

**BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA VĂN HÓA DU LỊCH**

---o0o---



**CẦU LONG BIÊN DƯỚI GÓC NHÌN
VĂN HÓA DU LỊCH**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP CHUYÊN NGÀNH
VĂN HÓA DU LỊCH**

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	: THS. ĐỖ TRẦN PHƯƠNG
SINH VIÊN THỰC HIỆN	: NGUYỄN THU TRANG
LỚP	: 14B
NIÊN KHÓA	: 2006 - 2010

HÀ NỘI - 2010

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.....	3
2. Lịch sử vấn đề.....	5
3. Đối tượng nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu.....	6
4. Mục đích.....	7
5. Phương pháp nghiên cứu.....	7
6. Kết cấu đề tài.....	7
Chương 1: Tổng quan về cầu Long Biên.....	8
1.1. Lịch sử hình thành cây cầu.....	8
1.1.1. Mục đích xây dựng.....	8
1.1.2. Quá trình đấu thầu.....	9
1.1.3. Quá trình xây dựng và thời gian hoàn thành.....	11
1.1.4. Tổng chi phí.....	14
1.1.5. Cây cầu với những thăng trầm của lịch sử.....	15
1.2. Giá trị tiêu biểu của cầu Long Biên.....	16
1.2.1. Giá trị trong thiết kế - kiến trúc.....	16
1.2.2. Giá trị lịch sử - văn hóa.....	18
Chương 2: Xây dựng sản phẩm du lịch cầu Long Biên.....	22
2.1. Cầu Long Biên –góc nhìn văn hóa du lịch.....	22
2.2. Thực trạng khai thác cầu Long Biên.....	25
2.2.1. Về giao thông.....	25
2.2.2. Về hoạt động du lịch.....	26
2.2.2.1. Thực trạng về du lịch cầu Long Biên.....	26
2.2.2.2. Hoạt động du lịch cầu Long Biên những năm trở lại đây.....	31
2.3. Một số ý tưởng đề xuất nhằm đưa cầu Long Biên trở thành cây cầu Du lịch.....	35

2.3.1. Cầu Long Biên – cây cầu đi bộ.....	35
2.3.1.1. Các sản phẩm du lịch đi bộ trên thế giới	35
2.3.1.2. Khái quát ý tưởng cây cầu đi bộ.....	38
2.3.1.3. Tính khả thi của ý tưởng.....	40
2.3.2. Cầu Long Biên - không gian triển lãm văn hóa.....	47
2.3.2.1. Xu hướng xây dựng những mô hình không gian triển lãm mới lạ độc đáo gần đây trên thế giới.....	47
2.3.2.2. Mô hình xây dựng ý tưởng không gian triển lãm văn hóa trên cây cầu Long Biên.....	48
2.3.3. Cầu Long Biên - Café , thưởng ngoạn hội họa.....	52
2.3.3.1. Xu hướng phát triển không gian café Hà Nội nói riêng và trên thế giới nói chung.....	52
2.2.3.2. Mô hình xây dựng ý tưởng cho không gian café thưởng ngoạn hội họa.....	56
Chương 3: Giải pháp cho xây dựng ý tưởng du lịch Cầu Long Biên.....	61
3.1. Giải pháp về cơ chế chính sách.....	61
3.1.1. Bộ văn hóa thể thao và du lịch Hà Nội.....	61
3.1.2. Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội và quận Long Biên.....	62
3.2. Giải pháp về bảo tồn, tu bổ cầu Long Biên.....	63
3.3. Giải pháp marketing.....	65
3.3.1. Giải pháp về xúc tiến sản phẩm du lịch cầu Long Biên.....	65
3.3.1.1. Quảng cáo.....	65
3.3.1.2. Tuyên truyền và quan hệ công chúng.....	71
3.3.1.3. Chào hàng trực tiếp.....	71
3.3.1.4. Về phân phối.....	72

3.3.2. Tổ chức thực hiện trên thực tế.....	72
3.4. Xây dựng một số chương trình du lịch cầu Long Biên.....	74
3.5. Giải pháp điều hành, quản lý.....	76
KẾT LUẬN.....	81
TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC	

