. prilog: /
Št. zadeve: 00700+7/2012	
V seznanitev:	Vrednost:

ČLOVEŠKA RIBICA V VAVTI VASI

»Da na Baltovskem bojda človeške ribice migetajo« je zapisal že Janez Trdina. Da je to res, dokazujejo mnoge najdbe primerkov človeške ribice v Vavti vas. Če malo pobrskamo po starih Dolenjskih listih, najdemo zapise tudi o tem. Že otroci v Vavti vasi so nekdaj vedeli povedati, da so v votlini pod Zafranovo hišo videli človeško ribico. Tu se v Krko izliva potok Globočec, ponikalnica, ki izgine pod površje kakšen kilometer stran, sredi polja pri »Karlovcu«, nedaleč stran od Kočmanovih. Kadar je močnejše deževje, pa Globočec izbruhne na dan iz jame v Šaljevi (po domače Kafnarjevi) hosti. Po pripovedovanju, naj bi tudi pod Brdavsovo hišo, ki je nasproti Zafranove, kar mrgolelo človeških ribic. O tem je že v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja pripovedoval gospodar Jože Brdavs. Ko so leta 1940 gradili hišo, so že takrat zajeli človeško ribico. Seveda se to ni zgodilo samo enkrat, ampak se je to ponavljalo dokaj pogosto.

Človeško ribico, kot posebnost in znamenitost naše občine, so in še videvajo ljudje, ki jim je narava blizu. Ljudje, ki znajo opazovati, ki postojijo v naravi in se zazrejo v njeno lepoto. Le tako lahko opazimo malo ribico, ali kot jo je poimenoval že Valvasor »zmajev mladič«. Skrivnostna prebivalka kraških jam, ki nosi ime človeška ribica, močeril ali znanstveno proteus, ne živi samo v Postojnski jami, ampak tudi v jamah dolenjskega krasa.

Leta 1761 je Steinberk v Temeljitem poročilu o Cerkniškem jezeru zapisal, da so se pojavile v narasli vodi Unca doslej neznane, čudne živali. Njih pedenj dolgo telo je pokrito s kožo, belo kot sneg in ima zelo dolg rep. Vsaka teh čudnih zverinic ima štiri noge in ko jih vržeš v čoln »začno vpiti in cviliti.« Čudna »ribica,« nekdanji Valvasorjev zmajček, pol riba pol kuščar, prebivalka kraškega podzemlja, bi nemara spet padla v pozabo, da je ni odrešil učeni naravoslovec Scopoli, ki je takrat živel v Ljubljani. Iz okolice Stične so mu kmetje prinesli žive močerile, ki jih je bruhnila voda na dan. Scopoli je takoj sprevidel, da ima pred seboj neznano, nad vse zanimivo živalsko bitje. Hitro je razposlal svojim prijateljem novo odkrito kranjsko čudo. Dr. Laurent je 1768 leta »zmajčka« krstil z imenom proteus anginius – človeška ribica, močeril. Prvi res strokovni opis človeške ribice je podal leta 1772 Scopoli. Na Dunaju je Karel Schreibers po naključju našel čudno neznano žival – našega močerila. Takoj je navezal stik z baronom Žigo Zoisom, ki mu je poslal primerke močerilov. Schreibers je z risbami človeške ribice potoval v Pariz in London. Povabili so ga, naj opiše človeško ribico v spisih Kraljevske družbe znanosti. Tako je ta skromna prebivalka naših kraških jam, ki živi v hladni podzemski duplini, dobila svoj opis v angleškem jeziku opremljen s krasnimi bakrorezi.

Glede na opisana dejstva, menim, da smo lahko ponosni, da imamo v svoji občini »zmajčka«, ki je svetovno znan. Prav zato, je lahko upodobljena na naši blagovni znamki. Njena podoba vsebuje več simbolov kot so izjemnost, skromnost, povezanost, prilagoditev in še bi lahko naštevali. Če pogledamo barve našega slogana, modrina, toplina, zelenje, pa je človeška ribica povezovalni element vseh treh.

M.M.

