

ARAŞTIRMA MAKALESİ

Kars Âşıklık Geleneğinin Dünü ve Bugünüyle Turizme Katkısı

The Contribution of Kars Minstrel Tradition to Tourism, Past and Present

(Sorumlu Yazar) Özgür ÇALKIN*

* Dr. Öğr. Üyesi., Kafkas Üniversitesi Sarıkamış Turizm Fakültesi, 36500, Sarıkamış/Kars

ORCID: 0000-0001-5709-7542

E-posta: ozgur_calkin@hotmail.com

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 29 Mart 2025

Birinci düzeltme: 7 Nisan 2025

Kabul: 11 Eylül 2025

Anahtar sözcükler: Âşıklık, Âşıklık geleneği, Turizm, Kars.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 29 March 2025

Resubmitted: 7 April 2025

Accepted: 11 September 2025

Key words: Minstrelsy, Minstrel tradition, Tourism, Kars.

ÖZ

Günümüzde turistler geçmişteki gibi sadece eğlenmek ya da dinlenmek amacıyla değil farklı bölgeleri görmek, o coğrafyaların kendine has gelenek ve kültürlerini tanımak amacıyla da seyahat etmektedir. Turist davranışlarında ortaya çıkan bu değişim, turizm merkezlerinin turistik ürünlerini tanıtımalarında önemli bir etkiye sahiptir. Turizm merkezlerinin turizmden yeterli faydayı elde etmelerinde ve sürdürülebilir yönetimlerinde önemli unsurlardan biri de somut olmayan kaynakların turistik ürün olarak kullanımıdır. Bu kapsamda bu araştırmada âşıklık geleneğinin geçmişten günümüze yaşatıldığı Kars ilindeki âşıklık geleneğinin dünden bugüne yolculuğu incelenmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi ve doküman incelemesi tekniği benimsenmiştir. Araştırma sonuçları Kars'taki âşıklık geleneğinin turizme kaynaklık eden erişilebilirlik, konaklama ve yiyecek hizmetleri, fiyatlandırma, kültürel unsurlar kapsamındaki etkinlikler ve tarihi yerlerle entegrasyonunun sağlanarak yaşatıldığını göstermiştir. Bununla birlikte günümüzde sergilenen âşıklık performansının geleneksel yapısından uzak, eğlence odaklı bir forma büründüğü tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Today, tourists travel not only for entertainment or relaxation, as in the past, but also to explore different regions and experience their unique traditions and cultures. This shift in tourist behaviour has had an important impact on tourism destinations, particularly in the promotion of their touristic products. One of the key elements in ensuring that tourism centres gain sufficient benefits from tourism and are managed sustainably is the utilisation of intangible cultural resources as tourism products. In this context, this study examines the transformation and current state of the minstrel (âşık) tradition in the province of Kars, where it has been preserved from past to present. A qualitative research design was adopted, employing document analysis. The findings show that the minstrel tradition in Kars has been sustained through the integration of accessibility, accommodation and food services, pricing, cultural elements, and historical sites that serve as tourism resources. However, it has also been determined that contemporary minstrel performances have shifted towards an entertainment-oriented form, distancing them from their traditional structure.

Makalenin kaynak gösterme şekli:

Çalkın, Ö. (2025). Kars Âşıklık Geleneğinin Dünü ve Bugünüyle Turizme Katkısı, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 36 (3): 82 - 93..

GİRİŞ

Türkiye'nin somut olmayan kültürel değerleri arasında yer alan âşıklık, toplumun kültürel kimliğini yansıtan önemli bir sözlü edebiyat ve müzik geleneğidir. Tarihsel süreç içerisinde bir halk sanatı olarak şekillenmiş olan bu geleneğin, turizm sektöründe kullanımı kültürel, sosyal ve ekonomik boyutlarıyla değerlidir. Nitekim âşıklık geleneğinin yaşatıldığı turizm merkezle-

rinde turistler o yörenin kültürünü deneyimleyebilmekte, yöre insanıyla ve yörenin özgün kimliğiyle karşılaşmış olmaktadır. Somut olmayan kültürel miras unsuru olan âşıklık geleneğinin turizmde kullanımı her ne kadar olumlu bir gelişme olarak değerlendirilse de günümüze taşındığı süreçte geleneksel bağlamından koparak bir eğlence unsuru olarak ticarileştirilmesi bazı eleştirileri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, turizmde kullanımı sırasında kültürel devamlılı-

ğı koruyacak ve özgünlüğünü sürdürecektir yöntemlerin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu açıdan bu mirasın turizme entegre edilirken korunarak kullanımı, küreselleşme ve modernleşme süreçlerinin getirdiği kültürel bozulmalar, kültürel değerlerin unutulması gibi tehditlerden korunması önem taşımaktadır.

Ülkemizde âşıklık geleneği Konya, Adana, Erzurum, Ardahan ve Sivas illerinde hâlâ canlılığını korumaktadır. Geleneğin güçlü bir şekilde yaşatıldığı illerden biri de Kars'tır. Turistik Doğu Ekspresi Turları, Ankara-Kars arası tren seferleri ve sosyal medyanın etkisiyle son yıllarda tanınırlığı artan ve ön plana çıkan Kars ilinde âşıklık geleneği, turistlerin tren garına varışında, turizm işletmelerinde, festival ve etkinliklerde yaşatılmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda bu çalışmanın konusunu Kars âşıklık geleneğinin dün ve bugünle turizme katkısının incelenmesi oluşturmaktadır.

Her geçen gün daha rekabetçi bir hale gelen turizm pazarında turizm bölgelerinin üstünlük geliştirebilmeleri ve değişen dünya koşullarında yerel farklılıklar yaratabilmesi sahip olduğu somut ve soyut turizm kaynaklarını etkin bir biçimde yönetebilmesine bağlıdır (Wang ve Bramwell 2012; Göral ve Tuna 2018). Nitekim turizmin sürdürülebilir gelişimi turizm bölgesi yönetim kuruluşları için önemli bir endişe kaynağıdır (Mandić ve Kennell 2021). Turizm bölgelerinin kendine has özelliklerini barındıran ve turistleri bu bölgelere çeken birincil çekim unsurlarından olan kültürel unsurların çeşitlendirilmesi, yoğunlaştırılması ve birbirine bağlanması varış yerlerinin rekabet gücü ve sürdürülebilir gelişimi için çok önemlidir (Benur ve Bramwell 2015).

Turizm bölgeleri, geleneksel festivaller, sanatsal etkinlikler ve yerel mutfak gibi kültürel unsurları pazarlayarak ekonomik kazanç elde edebilmektedir (Akgöz vd. 2014). Turizm sektöründe somut olmayan kaynakların yönetimi sadece sürdürülebilir gelişim ve ekonomik açıdan değil pazarlama stratejileri açısından da kritik bir rol oynamaktadır. Kaldı ki turizmde ürün kavramı yalnızca fiziksel varlıklarla sınırlı değil, aynı zamanda turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan dene-

yim ve hizmetleri de kapsamaktadır (Kotler ve Armstrong 1991).