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Du lịch hiện nay đang được đánh giá là ngành công nghiệp không khói đem lại nguồn thu lớn cho ngân sách nhà nước. Trên góc độ du lịch, Hà Nội có nhiều lợi thế và năng lực để phát triển. Trong nhiều năm qua, Hà Nội đã và đang là một trung tâm du lịch lớn của cả nước. Tuy nhiên, sự phát triển đó chưa tương xứng với tiềm năng và vai trò của Hà Nội. Nhiều vấn đề đặt ra đối với cảnh quan môi trường, vấn đề sử dụng khai thác các di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh cần được nghiên cứu để có thể phát triển nền du lịch bền vững. Do vậy vấn đề đặt ra là phải sớm xây dựng chiến lược phát triển cho ngành du lịch Hà Nội. Và một dự án quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hà Nội đến 2010 được xây dựng và thành phố đã thông qua. Quy hoạch phát triển du lịch Hà Nội nhằm giải quyết hài hòa mối quan hệ cung cầu, khai thác có hiệu quả các nguồn lực để nhanh chóng phát triển ngành du lịch, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tăng tỷ trọng đóng góp của ngành du lịch vào tổng thể thu nhập của Hà Nội, sao cho bước vào thế kỉ 21 du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của thủ đô. Theo hội nhà báo kinh tế Việt Nam đã nghiên cứu về du lịch Hà Nội nhân dịp kỉ niệm đại lễ Thăng Long 1000 năm: “Phát triển du lịch Hà Nội còn nhằm một mục tiêu rất quan trọng đó là góp phần nâng cao vị thế chính trị của đất nước làm cho bạn bè quốc tế hiểu biết hơn về đất nước con người Việt Nam qua đó ủng hộ sự nghiệp đổi mới của Đảng và nhà nước, thu hút thêm nhiều nguồn vốn nước ngoài.

Phát triển du lịch gắn liền với giữ gìn phát huy bản sắc văn hóa. Một trong những yếu tố quan trọng để thu hút du khách chính là nền văn hóa mang đậm bản sắc dân tộc. Phát triển du lịch nhằm đẩy mạnh giao lưu giữa các miền, các vùng trong cả nước để đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, tham quan du

lịch của nhân dân, góp phần cải thiện nâng cao đời sống tinh thần cho nhân dân, tạo thêm nhiều việc làm cho xã hội.”[13 , tr. 3-4].

Trên cơ sở đánh giá, phân tích về tiềm năng, thực trạng phát triển của ngành du lịch và hướng tới đại lễ kỉ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội, thị trường du lịch Hà Nội rất cần có một sản phẩm du lịch mới từ một điểm du lịch mang nhiều dấu ấn lịch sử, văn hóa, gắn liền với Hà Nội. Xuất phát từ ý tưởng ấy, đề tài nghiên cứu của tôi sẽ xây dựng một sản phẩm du lịch từ một cây cầu, đó là cầu Long Biên. Có thể nói, cầu long biên với những giá trị lịch sử, văn hóa, những nét đẹp tiêu biểu của một công trình kiến trúc cổ được ví như “một tháp Eiffel nằm nghiêng”, “ một dải lụa bắc ngang sông Hồng” của người Hà Nội nói riêng và của Việt nam nói chung... Cầu Long Biên từ khi xây dựng cho đến nay luôn nằm trong kí ức của người Hà Nội qua câu ca:

Hà Nội có cầu Long Biên

Vừa dài vừa rộng bắc trên sông Hồng

Tàu xe đi lại thông dong

Người người tấp nập gánh gồng ngược xuôi.

Chính vỡ vụn , du lịch trên cây cầu Long Biên trong tương lai sẽ trở thành một tour du lịch mới, hấp dẫn, sẽ thay đổi cái nhìn của du khách về một Hà Nội đã khá quen thuộc, mang đến nhiều khám phá và trải nghiệm thú vị. Bởi nếu có cái gì gắn bó và tiêu biểu cho Hà Nội nhất trong những năm tháng chiến tranh, trong những tháng ngày bao cấp, trong đời sống người Hà Thành thì đó chính là cầu Long Biên. Đó là biểu tượng của tinh thần chiến đấu anh dũng, quả cảm của người Hà Nội, là một nhân chứng lịch sử , chứng kiến vô vàn đổi thay, biến cố thăng trầm của Hà Nội trong hơn một thế kỷ qua. Cây cầu cũng là một trong những nơi chịu nhiều bom đạn nhất thủ đô trong suốt thời kỳ chống Mỹ. Có thể nói sản phẩm du lịch từ một cây cầu, đặc biệt là cầu

Long Biên sẽ là một luồng gió mới khi kết hợp được những nét cổ điển về giá trị lịch sử văn hóa cùng với những nét sáng tạo, hiện đại trong cách thức thể hiện ý tưởng, xây dựng tour tuyến. Du lịch cầu Long Biên hứa hẹn là một tour du lịch thu hút được nhiều du khách không chỉ trong nước mà còn là du khách nước ngoài.

