

Stanko Antić

PRILOG KONCEPCIJI ATRAKTIVNIJEG TURIZMA U SELCU

1. UVOD

Selce je primorsko, danas izrazito turističko naselje smješteno na obali Vinodolskog kanala u sjevernom dijelu Jadranskog mora između gradova Crikvenice i Novog Vinodolskog, čiju katastarsku općinu čini oko 12 km² prostora i to oko 6 km po dužini obale i 2 km po dubini preko primorskog bila koje razdvaja obalno područje i vinodolsku kotlinu.

Čini ga urbana sredina koja je formirana oko Selačke drage na prostoru između Slane i Dražica, omeđena sa sjeveroistoka magistralom. U užem dijelu tog prostora stara je povijesna jezgra koju su prvotno činili zaseoci Selce, Metlina i Brdo¹, nastali kao posjedi vinodolske vlastele. Naselje se formiralo približno današnjem, tj. kao jedinstveno naselje, krajem 19. stoljeća. Ta je urbana sredina bitno promijenjena u 20. stoljeću uređivanjem prostora za potrebe turizma. U drugoj polovini 20. stoljeća bila je vrlo intenzivna gradnja novih kuća i preuređivanje starih te je temeljno promijenjena stara selačka graditeljska situacija.² Sva je gradnja bila povezana za turizam (gradnja hotela i drugih ugostiteljskih objekata, gradnja i preuređenje obiteljskih kuća primjereno potrebama unajmljivanja, preuređenje i gradnja vikendica).

¹ Prvotno su se hrvatske obitelji naselile na Brdu (zaselak, orijentacijski od današnje brljanske štirne prema Zakloštru) i na Metlini (Resina, Metlina, Dranče), a potom i na plodne Njivice i Dolac, što će biti zametak zaseoku Selce koji će se formirati uz obalu od Knežine do selačke punte, sa središtem na Placi, gdje će se razviti trgovina, pomorstvo, brodogradnja...

² Povijesni razvoj naselja može se pratiti u nekoliko faza:

- najstarija: nastajanje triju zaselaka;
- druga: povezivanje zaselaka u jedinstveno naselje u 19. stoljeću kada se formira stara selačka jezgra koju zatvara sa zapada crkva sv. Katarine, s istoka Matkino, sa sjevera otprilike današnja Ulica m. Tita, a s juga Podolčić, te krajem stoljeća dobiva zajedničko ime – Selce, ponekad Selce Hrvatsko ili Hrvatsko Selce, a u to će vrijeme Selce dobiti i školu i čitaonicu (s knjižnicom) te sadašnju crkvu sv. Katarine;
- treća: u prvoj polovici 20. stoljeća kad se formira šetališni put prema Slanoj i uz cestu prema Knežini, oko kojih će se graditi kuće s turističkim obilježjem, razvijati kupalište, graditi obala i razviti pristanište, formirati Placa i izgraditi magistrala (zaobilaznica);
- četvrta faza: u drugoj polovici 20. stoljeća kad se formira današnje naselje kojeg sa zapada zatvara granična crta prema Crikvenici, s istoka Rtić, sa sjevera magistrala s tendencijom prema
- petoj fazi: izgradnja naselja iznad magistrale te planovi za širenje iza Rtića (Jesenova).

Danas je tu oko 1100 kuća od kojih su pola kuće za odmor (vikendice), a skoro su sve nove ili radikalno preuređene.

Sve selačke ceste, ulice i uličice (ukupne dužine preko 12 km) vode okomito na morsku obalu, a samo je nova Ulica maršala Tita (duga 1400 m) paralelna s morskom obalom i spaja sve selačke prometnice. Središnja prometnica (Knežina, Ulica E. Antića i Ulica M. Jeličića s dijelom Matkina, u dužini skoro 2 km) prolazi kroz samo naselje i spaja se na Jadransku magistralu kao zaobilaznica. Nastala je većim dijelom prije pojave automobila ili kad je dnevno kroz Selce prošao tek po koji automobil. Danas njome prometuju deseci tisuća automobila dnevno. Magistrala (pošto se naselje već širi iznad nje, za sada na lokaciji Studenčić) postaje gradskom cestom, ulicom. Razmatra se izgradnja nove međugradske ceste preko gornjeg predjela primorskog bila, iznad naselja, a po jednoj varijanti još više po bilu planira se trasa buduće jadransko-jonske magistrale.

U Selcu živi nešto manje od 2000 stalnih žitelja, većinom starosjedilaca, ali ima i pri-došlica. Nešto je i stalnijih "vikendaša", obično starijih osoba, ali nemaju stalno prebivalište. U ljetnim mjesecima bilježi se umnažanje ljudstva za šest, ponekad u vrhu sezone i osam puta.

Kakvi će biti daljnji trendovi?

2. OGRANIČENJA U RAZVOJU

Dakle, Selce je krajem 20. stoljeća doseglo visoku razinu razvoja kako u pogledu prostora (formirano je naselje sa svim svojim urbanističkim značajkama), tako i razvoja gospodarstva-turizma (registrirani prihvatni kapacitet prelazi 10.000 gostiju dnevno, a ukupni stvarni i do petnaest tisuća). Promatrajući zbivanja u zadnjih desetak godina zaključuje se da je na toj razvojnoj liniji nastao zastoj koji se na grafičkoj projekciji može predočiti kao plato (stanka), i koju se otvara mnoge dileme o mogućim opcijama daljnjeg razvoja.

Iako se u zadnjih stotinjak godina bitno promijenila vizualna slika (panorama), ostalo je nekoliko znakovitih obilježja iz 19. stoljeća: selačka crkva svete Katarine sa zvonikom koji se nadaleko vidi; Selačka draga s rivom, Placom³, paladom, prezama, starom školom, "polaćom", "točem", "školjićem"; "štirna" na Metlini i na Brdu, (srušena Jama), Harmica, Zrinski, uske ulice ("klančiči"), koje redovno idu u pravcu more-brijeg.

Ta slika jedva skriva i mnoge pogreške u organizaciji i upravljanju prostorom izazvane ponajviše koncepcijom masovnog turizma i turističke eksplozije poslije sedamdesetih godina 20. stoljeća. To se sada nameće kao ograničenja u daljnjem razvoju.

Analize pokazuju da se radi o dvije velike skupine ograničenja, a to su:

- 1) *globalna situacija* (eksterne smetnje) koja se može podijeliti u dvije podskupine:

³ Središnji dio naselja čini Placa koja je formirana na pitomom dijelu Drage, prikladne za brodove i pomorski promet, počam od 16. stoljeća kad su Frankopani i Zrinski ovdje uredili vrlo živu trgovinsku aktivnost. Danas je od starih objekata, koje su podigli Zrinski, na Placi još samo Harmica i kuća Zrinski (nekad magazin, kasnije hotel, a u novije vrijeme slovensko odmaralište). Mali magazin, plovanija i drugi objekti porušeni su ili znatno preuređeni.