Son yıllarda turist davranışlarında meydana gelen değişimler turistik ürün çeşitliliğinin daha fazla dikkate alınmasına neden olmaktadır (Akgöz vd. 2014). Bu kapsamda kısmen küreselleşme karşısında yerel kimliğin bir kaynağı olarak kültüre olan ilginin artması, turizmin büyümesi ve kültürel varlıklara ve deneyimlere daha kolay erişilebilmesi nedeniyle kültürel unsurlar ve turizm ayrılmaz bir şekilde birbirine bağlanmıştır (Dünya Turizm Örgütü 2018). Günümüzde pek çok turizm bölgesi turizmde bir yenilenme stratejisi olarak, barındırdığı zengin tarihsel doku, etnik miras gibi kültürel unsurlarla şekillenmeye çalışmakta (Smith: 2003), sahip oldukları kültürel alt yapıyı ziyaretçiler tarafından zarar görmeyecek şekilde kullanarak turizmi geliştirme çabasına girmektedirler (Harvey 2007). Turizm bölgelerinin turizmde kullandığı söz konusu kültürel unsurlardan biri de âşıklık geleneğidir.

Turistik bölgeler, turizm ve kültürel varlıkları arasında sinerji yaratarak yatırım yapılma, daha fazla ziyaret edilme ve yaşanan bir yer olma hususunda çekiciliklerini arttırabilmektedir (Göral ve Tuna 2018). Diğer taraftan somut olmayan kültürel miras unsurları turizm için sürdürülebilir bir şekilde yönetilmezse bu değerler sadece ticari odaklı kalmakta ve anlamını yitirebilmektedir (Ho ve McKercher 2004). Korobeynikova ve Nikodyuk (2020)'un turizmin gelişiminin etkisinde geleneksel değerlerin kaybının meydana gelebileceği yönündeki görüşleri bu durumu destekler niteliktedir. Benzer şekilde Millar (1989), turizmin kültürel miras unsurlarına zarar verebileceğini ve yanlış pazarlama stratejilerinin kültürel değerleri yüzeyselleştirebileceğini savunmaktadır. Bu durumun aşılabilmesi için âşıklık geleneğine yönelik derinlemesine araştırmalar yapılarak geleneksel icrasının korunması hususunda derin anlayışların geliştirilmesi önemli görülmektedir (Avraham ve Ketter 2016).

Turist taleplerinde olan değişim ve turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik endişesi birincil turizm ürünlerinin hem daha somut hem de daha soyut yönlerine ve bunlar arasındaki bağlantılara dikkat edilmesini gerekli kılmaktadır. Kaldı ki tu-

rizm bölgelerinin birkaç birincil turizm ürünüyle gelişmesi ve bunlar arasında genellikle karmaşık ilişkiler, sinerjiler ve gerilimler olması turizmin gelişiminde bir sorun olarak görülmektedir. Ancak bu unsurların çeşitli özellikleri ve diğer turistik ürünlerle olan ilişkileri mevcut çalışmalarda ihmal edilmektedir (Benur ve Bramwell 2015). Bu bilgiler doğrultusunda Kars âşıklık geleneğinin geçmişte ve günümüzde turizmde nasıl kullanıldığı ve farklı turistik ürünlerle entegre edilip edilmediğinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda “Kars ilinde yaşatılmakta olan âşıklık geleneği geçmişte nasıl kullanılmış ve günümüzde nasıl kullanılmaktadır?” sorusuna yanıt aranmaktadır.

KURAMSAL YAPI

Turizm bölgelerinin, sahip olduğu turizm çekiciliklerini rekabet avantajı elde edebilecek biçimde birleştirip yönetebilmeleri bölgenin kaynaklarının verimli bir biçimde kullanılabilmesi açısından önem arz etmektedir (Cracolici ve Nijkamp 2008). Bir varış yerinde bulunan çekicilikler turistik ürünün en önemli bileşenlerini ve turistlerin motivasyon kaynağını oluşturmaktadır. Günümüzde turizm merkezleri sadece ekolojik, kültürel veya sanatsal çekiciliklerden oluşan bir coğrafya olarak değil (Cook vd. 2016) içerisinde turistlerin ilgisini cezbeden ve ihtiyaçlarını karşılayan entegre unsurlardan oluşan deneyimlerin olduğu bir turistik ürün olarak görülmektedir (Cracolici ve Nijkamp 2008).

Turistik ürün, turistin sürekli ikamet ettiği yerden ayrılışından itibaren ikamet yerine dönene kadar geçirdiği süre içerisinde faydalandığı ürün ve hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Usal ve Oral 2001). Bazı araştırmacılar için (Smith 1994; Kotler 2001; Kozak vd. 2011) turistin yaşadığı her türlü deneyim olarak ifade edilen turistik ürün fiziksel öğeleri, hizmetleri, kişileri, organizasyonları, varış yerlerini ve fikirleri içermektedir (Kotler 2001). Turistik ürün bir varış yerinin sahip olduğu turistik kaynakların (doğal, tarihi) oluşturduğu bir değer olarak ortaya çıkabileceği gibi turistin tatil yapmasına olanak sağlayan turistik hizmetlerin tümü olarak da nitelendirilebilmektedir (Hacıoğlu 1991). Diğer taraftan turistik

ürün farklı düzeylerde de ele alınabilmektedir. Turizm işletmeleri tarafından sunulan tur ya da uçak bileti gibi özel düzeydeki ürünler olabileceği gibi turistin ikamet ettiği yere dönüşüne kadar edindiği tüm deneyimleri de kapsayan genelleştirilmiş bir düzeyde de turistik ürünle karşılaşılabilmektedir (Middleton ve Clarke 2012).

Turistler için turizm bölgelerinin çekiciliği fiziksel, ekolojik ve sosyo-kültürel özelliklerine bağlıdır (Jafari 1982). Turistik varış yerleri, barındırdığı bu kaynaklarını etkin bir şekilde değerlendirerek turizm faaliyetlerini sürdürülebilir hale getirmektedir (Akgöz vd. 2014). Turistik ürünler, ticarileştirilmesi aracılığıyla varış yerlerine ekonomik faydalar sağlamakta, varış yerinin bölgesel kalitesi, imajı ve rekabet gücüne katkılar sunmaktadır (Henderson 2009; Wang ve Bramwell 2012; Güçlü ve Kıran 2023; Melko vd. 2024).

Turistik ürün, bir seyahat deneyimi yaratan somut ve soyut unsurların birleşimidir. Middleton ve Clarke’a (2012) göre; turistik ürün cazibe merkezleri, erişilebilirlik, konaklama, olanaklar ve aktiviteler olmak üzere beş temel bileşenden oluşmaktadır. Cooper vd. (2008) ise turizm ürünlerinin genel turist deneyimine katkıda bulunan hem temel hem de tamamlayıcı hizmetleri içerdiğini vurgulamaktadır.

