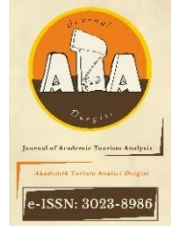




Journal of Academic Tourism Analysis

Akademik Turizm Analizi Dergisi

JournalATA.com



Ancient Hosts of History: Tourist Experiences in Diyarbakır's Show Caves¹

Tarihin Kadim Ev Sahipleri: Diyarbakır Mağaralarına Dair Turist Deneyimleri¹

İsmail UZUT^{2,*}

ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 25 November 2025
Revised : 8 December 2025
Accepted : 22 December 2025
Available : 31 December 2025

Keywords:

Tourist experience
Diyarbakır
Show cave tourism
Content analysis

ABSTRACT

Caves have been used by humankind for centuries for various purposes such as shelter, worship, and food storage. Considering the periods during which caves were utilized, they constitute significant cultural and historical heritage assets in the present day. From this perspective, caves can be regarded as valuable resources for tourism. The aim of this study is to explain tourist experiences related to the Hasuni Cave City, Birkleyn Caves, Hilar Caves, and the Ashab-ı Khef Cave, which represent important tourism resources for the development of tourism in Diyarbakır. In this research, 406 user reviews posted on Google Maps were systematically collected as the data source and analyzed using content analysis with the support of MAXQDA 2020 software. As a result of the analysis, three positive themes "Awe", "Landscape", and "Historical, Religious, and Archaeological Significance" and three negative themes "Managerial Issues", "Infrastructure and Accessibility Problems" and "Environmental Problems" were identified. An examination of these themes revealed that the strongest relationships were observed between the theme of admiration and the themes of managerial issues, infrastructure deficiencies and accessibility problems, and historical, religious, and archaeological significance. In addition, relationships were found among all other themes.

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 25 Kasım 2025
Düzeltilme : 8 Aralık 2025
Kabul : 22 Aralık 2025
Yayımlanma : 31 Aralık 2025

Anahtar Kelimeler:

Turist deneyimi
Diyarbakır
Mağara turizmi
İçerik analizi

ÖZ

Mağaralar, insanoğlu tarafından yüzyıllar boyunca konaklama, ibadet etme, yiyecek-içecek stoklama gibi çok farklı amaçlarla kullanılmıştır. Mağaraların kullanıldığı dönemler göz önünde bulundurulduğunda, günümüzde önemli kültürel ve tarihi miraslar arasında yer aldıkları görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında mağaraların turizm açısından değerli kaynaklar olduğu söylenebilir. Bu çalışmanın amacı, Diyarbakır turizminin gelişimi için değerli turizm kaynaklarından olan Hasuni Mağara Şehri, Birkleyn Mağaraları, Hilar Mağaraları ve Ashab-ı Khef Mağarasına ilişkin turist deneyimlerini açıklamaktır. Bu çalışmada veri kaynağı olarak Google Haritalar'da yer alan 406 kullanıcı yorumu sistematik biçimde toplanmış ve bu veriler MAXQDA 2020 yazılımı kullanılarak içerik analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. Analiz süreci sonunda "Hayranlık", "Manzara", "Tarihsel, Dini ve Arkeolojik Önem" olmak üzere 3 olumlu tema ve "Yönetimsel Sorunlar", "Altyapı Eksikliği ve Erişilebilirlik Sorunları" ile "Çevresel Sorunlar" olarak adlandırılan 3 olumsuz tema ortaya çıkmıştır. Söz konusu temalar incelendiğinde, en yoğun ilişkilerin hayranlık temasının yönetimsel sorunlar, altyapı eksikliği ve erişilebilirlik sorunları ile tarihsel, dini ve arkeolojik önem temaları arasında olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte diğer tüm temalar arasında ilişki olduğu görülmüştür.

1. GİRİŞ

Turizm; tarih, ekonomi, tıp, mimarlık, sosyoloji, biyoloji gibi birçok farklı disiplinle ilişkilidir (Kozak vd., 1996). Söz konusu disiplinlerden biri de coğrafyadır. Coğrafya ve turizm arasındaki ilişki incelendiğinde ise ziyaretçilerin dağ, göl, deniz gibi özellikli coğrafi alanları görmek veya bu alanlarda deneyim yaşamak amacıyla seyahat ettikleri söylenebilir. Pamukkale Travertenleri, Peri Bacaları, Kula Jeoparkı, Büyük Kanyon gibi alanlar ya da coğrafi oluşumlar bu ilişkiyi somutlaştıran önemli örneklerdir. Benzer şekilde coğrafi konumu dolayısıyla Akdeniz kıyılarının yoğun turist çekmesi bu ilişkiyi desteklemektedir. Söz konusu örneklerle birlikte turizm ve

¹ Bu çalışma, III. Uluslararası Mezopotamya İnanç, Kültür ve Gastronomi Turizmi Kongresi'nde sunulan "Tarihin Kadim Ev Sahipleri: Diyarbakır Mağaralarına Dair Turist Deneyimleri" başlıklı özet bildirden türetilmiştir.

Lect., Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Vocational School of Social Sciences, Istanbul University-Cerrahpaşa, TÜRKİYE

² Öğr. Gör. Dr., Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, TÜRKİYE

* Corresponding author
Sorumlu yazar



Journal ATA is licensed under [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).
ATA Dergisi [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) ile lisanslanmıştır.



0000-0001-6227-7249



ismail.uzut@iuc.edu.tr



[10.5281/zenodo.18096252](https://doi.org/10.5281/zenodo.18096252)

coğrafya ilişkisinde öne çıkan bir diğer önemli kaynak ise mağaralardır. Ayrıca mağaralar hem jeolojik oluşumları hem de geçmiş uygarlıklarla olan bağları nedeniyle turizm açısından özel bir konuma sahiptir.

Talep ve ekonomik etkiler açısından bakıldığında, mağara turizmine her yıl yaklaşık 70 milyon turist katıldığı ve yaklaşık 2 milyar Euro'luk bir pazarı oluşturduğu görülmektedir (Chiarini vd., 2022). Öte taraftan mağaraların konumu dikkate alındığında, büyük ölçüde kırsal alanlarda bulunmaları nedeniyle kırsal bölgelerde turizmin gelişimine katkı sağlayabilir. Ayrıca çevrenin korunması, toplumsal olarak ekoloji bilincinin geliştirilmesi (Asanidze vd., 2013) gibi katkılar da sunacağı düşünülebilir. Söz konusu talep ve ekonomik etkinin büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda, mağaraların turizm ve destinasyonlar açısından önemi açıkça görülmektedir. Mağara turizmi kapsamında yapılan araştırmalar incelendiğinde, bu çalışmaların bir kısmının arz (Russell & MacLean, 2008; Lobo, 2015; Rindam, 2014; Yozcu, 2020; Chiarini vd., 2022) diğer bir kısmının ise talep (Shavanddasht vd., 2017; Musa vd., 2017) açısından ele alındığı görülmektedir. Ancak mağaralara yönelik turist deneyimlerinin ulusal yazında yeterince incelenmediği söylenebilir. Ayrıca alan yazınında, Diyarbakır'daki mağaraları ziyaret eden turistlerin deneyimlerini inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın amacı ise Diyarbakır'da bulunan mağaraları ziyaret eden turistlerin deneyimlerini açıklamaya aracılık edecek olumlu ya da olumsuz unsurları ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, ziyaretçi yorumları toplanmış ve nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizinden faydalanılarak analiz gerçekleştirilmiştir. Ortaya çıkan sonuçların Diyarbakır turizminde söz sahibi olan paydaşlarla paylaşılması bu alanlarla ilgili farkındalığın artmasına aracılık edecektir. Ayrıca bu çalışmanın, söz konusu alanlara ilişkin durumu ortaya koyması; sorunlarla ilgili önlemlerin alınmasına katkı sağlaması ve mağaraların tur rotalarına eklenmesi gibi pratik çıktılar sunulmasına aracılık etmesi hedeflenmektedir.