- a) promjene turističke potražnje na svjetskom tržištu koje su započele već osamdesetih godina, a koje turizam u nas, pa i u Selcu, nije prepoznao i nije im se dovoljno brzo, snažno i temeljito prilagođavao;
 - b) promjene u političkoj i gospodarskoj situaciji u Hrvatskoj u zadnjih desetak godina koje su utjecale na smanjenje pritoka gostiju i pogoršanje ukupne gospodarske situacije u turističkoj djelatnosti.
- 2) *unutarnja situacija* u samom Selcu ili interne smetnje koje se mogu podijeliti opet u nekoliko skupina:
- a) prirodna i urbanistička situacija, ukratko prostor koji je intenzivnom turističkom izgradnjom i s mnogo pogrešaka u pogledu artikulacije prostora, gradnje novih i preuređenja starih kuća, doveden do prenapučenosti, preangažiranosti, prevelike “potrošnje” te se unutar njega malo što može promijeniti na bolje;
 - b) gospodarstvo je monokulturalno – samo s ugostiteljstvom i trgovinom, a pošto je sezonskog karaktera i zamre izvan glavne sezone, to su kapaciteti i radna snaga angažirani samo manji dio godine;
 - c) turizam djeluje po maksimi masovnosti – glavni pokazatelj kapaciteta je broj kreveta, a ostvarenja broj noćenja;⁴
 - d) turističku ponudu uglavnom čini noćenje i kupanje (te obilata ugostiteljska ponuda, ponekad niske kvalitete) što zadovoljava goste niske potrošne moći i malih turističkih zahtjeva pa su tome prilagođeni svi resursi – interni i eksterni.

3. TEMELJNA DILEMA I PRAVCI RAZVOJA

Selce je prema tome pred dilemom – održati se u toj situaciji pa i dalje propadati ili tražiti promjene. Naravno, jedino se može prihvatiti promjene. Smatramo da se one mogu ostvariti u ovim pravcima:

- a) dati nove podstreke boljem gospodarenju prostorom i otvaranjem novih šansi za njegovo širenje;
- b) inovirati koncepciju turizma koja se može osobito očitovati u sljedećem:
 - razrada i aplikacija novih atrakcija
 - postepeno produžavanje sezone
 - davanje podstreka modernizaciji obiteljskog turizma i manjim pansionima, a hotelske kapacitete bitno preartikulirati, s novim atrakcijama
 - otvoriti se prema široj destinaciji, posebno istočnoj obali Krka, zaobalju i gorskom području
 - prakticirati modernu promidžbu koristeći medije kao što su Internet i slične mreže

⁴ Tipični pokazatelj masovnog turizma je prenatrpana plaža, na kojoj se teško nađe mjesto za prostirku, čest prizor ručkova na plaži (komad kruha, rajčice i paprike, konzerve ili neke jeftine salame, slanine, domaćeg pršuta i velike flaše mineralne, a za djecu koka-kole), štandovi jeftine robe na atraktivnim javnim mjestima, zakrčene ulice parkiranim automobilima...

- voditi većoj profitabilnosti⁵
 - osiguravati nove profile kadrova i raditi na edukaciji pučanstva
 - osiguravati veću ekološku ravnotežu
 - mijenjati vidljivi imidž mjesta;
- c) uspostaviti takvu unutrašnju organizaciju života i gospodarenja u kojoj će se na temelju participacije svih Selčana – kroz lokalnu samoupravu, turističku zajednicu, građanske udruge, političke organizacije i osobno angažiranje – upravljati razvojem.

Prihvaćajući se te alternative, može se osmisliti i planirati budući razvoj. On će se temeljiti na ravnoteži ograničenja i opredjeljenja o pravcima razvoja. Drugim riječima, razvoj je u mnogome ograničen, ali ta ograničenja nisu apsolutna. Moguće ih je pomaknuti, ali obazrivo kako se ne bi produžavala stara praksa ekološkog debalansa.

U Selcu postoje mogućnosti da se granice pomiču šire. Kako?

To se može postići:

- a) preuređenjem postojećeg prostora, njegovim boljim korištenjem (paradigma: biti u staroj jezgri);
- b) proširivanjem prostora (paradigma: biti proširen prema sjeveru i/ili istoku) u jednom ili oba pravca:
 - prijelaz preko magistrale, tj. širenje naselja na Gornji kraj iznad magistrale prema sjeveru, primorskom bilu, a taj je proces već započeo na lokaciji Studenčić
 - prijelaz preko Rtića (iza područja Slane, prema istoku) proces je već bio započet namjerama preseljenja kampa Selce na područje Povilca, ali je devedesetih godina zastao i stoji;
- c) usvajanjem nove koncepcije turizma, njegovom modernizacijom.

Sve to traži zaokret u koncepciji turizma, njegovo uključivanje u europske trendove čime bi se prevladala sadašnja situacija s kriznim obilježjima, dalo poticaja razvoju i stvorili bolji životni uvjeti žiteljstvu.

4. PROSTOR KAO KLJUČNI PROBLEM

U svoj toj problematici ključni je problem u gospodarenju prostorom pa da bi se moglo tražiti izlaz iz toga, mora se zabilježiti nekoliko detalja. Opći je utisak da je naseljeni prostor (područje između magistrale i mora te granice sa Crikvenicom i Rtića) preiskorišten i prenapučen s više neadekvatnih urbanističkih rješenja.

⁵ Treba težiti razvoju visokoprofitnog turizma koliko god je moguće u našim selačkim prilikama, koji će dovesti do pune zaposlenosti i stvoriti mogućnosti za razvoj alternativnih i komplementarnih djelatnosti u doba izvan glavne sezone kako bi porasla kupovna moć i životni standard žitelja Selca postao kvalitetniji. Sve drugo nije poticajno za Selčane te to od njih ne treba očekivati.