Turizme kaynaklık eden temel turistik ürünler olan cazibe merkezleri, doğal (plajlar, dağlar, göller, milli parklar), kültürel (müzeler, tarihi ve dini yerler, festivaller ve dini yerler) ve insan yapımı (tema parkları, eğlence kompleksleri, alışveriş bölgeleri) çekicilikler olarak bilinmektedir (Gunn 1997). Erişilebilirlik, turistlerin bir varış noktasına ulaşabilme kolaylığını (ulaşım altyapısı, seyahat hizmetleri) ifade etmektedir (Page 2014). Konaklama, oteller ve alternatif konaklama hizmetlerini (misafirhaneler, airbnb) içermektedir (Holloway ve Humphreys 2020). Fiyatlandırma unsuru, ulaşım maliyetleri, konaklama ücretleri ve yerel harcamalardan oluşmaktadır (Buhalis 2000).

Turizme kaynaklık eden bir diğer unsur olan seyahat hizmetleri ve tur paketleri, her şey dâhil turlar, kişiye özel geziler ve bağımsız gezileri kapsamaktadır (Kotler vd. 2016). Yardımcı hizmetler kapsamında ise yiyecek içecek hizmetleri

(restoranlar, kafeler, sokak yemekleri), alışveriş hizmetleri (hediyelik eşya dükkanları, alışveriş merkezleri), sağlık ve güvenlik hizmetleri (hastaneler, emniyet hizmetleri), iletişim hizmetleri yer almaktadır (Middleton ve Clarke 2012). Son olarak etkinlikler ve deneyimler, turistlerin seyahatlerine değer katan macera ve açık hava etkinlikleri (yürüyüş, kayak), kültürel etkinlikler (festivaler, konserler, yemek turları), sağlık ve dinlenme etkinliklerinden (kaplıcalar, inzivalar) oluşmaktadır (Swarbrooke ve Horner 2007).

Turistik ürün, kapsamı bakımından bir turizm bölgesini içerebileceği gibi varış yerinde turistlere sunulan her bir ürün olarak da değerlendirilebilmektedir (Kozak 2006). Turistik varış yerleri, konaklama, yiyecek içecek hizmetleri, ulaşım gibi turistleri bir varış yerine çekme olasılığı düşük olan ürünlerden ziyade varış yerinin turistleri motive eden kendine has özelliklerinin olduğu turistik ürünlere odaklanmaktadır (Jansen-Verbeke 1986). Turistik ürün niteliğindeki bazı çekicilikler taklit edilebilir ve geliştirilebilirken plajlar, doğal çevre, tarih, kültür, konum gibi turizm varış yerinin konumundan kaynaklanan belirli özellikler, her varış yerine özgü olan farklılaştırıcı niteliklerdir (Rodríguez-Díaz ve Espino-Rodríguez 2008). Turistik varış yerlerinin sahip olduğu doğal kaynakların varış yerinin kendine has kültürel varlıklarıyla entegre edilmesi daha fazla değer yaratılmasını mümkün kılmaktadır (Camısón vd. 2015). Küresel pazarda günden güne fark yaratan bir turistik ürün haline gelen kültür, turizmle karşılıklı fayda sağlayan bir ilişkiye sahiptir. Kültürel çekicilikler turizm faaliyetleri aracılığıyla kullanıldığında varış yerinin çekiciliğini arttırmakta, turizmden elde edilen gelire katkı sunmaktadır (Göral ve Tuna 2018).

Âşıklık Geleneği

Türk sözlü kültürünün temel öğelerinden biri olan âşıklık geleneği, bireysel yaratıma izin veren, geçmişten günümüze aktararak gelen melodilerle doğaçlama sözlerin birleştirilerek geleneğin yeniden üretildiği söylemler dizisi olarak nitelendirilmektedir (Bektaş 2016). Âşık; içinde yaşadığı toplumun kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasal olaylara yönelik his ve fikirlerini ifa-

de eden ozanları ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Türk tarihinin başlangıcından beri var olan âşıklara Kırgızlar "Baksı, Bakşı, Bahşı", Yakutlar "Oyun", Altay Türkleri "Kam", Tonguzlar "Şaman", Oğuz Türkleri ise "Ozan" demişlerdir (Heziyeva 2010a). Âşıklık geleneğinin kuşaklar boyu aktarılmasını sağlayan kişi olan âşık, irticalen (doğaçlama) şiir söyleyen, atışma yapan, usta-çırak ilişkisi içerisinde geleneğin izlerini belleğine alan, saz çalan kişi olarak tanımlanmaktadır (Güçlü ve Kıran 2023).

Âşıklar, ölenlerin ardından düzenlenen yuğ adı verilen törenlerde halkın acısını dile getirme görevi üstlenirken bir zafer sonunda düzenlenen şöenlerde türkü ve güzellemlerle halkı eğlendiren, koçaklamalarıyla askeri coşturan bir görev üstlenmişlerdir. Âşıklar, her kesime hitap eden yönleriyle devlet katında da her zaman itibar görmüşlerdir (Heziyeva 2010a).

Âşıklık geleneğinin temellerini oluşturan ozanbaksı geleneğindeki sanatkarlar Türk topluluklarının yaşam biçimini etkileyen tasavvuf kültürü ve dinin etkisi altında eserlerini ortaya çıkarmışlardır (Arı vd. 2018). Orta Asya döneminde özellikle Dede Korkut Hikâyeleri âşıklık geleneğinin en eski örnekleri arasında gösterilmektedir (Köprülü 2004).

Türklerin Anadolu'ya göç etmesiyle birlikte âşıklık geleneği bu coğrafyada da yaygınlaşmıştır. 13. yüzyılda yaşamış olan Yunus Emre, dinî ve tasavvufi konular işleyen halk şairleri arasında önemli bir figür olarak kabul edilmektedir (İnalçık 1997). Bu dönemde âşıklar, yüksek zümrenin halkın anlamadığı kalıplar içinde sanat yaptıkları devrede toplumun derdini, acısını, sevincini, isteğini, ümitsizliğini ifade eden araçlar olmuşlardır (Köprülü 2004; Heziyeva 2010a:82).

Osmanlı döneminde, özellikle 16. yüzyıldan itibaren âşıklık geleneği kurumsallaşmaya başlamış ve âşık meclisleri ortaya çıkmıştır. Köroğlu, bu dönemde halk edebiyatının en önemli isimlerinden biri olarak kabul edilmektedir. 17. yüzyılda ise Karacaoğlu, doğa ve aşk temalı şiirleriyle ön plana çıkmıştır (Banarlı 1987). 18. ve 19. yüzyıllarda âşık kahvehaneleri ve meddah anlatılarıyla bu gelenek daha da gelişmiş, özellikle şehirleşme ile birlikte âşıkların etkisi halk ara-

sında güçlenmiştir. Bu dönemde Dadaloğlu ve Erzurumlu Emrah gibi isimler dikkat çekmiştir (Oğuz 2005). Âşıklık, 20. yüzyıl başlarına kadar düğünlerde, toplantılarda, panayırarda ve kahvehanelerde meslek olarak icra edilmiştir (Köp-rülü 2004).