2. YAZIN İNCELEMESİ

Mağara turizmi potansiyeli açısından Türkiye'de 40.000'in üzerinde mağara bulunduğu belirtilmektedir (Arpacı vd., 2012). Ancak bu mağaraların sadece 1500'ü Maden Tetkik Arama (MTA) ile mağaracılıkla ilgili diğer dernek, kulüp, topluluk ve kuruluşlarca incelenmiştir (YİGM, n. d.). Bununla birlikte, Türkiye'de yerli ve yabancı mağaracı gruplarının inceleyerek belgelendirdiği yaklaşık 800 mağara bulunmaktadır (KTB, n. d.). Söz konusu mağaralara bakıldığında ise Türkiye'de ekipmanlı, ekipmansız, profesyonel ya da amatör turistlerin ziyaretine açık olan 47 mağara bulunmaktadır (Yozcu, 2020). Ayrıca Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (ÇŞİDB) tarafından yürütülen "Mağaralar- Türkiye'nin Gizli Hazinesi" isimli projede ise 78 mağaraya yer verildiği görülmüştür (ÇŞİDB, n. d.). Dolayısıyla Türkiye, mağara turizmi açısından oldukça fazla kaynağa sahip olmasına karşın bu potansiyelin kısıtlı bir kısmının turizm açısından kullanıldığı söylenebilir. Potansiyel kaynakların turizm arzı olarak kullanılma koşullarını daha net bir şekilde anlayabilmek için ise KTB tarafından bir mağaranın turizme açılabilmesi için belirlemiş olduğu kriterleri incelemek gerekmektedir. Bu kriterler ise şu şekildedir:

"Mağaranın turizm açısından önem arz eden ve turizme hizmet veren yerleşim merkezlerine yakın olması,

Mağaranın sahip olduğu morfolojik ve diğer oluşum özelliklerinin farklı ve ilgi çekici birtakım unsurları taşıması (kendi özelinde çekici bir özelliğe haiz olması),

Doğal etkenlerle oluşan mağaraların yanı sıra insanların barınak, sığınak, ibadet yeri ve depolamacılık gibi amaçlar için kazdıkları veya oydukları yapay mağaralar da bulunmaktadır. Bu özellikteki mağaraların arkeolojik ve kültürel değer taşıması,

Mağaraya ulaşımın kolay ve rahat sağlanabilmesi,

Mağaraya girişin ve çevresinin oraya gelen ziyaretçilere hizmet vermeye uygun düzenleme yapılmasına (otopark, kafeterya vb.) elverişli olması (KTB, n. d.)."

Türkiye'de bulunan mağaralara ilişkin açıklamaların yanı sıra mağaralara olan talebin büyüklüğünü somutlaştırmak amacıyla ziyaretçi sayıları da incelenmiştir. Bu bağlamda, 2024 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) bulunan Mamut Mağarası Ulusal Parkı 747.042 (National Park Service, 2025) turist tarafından ziyaret edilmiştir. Yeni Zelanda'da bulunan Waitomo mağarası 400.000 (Hall, 2013) ve İskoçya'da bulunan Fingal Mağarası 100.000 (National Trust for Scotland, 2023) turist tarafından ziyaret edilmiştir. Konu Türkiye açısından incelendiğinde ise 2023 yılında Antalya'da bulunan Damlatış Mağarası 282.000 ve Dim Mağarası ise 200.000 turist tarafından ziyaret edilmiştir (Antalya Büyükşehir Belediyesi, 2023). Yine 2023 yılında Nevşehir'de bulunan Kaymaklı Yer altı Şehrini 559.527 ve Derinkuyu Yer altı Şehrini ise 417.843 turist ziyaret etmiştir (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025). Çankırı'da bulunan Yer Altı Tuz Şehri ise sadece TUZFEST'25 süresince 695.000 kişi tarafından ziyaret edilmiştir (Çankırı Belediyesi, 2025).

Turistlerin mağaralara yönelik talebi ve mağaraları ziyaret eden turistlerin motivasyonları da araştırılmıştır. Mağara turistlerinin motivasyonlarıyla ilgili yazın incelendiğinde, motivasyonların şu şekilde sıralandığı görülmektedir:

- Kaçış (Kim vd. 2008; Allan vd., 2015; Shavanddasht vd., 2017),
- Bilgi edinme (Kim vd. 2008; Allan vd., 2015: 147; Shavanddasht vd., 2017; Antic vd., 2022),
- Yenilik arayışı (Kim vd. 2008; Shavanddasht vd., 2017; Kızılcık & Taştan, 2019),
- Sosyalleşme (Kim vd. 2008 vd., 2015; Shavanddasht vd., 2017; Antic vd., 2022),
- Rahatlama (Allan vd., 2015; Shavanddasht vd., 2017; Odum & Boukamba, 2025),
- Eğlence (Allan vd., 2015; Shavanddasht vd., 2017; Odum & Boukamba, 2025),
- Merak (Kızılcık & Taştan, 2019: 247),
- Macera (Atsan & Çetinsöz, 2019: 260),
- İnanç (Odum & Boukamba, 2025: 10),
- Deneyimin paylaşımı (fotoğraf, video vb.) (Antic vd., 2022; Kızılcık & Taştan, 2019),
- Sağlık (Kızılcık & Taştan, 2019; Atsan & Çetinsöz, 2019),
- İyi hissetme ya da meditasyon yapma (Odum & Boukamba, 2025),
- Hayranlık (Allan vd., 2015).

Yukarıda yer alan motivasyonlar, turistlerin mağaraları ziyaret etmelerine aracılık etmektedir. Ancak ilgili yazın incelendiğinde; turistlerin ziyaret esnasında beklentilerinin karşılanma durumunu anlayabilmek, olumlu ya da olumsuz konuları açıklayabilmek için turistlerin yaşadıkları deneyimleri inceleyen çalışmalara da yer verildiği görülmektedir. Bu bağlamda, mağara deneyimlerinde öne çıkan konular da incelenmiştir. Yapılan yazın taramasında yukarıda yer alan motivasyonlarla benzerlik gösteren deneyimlere yer verildiği görülmüştür. Örneğin turistler, mağara deneyimlerini dile getirirken bu deneyim aracılığıyla edinilen bilgileri vurgulayan eğitsel boyutunu (Musa vd., 2017; Antic, 2018; Tanrıverdi vd., 2025) vurgulayan sonuçlara işaret edilmiştir. Benzer şekilde, mağara ziyaretlerinin önemli bir rekreatif faaliyet olarak (Antic, 2018) görüldüğü, böylelikle günlük hayatın rutinlerinden uzaklaşmak ve mağara ziyaretleri aracılığıyla eğlenceli zaman geçirmek (Musa vd., 2017; Tanrıverdi vd., 2025) için bir aracı olduğuna yönelik nitel ya da nicel bulgular sunulmuştur.