To se ogleda u ovom:

- a) Stara povijesna jezgra narušena je i gotovo već ne postoji, čak i u karakterističnim detaljima stare selačke arhitekture te je Selce izgubilo mnoge značajke po kojima je prepoznavano i što ga je činilo osobitim;
- b) Prometnice su zagušene jer se nije striktno vodilo računa o njihovoj mreži i propusnosti pa su čak i nove ulice preuske, bez parkirališnog prostora, a glavna prometnica ostala je onakvom kakva je formirana još prije pojave automobila;
- c) Lučki kapaciteti također su nedostadni, nedovoljno uređeni i “bez gospodara” te nema mogućnosti da turisti privežu svoje plovne objekte a kamo li da se razvija jahting turizam;
- d) Kupališni prostor je prezasićen jer na svaki metar kupališnog prostora dolazi tri do pet turista u glavnoj sezoni (što prelazi nekoliko puta europske standarde), malo je kupališnog prostora za malu djecu, a kupališni prostori nedovoljno su zaštićeni od motornih plovniha objekata;
- e) Osim toga, kupališni prostor je samo djelomično uređen s potrebnim sanitarnim uslugama, a more je u neke dane prljavo (strujanje mora i pravac vjetrova donose prljavštinu);
- f) Prostora za sport i rekreaciju nema ili je vrlo nedostatan, a neiskorišteni su i elementarni uvjeti za zdravstveni turizam (osim nekoliko privatnih inicijativa kao što su “Terme” koje potvrđuju tezu o velikim resursima za zdravstveni turizam), nema dovoljno prostora za dječju igru.
- g) Kvalitetni prostori za hotelski i obiteljski turizam iskorišteni su s kućama za odmor, a u novije vrijeme i tzv. apartmanskim izgradnjom;
- h) Središte Selca, glavni trg, poznat kao Placa, gubi svoja obilježja, a neki objekti na njemu posve su mu neprimjereni (odmaralište u nekadašnjem Zrinskom, kućica telefonske centrale u parku Zrinskih, parkirališta na placu i sl.);
- i) Neki su nazivi ulica anakronični (Partizanska, Omladinska...), a povijesni lokaliteti su neoznačeni i devastirani (“štirna” na početku Metline...);
- j) Šetališni putovi (prema Slanoj i prema Crikvenici) prepuni su parkiranih automobila, a šetači su ugroženi prometom, osobito neobazrivi vozači.

Postoji mogućnost širenja prostora u tri pravca:

- 1) Revitalizacija starog naselja
Unutar postojećeg prostora nema više mogućnosti da se izgrade novi turistički kapaciteti, već se mora misliti kako ga bolje iskoristiti za kvalitetniji turizam i za bolje uvjete života mještana. To se može ostvariti, između ostalog, ovim mjerama:
 - preseliti autokamp Selce istočno od Slane te na tom prostoru i području zapadno od njega u arealu selačke punte urediti sportske terene (ali ukloniti sadašnje barake na području bivše vile Odilon);
 - prenamijeniti područje Slane za kvalitetni turizam s malom marinom;

- preurediti i proširiti lučki prostor i stvoriti mogućnost za nove turističke komercijalne vezove;
 - osigurati da se more u selačkom obalnom pojasu ne zagađuje bilo kojim izvorom i vrstom onečišćenja;
 - urediti kupališne prostore ekološki primjereno;
 - preurediti prometnice⁶ i proširiti parkirališni prostor;
 - promišljeno revitalizirati selačku Placu kao središte Selca, najatraktivniju lokaciju, povijesno vrlo znakovitu i skoro jedino još očuvanu;
 - označiti povijesne lokalitete (osim na hrvatskom još barem na jednom jeziku i za sve njih pripremiti vodič na više jezika), organizirati povijesne dane, urediti mjesni muzej, ulicama dati odgovarajuće nazive, najbolje stare;
 - okućnicama (estetika naselja) posvetiti više pažnje⁷;
 - zaustaviti gradnju visokih objekata i glomaznih građevina u staroj jezgri itd.
- 2) Širenje prema gornjem kraju
- Prijelaz preko magistrale (nazovimo to Gornjim krajem) započeo je na prostoru Studenčić koji je bio i prostorno isplaniran. Pritom se javljaju opravdana strahovanja:
- a) da će doći do daljnjeg opterećivanja kupališnog prostora
 - b) da će se graditi vikend i apartmansko naselje izvan temeljne turističke koncepcije kao nakarada i "slijepo crijevo"
 - c) da će nastati novi prometni problemi itd.

Ta strahovanja imaju istinsko opravdanje i iskustvena su. Zato je poželjno razviti novu razvojnu koncepciju po kojoj bi se taj novi, sjeverni dio naselja od početka integrirao u naselje, s njim činio cjelinu, a prednost dala zgradama za obiteljski turizam, tj. stambenim kućama s kapacitetima za turističku ponudu. Od početka u novom naselju valja urediti modernu estetiku,

⁶ Prilaz magistrali (na sva tri čvorišta) nije dobro reguliran i opasan te se to mora smatrati prioritetom u uređenju glavnih prometnica. Obalni put prema Slanoj treba posve zatvoriti, a ostaviti samo mogućnost korištenja za pristup i dopremu roba u određene sate. Obalnu cestu prema Crikvenici u ljetnim mjesecima treba također zatvoriti, a pristup obalnim kućama otvoriti s magistrale.

⁷ Poželjna je promjena u **estetici** naselja što podrazumijeva uređenje fasada nekih kuća, okućnica i vrtova, cvjetnih balkona i terasa, ograda i prilaza, zatim javnih zelenih površina, izloga i reklama, izgleda lokala osobito njihovih vanjskih površina, natpisa ulica, cestovnih oznaka itd. Neke građevine i u samom središtu, na obalnom putu i drugim mjestima prava su nakarada jer već godinama stoje nedovršene fasade i okolina. Ima još uvijek zgrada u ruševnom stanju (primjerice iza "štirne" na početku Metline, ali to nije jedina). Inače, treba priznati da su nove selačke ulice vrlo estetski uređene, s parkovima i cvjetnjacima oko kuća, ponajviše zaslugom nekadašnje Mjesne zajednice i Turističke zajednice, njihovih strogih kriterija i naputaka za graditelje, ali i brige samih vlasnika. Neki od njih natječu se da najljepše urede okolinu svoje kuće, a možda bi ih se više na to trebalo poticati na prikladan način. Estetiku naselja kao visoko turistički kvalitetne destinacije narušavaju ulične trgovine i tezge – kako one na Placi, tako i na obalnom putu prema punti, te zanemareni prostori u Bazenima, devastiran park Zrinjevac, neuređen objekt stare "štirne" na Metlini i na Brdu, neuređeno kupalište na Podnjivicama (od Polaze prema bazenima), barake na prostoru bivše vile Odilon i sl.

a sve u njemu treba tako artikulirati da odiše živošću, a ne da zamre van sezone i pretvori se u avetinski grad.

3) Širenje prema Jesenovi

Prijelaz preko Rtića (područje Jesenove nazovimo tako taj dio Selca) već je bio započeo u planovima seljenja autokampa Selce, ali je zaustavljen. Planovima Sjeverni Jadran koncepcija tog prostora zamišljena je i planovi utemeljeni na već zastarjelim motrištima velikih hotelskih naselja za masovni turizam. Od toga treba odustati i iznova valorizirati prostor te se usmjeriti na moderna rješenja.