20. yüzyılın başlarından itibaren âşıklık geleneği modernleşme sürecine girmiş, âşıkların eserleri yazılı hale getirilmeye başlanmıştır. Âşık Vey-sel, bu dönemin en önemli temsilcilerinden biri olarak halk edebiyatında büyük bir iz bırakmıştır (Çobanoğlu 2000). Âşıklık geleneği 2009'da UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesine alınarak uluslararası alanda da tanınmıştır. 2010 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı merhum Âşık Muharrem Ertaş'ın Arzu ile Kamber Cd'sini çıkararak geleneğin genç kuşaklara aktarılmasını amaçlamıştır (Yaşayan Miras Ve Kültürel Etkinlikler Genel Müdürlüğü 2025). Âşıklık geleneğinin önemli temsilcilerinden olan Şeref Taşlıova 2008'de, Neşet Ertaş 2009'da, İsmail Nar 2016'da, Ali Rıza Ezgi ve Maksut Koca 2020'de Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "Yaşayan İnsan Hazinesi" olarak ilan edilmişlerdir (Wikipedia 2025).

Geçmişten günümüze ustalık ve çıraklık ilişkisi, geleneğin sürdürülebilmesi için büyük bir önem taşımaktadır. Günümüzde isimleri okullara, caddelere ve sokaklara verilerek âşıklık geleneğinin önemli temsilcileri yaşatılmaya çalışılmaktadır (Yaşayan Miras ve Kültürel Etkinlikler Genel Müdürlüğü 2025). Yüzlerce yıllık geçmişe sahip olan bu gelenek Türk kültüründe önemli bir yere sahip olup günümüze dek ulaşmıştır (Dorson 2011).

Âşıklık Geleneği eski ihtişamını sürdürmese de Konya, Adana, Erzincan, Kars, Erzurum, Ardahan, Sivas gibi illerde yaşamaya devam etmektedir (Heziyeva 2010a). Saz çalma, mahlas alma, irticalen şiir söyleme, bade içme gibi kendine has ritüeller içeren âşıklık geleneği (Çobanoğlu 2007; Dorson 2011) bu araştırmaya konu olan Kars ilinde diğer yörelerden farklı nitelikler taşımaktadır. Âşıkların 72 tescilli makama hakim olması, hikaye anlatma geleneği, icralarını ayakta gerçekleştiriyor olmaları ve sazın bir aparat yardımıyla

omuza asılarak çalınması bu farklılıklardandır (Bektaş 2021).

Âşıklık geleneğinin en eski örneği olan Dede Korkut Oğuznameleri'nde iki başkent olarak Kars Kağızman'daki Ağcakale ve eskiden Kars'a bağlı olan Iğdır'daki Karakale'den bahsedilmesi, geleneğin Kars için ne kadar köklü bir geçmişe sahip olduğunu göstermektedir (Heziyeva 2010b). Dede Korkut geleneğinin en yakın taşıyıcısı olarak değerlendirilen Kars âşıkları günümüzde pek çoğu devam etmese de uzun yıllar boyunca sünnet düğünlerinde hikaye anlatıcılığı, deyiş ve türkülerin söylenmesi, köyün ortak kullanımında olan köy odalarında savaş destanlarının okunması ve usta âşıkların bâde serüvenlerinin anlatılması; kahvehanelerde dinleyiciler karşısında bilge kişi makamında bulunup dinleyenlere hem hoş vakit geçirmelerini sağlama hem bilgilendirme amacı gütmüşlerdir (Taşlıova 2006). Murat Çobanoğlu, Şeref Taşlıova, Âşık Şahsenem, Toruni, Kağızmanlı Hıfzi, Âşık Cemal Hoca, Sabri Şimşekoğlu, Dede Kasım, Âşık Avasi, Rüstem Alyançoğlu, Âşık Ayhan Şimşekoğlu, Âşık Mahmut Karadaş ve Erol Ergüloğlu Kars'ın yetiştirdiği en önemli âşıklardandır.

Kars'ta âşıklık geleneği 1960'lara dek geleneğin okulu olarak da adlandırılan kahvehanelerde icra edilmiştir. O yıllara kadar kahvelere giriş ücretsiz olmuş, âşık faslı yapılırken ortada bir sini gezdirilerek isteğe bağlı atılan paralar âşıklar arasında paylaşılmıştır. Takip eden dönemde kahvehanelere girişte bilet kesilmiş, biletten elde edilen para âşıklara pay edilmiştir (Taşlıova 2006).

20. yüzyılın ikinci yarısında (ilk kez 1966'da Konya'da) ortaya çıkan Âşıklar Bayramı âşıklar için jüri karşısında katıldıkları bir yarışma ortamı oluşturma yanı sıra halkla kaynaşmayı hem de farklı bölgelerden gelen âşıklarla etkileşim kurmayı sağlamıştır. Karşı âşıklar Şeref Taşlıova ve Murat Çobanoğlu ilk kez 1971'de kültür elçiliği görevi ile Avrupa'ya âşıklık icrası için gitmişlerdir (Taşlıova 2006).

Âşık Şenlik'in çıraklarından biri olan Âşık Gülistan'ın oğlu Murat Çobanoğlu, 1940 yılında Arpaçay'da doğmuş ve 1971'de Kars'ta açtığı Çobanoğlu Halk Ozanları Kahvesi ile âşıklık gelene-

ğinin usta-çırak ilişkisiyle sürdürülmesine katkı sağlamıştır (Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2025). O dönemde Kars'a gelen özellikle Alman turistler Çobanoğlu Gazinosu'nda âşıklık icrasını dinlemişlerdir. Kahvehane, Çobanoğlu'nun 2000 yılında Ankara'ya taşınmasından sonra kapanmıştır (Taşlıova 2006). Kültür ve Turizm Bakanlığı sanatçısı olarak uzun süre görev yapmış olan Murat Çobanoğlu'nu anmak için her yıl 6-7 Mayıs tarihlerinde Murat Çobanoğlu Âşıklar Bayramı düzenlenmektedir (Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2025).

Kars'ın Eşmeyazı Köyü'nde 2009 yılında çekilmiş olan Deli Deli Olma adlı sinema filminde âşıklık geleneğinin iki önemli özelliği olan âşık atışması ve lebdeğmez öne çıkarılmış, ilin âşık geleneğiyle anılması sağlanmıştır (Metin Basat 2017). Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Kars Belediyesi'nin işbirliği ile Doğu Anadolu'da Kültür Turizmi İçin İttifaklar Birleşmiş Milletler Ortak Programı kapsamında 2011'de Âşık Kültür Evi kurulmuş, Âşıklardan Halk Hikayeleri kitabı ve CD'si yayımlanmıştır (Yaşayan Miras ve Kültürel Etkinlikler Genel Müdürlüğü 2025).