Chính vì vậy tôi chọn đề tài: “Cầu Long Biên dưới góc nhìn văn hóa du lịch”

2. Lịch sử vấn đề

Cầu Long Biên ngay từ khi hình thành đến nay luôn mang trong mình sức hấp dẫn kì lạ không chỉ với thế hệ người Hà Nội mà còn có sức hút mạnh mẽ với tất cả mọi người, những ai đã trót yêu cây cầu, đã dành cho cây cầu những ưu ái đặc biệt. Có lẽ chính vì thế mà đã có không ít các nhà thơ, nhà văn, nhà nghiên cứu, phê bình, nhà sử học, đạo diễn, quay phim... đã dành cho cầu Long Biên những bài viết hay, những bài nghiên cứu lịch sử, văn hóa sâu sắc, những câu chuyện đời thường giản dị mà sâu lắng... Quả thật mỗi công trình nghiên cứu về cầu Long Biên luôn mang đến cho độc giả những cái nhìn rất khác về cây cầu, có thể kể đến những tác phẩm như:

- “Di tích lịch sử văn hóa và cách mạng kháng chiến quận Long Biên”
B.s.: Vũ Đức Bảo, Nguyễn Doãn Tuân (ch.b.), Trần Thị Vân Anh.. Nơi xuất bản H. : Chính trị Quốc gia, 2006

Tác phẩm giới thiệu các di tích lịch sử văn hoá và cách mạng kháng chiến quận Long Biên như: Di tích chùa Bồ Đề, đền Ghènh, cầu Long Biên, sân bay Gia Lâm, nhà máy xe lửa Gia Lâm, đền Cơ Xá và danh tướng Lý Thường Kiệt

- Ba bộ phim tài liệu ngắn về cầu Long Biên, hai trong số đó của đạo diễn Việt Nam và một bộ phim do Đan Mạch sản xuất. Đã được trình chiếu

ngày 30/11/2008, tại Trung tâm Chiếu phim Quốc gia do Quỹ Trao đổi và Phát triển Văn hóa Đan Mạch – Việt Nam, thuộc Đại sứ quán Đan Mạch và Hãng phim Tài liệu và Khoa học Trung ương cùng phối hợp tổ chức trình chiếu 3 bộ phim tài liệu ngắn. Hai bộ phim Việt Nam có tiêu đề “Hà Nội có cầu Long Biên” và “Gầm cầu mặt nước”. Bộ phim “Hà Nội có cầu Long Biên” (đạo diễn Phạm Cường và đạo diễn Vũ Trụ) giới thiệu cầu Long Biên như một biểu tượng gắn với hình ảnh của Hà Nội, bộ phim thứ hai “Gầm cầu mặt nước” của đạo diễn Nguyễn Sỹ Chung đem lại những hình chân thực và xúc động về cuộc sống của những người có hoàn cảnh trắc trở, từ nhiều nơi kéo về trú ngụ dưới chân cầu Long Biên. Cùng được trình chiếu là bộ phim tài liệu dài hơn 30 phút của ba đạo diễn người Đan Mạch, Steen Rasmussen, Cai Ulrich v. Platen và Peter Schultz Jorgensen. Bộ phim do Quỹ Trao đổi và Phát triển Văn hóa Đan Mạch – Việt Nam tài trợ sản xuất. Bộ phim nói về dòng chảy của cuộc sống xung quanh một biểu tượng trung tâm – Cầu Long Biên. Lịch sử cây cầu là chủ đề trước tiên của bộ phim. Tuy nhiên, nội dung chính là về cuộc sống thường ngày đã và sẽ tiếp tục được tạo ra với sự hiện diện của cây cầu...

Có thể thấy, số lượng các tác phẩm, các bài nghiên cứu về cầu Long Biên là không hề nhỏ, song, việc nghiên cứu cũng như những tác phẩm viết về cầu Long Biên chỉ dừng lại khai thác góc độ lịch sử, văn hóa, mà chưa có một bài nghiên cứu nào viết về cầu Long Biên dưới góc độ văn hóa du lịch. Và sẽ thật thiếu sót khi những người làm du lịch lại bỏ qua một tài nguyên du lịch tiềm năng như vậy.