Areal Jesenove

Obala na tom predjelu duga je sa selačke strane oko 3,5 km, a do magistrale je oko 700 m. Kosina je to koja se blago spušta s oko 60 m nadmorske visine kod magistrale do dražica odnosno, strmih litica na moru. Brežuljkasta je, bez strmina. Obrasla je gustim bjelogoričnim raslinjem, najviše hrastićima, jasenom, grabom, ponegdje i borićima. Nekad je veći dio obrađivan, ali je već prije Prvog svjetskog rata sve zapušteno i ostavljeno prirodnoj regeneraciji.

Središnjicom toga dijela naselja bit će vjerojatno Ulica Jesenova – od Perijine drage, preko Podola i Lončarova do Jesenove i Borinja, kasnije i dalje. Na nju će se dograđivati prilazni putovi na magistralu sa sjeverne strane i prema obali koji će ju povezivati sa obalnom šetnicom.

Uz obalu planira se šetnica produžavanjem puta preko Rtića sve do Jesenove, Slanice, rta Tokaj, Dubokog, do Zagora i Bribirske obale u Novom Vinodolskom kao dio primorske šetnice⁸. Uz nju bi se dobila nova kupališta od kojih veći dio treba zaštititi kao prirodna. I

⁸ Vidi poseban prilog o toj šetnici u ovom broju Zbornika.

tu se može ugraditi sadržaje koji će biti atraktivni, ali pod uvjetom da se ne naruši ekološka ravnoteža i ne izgube prirodne draži.

U uvalama i dražicama kao što su Povilac, Lug, Jesenova, Borinj, Slanica i Duboki već su ranije planirane šljunčane plaže, a ostali prostor da se dijelom sačuva u svojoj divljini, a dijelom uredi s terasastim plažama, umjetnim dražicama, otočićima, molićima itd.

Tu nema prostora za velike lučke kapacitete, nego se u Jesenovi i Slanici može urediti obala s lučkim vezovima za čamce.

Na području Jesenove s lijeve ili desne strane blage kotline koja se spušta od Lokve (prijevoj prema Vinodolu) može se predvidjeti izgradnja manjih hotela, a ostali prostor rezervirati za prateće turističke resurse i obiteljsku stambenu izgradnju (orijentiranu na turizam).

Areal Rtića i Lišina treba ostaviti kao zeleni pojas. Autokamp preseliti na područje Povilca – sve do magistrale. Obalom isključiti promet (rezervirati samo za pješački put), a između obalnog puta i Ulice Jesenova izgraditi prilazne putove.

Prirodni ambijent ovog areala valja očuvati te svaka intervencija u njemu mora biti pod kontrolom kako ne bi došlo do narušavanja ekologije prostora i kako se ne bi učinile pogreške koje će kasnije biti nemoguće popravljati.

To se može izvesti u nekoliko koraka:

1. *U prvom koraku* odrediti osnovnu koncepciju, isplanirati prostor i odrediti mu namjene⁹.
2. *U drugom koraku* izgraditi Ulicu Jesenova i nekoliko poprečnih ulica prema magistrali i šetnici,
3. *U trećem koraku* ostvarili bi se ovi planovi:
 - preseljenje autokampova Selce i Slana, možda bi se otvorilo još koji, ali ne prevelikih kapaciteta da se ne učini nova pogreška s velikom koncentracijom turista;
 - izgradnja komunalija te postepena izgradnja stambenih i turističkih objekata, dodavanje nužnih gradskih sadržaja itd;
 - izgradnja šetnice uz obalu s kupališnim prostorima i potrebnom infrastrukturom uz šetnicu.

Bilo bi preporučljivo utvrditi neke standarde artikulacije prostora u Gornjem kraju i Jesenovi tako da se u narednih pedeset godina može izgraditi samo ograničeni broj objekata, a ostali prostor sačuvati za nove generacije (nemamo pravo zakinuti ih u mogućnosti da sami grade i nastave tamo gdje su stariji stali). Zatim, objekti ne bi smjeli biti veći od katnice, a svaki objekt bi trebalo smjestiti u krajolik tako da ga ne narušava. U prostoru iznad i ispod magistrale ti bi standardi morali voditi računa i o saturaciji, tj. koliko selačka obala može prihvatiti kupaca i ponuditi im kvalitetne usluge na obali.

⁹ To će tražiti novi urbanistički plan predjela Jesenove čemu treba prethoditi odluka o odustajanju od primjene plana Sjeverni Jadran za područje Jesenove.

5. PROMJENE U TURISTIČKOJ KONCEPCIJI

Druga aksioma razvoja Selca temelji se na paradigmi “biti moderan” ili “biti u trendu” ili “usvojiti novu koncepciju”.

Šanse za razvoj ima ona turistička sredina koja prepoznaje moderni, europski trend, brzo mu se prilagođava i prema njemu djeluje. Selce je od kraja 19. stoljeća bilo u samom središtu tog trenda, ali je krajem 20. stoljeća počelo od njega zaostajati, teško mu se prilagođavalo, nije pratilo njegove nove zahtjeve i izazove. To je lako razumjeti jer je ranije stvorena materijalna, organizacijska i kadrovska osnova masovnog turizma pa je prijelaz na novu turističku koncepciju otežan, opterećen stanjem. Ta stanka, sporiji rast ili regresija (različite su prosudbe) traje najmanje dva desetljeća. Od brzine kojom će se krenuti u promjene ovisi kako će se Selce dalje razvijati, hoće li zaostajati za trendom ili mu se brzo prilagoditi i ući u trend.

Smatramo da se to može ostvariti u tri temeljna programa:

- a) atraktivnijom ponudom;
- b) produžavanjem sezone i
- c) preusmjeravanje turističkih kapaciteta afirmacijom pansionskog i obiteljskog turizma.

a) Atraktivnija ponuda – novi trendovi potražnje

Na europskom prostoru, koji nas najviše zanima, u trendu su promjene u turističkoj potražnji jer ljude na tom prostoru, koji su kupovno sve jači i imaju proširenije potrebe, ne zanima više samo “krevet” i “komadić kupališnog prostora”: to je izgubilo svoju atraktivnost čak i za naše ljude (zašto bi inače masovno odlazili u inozemstvo).¹⁰

Bitan termin nove turističke koncepcije je “atrakcija” (ono što privlači, velika zanimljivost), od čega je nastao i pridjev “atraktivan” (ono što privlači druge, što je drugima zanimljivo, privlačno, zabavno). Kao što je napisano prethodno, krevet i komadić prenapučenih plaža nije više dostatno europskim gostima. Oni traže više, raznovrsnije, zanimljivije, privlačnije. Ponuditi gostu što raznovrsniji, atraktivniji program boravka glavna je aksioma modernog turističkog trenda te Selce nema drugog izbora nego ga slijediti.