Kars yöresi âşıklarından olan Şeref Taşlıova ve Murat Çobanoğlu'na verilen devlet sanatçısı un-

vanı âşıklara verilen önem ve itibarı ispatlar niteliktedir. Ayrıca Kafkas Kültürleri Festivali kapsamında Kars'ın girişine yaptırılan Âşık Şenlik, Murat Çobanoğlu ve Şeref Taşlıova heykelleri de dönemin Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul Günay tarafından açılmıştır (Heziyeva 2010a). Bütün bu gelişmeler, âşıklık geleneğinin yaşatılması ve yeni nesillere aktarılması adına atılmış önemli adımlardır.

Son yıllarda, âşıklık geleneği turistik bir cazibe unsuru haline gelmiş ve özellikle Turistik Doğu Ekspresi Turları kapsamında yeniden canlandırılmıştır. Gelenek, festivallerde, otel gösterilerinde ve özel etkinliklerde turistlere sunulurken kültür endüstrisinin bir parçası haline getirilmiştir. (Güçlü ve Kıran 2023). Yöre âşıkları, Âşıklar Kültür Evi'nde yerel halka sanatını icra etmekte, bu icra ramazan aylarında da deyişler, hikâyeler ve atışmalarla devam etmektedir.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

İlgili literatür incelendiğinde gerek ulusal gerek uluslararası literatürde kültürel unsurların turizmde kullanımının turistik varış yerleri açısından öneminin vurgulandığı çalışmalara rastlanmıştır. Örneğin Harrison (2012) özellikle yerel



Fotoğraf 1. Çobanoğlu Halk Ozanları Kahvesi

Kaynak: Yapı Kredi Kültür Sanat, 2019

düzeyde somut olmayan kültürel miras unsurlarının kullanımının girişimciliğin geliştirilmesi, iş-gücü piyasasındaki durumun iyileştirilmesi, ekonominin güçlendirilmesi, bütçenin turizm faaliyetlerinden elde edilen vergilerle doldurulması, turist akışlarının artırılması, ulusal öz-kimliğin güçlendirilmesi, yerel geleneklerin ve kültürün sürdürülmesi, geliştirilmesi ve korunması gibi faydalar sağladığını vurgulamıştır.

Mălăescu (2022) çalışmasında turistik varış yeri gelişiminde somut olmayan kültürel miras unsurlarının kullanımının, varış yeri kimliği, turist sadakati ve ziyaret motivasyonu açısından önemli olduğunu tespit etmiştir. Melko vd. (2024), Ukrayna'nın turistik varış yeri gelişiminde somut olmayan kültürel miras unsurlarını inceledikleri çalışmada unsurların turistler için oldukça popüler olduğunu, el sanatları, çömlekçilik ve seramiklerin öne çıktığını, turistlerin ilgisini çektiğini ve atölye çalışmalarına aktif katılım sağladığını tespit etmişlerdir. Araştırmacılar geliştirdikleri modelde çömlekçiliğe odaklanarak sürecin faaliyetlerin yönetileceği bir merkezi örgütsel yapı oluşturmayı, çömlekçiliğin korunması ve geliştirilmesiyle iş yaratımını ve varış yerinin ekonomik gelişiminin sağlanmasını önermişlerdir.

Şahin ve Özdemir (2018)'in somut olmayan kültürel miras ürünlerinin tanıtılmasına yönelik yapmış oldukları çalışmaya göre âşıklık geleneği % 15,5'lik oranla il kültür ve turizm müdürlükleri internet sitelerinde en sık yer verilen unsurdur. Âşıklık geleneği günümüzde hala yaşatılmakta olan Adana, Adıyaman, Afyonkarahisar, Antalya, Ardahan, Bursa, Erzurum, İzmir, Konya, Nevşehir, Siirt ve Uşak olmak üzere 12 ilin internet sitesinde yer almaktadır. Araştırmacılar Anadolu'nun tamamında ve özellikle Doğu Anadolu'da yaşatıldığı göz önüne alındığında âşıklık geleneğinin turistik tanıtımda etkin bir araç olarak kullanılamadığını belirtmişlerdir. Güçlü ve Kıran (2023) turistik Doğu Ekspresi turları kapsamında Kars âşıklık geleneği unsurlarını kültür endüstrisi bağlamında değerlendirdiği çalışmasında geleneğin turistlere ulaşmasının önemini vurgulamıştır.

Literatürde somut olmayan kültürel miras unsurlarının turizmde kullanımının varış yeri gelişimindeki katkılarının vurgulandığı artan bir ilgi olmasına rağmen âşıklık geleneğinin turizmde kullanımının incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca somut olmayan kültürel miras listesinde yer alması sebebiyle bahsinin geçtiği çalışmalarda ise âşıklık geleneğine kısıtlı bir biçimde yer verilmiştir. Bu kapsamda araştırma sonucunda yapılacak olan değerlendirmelerin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Araştırmada nitel araştırma yöntemi ve doküman incelemesi tekniği tercih edilmiştir. Doküman incelemesi yapılırken ikincil veri kaynaklarından faydalanılmış, döküman incelemesinin gereği olan dökümanların taranması, incelenmesi ve değerlendirilmesi süreçleri takip edilmiştir. Bu doğrultuda Kars âşıklık geleneği ve Kars'taki âşıklık geleneğinin yaşatıldığı turizm faaliyetleri ile ilgili yazılmış olan makale, tez, bildiri, ajans raporları, il turizm müdürlüğü raporları ile Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kars Valiliği, Kars Belediyesi, Yaşayan Miras ve Kültürel Etkinlikler Genel Müdürlüğü gibi kurumların web sitelerinde âşıklık geleneğine ilişkin bilgiler araştırma kapsamına alınmıştır. Tarama yapılırken "Kars âşıklık geleneği", "âşıklık geleneği ve turizm" "turizmde kültürel unsurlar", "Kars'ın kültürel unsurları" gibi anahtar kelimeler kullanılmıştır. Elden edilen bilgiler doğrultusunda âşıklık geleneği turistik ürün bileşenleri açısından değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Turistik varış yerlerini çekici kılan en önemli unsurlardan biri ziyaretçilerde derin bir duygusal veya psikolojik tepki yaratan unsurlardır (Uysal vd. 2011). Köklü bir tarihsel geçmişe sahip olan âşıklık geleneği özellikle son yıllarda yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken bir kültürel unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Âşıklık geleneği, Türkiye'nin özellikle Doğu Anadolu Bölgesi'nde yüzyıllardır süregelen sözlü edebiyat ve müzik geleneğidir. Bu geleneğin en güçlü şekilde yaşa-

tıldığı illerden biri Kars'tır. Küreselleşme ve modernleşme süreçlerinin tehditleri nedeniyle, bu kültürel mirasın korunması ve turizme entegre edilmesi büyük önem taşımaktadır.

