

BOSANSKA DOLINA PIRAMIDA – TURISTIČKI PROIZVOD GLOBALNOG ZNAČAJA

BOSNIAN VALLEY OF PYRAMIDS - TOURIST PRODUCT global significance

Semir Osmanagić, Inostrani član Ruske Akademije prirodnih znanosti
Član Arheološkog društva iz Aleksandrije

SAŽETAK

Turističke usluge postaju dominantna aktivnost u tercijarnom sektoru svjetske ekonomije. Arheološki turizam, s naglaskom na posjetu turista piramidalnim kompleksima u Egiptu, Kini, Meksiku, Peruu, Guatemali, Hondurasu i drugim zemljama, postaje motor razvoja nacionalnih ekonomija.

Unikatan i najatraktivniji turistički proizvod Bosne i Hercegovine u globalnim razmjerama je Bosanska dolina piramida. Osnovni parametri Bosanske doline piramida (prve piramide u Evropi, najveće i najstarije piramide na svijetu, najstariji betonski blokovi, najekstenzivnija tunelska mreža ispod piramida, stari znaci pismenosti) uz veliki broj volontera na iskopavanjima, zatim misteriju otkrivanja novog, pa i kontraverza koja prati ovo multidisciplinarno istraživanje, predstavljaju globalnu atrakciju.

Četvorogodišnje aktivnosti Fondacije „Arheološki park: Bosanska piramida Sunca” (2005-2009) na promociji projekta i razvoju arheološkog turizma u Visokom i Bosni i Hercegovini zahtijevaju da se vladine institucije i turističke zajednice na svim nivoima sistematski uključe u marketinšku promociju i razvoj turističke infrastrukture.

Ključne riječi: Turistički proizvod, Bosanska dolina piramida, turistička infrastruktura, arheološki turizam, turistički trendovi.

Key words: Touristic product, Bosnian Valley of the Pyramids, touristic infrastructure, archaeological tourism, trends in tourism

ABSTRACT

Tourism has become a major activity in global service economy. Archaeological tourism and visitors in pyramidal complexes in Egypt, China, Mexico, Peru, Guatemala, Honduras and other countries are engines of national economies.

The most attractive and unique touristic product of Bosnia and Herzegovina is the Bosnian Valley of the Pyramids in Visoko. The main elements of the complex (the first European pyramids, the biggest pyramids on Planet, the oldest pyramids, the first concrete blocks, the most extensive underground tunnel complex, first traces of literacy) together with large number of volunteers who help excavation, mystery of investigation and discovery of the new civilizations and even the controversy that follow this project represent the global attraction for visitors.

The “Archaeological park: Bosnian Pyramid of the Sun” Foundation has been working tirelessly to promote the research and archaeological tourism in Visoko and Bosnia and Herzegovina. It’s time that government institutions and tourism boards on different levels get involved in practical and comprehensive ways in this globally important project.

1. DOMINACIJA TURIZMA KAO GLOBALNI TREND

Dvadeseto stoljeće je karakteristično po snažnim promjenama u globalnoj ekonomskoj strukturi: primarni sektor (poljoprivreda, rudarstvo, šumarstvo) je izgubio primat u odnosu na sekundarni (industrijska proizvodnja). U XXI stoljeću dolazi do nove promjene: tercijarni sektor s različitim uslužnim djelatnostima (informatičke, brokerske, medicinske...) će preći sekundarni.