Mağaraların içerisinde bulunan doğal oluşumlara (dikit, sarkıt, resim, mimari, işçilik vb.) ilişkin estetik unsurlar (Musa vd., 2017; Görmez ve İşçen, 2020; Tanrıverdi vd., 2025; Özdemir, 2025) ve atmosfer de (Özdemir, 2025) öne çıkan önemli faktörlerdir. Mağaraların fiziksel ya da ruhsal iyileşmeye aracılık etmesi (Tanrıverdi vd., 2025), aile bireyleri ya da benzer hobilere sahip kişilerle sosyalleşme (Tanrıverdi vd., 2025) ve son olarak mağaraların erişilebilirliğiyle (Özdemir, 2025) ilişkili konulara değinildiği söylenebilir. Mağara deneyiminde dile getirilen olumlu deneyimlerle birlikte olumsuz deneyimlere de işaret eden araştırma sonuçları da bulunmaktadır. Örneğin Özdemir (2025) tabela veya yönlendirme eksikliği, mağara ve çevresinin bakımsızlığıyla ilgili ziyaretçi deneyimlerinden bahsederken Görmez ve İşçen (2020) mağaralara yazılan yazılar ve doğallığın bozulması gibi konulara işaret etmiştir.

3. YÖNTEM

Araştırmanın amacı; Diyarbakır'daki mağaralara yönelik olarak yapılan yorumlar aracılığıyla turistlerin deneyimlerini açıklamaya aracılık edecek olumlu ya da olumsuz unsurları tespit etmektir. Bu bağlamda, öncelikle Diyarbakır'da bulunan mağaralar ya da araştırma alanıyla ilgili açıklamalara yer vermek gerekmektedir. Yıldız'a (2009: 25) göre Diyarbakır'da, doğal ya da insan yapımı 3579 mağara bulunmaktadır. Ancak KTB tarafından belirlenen standartlar da göz önünde bulundurulduğunda her mağaranın turistik amaçlarla kullanılmadığı ve dolayısıyla turizme hizmet veren mağaraların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle araştırma alanına dahil edilecek mağaralar için ilk kriter, mağaraların turizme hizmet vermesi ya da turistik öneme sahip olması olarak belirlenmiştir. Araştırma alanının tespiti için belirlenen diğer kriter ise ilgili mağaraya ait doğru analizin yapılmasına aracılık edebilecek doymun verinin olmasıdır. Bu nedenle en az 20 yorumun yapıldığı mağaraların araştırmaya dahil edilmesine karar verilmiştir.

Bu kapsamda Diyarbakır'da bulunan mağaralara ait ilk tarama turizm araştırmalarında sıklıkla kullanılan TripAdvisor üzerinden gerçekleştirilmiştir. Ancak TripAdvisor üzerinden Diyarbakır mağaralarına ait hiçbir yoruma ulaşılamamıştır. İkinci tarama ise Google Haritalar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çalışma, ikincil veri ve kaynaklara dayalı olarak yürütüldüğünden etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamıştır. Bu süreçte, 6-7 Ekim 2025 tarihlerinde Google Haritalar üzerinde işaretlenmiş ve yorum yapılmış 11 mağara tespit edilmiştir. Bu mağaralar incelendiğinde ise Temteburg Mağarası (1), Yunus Peygamber Mağarası (3), Karacadağ Lav Mağarası (7), Ruta Mağarası (3) ve Kamışek Mağarasına (2) ait yetersiz sayıda yorum olduğu tespit edilmiştir. Yetersiz yorum sayısına sahip olan 5 mağara, araştırmaya anlamlı katkı sağlayamayacağı için araştırmaya dahil edilmemiştir.

Araştırmaya dahil edilmesi planlanan mağaralar öncelikle genel olarak incelenmiştir. Han mağarasıyla ilgili yorumlar incelendiğinde birçok kullanıcının bu mağaranın aslında Hilar Mağarası olduğunu belirttiği görülmüştür. Bu durumu açıklayacak örnek yorumlar ise şu şekildedir; "Ergani ilçesi sınırları içerisinde kalan ve asıl ismi içinde bulunduğu Hilar köyünden alan Hilar Mağarasıdır.", "Han değil Hilar Mağaraları...". Ayrıca konumunun da Hilar Mağaralarının bulunduğu Sesverenpınar köyü sınırlarında olduğu da görülmüştür. Dolayısıyla Han Mağarası (279) ve

Hilar Mağarasına (104) ait yorumlar “Hilar Mağarası” altında birleştirilmiştir. Benzer bir durumla yine Hasuni mağaralarında da karşılaşılmıştır. Hasuni Mağaralarına ait 2 farklı konum işaretlendiği görülmüştür. Bu konumlardan birinin “Hasuni Caves (10)” diğeri ise “Hasuni Mağara Şehri (120)” olarak adlandırıldığı görülmüştür. Dolayısıyla bu iki konuma ait yorumlar “Hasuni Mağara Şehri” altında birleştirilmiştir. Dolayısıyla araştırmaya 4 mağara dahil edilmiştir. Söz konusu mağaraların önemlerine ilişkin açıklamalar şu şekildedir:

- Birkleyn Mağaraları: Lice ilçesinde bulunan Birkleyn Mağaraları üç adet karstik mağara ve bir adet doğal tünelden (Dicle Tüneli) oluşmaktadır (Şengün vd., 2022). Mağaralarda Asur Kralları I. Tiglat-pileser ve III. Salmanassar’a ait kabartmalar bulunmaktadır (Schachner, 2004). Ayrıca Doğu seferi sırasında Büyük İskender’in ordusuyla birlikte burada konakladığı da rivayet edilmektedir (Lice Belediyesi, n. d.).
- Hilar Mağaraları: Ergani ilçesinde bulunan Hilar Mağaraları MS 100-325 yıllarına tarihlendirilmektedir (Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, n. d.). Ancak konumu itibarıyla MÖ 7500-5000 arasındaki Neolitik Çağda insanların yerleşik hayata geçip, bilinçli bir şekilde tarım yapmaya başladığı Çayönü Ören yerine olan yakınlığı Hilar Mağaralarını daha önemli bir konuma koymaktadır (Karakaş & Çenberlitaş, 2014).
- Hasuni Mağara Şehri: Silvan ilçesinde bulunan Hasuni Mağara Şehri yekpare kaya parçası üzerine oyularak yapılan 300 mağaradan oluşmaktadır (Silvan Kaymakamlığı, n. d.). Tarihi, mezolitik döneme dayanan mağaralar (Silvan Belediyesi, n. d.) apartman şeklinde ve katlı olarak yapılmış, içerisinde sarnıçlar, su kanalları ve tarihi Hristiyanlığın ilk dönemlerine dayanan iki adet kilise bulunmaktadır (Silvan Kaymakamlığı, n. d.).
- Ashab-ı Kehf: Lice ilçesinde bulunan Ashab-ı Kehf mağarası farklı dinler açısından öneme sahipken 7 uyurlar mağarası olarak da bilinmektedir. 7 uyurlar ile ilgili benzer efsaneler Müslümanlık, Hristiyanlık ve Hinduizm içinde de kendine yer bulmaktadır (İlgar, 2021). Ashab-ı Kehf’in net konumu bilinmemekle birlikte dünyada 33 farklı mağaradan biri olduğu düşünülmektedir. Söz konusu mağaralardan dördü (İzmir, Kahramanmaraş, Mersin ve Diyarbakır) ise Türkiye’de bulunmaktadır (Polat vd., 2013).