Somut olmayan kültürel miras, turizmin sürdürülebilirliği açısından büyük bir öneme sahiptir. Kültürel mirasın turizm sektöründe doğru bir şekilde kullanılması, hem ekonomik kazanç sağlamakta hem de yerel kimliği koruyarak turistlere anlamlı deneyimler sunmaktadır (Ho ve McKercher 2004). Günümüzde âşıklık geleneği modern turistlere eğlence unsuru olarak değerlendirilmektedir. Kars ilinde de geleneksel sunumunun ötesinde âşıklık geleneği canlı, eğlenceli ve dikkat çekici yönünün ağır bastığı atışma performansıyla turistlere sunulmaktadır (Güçlü ve Kıran 2023).

Turistik ürün bileşenleri açısından âşıklık geleneği

Kars iline ulaşım karayolu, havayolu ve demiryolu aracılığıyla sağlanabilmektedir. TCDD (2025), 2017 yılından beridir popüler hale gel-

miş olan turistik doğu ekspresi turlarını her yıl aralık-mart ayları arasında Ankara-Kars yönünde gerçekleştirmektedir. Kış sezonunda yüksek ilgi gören Kars iline turistik doğu ekspresinin ilk seferi her yıl coşkuyla karşılanmakta ve yolcuları karşılarken âşıklar da sanatlarını sergilemektedir. Bu durum âşıklık geleneğinin turistik ürün bileşenlerinden olan erişilebilirlikle entegre bir biçimde sunulduğunu göstermektedir.

Âşıklık icrası atışma yapılacaksa en az 2, yapılmayacaksa 1 âşık tarafından Kars'taki otel, restoran ve kafelerde âşık icraları gerçekleştirilmektedir. Bu mekânlarda yapılan icralar tur şirketleri aracılığıyla ya da doğrudan turist talepleriyle yapılacak niteliktedir. Âşıklar, özellikle ile ziyaretçi akınlarının olduğu kış aylarında bazen bir gecede birden fazla mekanda icralarını sergilemektedir (Güçlü ve Kıran 2023). Turizm işletmelerinde organizasyonlar aracılığıyla sürdürülen âşıklık geleneği, turizme kaynaklık eden konaklama hizmetleri ile yardımcı hizmetler kapsamındaki yiyecek içecek hizmetleriyle entegre bir biçimde



Fotoğraf 2. Turistik Doğu Ekspresi'nde Âşıklar

Kaynak: Karabağ 2021

sunulmaktadır. Yiyecek içecek hizmetlerinin sunulduğu işletmelerde gerçekleştirilen âşıklık performansının aynı zamanda gastronomi turizmiyle de entegrasyonu söz konusudur.

Yöre âşıkları tur şirketlerinin yoğun taleplerine karşılık verebilmek için geleneksel yapısından farklı olarak kısa zaman dilimlerinde sanatlarını icra etmektedirler (Bektaş 2021). Âşıklık geleneği turizme kaynaklık eden kültürel unsurlar arasında yer almasının yanı sıra somut olmayan kültürel miras listesinde yer almaktadır. Somut olmayan kültürel unsurların turizmde kullanımının beraberinde getirdiği zorluklar arasında ticarileşme ve özgünlüğün kaybı (Smith, 2009), yerel halkın katılımının göz ardı edilmesi (Timothy ve Boyd 2003) ve koruyarak kullanma prensibinin dikkate alınmaması (UNESCO 2003) yer almak-

tadır. Âşıkların çoğunlukla yerli turistlere sergiledikleri atışma performansının düğünlerde, âşıklar kahvesinde ya da köy odalarında sergilenen âşıklık geleneğinden farklı olması, sadece bir eğlence aracı olarak görülmesi, derinlik ve köklerinden uzak bir gösteriye dönüşmesi, atışmalar yapılırken geleneksel formunda yer almayan bir biçimde izleyicilerle etkileşim kurulması (Güçlü ve Kıran 2023) ticarileşmesiyle birlikte özgünlüğünü kaybetmeye başladığını ve yüzeyselleşmeye başladığını göstermektedir. Benzer şekilde Kars âşıklık geleneği gastronomi turizmine entegre edilerek sunuluyor olsa da kısa zaman dilimlerinde icra edilmesi nedeniyle geleneğin bağlamından koparıldığı fark edilmektedir.

Kafkas Kültürleri Festivali, her yıl düzenlenen Murat Çobanoğlu Âşıklar Bayramı, Âşık Şen-



Fotoğraf 3. Restoranlarda âşıklar

Kaynak: Hanımeli Kars Mutfağı işletmesinin instagram sayfasından alınmıştır.

lik Kars Uluslararası Âşık Bayramı Kars'ta âşıkların anıldığı başlıca etkinliklerdendir. 2024 yılında düzenlenen Âşık Şenlik Kars Uluslararası Âşık Bayramı İran, Azerbaycan, Irak, Nahçıvan, Gürcistan ve Kazakistanlı âşıkların katılımıyla uluslararası bir nitelik kazanmıştır. Son yıllarda yapılan anma bayramları Kars Kalesi bedesten bölgesinde düzenlenmekte, şehrin tarihi dokusuyla âşıklık geleneği bir arada kulanılmaktadır. Bu kapsamda âşıklık geleneği cazibe merkezlerinin alt unsuru olan kültürel unsurlar kapsamındaki festivaller ve tarihi yerlerde yaşatılmaktadır.

Âşıklar sanatları icra ettikleri otel, restoran ve kafelerden ücret almakta, ayrıca dinleyicilerden bir gelenek olarak çaldıkları sazın sapındaki ipe bahşiş bırakılabilmektedir. Âşıklar Kültür Evi'nde sergiledikleri performanslar içinse herhangi bir ücret talep etmemektedirler (Güçlü ve Kıran 2023). Bu durum âşıklık geleneğinin sergilenmesinde turistik ürün bileşenlerinden olan fiyatlandırma unsurunun da önemsendiğini göstermektedir.

Turistik varış yerlerinin kültürel özelliklerini ön plana çıkarması Anderson'un (2009) uzun kuyruk teorisiyle uyumludur. Kültür ve ekonomi, talebin başında nispeten az sayıda ana akım ürünler ve pazarlar üzerine odaklanmaktan giderek uzaklaşmakta ve kuyrukta çok sayıda niş doğru ilerlemektedir. Niş pazarlar, ortak özellikteki ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyan küçük tüketici gruplarının isteklerini daha iyi karşılamak amacıyla geliştirilen pazarlama faaliyetlerini kapsamaktadır (Zeithalm ve Bitner 1996). Âşıklık geleneği gelenekseli özleyen ve önemseyen, belli kesimdeki insanlara hitap ettiği için niş pazar oluşturan ve niş turizme de kaynaklık eden bir potansiyel sunmaktadır.