Radi toga potrebno je (kako u svakom pojedinom mjestu, tako i u širem prostoru crkveničko-vinodolske destinacije) popisati, opisati, obilježiti atrakcije koje se nudi turistima. Radi toga treba izraditi:

¹⁰ Naravno, uočavamo da našoj široj destinaciji naginju dvije velike grupacije gostiju iz Europe: jedni visoke kupovne moći i velikih zahtjeva u pogledu turističkih usluga, a najvećim dijelom pripadaju europskom zapadu i sjeverozapadu i drugi, manjih platežnih moći, niže potražnje, nerazvijenih turističkih zahtjeva, najvećim dijelom s europskog istoka i sjeveroistoka (masovni turizam). Turizam u našoj zemlji upućen je na obje skupine, ali je do nedavno pretežno bio okrenut ovom drugom (masovni, sindikalni, soc-turizam). Bitan se zaokret očekuje u tom smislu da se privuče prva klijentela, aali da turizam bude dovoljno senzibilan za platežno jače goste s većim potrebama i zahtjevima iz druge skupine te da se ne odbijaju ostali. Za drugu skupinu Selce raspolaže osnovnim resursima, ali je slabih resursa za prvu skupinu te se bitne novosti u modernizaciji koncepcije odnose upravo na stvaranje resursa da se prihvati gost prve skupine. Zato ne treba raditi na daljnjem širenju kapaciteta za masovni turizam, nego akcentirati politiku turizma visoke kvalitete.

- katalog atrakcija (popis, opis, lokacija)
- atlas atrakcija (razmještaj atrakcija u prostoru, set karata)
- kalendar atrakcija (vremensko pojavljivanje atrakcija) i
- obilježiti ih.

Koje skupine atrakcija Selce može ponuditi? Navedimo neke:

- svoje more, izvanrednu mikroklimu, prekrasni zeleni okoliš, još ne do kraja uništen obalni pojas (pod uvjetom da to privede visokoj kulturi korištenja)¹¹;
- resurse za zdravstveni turizam, rekreaciju i sport pod uvjetom da stvori za to potrebne uvjete ili neke bolje iskoristi;
- kulturno-povijesnu baštinu, pod uvjetom da ju učini dostupnom¹²;
- resurse za aktivnu dokolicu u različitim oblicima kreacije, zabave, samorada itd. pod uvjetom da se u hotelima, domaćinstvima, u Bazenima i drugdje organiziraju takvi sadržaji,
- nove ponude maritimnog turizma pod uvjetom da se stvore resursi kao što su manje lučice, lučki vezovi, lučki servisi, zatim razviju sportovi na vodi itd;
- programi sofisticiranih aktivnosti pod uvjetom da se stvore resursi (kompjutorske radionice, Internet punktovi itd.).

U atraktivnim programima mogu se ponuditi i

- izleti na mjesta pojedinih vjerskih svetišta za vrijemeblagdana¹³;
- izleti na povijesna mjesta i prirodne raritete¹⁴;
- različite radionice, npr. likovnih umjetnosti i kiparstva (iz kamena), različitih ručnih radova i kreacija itd;
- natjecanja – sportska i druga, osobito ako već nisu negdje na drugom mjestu organizirana;

¹¹ Selce, samo naselje i okolina, u svim pravcima, čini izvanredan areal čiji su prirodni elementi izvanredno očuvani – zeleni okoliš Selca je osobitost koja je rijetko gdje tako bogata, ali malo treba da ga požar uništi (srećom, požara ovdje nije bilo, ali zlu ne trebalo...).

¹² Selce turistima ne može ponuditi obilnu povijesno-kulturnu baštinu. Stara ilirska, grčka i rimska kultura uništena je prije doseljavanja prvih hrvatskih obitelji, a oni su samo to dovršili (Papić je zapisao da su posljednji kamenovi iz grčkog kloštra uzidani u "toč"), a ono malo što je ostalo uništeno je kasnije (ispod zgrada na Dolčiću i uz obalni put prema selačkoj punti bilo je nalaza stare kulture, ali su zanemareni). I postojeći objekti ne čuvaju se ("štirna" na početku Metline). Selačka stara građevinska kultura posve je uništena. Od vremena Frankopana i Zrinskih gotovo da nije ostalo ništa, čak ni naziv park Zrinski pa gostima ne možemo govoriti o vremenu Frankopana i Zrinskih kojima uvelike treba zahvaliti za utemeljenje mjesta.

¹³ Primjerice, posjet crkvi sv. Jurja te sv. Fabijana i Sebastijana, proširenje programa blagdana sv. Katarine, zatim uključivanje u izlete u posjet crkvi Majke Božje na Trsatu, svetištu Majke Božje od Krasna, Majke Božje Snježne itd. Vrlo je detaljno razrađena turistička tura tragom Frankopana koja može početi i završavati u Selcu za sve selačke goste.

¹⁴ Posjet Ninu, Baški (Bašćanska ploča), Puli (Arena), zatim Plitvičkim jezerima, slapovima Krke, Zavižanu, vrhu Učke, Bjelolasici, Platku, Postojni...

- karnevalski programi¹⁵, ali prilagođeni kao turističke atrakcije;
- dani iseljenika;¹⁶
- dani posvećeni pojedinim državama;
- dani spomena na Frankopane i Zrinske u Selcu;
- dan posvećen selačkom kroničaru Ivanu Lončariću Papiću (npr. izložba njegove ostavštine) ili Vinku Antiću itd.
- dan sjećanja na osnivanje crkve, škole, čitaonice ili na otvorenje prvog kupališta, a mašti i kreacijama može se pustiti iznalaženje mnoštva ovakvih programa pa je na organizatoru da to probere i odluči se sačiniti dovoljno atraktivan program.

Program atraktivne ponude nije moguće kompletirati dovoljno bogato u granicama Selca, nego s okruženjem (šira destinacija). Zajednički se mogu razraditi, organizirati i nuditi neke atrakcije, npr. veći kulturni programi u Crikvenici i Novom Vinodolskom, bolje korištenje planinskog zaleđa, kulturno-povijesnih spomenika i drugih atrakcija.

U tom smislu ide ponuđeni projekt šetnice od Bakra prema Senju, zatim razvoj agrarnog turizma u zaobalju i gorskom predjelu, proizvodnje zdrave hrane, posebno vinogradarstva u Vinodolu, lovni programi u šumskom području itd.