Araştırma alanı olan mağaralarla ilişkili kısa bilgiler sunulmakla birlikte araştırmaya dahil edilen mağaralar ve bu mağaralara ait yorum sayıları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırma Alanı ve Yorum Sayılarına Ait Bilgiler

| Mağara Adı | Toplam Yorum Sayısı | Araştırmaya Dahil Edilen Yorum Sayısı |
|--------------|---------------------|---------------------------------------|
| Birkleyn | 174 | 112 |
| Hilar | 283 | 184 |
| Hasuni | 130 | 80 |
| Ashab-ı Kehf | 53 | 30 |

Tablo 1 incelendiğinde Google yorumlar üzerinden 4 mağaraya ait 640 yoruma ulaşıldığı görülmektedir. Ancak söz konusu yorumlar incelendiğinde, 234 kullanıcının sadece puan verdiği ya da anlamlı analiz sonucu üretmeye yardımcı olmayacak “emoji” adı verilen görselleri kullandığı görülmüştür. Dolayısıyla anlamlı sonuçlar üretilmesine aracılık edebilecek 406 yorum analize dahil edilmiştir.

Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan içerik analizinden faydalanılmıştır. İçerik analizi “nesnel, ölçülebilir, doğrulanabilir bilgilere ulaşmak amacıyla doküman, metin ve evrak gibi pek çok farklı materyali belli kurallar dahilinde (örnekleme, kodlama, kategori vs.) analiz etmeyi amaçlayan nitel araştırma yöntemi içerisinde yer alan bir teknik” olarak tanımlanmaktadır (Metin & Ünal, 2022). Söz konusu analizlerin yapılabilmesi için öncelikle kod şeması oluşturulmuştur. Bu kod şeması ile kodlar ve kodların kapsamı belirlenmiştir. Sonrasında ise güvenilirliğin sağlanması amacıyla kod şeması ve araştırmaya dahil edilen yorumların tamamı alanda uzman başka bir akademisyenle paylaşılmıştır. Kodlamaların tamamı MAXQDA 2020 aracılığıyla yapılmıştır. Yazar ve diğer araştırmacı tarafından yapılan kodlamalara ise kodlayıcılar arası uzlaşma prosedürü uygulanmış ve Kappa değeri 0,91 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç da mükemmel düzeyde bir uyum olarak yorumlanabilir (Landis & Koch, 1977).

4. BULGULAR

MAXQDA 2020 aracılığıyla yapılan analiz sonuçlarına göre “Tarihsel, Dini ve Arkeolojik Önem”, “Hayranlık”, “Manzara”, “Altyapı Eksikliği ve Erişilebilirlik Sorunları”, “Çevresel Sorunlar” ve “Yönetimsel Sorunlar” olmak üzere altı tema ortaya çıkmıştır. Söz konusu temalara ait değerlendirmeler, örnek alıntılar ve kod birlikte oluşum modeli aşağıda sunulmuştur.

4.1. Tarihsel, Dini ve Arkeolojik Önem

Turizm destinasyonları ya da turistik ürünler sahip oldukları farklı nitelikler nedeniyle ziyaret edilmektedir. Söz konusu çekim faktörleri içerisinde ise tarihsel, dini ya da arkeolojik önemin de bulunduğu söylenebilir. Örneğin günümüzde çok sayıda ziyaretçi, arkeolojik eserleri incelemek amacıyla müzeleri ziyaret etmektedir (Tang & Qiu, 2014). Bununla birlikte, yine arkeolojik eserler içerisinde yer alan kale, tiyatro, saray vb. eserlerin yanında ilgili

alanlarda bulunan özellikli eserler ya da o alanda gerçekleşen önemli olaylar da turistlerin ilgisini çekmektedir. Zira Hatay’da bulunan Aziz Pier Kilisesi’nin ilk kilise olması, Diyarbakır’da bulunan Zerzevan Kalesi içerisinde en iyi şekilde korunabilmiş Mithra Tapınağının bulunması ya da Şanlıurfa’da bulunan Göbeklitepe’nin bilinen en eski yerleşim ya da inanç merkezi olması (Birinci vd., 2018) nedeniyle hem tarihsel hem de dini öneme sahip olduğu söylenebilir. Bu kapsamda, incelenen mağaralara ilişkin örnek ziyaretçi yorumları ise şu şekildedir;

“Tünelin sonunda üç çivi yazıtı ve iki kabartma bulunur. I. Tiglat-Pilaser’in yazıtı ve kabartması, yine III. Salmanassar’ın yazıtı ve kabartması yer alır.”

“Hasuni Kaya Kilisesi, Hristiyanlığın yayıldığı ilk dönemlerden 13’üncü yüzyıla kadar kilise olarak kullanılmıştır.”

“İnsanlığın bir arada yaşamaya, toprağı ekip biçmeye başladığı sanılan tarihi mekân.”

Örnek alıntılar incelendiğinde mağaraların tarihsel, dini ya da arkeolojik önemine ilişkin yorumlar yapıldığı görülmektedir. Ziyaretçiler, mağaraların niteliklerine dair bu bilgileri ziyaret öncesinde ya da ziyaret esnasında edinebilmektedir. Bununla birlikte yapılan yorumlar, mağaraların eğitsel boyuta (Musa vd., 2017; Antic, 2018; Tanrıverdi vd., 2025) sahip olduğunu desteklemektedir.

4.2. Hayranlık

Hayranlık, huşu ya da derin etkilenme gibi anlamlara gelen “awe” sözcüğünün karşılığı olarak kullanılan “Hayranlık” inanç, doğa, sanat ya da siyasetle ilişkili deneyimlerin merkezinde yer almaktadır. (Keltner & Haidt, 2003). Turizm açısından bakıldığında ise bir destinasyonun kültürel miras ile ilgili kaynaklarından etkilenme hissini ifade etmektedir (Gürsoy vd., 2021). Bu bağlamda hayranlık duygusunun oluşması için algılanan büyüklük ve bilişsel uyum ihtiyacının gerekliliğine işaret edilmektedir. Burada belirtilen “algılanan büyüklük” ile fiziksel büyüklüğün yanında ün, prestij ya da bir otoritenin sosyal büyüklüğü de ifade edilmektedir (Keltner & Haidt, 2003). Bilişsel uyum ise bireyin yaşadığı yeni deneyimi mevcut bilişsel şemalarına uydurmadığı durumlarda bu şemaları yeniden düzenlemesini ifade etmektedir (Piaget & Inhelder, 1969). Diyarbakır’da bulunan mağaralara ait hayranlık teması ile ilişkili örnek alıntılar aşağıda sunulmuştur.

“Mutlaka gidilip görülmesi gereken bir yer. Harikaydı, bayıldık.”

“... ulaşması yorucu ama meraklısına iyi bir gezi fırsatı sunan mistik bir yer.”

“Otantik, tarih kokan bir mekân.”

“...İhtişamı ile büyülendim.”

“Atmosferi harika, maneviyatı yüksek, insanı duygulandırıyor, yolunuz düşerse mutlaka uğrayın.”