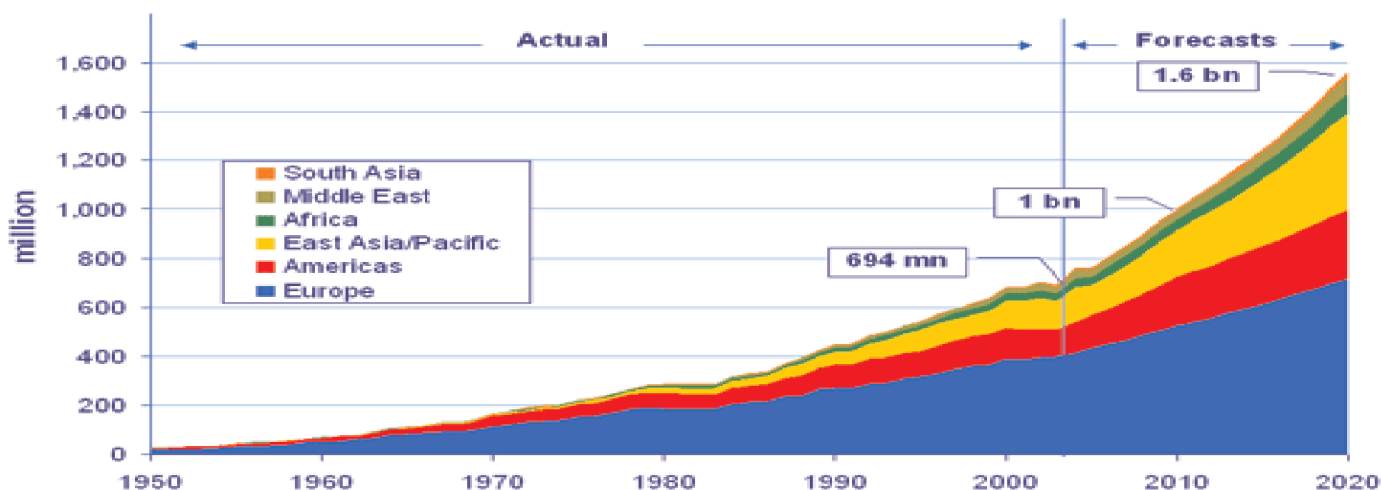
Unutar tercijarnog sektora, turizam i turistička putovanja imaju strateško mjesto. U ukupnom svjetskom izvozu roba i usluga turizam je, u prvoj deceniji XXI stoljeća, s \$ 525 milijardi dolara dostigao čak šest posto, a unutar sektora usluga dominantnih 30 posto.

100 posto viši od brzine ekonomskog razvoja.

Evropa će i dalje biti na prvom mjestu kao turistička destinacija. Gotovo polovina turističkih noćenja (720 miliona turista) bit će registrirano u Evropi, ali na svjetskom planu snažno će iskoračiti Daleki Istok (Kina, Japan) i obje Amerike.

Slika 1: Globalni trend kretanja turista 1950-2020;

Izvor: Svjetska turistička organizacija (UN WTO)

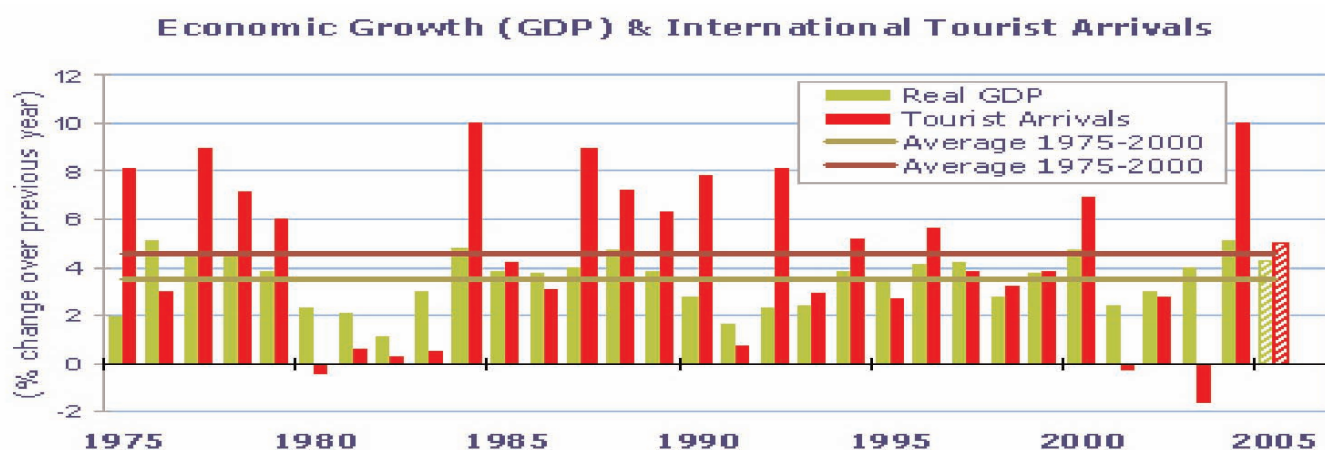


Trend kretanja turista pokazuje da će 2020. godine, 1,6 milijardi ljudi putovati godišnje. Od toga će se većina (1,2 mlrd.) kretati unutar jednog regiona, a oko 25 posto će se odlučivati na prekookeanska i međukontinentalna putovanja.