Paketi, koje se nude turistima, tako bi sadržavali dvije komponente:

- a) mogućnosti smještaja, prehrane i egzistencije gosta za boravka u Selcu;
- b) program atrakcija unutar kojeg će turist birati elemente koji ga zanimaju i odgovaraju njegovim potrebama ovisno i od svojih platežnih sposobnosti.

b) Produžavanje sezone

Turizam u Selcu ne može biti profitabilan, ekonomski opravdan, ukoliko ostane u granicama glavne sezone s nešto malo predsezone i post sezone. Ekonomisti smatraju da se isplativost velikih turističkih resursa može postići samo sa 100% angažiranosti glavne sezone, 60% pred i post-sezone i 40% ostalih dijelova godine, što bi moglo produžiti sezonu na 140 do 160 dana godišnje i duže.

To je moguće ako se aktiviraju ovi programi:

- zdravstvenog turizma (poput sadašnjih “Terma” u Selcu);
- sportskog i drugih oblika rekreativnog turizma, programi za starije osobe, programi za djecu predškolske dobi, neki oblici kongresnog turizma i sl;
- aktivnog kulturnog stvaranja (umjetnički ateljei i radionice i sl.)¹⁷;

¹⁵ Koji u Selcu imaju tradiciju, kao i u ostalim primorskim mjestima.

¹⁶ Kada bi se u mjestu našli selački iseljenici, kojih ima vrlo mnogo s određenim programom i tako stvaralo tradiciju povezanosti s matičnim krajem.

¹⁷ Selce je osamdesetih godina imalo tri ateljea (Stara škola, Toč i atelje 2L) te je bilo primjer kako se u jednoj turističkoj sredini može njegovati likovna umjetnost. Danas je ostala samo Stara škola, jer je Toč iako je obnovljen, pretvoren u ugostiteljski objekt s uključenim izložbenim prostorom, a atelje “2L” je zatvoren. U Bazenima je otvoren jedan izložbeni lokal, ali se još nije udomaćio u Selcu. Pojedini hoteli povremeno imaju manje izložbe, kako i valja činiti, ali to ostaje više u okvirima ponude hotela, nego mjesta. Ima pokušaja izlaganja umjetničkih djela na otvorenom (oko Harmice), ali to tek treba zaživjeti. “Lirac” je našao interesa da u

- tehničkih zanimanja (tehničke radionice i sl.);
- nekih oblika maritimnih aktivnosti (poput ronilaštva...);
- neki oblici izletničkog turizma, vikend turizma, veze s turizmom na planinskom području ...

Međutim, to traži odgovarajuće resurse (materijalni i kadrovski uvjeti):

- osposobljavanje kapaciteta za rad zimi (grijanje);
- uređenje prostorija za izvansezonske aktivnosti;
- pretvaranje jednog od selačkih hotela u zdravstveni centar (van sezone naročito);
- osposobljavanje kadrova za rad s turistima na programima produžene sezone itd.

c) Nositelji turističkog gospodarstva u Selcu

Nositelje selačkog turističkog gospodarstva može se svrstati u tri skupine:

1. hotelski kapaciteti,
2. autokampovi i
3. obiteljski kapaciteti.

1) Hotelijerstvo

Središnji akter turističkog gospodarstva u Selcu su hoteli ne toliko po svojim prihvatnim kapacitetima, nego po svojoj ulozi u gospodarstvu. Oni su u doba intenzivnog razvoja bili prvi u svim akcijama i njima je zahvaliti za mnoge komunalne akcije u Selcu jer su glavni ljudi u njima smatrali da je uspjeh hotelijerstva vezan uz sredinu u kojoj djeluju pa ako se ta sredina unaprijedi onda će to imati pozitivno povratno djelovanje na njihovu djelatnost.

Nažalost, danas su svi ti hoteli u lošem materijalnom stanju koje je nastalo iz više razloga od kojih je većina tipičnog karaktera za sve hrvatsko turističko gospodarstvo i gospodarstvo uopće. No oni takvi kakvi jesu jedva mogu odoljeti svojim problemima i malo se mogu angažirati u rješavanju zajedničkih razvojnih problema Selca. Zato se postavljaju dva pitanja:

- a) kako se hotele, kao najorganiziraniji čimbenik selačkog turizma, može vratiti ponovo na scenu aktivnog nositelja selačkog turističkog razvoja i
- b) kako ih osposobiti da se nose sa svojim problemima, da ponovno postanu privlačni i da se “stalno pune”.

Prvi zahvat mora biti na strani dovođenja hotela u normalno radno stanje pri čemu se misli ponajviše na saniranje zgrada i modernizaciju opreme te neke korekcije u njima za ostvarivanje novih ali atraktivnih programa.

hodniku galerije “Stara škola” izlaže i prodaje svoje radove te je to najbolje organizirani subjekt likovne ponude u Selcu. Narodna čitaonica povremeno organizira izložbe u svojim prostorijama, ali im je slab publicitet jer ni sama čitaonica nije osobito vidljivo i promidžbeno označena (jedva jedna mala ploča na zgradi Doma). Za glavne sezone ima i tezgarenja umjetničkim radovima na Placi i na selačkoj punti kao dio ulične prodaje, ali ono više šteti imidžu Selca i nikako ne čini atraktivni element selačke turističke ponude (kao što se može reći i za druge ulične prodavaonice).

Drugi zahvat, koji treba početi što prije, a na čemu se uostalom već radi, je prilagoditi djelatnost novim europskim trendovima pa svojim gostima nuditi atraktivnije programe.

I naravno, uz to ide obrazovanje kadrova za inovacije u turističkoj ponudi i realizaciji, što će naravno biti trajan posao.

2) Autokampovi

Radi se o dva kampa – autokamp Selce i autokamp Slana. Oba se nalaze na mjestu koje može dobiti atraktivniju ulogu te ih treba preseliti iza Rtića. Već je to bilo u planu s autokampom Selce, ali je priprema prekinuta i obustavljena devedesetih godina. Sada bi to trebalo reaktivirati. Autokamp Slana također treba preseliti, ali i privatizirati, te Slanu prenamijeniti za atraktivniji turizam.

I u kampovima je poželjno osuvremenjivanje ponude jer je sve manji interes europskih gostiju za usluge koje su u njima uobičajene. Kako će doći do preseljenja autokampova, to će biti prilike da se na novoj lokaciji urede i neki novi resursi kao što su sportski tereni i igrališta, prostori za zabavu itd.

3) Obiteljski turizam

Postaje sve atraktivniji od hotelskog (misli se na velike hotele, hotelske centre) jer jedna od važnih karakteristika novog trenda je osobnost, privatnost koja se ne može osigurati u velikim objektima, kroz masovne programe i u masovnim zbivanjima.