Mağaraların fiziksel büyüklükleri ya da atmosferi aracılığıyla ziyaretçiler üzerinde etki yaratabileceği söylenebilir. Hayranlık ile ilişkili yorumlar incelendiğinde ise yazında yer verilen tanıma uygun kelime ya da sıfatların kullanıldığı görülmektedir. Bu durum Gürsoy, Akova ve Atsız’ın (2021) müze kapsamında yapmış oldukları kodlamalardaki sıfatlarla da desteklenmektedir. Ayrıca turistlerin mağara ziyaret motivasyonları açısından bakıldığında, mağaraların hayranlık uyandırmasının da olası olduğu söylenebilir (Allan vd., 2015).

4.3. Manzara

Avrupa Peyzaj Konvansiyonu’na (Council of Europe, 2000) göre manzara, “insanlar tarafından algılanan ve karakteri doğal olaylar ya da insan faktörü etkisi veya her ikisinin etkileşimi sonucunda oluşan alanlar” şekline ifade edilmektedir. Konuyu turizm açısından ele alan öncül araştırmacılarından biri olan Urry’e (2002) göre turistlerin görüşü ile ilgili evrensel bir tanımlama yapılamamaktadır. Turistlerin karşılaştıkları manzaraya ilişkin tepkileri daha önce benzer bir manzarayla karşılaşma durumlarına (zıtlıklara) göre farklılık göstermektedir (Urry, 2002). Tanıma turizm açısından bakıldığında ziyaretçilerin gittikleri destinasyonlarda ya da turistik deneyimleri süresince doğal ya da insan yapımı olan manzaraları görmek ya da bu alanlarda fotoğraf çekmek için seyahat ettikleri de söylenebilir. Mağaraların ise hem kendi görüntüsü hem de buldukları konumun sahip olduğu manzara göz önünde bulundurulduğunda iki boyutlu bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Bu bağlamda yapılan yorumlara ilişkin örnek alıntılar ise aşağıda sunulmuştur.

“Yol üzeri geçerken uğradık. Yeri biraz sarp tam gezemedik. Manzarası mükemmel.”

“Eşsiz bir deneyim; kusursuz bir panorama ve benzersiz tarihî kalıntılar — oyulmuş taş evler, su kuyuları, sarnıçlar, su kanalları, kiliseler, depolar ve daha birçok unsur görülmeye değerdir...”

“Tepeden bakıldığında, mera ve çevredeki manzara etkileyici bir görünüm sunmaktadır.”

Yorumlar incelendiğinde hem mağaraların kendi görüntüsü hem de mağaralardan yukarı çıkıldığında tepe noktadan görülen manzaranın önemine vurgu yapıldığı görülmektedir. Söz konusu yorumlar içerisinde mağaraların arkeolojik önemiyle de ilişkili olan mimari unsurlar ya da estetik özelliklerin de bir arada dile getirildiği söylenebilir.

4.4. Altyapı-Üstyapı Eksikliği ve Erişilebilirlik Sorunları

Mağaralara dair ortaya çıkan olumsuz anlama sahip temalardan ilki “Altyapı Eksikliği ve Erişilebilirlik Sorunları”dır. Bir bölgenin turizmle ilişkilendirilmesi için en önemli gerekliliğin erişilebilirlik olduğu söylenebilir. Erişilebilirlikle birlikte turistik alanlarda ihtiyaç duyulan temel hizmetler için gerekli altyapı ve üstyapı çalışmalarının tamamlanmış olması beklenmektedir. Buna karşın çalışmada, ziyaretçilerin mağaralarla ilgili erişilebilirlik sorunlarından söz ettiği görülmüştür. Bu sorunlara örnek olarak; mağaralara yürürken ya da tırmanırken karşılaşılan sorunlar, ziyaretçilerin bu alanlarda telefonları kullanamaması ya da toplu taşıma araçlarıyla bu alanlara ulaşımın mümkün olmaması sıralanabilir. Bu konudaki alıntılar ise şu şekildedir:

“... mağara dağın tepe yamacında, araçla mağaralara gelmeden aşağı tarafta bulunan (1 km kadar), işletmeye kadar gidebilirsiniz, devamı yaya olarak gidiliyor. Dağa tırmanacağınız için uygun bir ayakkabı giyin. Dağa tırmanmak ve geri inmek oldukça yorucu oluyor bir de kucakta çocuk olursa çekilmez. Mağaralar arası geçişlerde dikkatli olmakta fayda var, yükseklik korkusu olanlar için ve doğal koşullar nedeniyle engelliler için uygun bir yer değil.”

“Turistik bölgenin yan tarafında otopark alanı mevcuttur. Toplu taşıma olmadığından bireysel olarak geline ilme imkânı maalesef bulunmuyor.”

Erişilebilirlik sorunlarıyla birlikte, altyapı ve üstyapıyla ilgili konular da dile getirilmiştir. Bu konulara dair örnek alıntılar ise şu şekildedir:

“Giderken çeper marketten içecek veya ihtiyaçlarınızı alın yoksa içeride bir tesis yok gittiğinizde aç, susuz kalırsınız”

“Yanınıza mutlaka su ve yiyecek alın. Cep telefonu çekim alanı yoktur.”

“Burada ziyaretçilerin basit konaklama, tuvalet, kafeterya veya su ihtiyacını karşılayacak bir tesis veya basit bir büfe dahi yok...”

Mağaralara erişilebilirliğin zorluğu, bu alanlarda telefonların çekmemesi gibi sorunlarla birlikte, turistlerin temel ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri basit tesislerin bile olmayışı ziyaretçi memnuniyetini doğrudan etkileyecektir. Dolayısıyla söz konusu eksikliklerin giderilmesi hem memnuniyet oranını artıracak hem de kafeterya vb. hizmetler aracılığıyla yerel ekonomiye katkı sağlayacaktır.

4.5. Çevresel Sorunlar

Mağara turizmi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde ise konunun farklı araştırmacılar tarafından kültür turizmi, jeoturizm (Garofano & Govoni, 2012; Yozcu, 2020), ekoturizm (Külekcı & Sezen, 2018; Akdağ, 2013), doğa temelli turizm (Bachmann-Vargas vd., 2022) gibi turizm türleri kapsamında ele alındığı görülmektedir. Mağara turizmini ele alan çalışmalara bakıldığında kültürel miras olarak da ele alınan mağaralar ve sürdürülebilirlik arasında önemli bir bağ olduğu söylenebilir. Dolayısıyla mağaraların bulunduğu alanlar ve çevreyle ilgili önlemlerin alınması beklenmektedir. Bu durumla ilişkili örnek alıntılar ise şu şekildedir:

“... ne çeşit insanlar kullanmışsa rezil bir hale getirmişler, çöp konteyneri olmasına rağmen tam suya girilen yerde çöp birikintileri, suda plastik çöpler var, rezalet...”

“Tek sorun herkes çöpünü olduğu yerde bırakıyor ve belediyenin koymuş olduğu çöp konteynerleri olmasına rağmen. Kimse çöplerini eline alıp taşıma zahmetinde bulunmamış.”

“Sac tavayı çocukların girdiği suda yıkayan mı dersin, pet şişeler mi dersin... Her yer leş.”

“Ayrıca burada ve büyük mağarada Asur yazıtları var ancak defineciler biraz zarar vermiş. Son bir isteğim giderken çöp poşetleri götürün, çünkü çok çok çok kirletilmiş bir yer maalesef.”

“...mağara duvarları hep yazularla dolu insanlar nasıl bir mekânda olduklarını unutup yazılar yazıp zarar vermişler.”