Tradicionalna evropska turistička središta i dalje će dominirati: Španija, Francuska, Italija, Velika Britanija i Njemačka. Veliki gradovi Evrope bit će magnet za sve kategorije turista. Ljetovališta Španije, Turske, Hrvatske, Grčke, odnosno, zimski centri Austrije i Švicarske bit će i dalje popularni.

Slika 2: Interakcija rasta bruto društvenog proizvoda i turističkog razvoja,

Izvor: Svjetska turistička organizacija (UN WTO) i



Međunarodni monetarni fond

Turistička putovanja su osobito intenzivna u doba ekonomskog buma i snažnog privrednog razvoja. U tim periodima rast turističke privrede je između 30-

Prema službenim evidencijama (World Tourism Organization, 2006, International Tourism Receipts by Country) vodeće turističke destinacije u Evropi su:

Država/destinacija
US

Država/destinacija	Prihod u 2006. u \$ mlrd.
1. Španija	48
2. Francuska	42
3. Italija	35
4. Velika Britanija	30
5. Njemačka	30
6. Turska	16
7. Austrija	15
8. Grčka	14
9. Švicarska	11
10. Nizozemska	10
11. Belgija	10
12. Portugal	8
13. Hrvatska	7
14. Švedska	7
15. Poljska	6
16. Rusija	6

Slika 3: Vodeće turističke destinacije u Evropi,
Izvor: World Tourism Organization, 2006,
International Tourism Receipts by Country

Bosna i Hercegovina se nalazi pri dnu liste evropskih zemalja koju posjećuju turisti. Njen devizni priliv je 2006. iznosio \$ 567 miliona dolara što je stotinu puta manje od Španije i petnaest puta manje od Hrvatske!

2. PRODOR ARHEOLOŠKOG TURIZMA

Jedna nova vrsta turizma snažno zauzima svoje mjesto na globalnom planu: arheološki turizam. Zahvaljujući ponudi piramida iz Gize, Egipat godišnje posjeti osam miliona turista koji potroše \$ 15 milijardi. Turizam je pokretač 33 domaće industrije (hotelijerstvo, ugostiteljstvo, trgovina, suveniri, transport, proizvodnja hrane, proizvodnja namještaja, proizvodnja građevinskih materijala i sl.).

Ekonomija Meksika se potpuno podređuje istraživanju drevnih gradova Maja (Chichen Itza, Uxmal, Palenque, Coba, Mayapan i dr.), ali i starih ceremonijalnih središta kao što su gradovi piramida Teotihuacan, Monte Alban, Tula ili Cholula. Vrše se obimni restauratorski i konzervatorski radovi, grade se autoputevi do ovih destinacija, intenziviraju se mjere sigurnosti i provodi snažna marketinška kampanja.

Teotihuacan je najveći turistički izvor prihoda za središnji Meksiko.

Piramidalni kompleksi u Guatemali (Tikal), Hondurasu (Copan), Belizeu i Salvadoru su osnova na kojoj se zasniva budućnost turizma i ekonomskog razvoja ovih malih zemalja Centralne Amerike.

Brojna arheološka istraživanja na lokacijama piramida u Peruu (Tukume, Trujilo, Kavachi) uz već poznate destinacije (Machu Picchu, Cuzco, Ollantaytambo, Sacsayhuman) su osnovna razvojna šansa ove Južnoameričke države.

Piramidalni hramovi Angkhor Vata u Kambodži najznačajniji su turistički i devizni priliv ove zemlje jugoistočne Azije.

Ipak, najveće ulaganje u turističku infrastrukturu i arheološka istraživanja u posljednje dvije decenije bilježi Kina. Osim tradicionalnih destinacija (Peking, Šangaj, Veliki kineski zid) provincija Shaanxi i milionski Xi'an bilježe milionske posjete turista i milijarde dolara uložene u istraživanja, muzeje, hotele, uređenje lokacija ispred 250 kineskih piramida. Otkriće 9.000 vojnika od terakote zakopanih ispred piramide – mauzoleja imperatoru Qin, bio je samo početak. Do 2020. godine Kina će postati svjetska supersila u turizmu i najposjećenija turistička destinacija.