No to zahtijeva promjenu u karakteru, sadržajima i resursima obiteljskog turizma, kako bi činili sredinu u kojoj će se gost nalaziti “udomaćen”, a da se njegova osobnost ne ograniči. Zato u tom “intimnijem miljeu” osim kreveta, eventualno doručka ili polupansiona, gostu se moraju ponuditi i drugi sadržaji (atrakcije). Objekti obiteljskog turizma osim spavaćih soba moraju imati i neke druge prostore i uređaje, u kojima se atrakcije mogu ponuditi i upražnjavati. Upravo po tome će se prepoznavati privlačne i prihvatljive obitelji, subjekti turističke ponude. Većina selačkih obitelji koje se bave turizmom imaju prvu skupinu uvjeta (spavaće sobe sa sanitarnim prostorom). Uбудуće će se radi prilagođavanja novim zahtjevima turista koji žele kvalitetniju ponudu, morati investirati i u druge resurse te se osposobiti i za zimski turizam. Razumije se da to pretpostavlja i znanje stranih jezika te višu razinu kulture stanovanja¹⁸.

6. LJUDSKI RESURSI

Novine u turističkoj koncepciji i praksi iziskuju i neke promjene u stručnim profilima radnika u turizmu pa se već javljaju treneri, animatori, organizatori, zaštitari i slično. Postojeći stručni radnici moraju se pripremiti i prilagoditi novim situacijama, što svakako iziskuje bolje poznavanje jezika i kulture gostiju, nešto znanja iz psihologije turista, operiranje s modernim komunikacijama itd.

¹⁸ Zato je naziv “unajmljivači” neprikladan on govori o staroj koncepciji “posteljarenja” (iznajmljivanja, unajmljivanja kreveta).

To se ne odnosi samo na hotele, nego na svoj način i na domaćinstva koja se bave turizmom te se od njih traži i odgovarajuća znanja, prvenstveno bolje vladanje stranim jezicima.

Uputno bi bilo da turistička zajednica i ugostiteljska škola u Centru za obrazovanje Crikvenica organiziraju zimske tečajeve za neke profile radnika u hotelima i kampovima te posebno za domaćinstva.

7. PARTNERI U ODLUČIVANJU

Sada je više nego ikada potrebno preurediti mjesni sustav upravljanja na partnerskoj osnovi. U igri su tri ključna aktera:

- mjesni odbor
- turistička zajednica i
- građanske udruge.

U tijeku je decentralizacija državne administracije i jačanje lokalne samouprave, a nadajmo se da taj proces neće zastati na općinama i gradovima, već se protegnuti do nižih oblika, mjesnih odbora, zajednica. To bi za Selce značilo puno jer bi omogućilo kompetentniju lokalnu vlast.

Turistička zajednica, kao poslovna zajednica turističkih aktera, je također pred znakovitim promjenama, ali to ne ovisi samo od selačke zajednice, nego od čitava sistema koji je postavljen dosta neprikladno za usvajanje i realizaciju novih koncepcija u turizmu i praćenje svjetskih trendova.

Europski je trend u sve jačem angažiranju građana u mjesnom odlučivanju te se ukazuje potreba osnivanja građanske udruge u Selcu kao Udruge Selčana ili Udruge za zaštitu prirodne i kulturno-povijesne baštine.

8. MODERNE KOMUNIKACIJE

Dakle, nije dovoljno imati imidž, nego i komunicirati na razini visokokvalitetnog programa turističke ponude i prometa i prakticirati kvalitetu stalno ju unapređujući. Komunikacija se više ne može svoditi na stare vrste i oblike turističke promidžbe, plakate, letke i prospekte. U komunikaciji je važan paket usluga koji turistu daje mogućnost da iz njega probere ono što zadovoljava njegov interes, potrebu, cilj. Danas su u promidžbenoj igri Internet, mobilni telefon i sajmovi kao instrumenti turističkog tržišta. Može li se svako malo mjesto održati u toj konkurenciji, toj složenoj igri potražnje i ponude na svjetskom tržištu? Može i to bez straha da će mala sredina izgubiti svoj imidž kad djeluje kroz šire turističke destinacije, ako je to zajedništvo dobro postavljeno.

Temeljni resurs te komunikacije je informacija. Kakvu informaciju treba moderni turist da se odluči o nekom programu na nekoj destinaciji, recimo da odluči doći u Selce i u njemu koristiti stanovite programe ponude te se opet k njemu vraćati? Ranije je to bilo nešto malo informacija o krajoliku s podacima o smještajnim kapacitetima i cijenama usluga. To više nije informacija, nije ono što je dostatno za odluku o izboru destinacije i programa.

Selcu, kao i svakom turističkom mjestu, potrebna je moderna promidžba koja će se koristiti elektronskim medijima, u prvom redu Internetom. Na web stranicama turisti traže informacije o atraktivnim destinacijama i tu mu informaciju mora pružiti turistička zajednica svakog mjesta pa i Selca. No ona mora biti aktualna, ažurirana, obavještajna, privlačna, razumljiva, na jezicima kojima se potencijalni turisti služe, tekstualna i grafička.

Razine informiranja europskih i domaćih turista poželjno bi bilo organizirati višeslojno:

- a) razina Hrvatske, koju strani turist najprije traži, a na njoj se mora naći ključna obavijest o svakoj destinaciji;
- b) jadranska razina koju turist može potražiti i na njoj treba dobiti informaciju o mogućim odredištima svog turističkog programa;
- c) eventualno sjeverno jadranska razina s detaljnijim promidžbenim informacijama.
- d) razina Crikveničko-novljanske rivijere sa zaobaljem i gorskim područjem kao cjelinom, razina, koja će prikazati sve važne informacije vrlo detaljno i informativno;
- e) razina samog Selca koja će se samostalno artikulirati ili činiti odjeljak zajedničke crikveničko-novljanske cjeline.

Turist, kad već jednom dođe u Selce, očekuje nove detaljnije informacije o svim atrakcijama koje su mu na raspolaganju, s razrađenim programima, lokacijama, terminskim planom, animatorima itd. To mu se može pružiti na prikladno uređenom promidžbenom desku gdje će mu biti na raspolaganju i kompjutor te pristup Internetu (makar će se sve više prakticirati mobilni telefon za komunikacije sa velikim medijskim mrežama poput Interneta).

Putem Interneta s turistima se može komunicirati i kasnije, po njihovu povratku u stalno mjesto boravka i rada. To je osobito preporučljivo obiteljima koje na taj način održavaju vezu sa svojim gostima. Svaka će obitelj, poznavajući svoje goste, naći priliku kad će se pojedincima javiti putem medija, npr. za rođenja njihova djeteta ili vjenčanja njihove djece, na rođendan, Božić, Novu Godinu, Uskrs itd. To je ono što se obično zove privatizacijom, uljudbom turizma i što može biti vrlo privlačno za ljude, osobito u velikim gradovima koji su pod stalnim psihološkim pritiskom betonskih zdanja, gustog prometa, ulične stiske, smoga i buke, briga na poslu i u obitelji.