“... kabartma figürler dahi kırılmış, tahrip edilmiş. Hem de izleri taze, bu açıdan da üzgün bir şekilde ayrıldım çok yazık, çok.”

Çevresel sorunlara dair yorumlar incelendiğinde; diğer ziyaretçilerin alana bıraktıkları çöpler, mağara veya çevresine yazılan yazılar ya da mağaralara fiziksel zararların öne çıktığı görülmektedir.

4.6. Yönetimsel Sorunlar

Bir destinasyonun başarısında, mevcut çekici kaynaklardan ziyade yönetimin belirleyici bir role sahip olduğu söylenebilir. Bu bağlamda Ersun ve Arslan (2011) yönetimin yanında pazarlama çalışmalarının önemine işaret ederken; Genç, Atay ve Eryaman (2014) ise destinasyon örgütlenmelerinin önemini vurgulamıştır. Bu nedenle mağaraların bulunduğu alanların da iyi bir şekilde yönetilmesi, destinasyonun başarısı üzerinde etkili olacaktır. Bu konuyla ilgili örnek alıntılar ise şu şekildedir:

“Gittiğimizde kapalı idi ve girişte neden kapalı olduğu hakkında bilgi veren görevli veya çalışan bulamadık. Bence hizmet açısından çalışanların denetlenmesi gerekiyor...”

“Kaderine terk edilmiş bir mağara. Bir levhası bile yok. Karadeniz’in en ücra köşelerinde turizme açılan mağaraları görünce durup ağlayasım geldi...Bir tarih görmemezlikten gelinirse ancak bu kadar olunur.”

“Bir tane bile çöp kutusu yok...”

“Antalya’daki Dim Mağarasından ne eksiği var? Biraz tadilat, biraz bakım Diyarbakır ve çevre buraya akar.”

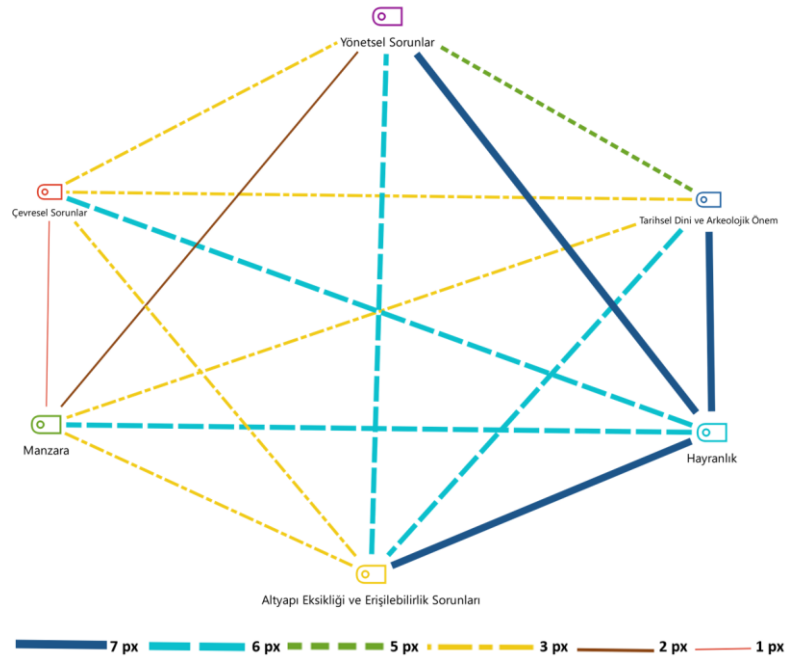
“Bölgesel kader mi dersiniz ne dersiniz bilemem ama böyle yerlerin nasıl tanıtılmadığı, oradaki makam mevki sahiplerinin ilgisizliği hemen dikkat çekmektedir. Üç dört taşın üst üste konulduğu yerlere hemen birileri 20 yıllığına sponsor oluyor ve tanıtıyor. Böyle muhteşem yerleri bırakın tanıtmayı yanında kimse geçmiyor...”

“Yolda şehir çıkışında bir iki tabela dışında yol gösteren bir levha yok.”

“Koruma, reklam, bakım lazım...”

Yukarıda yer alan örnek alıntılar incelendiğinde, araştırma alanında yer alan mağaraların daha iyi bir şekilde yönetilebileceğinin ifade edildiği görülmektedir. Bununla birlikte, tanıtım çalışmalarının yetersiz olduğu ve daha da önemlisi mağara yakınlarında yönlendirici tabelaların dahi eksiklik olduğuna dair sorunlar dile getirilmiştir.

Temaların belirlenmesiyle birlikte kodlar arasındaki ilişkiler de incelenmiştir. Bu bağlamda temalar arası ilişkilerin yoğunluğuna ilişkin modeller MAXQDA 2020 aracılığıyla oluşturulmuştur. Söz konusu modelde bulunan çizgilerin px değeri ise aralarında bulunan ilişkinin yoğunluğuna işaret etmektedir. Bu bağlamda oluşturulan kod birlikte oluşum modeli ise Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Kod Birlikte Oluşum Modeli

Kod birlikte oluşum modeli incelendiğinde, tüm yorumların birbirleriyle ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Ancak en yoğun ilişkilerin (7 px) hayranlık temasıyla yönetmel sorunlar, altyapı eksikliği ve erişilebilirlik sorunları ile tarihsel, dini ve arkeolojik önem arasında olduğu görülmektedir. Bu durum daha yakından incelendiğinde mağaraların tarihi, dini ya da arkeolojik önemiyle birlikte ziyaretçilerin ilgili mağaralara karşı hayranlık duyduğu söylenebilir. Ancak olumsuz temaların da hayranlık duygusuyla yoğun ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Bu durum ise ziyaretçiler tarafından çok beğenilen hatta hayran kalınan mağaralarla ilgili olumlu görüşlerle birlikte

ziyaretçileri rahatsız eden yönetsel sorunlar, temel alt-üst yapı eksiklikleri ya da çevresel sorunların bir arada dile getirildiğine işaret etmektedir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Mağaralar, turizmin gelişmiş olduğu Antalya gibi destinasyonlarda turizmin çeşitlendirilmesine yardımcı olmaktadır. Öte yandan kırsal bölgelerde ise ekonomik kalkınma, kültürel mirasın korunması ve sosyal gelişmişlik düzeyinin artırılması için mağaraların önemli kaynaklar olduğu söylenebilir. Diyarbakır'ın turizm potansiyeli incelendiğinde; kültür turistleri için önemli olan Hevsel Bahçeleri, Diyarbakır Surları, Malabadi Köprüsü gibi kültürel miras kapsamındaki alanların öne çıktığı görülmektedir. Edebiyat turizmi bağlamında ise Cahit Sıtkı Tarancı, Ziya Gökalp, Ahmed Arif gibi önemli şair ya da yazarların evleri bulunmaktadır. Gastronomi turizmi noktasında ise ciğer, burma kadayıf, meftune gibi coğrafi işaret almış çok sayıda yiyecek-içeceğin bulunması kenti ziyaretçiler için çekici kılmaktadır. Ancak Diyarbakır'da bulunan mağaraların sahip oldukları tarihsel ve arkeolojik öneme rağmen çok fazla talep görmediği söylenebilir. Zira bu durum, mağaralarla ilgili yorum sayıları ve yorumların toplandığı alanlarda da kendini hissettirmektedir. Söz konusu tablonun; destinasyon imajı, güvenlik kaygısı gibi farklı nedenlerden kaynaklandığı da düşünülebilir.