Slika 5: Terakota vojnici u središnjoj kineskoj provinciji Shaanxi, u gradu Xi'an, ispred piramide-mauzoleja Qin,
Izvor: autorova kolekcija



Slika 6: Posjeta turista piramidi-mauzoleju imperatora Qin u kineskom gradu Xi'an,
Izvor: autorova kolekcija

Iz svega navedenog, očigledno je da je globalni trend dominacija sektora usluga u svjetskoj ekonomiji, a unutar ovog sektora turizam će imati strateško mjesto. Arheološki turizam zauzima centralno mjesto, osobito u zemljama u razvoju, u strateškim planovima i na njemu se bazira značajan dio ekonomskog razvoja ovih zemalja.

3. TURISTIČKI PROIZVOD BOSNE I HERCEGOVINE

Koji je to turistički proizvod koji Bosna i Hercegovina može ponuditi neodlučnom turistu, iz Njemačke ili SAD-a na primjer, kojim će ga privući u posjetu? Da li su to rijeke i rafting, srednjovjekovni gradovi ili zelene šumske oaze, planinarenje ili ski centri?

Realno govoreći, odgovor je negativan. Ski centri ili srednjovjekovni gradovi se po svojoj uređenosti, veličini, ponudi ostalih usluga ili sadržaja ne mogu mjeriti s onima u Francuskoj, Švicarskoj, Austriji ili Njemačkoj. Gradovi u BiH se po svojoj ponudi ne mogu mjeriti sa shoppingom ili noćnim životom u evropskim prijestonicama. Po uređenosti gradskih jezgara, hotelskoj usluzi ili turističkoj kulturi Bosna i Hercegovina beznadežno zaostaje za konkurentima.

Jedini način da se turisti masovno privuku je da se ponudi unikatan turistički proizvod. A Bosna i Hercegovina ga posjeduje: Bosansku dolinu piramida.

U Visokom se nalazi drevni piramidalni kompleks koji se sastoji od pet strukura: Bosanske piramide Sunca, Bosanske piramide Mjeseca, Piramide bosanskog Zmaja, Hrama Majke Zemlje, Piramide Ljubavi, zatim tumulusa u Vratnici i prahistorijske podzemne mreže tunela i prostorija. Njegove karakteristike su slijedeće:

- (1) Prve evropske piramide!
- (2) Najveće piramide na svijetu! (Bosanske piramide Sunca je visoka 220 metara, Bosanska piramida Mjeseca 190 metara, Keopsova piramida 147 metara)
- (3) Najstarija tehnologija pravljenja betona na svijetu! (Prema analizama više instituta za materijale iz BiH i Francuske)
- (4) Najstarije piramide na svijetu! (Prema indikacijama Pedološkog zavoda BiH)

- (5) Najveća podzemna tunelska mreža ispod piramida!

- (6) Znac pismenosti među najstarijim na svijetu! (uklesani na megalitne blokove u prahistorijskoj tunelskoj mreži)

Ovih šest karakteristika Bosanske doline piramida formiraju brend kakav u svijetu ne postoji i koji zaslužuje snažnu marketinšku promociju.



Slika 7: Bosanska piramida Mjeseca, Izvor: iz autorove kolekcije

4. STRATEGIJA PLASMANA TURISTIČKOG PROIZVODA

Istraživanje i arheološki turizam idu, ruku pod ruku, od prvog dana otkrića piramida u Visokom. Ova veza je čvrsta i jedan proces dopunjava drugi.

Slijedeći elementi su dodatno utjecali na atraktivnost lokacije:

- Arheološkim istraživanjima rukovodi prva neprofitna fondacija na Balkanu registrovana za zaštitu kulturnog naslijeđa. Fondacija „Arheološki park: Bosanska piramida Sunca” je nastupila s novim konceptom u arheologiji i nauci: istraživanja su otvorena za posjetioce, umjesto elitne nauke ovdje nema tajni ili filtriranja informacija, svi su dobrodošli, konzervativni i alternativni stručnjaci.

- Od prvog dana volonteri su, u skladu s nivoom znanja, angažirani na arheološkim lokacijama čime je unešen duh entuzijazma u geo-arheološka istraživanja.

- Mediji se pozivaju kada se dođe do novih otkrića, a što povećava popularnost arheologije, ali i privlači posjetioce.