SONUÇ

Bu araştırmada âşıklık geleneğinin geçmişten günümüze etkin bir biçimde yaşatıldığı Kars ilindeki âşıklık geleneğinin dünden bugüne yolculuğu incelenmiştir. Âşıklık geleneği, Türkiye'nin somut olmayan kültürel mirası içinde önemli bir yere sahip olup özellikle Kars ili bağlamında turistik değer kazanan bir unsur olarak öne çık-

maktadır. Tarihsel kökenleri ve sanatsal derinliğiyle bu gelenek, turistlere özgün bir kültürel deneyim sunmakta, böylece hem yerel kimliğin korunmasına katkıda bulunmakta hem de bölgesel turizmin çeşitlendirilmesini sağlamaktadır. Kars'ta âşıklık geleneği yalnızca bir folklor ögesi değil, aynı zamanda turistik ürünün erişilebilirlik, fiyatlandırma, yardımcı hizmetler ve cazibe unsurları gibi bileşenleriyle bütünleşmiş bir turizm ögesi haline gelmiştir.

Geleneğin turistik amaçlarla sunumu, çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir. Özellikle geleneksel bağlamından kopararak kısa sürelerle indirgenmesi, yüzeyselleşme ve ticarileşme risklerini artırmakta; bu durum, kültürel mirasın özgünlüğünü tehdit etmektedir. Geleneksel formun dışına çıkılması, performansların eğlenceye indirgenmesi ve yerel halkın katılımının sınırlı kalması gibi durumlar, âşıklık geleneğinin uzun vadede sürdürülebilirliğini zorlaştırmaktadır. Buna karşın, düzenlenen festivaller, tarihi mekânlarla bütünleştirilen etkinlikler ve gastronomi turizmiyle kurulan etkileşim, âşıklık geleneğinin görünürlüğünü ve çekiciliğini artırmakta; aynı zamanda bu kültürel değer turizme entegre edilmesine olanak sağlamaktadır. Nitekim âşıklık geleneği, Anderson'un uzun kuyruk teorisi bağlamında değerlendirildiğinde, niş turizm kapsamında değerlendirilebilecek özgün bir deneyim alanı sunmaktadır.

Âşıklık geleneğinin turizme entegre edilmesi, yerel kalkınma ve kültürel sürdürülebilirlik açısından önemli fırsatlar barındırmakta, ancak bu sürecin dikkatli biçimde yönetilmesi gerekmektedir. Kültürel mirasın korunarak sunulması, yerel aktörlerin aktif katılımının sağlanması ve geleneksel bağlamın gözetilmesi, bu özgün kültürel değerlerin geleceğe aktarılması açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Kars âşıklık geleneği yalnızca bir sanat biçimi değil aynı zamanda yöre turizminin gelişmesinde güçlü bir çekicilik unsurudur. Özgün kültürel unsurların turistlerce ilgi gördüğü günümüzde, bu tür yerel değerlerin turistik ürün olarak kullanımı hem turistler için unutulmaz deneyimler sunmakta hem de yöre ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Âşıklık icraları Kars'a gelen yerli ve

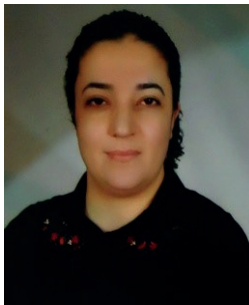
yabancı turistlerin özgün bir değere tanıklık etmelerini, yaşayan bir kültürü deneyimlemelerini sağlayan kültürel bir çekim unsuru olmaktadır. Yerel yemeklerin sunulduğu restoran ve otel işletmelerindeki âşıklık icraları, geleneğin yöresel örneklerle entegrasyonunu göstermektedir.

Turistik varış yerlerinin etkin yönetiminde somut olmayan kaynakların korunarak kullanımı, taşıma kapasitesinin göz ardı edilmemesi, paydaş teorisi bağlamında turizm paydaşlarının turizm planlama ve politika oluşturma süreçlerine dahil edilmesi ve sürdürülebilirlik kriterlerinin dikkate alınması tavsiye edilmektedir. Turistik varış yerlerine yönelik bu genel çerçevenin âşıklık geleneğinin turizmde kullanımında da dikkate alınmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte geleneksel icrasında kahvehanelerin âşıklık icrasının okulu niteliğinde olduğu bilgisinden hareketle geleneğin gelecek kuşaklara aktarılabilmesi, yeni nesle tanıtılması ve usta-çırak ilişkisinin devamlılığı açısından eğitim odaklı projelerin hayata geçirilmesinin sürdürülebilirliği mümkün kılacaktır.

KAYNAKÇA

- Akgöz, E., Göral, R. ve Gürsoy, Y. (2014). Yenilik Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Ve Kurban Bayramı Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31): 1-12.
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. New York: Hyperion.
- Arı, B., Türkan, H. Kan, K. ve Çelik, A. (2018). *Âşık Eyyubi (Kemal Çopuroğlu'ndan Alınan Şiirlerle)*. İskenderun: Color Ofset ve Matbaacılık.
- Avraham, E., ve Ketter, E. (2016). *Tourism Marketing for Developing Countries: Battling Stereotypes and Crises in Asia, Africa And The Middle East*. Springer.
- Banarlı, N. S. (1987). *Resimli Türk Edebiyatı Tarihi*. İstanbul: MEB Yayınları.
- Bektaş, E. (2016). Kars Âşıklık Geleneği: Âşık Bilal Ersar (Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Bektaş, E. (2021). Değişen İcra Mekanları ve Geleneğin Dönüşümü Kars Âşıklık Geleneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Akademik Müzik Araştırmaları Dergisi*, 7(14): 316-339.
- Benur, A. M., ve Bramwell, B. (2015). Tourism Product Development and Product Diversification in Destinations, *Tourism Management*, 50: 213-224.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future, *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Camisón, C., Puig-Denia, A., Forés, B., Fabra, M. E., Muñoz, A., ve Munoz Martinez, C. (2016). The Importance of Internal Resources and Capabilities and Destination Resources To Explain Firm Competitive Position in The Spanish Tourism Industry, *International Journal of Tourism Research*, 18(4): 341-356.
- Cook, R. A., Hsu, C. H., ve Marqua, J. J. (2016). *Turizm, Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği*. Çeviri: Tuna, M. (Editör). Ankara: Nobel.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., ve Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. Büyük Britanya: Pearson Education.
- Cracolici, M. F., ve Nijkamp, P. (2008). The Attractiveness and Competitiveness of Tourist Destinations: A Study of Southern Italian Regions, *Tourism Management*, 30: 336-344.
- Çobanoğlu, O. (2000). *Âşık Tarzı Şiir Geleneği ve Rüya Motifi*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Dorson, Richard M. (2011). *Günümüz Folklor Kuramları*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık
- Dünya Turizm Örgütü (2018). *Tourism and Culture Synergies*. UNWTO, Madrid.
- Göral, R. ve Tuna, M. (2018). Kültürel Çekiciliklerin Turizm Sektörü Rekabetçiliği Açısından Önemi, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1):1-12.
- Gunn, C. A. (1997). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. New York: Taylor & Francis.
- Güçlü, D., ve Kıran, F. (2023). Turistik Doğu Ekspresi Turları Kapsamında Kars Âşıklık Geleneği Unsurlarının Kültür Endüstrisi Bağlamında Değerlendirilmesi, *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 7(3): 558-566.
- Hacıoğlu, N. (1991). *Turizm Pazarlaması*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Harvey, D. C. (2007). Creating Culture Through Tourism: Black Heritage Sites in New Jersey. İçinde: Smith, K. M. (Editör). *Tourism, Culture and Regeneration*. (ss. 59-68). Trowbridge: CAB International. Cromwell Press .
- Henderson, J., C. (2009). The Meanings, Marketing, And Management Of Heritage Tourism in Southeast Asia. İçinde: Timothy, D. J., ve Nyaupane, G. P. (Editörler.). *Cultural Heritage And Tourism in The Developing World*. New York: Routledge. (ss:87-106).
- Heziyeva, Ş. (2010a). Tarihi Süreç İçinde Türkiye'de Âşıklık ve Âşıklık Geleneği, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 10(1): 81-89.
- Heziyeva, Ş. (2010b). Kars Âşıklık Geleneği ve Badeli Âşık, *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (44): 211-225.
- Ho, P. S., ve McKercher, B. (2004). Managing Heritage Resources As Tourism Products, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9(3): 255-266.
- Holloway, J. C., ve Humphreys, C. (2020). *The Business Of Tourism*. Londra: Sage.
- İnalçık, H. (1997). *Osmanlı'da Devlet, Hukuk ve Adalet*. İstanbul: Eren Yayıncılık.
- Jafari, J. (1982). Tourism and the Host Community, *Journal of Travel Research*, 20(3): 26-27.