Yapılan yazın taramasında, daha önce Diyarbakır'da bulunan mağaralar ve bu mağaraların turizm potansiyeli (Akın vd., 2015; Şengün vd., 2022) ve SWOT analiziyle (Acar & Avcıkurt, 2023) ilgili araştırmalar yapıldığı görülmüştür. Bu çalışma, Diyarbakır'da bulunan mağaralardaki turist deneyimlerini inceleyen ilk çalışma olması açısından önem arz etmektedir. Söz konusu mağaralarla ilgili yapılan bu araştırma sonuçlarının, yazında farklı destinasyonlarda yapılan çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir. Araştırma sonuçlarına göre mağaraların “Tarihsel, Dini ve Arkeolojik Öneminin” ziyaretçiler tarafından bilindiği ya da dile getirildiği görülmüştür. Zira turizme hizmet sunan alanların sahip oldukları farklı niteliklerle birlikte, arkeolojik ya da tarihsel önemleri ziyaretçiler açısından çekici faktörlerdir (Kement vd., 2023). Mağaralar açısından “Tarihsel, Dini ve Arkeolojik Önem” konusunu araştıran diğer çalışmalar incelendiğinde ise Musa vd. (2017), Antic (2018), Tanrıverdi vd. (2025) ve Yonathan Teja Kusuma vd. (2025) gibi araştırmacıların yürüttükleri çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik gösterdiği görülmüştür.

Yorumlar doğrultusunda ortaya çıkan bir diğer tema olan “Hayranlık” teması incelendiğinde ise ziyaretçilerin Diyarbakır'da bulunan mağaraların ihtişamını, sahip oldukları atmosferi ya da otantikliklerini vurgulayan yorumlar paylaştığı görülmüştür. Turizm açısından bakıldığında destinasyonların sahip oldukları kaynakların hayranlık uyandırıcı özellikleri aracılığıyla farklılaşmakta ya da turist deneyimi üzerinde etki yaratmaktadır. Bu bağlamda Lu vd. (2017) hayranlığın deneyimi zenginleştirdiğine işaret ederken Powell vd. (2011) hayranlığın memnuniyet üzerindeki etkisini vurgulamıştır. Dolayısıyla hayranlık, destinasyonların sahip olduğu bir tür stratejik kaynak olarak da değerlendirilebilir. Olumlu açıdan ele alınan son tema manzaradır. Manzara, turistik deneyimin merkezinde yer almaktadır (Carneiro vd., 2015). Günümüzde birçok destinasyon ya da destinasyonda bulunan manzara noktalarında ziyaretçilerin çektikleri ve paylaştıkları fotoğraflar çok sayıda kişi tarafından görülmektedir. Bununla birlikte manzaranın, turistler için çekim faktörü olma ve destinasyonun turizminin kalkınmasına katkı sağlama gibi rolleri de bulunmaktadır (Skowronek d., 2018). Diyarbakır'daki mağaraları ziyaret eden turistler açısından bakıldığında ise hem mağaraların hem de mağaraların tepe noktalarından görülen manzaranın önemli olduğu söylenebilir. Mağaraların manzaralarına yönelik yorumlarda ise yine yazınla benzerlik gösteren estetik (Musa vd., 2017; Görmez & İşçen, 2020; Tanrıverdi vd., 2025; Özdemir, 2025) öğelerden de bahsedildiği tespit edilmiştir.

Mağaralara dair olumsuz yorumlar incelendiğinde ise “Altyapı Eksikliği ve Erişilebilirlik Sorunları” (Görmez & İşçen, 2020), “Çevresel Sorunlar” (Musa vd., 2017; Özdemir, 2025) ve “Yönetsel Sorunlar” açısından (Parise, 2011; Zengin & Eker, 2021; Yonathan Teja Kusuma vd., 2025; Özdemir, 2025) yazınla benzer sonuçlara ulaşıldığı tespit edilmiştir. Söz konusu olumsuz temalar incelendiğinde üç tema arasında görece yoğun ilişkiler olduğu da görülmüştür. Olumsuz olarak adlandırılan temalara bir arada bakıldığında bir tripodun ayakları gibi birbirini destekleyen ya da tamamlayan konulardan oluştuğu da anlaşılmaktadır. Zira iyi yönetilen bir alanın hem altyapısının tamamlanmış olması hem de daha erişilebilir olacağı söylenebilir. Bununla birlikte bakım ve çevresel temizlik açısından da daha kontrollü olacağı düşünülebilir. İyi yönetim ve çevre konuları bir arada ele alındığında personel eksikliği, çöp kutularının olmayışı, çöpleri temizleyecek personelin yoksunluğu ya da çöp atan kişilere yaptırım uygulayabilecek personelin yoksunluğu ile ilişkili olduğu da düşünülebilir. Ziyaretçilerin çevreye zarar vermesi ya da çöp atma konusu ise kriminal suçlarla ilişkili olarak geliştirilen kırık camlar teorisiyle de (Kelling & Wilson, 1982) ilişkilendirilebilir. Çünkü bu teoride bir araç ya da mülke karşı işlenen bir suça karşı önlem alınmaması, bu durumun halkın geri kalanı açısından bir suç unsuru olarak görülmemesine ya da meşru bir durum gibi algılanmasına aracılık etmekte ya da insanları cesaretlendirmektedir. Bu bağlamda ziyaretçilerde görülen çevreye zarar verme davranışının, kırık camlar teorisinin (Kelling & Wilson, 1982) öne sürdüğü “denetimsizlik algısı suç işlemeye teşvik eder” yaklaşımıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Söz konusu bulgular ve sonuçlarla birlikte gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Örneğin nicel yöntemlerin kullanıldığı benzer bir çalışma, araştırma alanlarını ziyaret eden turistlerle gerçekleştirilebilir. Yerel halkın mağara turizmine yönelik algıları ve tutumları incelenebilir. Mağara turizminin durumu ve gelişimine yönelik olarak paydaş görüşleri alınabilir. Çevre illeri de bir arada değerlendirilerek mağara turizm rotaları oluşturulabilir. Bununla birlikte araştırma alanıyla ilgili görece kısıtlı sayıda yorumun bulunması araştırmanın en büyük kısıtını oluşturmaktadır. Ayrıca araştırmanın yorumlar üzerinden gerçekleştirilmesi ziyaretçilerin demografik özellikleri ya da mağaralara ilişkin motivasyonlar ya da tutumlar vb. konuların derinlemesine araştırılmasını kısıtlamaktadır.

DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz kaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

YAZARLIK KATKI BEYANI

İ. UZUT: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Finansman sağlama, Danışmanlık, Proje Yönetimi, Nihai onayın verilmesi.