- Kontraverza kao faktor privlačnosti – svaka nova i progresivna ideja koja mijenja okoštale teorije u nauci je dočekivana s velikim otporom onih snaga koje teže očuvanju statusa quo. U ovom slučaju, veći dio kulturnog establišmenta BiH, Evrope i SAD-a je pokušao da ugasi projekt i prije samog početka iskazujući svoju nedobronamjernost, needuciranost i zatvorenost. Ipak, rezultati naučnih istraživanja, laboratorijske analize i radiokarbonska datiranja, posjete uglednih stručnjaka iz Egipta, Rusije, Poljske i drugih zemalja, podrška Prve međunarodne naučne konferencije o Bosanskoj dolini piramida, održala je ovaj projekt vitalnim. Međutim, i dalje prisutne kontraverze na internetskim stranicama i u javnosti kod onih koji nisu posjetili lokacije, mogu biti motivirajući faktor za posjetu lokacijama.

- Posjete poznatih ličnosti arheološkim lokacijama utiču na motivaciju potencijalnih turista. Fondacija konstantno ugošćuje javne ličnosti poput najpoznatijeg svjetskog jogija Njegovu Visost Swamidija iz Indije, britansku glumicu Archie Panjabi, hrvatskog sportistu Cro Copa, saudijskog princa Turki Al Fejsala, milionera Tan Sri Vincent Tana, premijera Mohameda Mahatira iz Malezije, brojne premijere, ministre, ambasadore...

- Stalna prisutnost u vodećim svjetskim medijima pokazuje globalni pristup Fondacije: otkriće piramida je bila udarna vijest („breaking news”) na najvećem svjetskom kablovskom operateru CNN-u 2006.; najveća američka TV stanica ABC je snimila 30-minutnu dokumentarnu emisiju („30 Minute Special”) koja je vrlo afirmativno govorila o otkriću piramida i pozitivnim događanjima u BiH te razvoju arheološkog turizma nasuprot negativnom imidžu koji BiH ima u svijetu; vodeći evropski medij BBC je tri puta u svojim informativnim emisijama izvještavao o otkriću piramida u Visokom; najznačajniji svjetski naučno-popularni kanal „Nacionalne geografije” („National Geographic Channel”) je snimio 20-minutni dokumentarni materijal o piramidama u BiH i emitirao ga 2009. u 200 zemalja svijeta. Osim ratnih strahota u BiH i na Balkanu, nasilja i nemogućnosti političkih dogovora ne postoji nijedna druga tema iz Bosne o kojoj svijet piše, osim o Bosanskoj dolini piramida, i to po prvi put, u pozitivnom kontekstu; ne postoji niti jedan stručnjak s Balkana koji se istovremeno pojavljuje u CNN-u, BBC-u ili National Geographic Channel-u kao što je to pronalazač piramida u Visokom. Za ovaj medijski uspjeh je zaslužna isključivo Fondacija bez ikakve potpore vladinih institucija ili nekih posebnih fondova. Trenutno, Fondacija priprema snimanje višesatnog dokumentarnog serijala u koprodukciji najvećih svjetskih naučno-popularnih medija: US History Channel i National Geographic Channel International. Medijski uspjeh projekta nije plod slučajnosti već organizovanog i strateškog pristupa.

- Ustanovljavanje Međunarodne radne akcije volontera od 2010. dovođit će stotine akcijaša u Visoko a oko njih će se okupljati posjetioci, mediji, novi volonteri, istraživači. Po povratku u svoje zemlje (Mađarsku, Hrvatsku, Srbiju, Italiju, u sve krajeve BiH, itd.) afirmativno će pričati u onome što se dešava u Visokom i stimulirati nove posjete u budućnosti.



Slika 9: Volonteri na Bosanskoj piramidi Sunca,
Izvor: iz autorove kolekcije

Slika 8: Posjeta saudijskog princa Turki Al-Fejsala i predsjedavajućeg Predsjedništva BiH dr. Harisa Silajdžića Bosanskoj dolini piramida,

Izvor: iz autorove kolekcije

- Presentacije osnivača Fondacije o projektu istraživanja sa pozivom u posjetu arheološkim lokacijama odvijaju se širom BiH, u regiji, u čitavom svijetu. Desetinama predavanja prisustvovala su hiljade stručnjaka, studenata, bosanskih iseljenika i zainteresiranih građana Egipta, Hrvatske, Malezije, Austrije, Norveške, Švedske, Kanade, Kanarskih otoka, Srbije, Makedonije, Velike Britanije, Danske, Jordana i drugih zemalja koji su na ovaj način čuli stručna objašnjenja o Bosanskoj dolini piramida i Bosni i Hercegovini.