- Jansen-Verbeke, M. (1986). Inner-City Tourism: Resources, Tourists And Promoters, *Annals of Tourism Research*, 13(1): 79-100.
- Karabağ, V. (2021, Aralık 17). Turistik Doğu Ekspresi Yolcularına Sazlı-Sözlü Karşılama, <https://www.gazetekars.com/turistik-dogu-ekspresi-yolcularina-sazli-sozlu-karsilama-36784h.htm>, Erişim Tarihi: 05.01.2025.
- Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2025). Âşıklık Geleneği, <https://kars.ktb.gov.tr/TR-183795/halk-ozanlari.html>, Erişim Tarihi: 22.03.2025.
- Korobeinykova, Y., Nykodiuk, O. (2020). The Role Of Tourism in Popularizing The Cultural Heritage of Boykivshchyna, *The Ethnology Notebooks*, 5 (155): 1071-1080.
- Kotler, P. (2001). *Marketing Management: Analysis, Planning and Control*. New York: Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J. T., ve Makens, J. C. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson.
- Kozak, M. A. (2006). Turizmde Etik. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Özel, Ç. H., ve Yüncü, D. K. (2011). *Hizmet Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köprülü, F. M. (2004). *Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar*. Ankara: Dergâh Yayınları.
- Mălăescu, S. (2022). Visitors at Heritage Sites: From The Motivation To Visit To The Genesis Of Destination Affective Loyalty. İçinde: *Transcending Borders in Tourism Through Innovation and Cultural Heritage: 8th International Conference, IACuDiT, Hydra, Greece, 2021* (ss. 571-586). Cham: Springer International Publishing.
- Mandić, A., ve Kennell, J. (2021). Smart Governance For Heritage Tourism Destinations: Contextual Factors And Destination Management Organization Perspectives, *Tourism Management Perspectives*, 39: 100862.
- Melko, L., Rastvorova, M. ve Plysenko, P. (2024). Intangible Cultural Heritage As A Factor Of Tourist Destination Development, *Вчені записки Університету «КРОК»*, 2 (74): 104-115.
- Oğuz, M. (2005). *Halk Bilimi ve Halk Edebiyatı Araştırmaları*. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Metin Basat, E. (2017). Deli Deli Olma Filminde Âşıklık Geleneği, *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (58): 377-387.
- Middleton, V. T. C., ve Clarke, J. (2012). *Marketing in Travel and Tourism*. UK: Routledge.
- Rodríguez-Díaz M. ve Espino-Rodríguez T., F. (2008). A Model of Strategic Evaluation of a Tourism Destination Based on Internal and Relational Capabilities, *Journal of Travel Research*, 46: 368-380.
- Smith, S. L. (1994). The Tourism Product, *Annals of Tourism Research*, 21(3): 582-595.
- Şahin, S., ve Özdemir, Ö. (2018). İl Kültür Ve Turizm Müdürlükleri İnternet Sitelerinde Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Ürünlerinin Tanıtılması, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2):563-583.
- Taşlova, M. M. (2006). Kars Sözel Hikâyeciliğinin İcra Ortamları, *Türkbilig*, (11), 164-188. Timothy, D. J., ve Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Londra: Prentice Hall.
- UNESCO (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Paris: UNESCO Publications.
- Usal, A. ve Oral, S. (2001). *Turizm Pazarlaması*. İzmir: Kanyılmaz Matbaası.
- Yaşayan Miras Ve Kültürel Etkinlikler Genel Müdürlüğü (2025). Âşıklık Geleneği, <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-344984/asiklik-gelenegi.html>, Erişim Tarihi: 01.03.2025.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (1991). *Principles of Marketing*. 5. Basım. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Page, S. J. (2014). *Tourism Management: An Introduction*. New York: Routledge.
- Smith, K. M. (2003). *Issues in Cultural Tourism Studies*. New York: Routledge.
- Swarbrooke, J., ve Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Büyük Britanya: Routledge.
- TCDD (2025). Turistik Doğu Ekspresi Acente Vagon Talep/ Tahsis Şartları, <https://ebilet.tcddtasimacilik.gov.tr/sefer-listesi>, Erişim Tarihi: 09.01.2025.
- Yapı Kredi Kültür Sanat (2019). Âşıklar Kahvesi. <https://sanat.ykykultur.com.tr/etkinlikler/asiklar-kahvesi?date=5.11.2019>, Erişim Tarihi: 02.05.2025.
- Zeithaml A.V. ve Bitner M. J. (1996). *Services Marketing, International Edition*. Singapore, McGraw-Hill Book Co.
- Wang, Y. ve Bramwell, B. (2012). Heritage Protection And Tourism Development Priorities in Hangzhou, China: A Political Economy And Governance Perspective, *Tourism Management*, 33: 988-998.



Özgür ÇALKIN

Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2009).Yüksek lisans derecesini Mustafa Kemal Üniversitesi'nden Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'ndan (2014); doktora derecesini de Atatürk Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı'ndan aldı (2021). Kafkas Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2016). Atatürk Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak çalıştı (2016-2021).Halen Kafkas Üniversitesi Sarıkamış Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü'nde Dr. Öğr. Üyesi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları destinasyon yönetimi, turizm sosyolojisi ve turizmde girişimciliktir