3. Đối tượng nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu

Về cơ bản, văn hóa du lịch là một ngành khoa học nghiên cứu những giá trị văn hóa để phát triển du lịch đồng thời tìm ra quy trình để khai thác

chúng một cách bền vững. Chính vì vậy trong đề tài này, dưới góc nhìn văn hóa du lịch cây cầu Long Biên đã được nghiên cứu dưới góc độ những giá trị văn hóa đặc sắc, và đưa ra những ý tưởng về phát triển sản phẩm du lịch trên cầu Long Biên và những giải pháp để những ý tưởng này trở thành hiện thực.

4. Mục đích :

- Đưa ra một số ý tưởng về xây dựng sản phẩm du lịch trên cầu Long Biên
- Trên cơ sở đó đưa ra các giải pháp chung và giải pháp thuộc nghiệp vụ kinh doanh lữ hành để góp phần phát triển du lịch đi bộ trên cầu Long Biên.

5. Phương pháp nghiên cứu :

- Phương pháp nghiên cứu điền dã.
- Tổng hợp tài liệu, phân tích.

6. Kết cấu đề tài :

Phần mở đầu.

Chương 1: Tổng quan về cầu Long Biên

Chương 2: Xây dựng sản phẩm du lịch cầu Long Biên

Chương 3: Giải pháp cho xây dựng ý tưởng du lịch Cầu Long Biên

Phần kết luận

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Trần Thị Vân Anh, Vũ Đức Bảo, Nguyễn Doãn Tuân (2006), “Di tích lịch sử văn hóa và cách mạng kháng chiến quận Long Biên”, NXB Chính trị Quốc gia.
2. Trần Văn Hà (2005), “*Hướng dẫn du khách đến thủ đô Hà Nội- Hanoi tourist guidebook*”, NXB Trẻ, Hà Nội.
3. Vũ Khiêu – Nguyễn Vinh Phúc (2000),” *Văn hiến Thăng Long* “, NXB Văn hóa – Thông tin, Hà Nội.
4. Nguyễn Văn Mạnh (2006) “*Giỏ trôn quản trị kinh doanh lữ hành*”, nxb: Đại học Kinh tế Quốc dân, 514tr
5. PTS Trần Nhạn (1995), “ *Du lịch và kinh doanh du lịch*”, NXB Văn hóa – Thông tin, Hà Nội.
6. Trần Nhoãn (2005), “Giáo trình Văn hóa du lịch”, NXB Hà Nội
7. Trần Nhoãn (2002), “Giáo trình nghiệp vụ kinh doanh du lịch lữ hành”, nxb CTQG.
8. Dương Trung Quốc (2009), “ Hụ Néi cã cÇu Long Bi^n”, B_o Lao ®éng cuèi tuÇn, (11).
9. Vũ Văn Thuyên:” Ai là tác giả thiết kế cầu Long Biên?” (tạp chí Xưa và Nay, số 97 năm 2001, tr. 37-39).
10. Lê Huy Tuấn: ”Những điều mới biết qua nhịp cầu Long Biên lịch sử” (báo Người Hà Nội, số 1-2-3 ngày 1-1-2001, tr. 32)
11. Lê Thị Vân (2006), “Giáo trình Văn hóa du lịch”, NXB Hà Nội.
12. Frank Jefkins (2007) “*Phá vỡ bí ẩn PR*”, nxb: Trẻ, 184tr

13. Câu lạc bộ nhà báo kinh tế Việt Nam (2001), “ *Du lịch Hà Nội hướng tới 1000 năm Thăng Long*”, NXB Hà Nội.

Tiếng Pháp

14. Paul Doumer (1903), “ *L’Indo-Chine Francaise-Souvenir*”, NXB Vuibert&Nony, NXB Vuibert&Nony, Paris

15. Fonds de la Résidence supérieure au Tonkin-RST, (Phông Phủ Thống sứ Bắc Kỳ), hồ sơ: 6532- Trung tâm lưu trữ quốc gia I

16. Journal officiel de l'Indochine, 1898, số 10 và 11 ngày 3 và 7-2-1898, tr.115.

Các tài liệu khác :

Các trang web điện tử :

- www.vtc.vn
- www.vietnamtourism_info.com
- www.vietnamtourism.gov.vn
- www.vietinfo.eu
- www.dantri.com ...