Slika 10: Četiri stotine građana Rijeke (Hrvatska) na predavanju Osmanagića o bosanskim piramidama u aprilu 2009., Izvor: iz autorove kolekcije

5. ULAGANJE U TURISTIČKU INFRASTRUKTURU

Za razvoj turističkog proizvoda Bosanske doline piramida, najvažnija su ulaganja u daljnja istraživanja. Nova otkrića privući će nove turiste. Turisti će potrošiti novac, i na taj način će se opravdati nova ulaganja u istraživanja. I to je pozitivan proces koji se nastavlja u krug.

Pošto su za obilazak svih lokacija Bosanske doline piramida potrebna dva puna dana može se ponuditi i dvodnevni, odnosno, trodnevni sadržaj za turiste. Prema tome, budućnost ove lokacije nije samo u tranzitnim turistima koji provedu sat-dva u obilasku jedne ili dvije lokacije, već u organiziranim turističkim grupama. Naravno, pri tome treba biti spreman i na slučajne posjetioce, i na one koji imaju samo sat-dva vremena ili pola dana, ali i tri dana.

U okviru turističke infrastrukture treba raditi na slijedećim elementima:

II MEĐUNARODNI NAUČNO - STRUČNI SKUP

- turističke agencije u Visokom i okolini (Sarajevo, Zenica) koje će raditi na stalnoj reklami turističkog proizvoda
- saradnja s turističkim agencijama u regionu
- saradnja s vodećim turističkim operatorima u Evropi (TUI i drugi)
- promocija putem turističkih zajednica na sajmovima u inostranstvu
- promocija putem flajera i plakata na svim graničnim prijelazima
- promocija u dnevnim medijima putem posebnih postera i dodataka magazinima
- organiziranje okruglih stolova o temi turizma uz prisustvo medija
- uvezivanje s vodećim turističkim destinacijama u BiH (Međugorje, Mostar, Sarajevo, Počitelj, Hutovo Blato)
- reklama u medijima u zemljama regiona
- godišnje pozivanje turističkih agencija iz regiona
- dvogodišnje pozivanje novinara iz Evrope
- uvezivanje u ponudu hotelskih i privatnih kapaciteta
- razvoj ugostiteljstva u funkciji turističkog proizvoda
- organizirani pristup izradi suvenira i prodajnih mjesta
- info turistički punktovi u Visokom
- uvođenje ljetne volonterske turističke patrole
- organizacija novih kulturnih manifestacija tokom sezone (rafting takmičenja, paraglajderi, susreti planinara, ribolovci i sl.)
- dodatna saobraćajna i turistička signalizacija u funkciji promocije turističkog proizvoda
- izgradnja adekvatne lokacije-muzejskog prostora, s muzejskim zbirkama i foto-izložbama koja će biti pristupačna posjetama većih i organiziranih grupa turista, đaka, studenata
- izgradnja kampa za volontere
- uspostavljanje čvrstih odnosa s vodećim svjetskim naučnim institucijama i godišnjih posjeta njihovih stručnjaka; ljetne škole istraživača iz čitavog svijeta

Želimo da u Visokom vrije kao u košnici, da se ovdje čuju svi jezici svijeta, da se sreću mladi i oni koji se osjećaju mladi svih boja kože, da nam dolaze istraživači, arheolozi, studenti, profesori, avanturisti i turisti.

Cilj svih ovih aktivnosti je da Visoko i Bosna i Hercegovina postanu destinacija s milionskim posjetama turista iz svijeta koji će omogućiti da BiH dostigne razinu srednje razvijene zemlje po per capita prihodu po stanovniku.

ZAKLJUČAK

Visoko nudi vrhunsku svjetsku turističku destinaciju: Bosansku dolinu piramida. Od vitalnog značaja su veća ulaganja u daljnja arheološka istraživanja koja će dovesti do novih otkrića koja će biti atrakcija za turiste. Razvoj turističke infrastrukture i marketinška promocija su neophodni koraci kako bi arheološki turizam postao vodeća industrijska grana u ovom dijelu BiH i regiona.