9. MOŽE LI SE SELCU VRATITI NJEGOV IMIDŽ?

Vrijeme je prošlo i ostavilo svoj trag – stari je imidž u mnogome istrošen i postao neatraktivan pa se sada očekuje da se:

- a) analizira i prosudi što je od starog imidža još ostalo i valjano,
- b) osmisli novi imidž i
- c) brižljivo čuva predodžbu koju turisti imaju o Selcu jer i najmanja nepažnja, nemar, krivo djelovanje, mala sitnica, dakle, može obezvrijediti ono što su generacije činile u što je utrošeno puno sredstava, truda i vremena,

Imidž Selcu daju:

- njegov krajolik, njegovo more i obala, mikroklima, njegovo raslinje, tj. njegov prirodni ambijent koji ima nekih osobitosti koje su doživljavane kao atrakcija,
- njegova kulturno-povijesna baština koja uključuje i sve izgrađeno na tom prostoru, osobito ono što je u tom atraktivno kao Placa, šetališni put i obala, stare uličice, novouređeni lijepi predjeli, crkva i stara škola, stare kuće, makar su znatno izgubile na svojoj starini;
- turistički (direktni) resursi;
- turistička tradicija;
- ljudi naklonjeni turizmu, s već popriličnim turističkim iskustvom.

Imidž nekog kraja, mjesta oslanja se na tradiciju, a u novije se vrijeme razvija komunikacijom.¹⁹

Ljudi dolaze pa vide, čuju, iskustveno i čuvstveno dožive neki kraj, u pamćenju zadrže najbolje pa se o tome prisjećaju kasnije, pričaju, pišu, odlučuju o budućim koracima. Ako je njihovo iskustvo, njihove predodžbe i pamćenje pozitivno, ugodno, odlučit će da ga ponove i obratno – ako je bilo što pomračilo njihove predodžbe i pamćenje o provedenom boravku u nekoj sredini, neće se u nju više vraćati. Ali kad ponovo dođu, traže nešto novo, pa opet novo i sve tako iz godine u godinu. Na jednoj razini neće ostati, njihove će potrebe i zahtjevi rasti. Imidž će se održati ako bude stalno obnavljan, potkrepljivan, obogaćivan. Svake godine sve atraktivniji. Ljudi različita obrazovanja, kulturne razine i pripadanja različitim kulturama, vjerama, nacionalnostima, različite starosti i spola imaju i različite potrebe, različite prosudbe privlačnog, različite potrebe. Ali i one se mijenjaju, razvijaju, rastu. Zato jednom dani imidž, koji otkriva glavne atrakcije nekog turističkog mjesta i kraja, postaje brzo istrošen. Na njemu treba raditi stalno, smišljeno i odlučno. Za to su potrebni ljudi koji poznaju tržište i stalno ga istražuju. Ne može se zatvoriti u male turističke zajednice i agencije s pokojim prodavačem turističkih usluga, nego su potrebni timovi suradnika, stalnih i povremenih, koji će neprekidno pratiti trendove i prosuđivati kako ih se zadovoljava u konkretnoj sredini.

Dakle, Selcu je potrebna: 1) nova turistička koncepcija i politika; 2) promjene u resursima; 3) široka paleta atrakcija i moderan imidž; 4) moderan način komunikacija s tržištem; 5) osuvremenjena organizacija; 6) kvalitetan kadar; 7) stalna evolucija kulture življenja i poboljšana estetika naselja. To nije nešto što će Selcu podariti netko sa strane – Selce su stvorili Selčani, sa svim postignućima i pogreškama. Selčani će to promijeniti i učiniti suvremenim. Sve što je ovdje rečeno, u Selcu se zna, samo treba opet vratiti samopouzdanje, izvući pouke iz iskustva pa poći u akciju.

¹⁹ Izvanredan primjer kako se gradi, čuva, obnavlja, njeguje imidž Selca je prezentacija tv -filma "Mesopust u Selcu", koju je televizijsko gledateljstvo imalo prilike vidjeti na HRT-u 9. veljače 2000. godine. Tv-film je bio jedno takvo sredstvo komunikacije, televizijske, kojim je prenesena informacija o tradiciji selačkog mesopusta kroz dugi niz godina. Nešto takvog moguće je i na Internetu.

SAŽETAK

U 20. stoljeću Selce je doživjelo visoku razinu razvoja i to prvenstveno turističkog. Krajem tog vremena nastao je zastoj u mnogome sličan ekonomskoj krizi koja se odrazila i na sveukupan život Selčana. Pitanje je kakav razvoj se može očekivati u novom stoljeću. Temeljne maksime razvoja Selca su izražene u ove tri paradigme: 1) "biti u trendu" turističkog razvoja u Europi, a to traži atraktivniju ponudu (katalog, atlas i kalendar atrakcija); 2) "produžavanje sezone"; i 3) "moderan obiteljski turizam". Zato su potrebni i novi resursi: prostor (širenje preko magistrale i istočno od Rtića), prilagodba uvjetima posezone i zimske sezone, revalorizacija turističkih resursa unutar stare zone, nova organizacija, kadrovi i stalna edukacija pučanstva...)

Ključne riječi

Selce, turizam, ograničenja, opcije (strategije) razvoja, europski trend, nova turistička koncepcija, atrakcije (katalog, atlas, kalendar), saturacija, produžena sezona, obiteljski turizam, komunikacija, informacija, marketing

MORE ABOUT THE COMCEPT OF ATTRACTIVE TOURISM AT SELCE

In the twentieth century Selce went through a series of changes regarding the tourist trade. At the end of that period, there was a stop, which very much resembled a crisis which left traces on the lives of all the inhabitants of Selce. Question is: what should one expect in the new century? Basically there are three paradigms: 1. to be trendy 2. prolong the season 3. modern family tourism. In order to achieve this, new resources are needed. First of all: the space. Than finding the right way how to prolong the summer season within the capacities of today and naturally, a new organisation and incessant education of the population.

LITERATURA

Antić, S., Selce od rimske lučice do modernog naselja, Selce, 1998.

Antić, V., Selca vinodolska u borbi, Selce, 1975.

Grupa autora, Selce – turistički razvitak, Selce, 1986.

Pobor, L., Selce – sto godina turizma, Selce, 1994.

Časopis Turizam, zadnja godišta

Dokumentacija Ministarstva turizma, Turističke zajednice Hrvatske, Instituta za turizam i drugih koja je korištena neposrednim uvidom i suradnjom s pojedinim osobama kojima je dostupna.

Bilješka o autoru

Antić, Stanko (Stanislav), Selce, doktor društvenih znanosti, profesor, znanstveni istraživač, u mirovini.