ETİK BEYAN

Bu çalışma için Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Acar, A. B., & Avcıkurt, C. (2023). SWOT analysis on the faith tourism potential of Diyarbakır. In M. Tuna, G. Kaya, E. Hazarhun, M. H. Ulusoy, N. Yıldız, S. B. Bayar (Eds.), *Anatolian Landscape and Faith Tourism: Ancient Times to Present* (pp. 252-264) Detay Yayıncılık.
- Akdağ, G. (April 19, 2013). *Bir ekoturizm aktivitesi olarak mağara turizmi: Mersin mağaraları envanter çalışması* [Bildiri sunumu]. 2. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, Adana, Türkiye.
- Akın, S., Altan, M. K., Kara, F. O., & Atsan, T. (2015). The potential of rural tourism in Turkey: the case study of Cayonu. *Pak. J. Agri. Sci.*, 52(3), 853-859.
- Allan, M., Dowling, R. K., & Sanders, D. (2015). The motivations for visiting geosites: the case of Crystal Cave, Western Australia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 16(2), 141-152.
- Antalya Büyükşehir Belediyesi (2023). *Antalya'nın Mağaraları*. Antalya Büyükşehir Belediyesi, Kent Tarihi ve Tanıtımı Dairesi Başkanlığı.
- Antić, A. (2018). Speleotourism potential and tourist experience in Resava cave. *Hotel and Tourism Management*, 6(2), 61-69. <https://doi.org/10.5937/menhotur1802069A>
- Antić, A., Vujičić, M. D., Dragović, N., Cimbaljević, M., Stankov, U., & Tomić, N. (2022). Show cave visitors: An analytical scale for visitor motivation and travel constraints. *Geoheritage*, 14(2), 53. <https://doi.org/10.1007/s12371-022-00686-9>
- Arpacı, Ö., Zengin, B., & Batman, O. (2012). Karamanın mağara turizmi potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 59-64.
- Asanidze, L., Tsikarishvili, K., & Bolashvili, N. (May 2 - 3, 2013). *Cave tourism potential in Georgia* [Congress presentation]. The 2nd International Symposium on Kaz Mountains (Mount Ida) and Edremit, Edremit, Turkey.
- Atsan, M., & Çetinsöz, B. C. (2019). Mağara turizmini tercih eden turistleri motive eden faktörler: Aynalıgöl (Gilindire) mağarasına yönelik bir içerik analizi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 260-272. <https://doi.org/10.24288/jtr.526951>
- Birinci, S., Kaymaz, Ç. K., & Camcı, A. (2018). Göbekli Tepe'nin arkeolojik turizm potansiyelinin değerlendirilmesi (Şanlıurfa). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3), 1351-1367.
- Carneiro, M. J., Lima, J., & Silva, A. L. (2015). Landscape and the rural tourism experience: identifying key elements, addressing potential, and implications for the future. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1217-1235. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1037840>
- Chiarini, V., Duckeck, J., & De Waele, J. (2022). A global perspective on sustainable show cave tourism. *Geoheritage*, 14(3), 82. <https://doi.org/10.1007/s12371-022-00717-5>
- Council of Europe. (2000). European landscape convention. Council of Europe.

- Çankırı Belediyesi. (2025, Ağustos 18). Yer Altı Tuz Şehri Festival Süresince 695 Bin Kişiyi Ağırladı. <https://cankiri.bel.tr/haberler/yer-alti-tuz-sehri-festival-suresince-695-bin-kisiyi-agirladi>
- ÇŞİDB. (n. d.). Ülkemizdeki Mağaraların Listesi. Erişim Tarihi: Kasım 5, 2025. Erişim Adresi: <https://magaralar.gov.tr/magaralar?page=2&per-page=60>
- Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (n. d.) Hilar Mağaraları Örenyeri. Erişim Tarihi Kasım,1, 2025. Erişim Adresi: <https://diyarbakir.ktb.gov.tr/TR-406605/hilar-magaralari-orenyeri.html>
- Ersun, N., & Arslan, K. (2011). Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(2), 229-248.
- Garofano, M., & Govoni, D. (2012). Underground geotourism: A historic and economic overview of show caves and show mines in Italy. *Geoheritage*, 4(1), 79–92. <https://doi.org/10.1007/s12371-012-0055-3>
- Genç, K., Atay, L., & Eryaman, M. (2014). Sürdürülebilir destinasyon yaratma sürecinde örgütlenmenin önemi: Çanakkale turizmi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 49-61. <https://doi.org/10.17123/ataad.vol25iss137185>
- Görmez, F., & İşçen, M. (2020). Mağara turizmine yönelik ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi: Burdur İnsuyu mağarası örneği. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*, 2(3), 166-176.
- Gürsoy, D., Akova, O., & Atsız, O. (2021). Understanding the heritage experience: a content analysis of online reviews of World Heritage Sites in Istanbul. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(3), 311-334. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1937193>
- Hall, M. (2013). Glow-worm tourism in Australia and New Zealand: Commodifying and conserving charismatic micro-fauna. In: R. H. Lemelin RH (Ed.), *The management of insects in recreation and tourism* (pp. 217–232). Cambridge University Press.
- Ilgar, R. (2021). Ashab-I Kehf'in İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi ve Afşin'in Tanıtımında Kullanılabilirliği. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 10(28), 247-259.
- Karakaş, A. G. A., & Çenberlitaş, A. G. İ (September 25 – 27, 2014). *Diyarbakır ilinin turizm potansiyelinin swot analizi ile belirlenmesi* [Congress presentation]. 9th International Conference: New Perspectives in Tourism and Hospitality, Balıkesir, Türkiye.
- Kelling, G. L., & Wilson, J. Q. (1982). Broken windows. *Atlantic monthly*, 249(3), 29-38.)
- Keltner, D., & Haidt, J. (2003). Approaching awe, a moral, spiritual, and aesthetic emotion. *Cognition and Emotion*, 17(2), 297-314. <https://doi.org/10.1080/02699930302297>
- Kement, Ü., Erkol Bayram, G., Valeri, M., Basar, B., & Tuce Güngör, Z. (2023). Archeological attractions within intention to participate in archeotourism: A case in Corum, Turkey. *Tourism and hospitality management*, 29(4), 593-608. <https://doi.org/10.20867/thm.29.4.10>
- Kızılcık, O., & Taştan, H. (2019). Mağara turizminin motivasyon faktörlerinin belirlenmesi: Karaca mağarası örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 240-251. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.648466>
- Kim, S. S., Kim, M., Park, J., & Guo, Y. (2008). Cave tourism: Tourists' characteristics, motivations to visit, and the segmentation of their behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(3), 299-318. <https://doi.org/10.1080/10941660802280448>
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (1996). Genel turizm: İlkeler kavramlar (2. Baskı). Detay Yayıncılık.
- KTB. (n. d.). Mağara Turizmi. Erişim Tarihi: Kasım 5, 2025. Erişim Adresi: <https://engelsiz.ktb.gov.tr/TR-10335/magara-turizmi.html>
- Küleççi, E. A., & Sezen, İ. (2018). Bir ekoturizm aktivitesi olarak mağara turizmi: Erzurum ili Elmalı Mağarası örneği. *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 3(1), 66–75. <https://doi.org/10.30785/mbud.372754>
- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Lice Belediyesi. (n. d.). Birkleyn Mağaraları. Erişim Tarihi: Kasım 1, 2025. Erişim Adresi: <http://www.lice.gov.tr/birkleyn-magaralari>
- Lobo, H. A. S. (2015). Tourist carrying capacity of Santana Cave (PETAR-SP, Brazil): A new method based on a critical atmospheric parameter. *Tourism Management Perspectives*, 16(October), 67–75. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.07.001>
- Lu, D., Liu, Y., Lai, I., & Yang, L. (2017). Awe: An important emotional experience in sustainable tourism. *Sustainability*, 9(12), 2189. <https://doi.org/10.3390/su9122189>
- Metin, O., & Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: iletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (Özel Sayı 2), 273-294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Musa, G., Najmin, S., Thirumoorthi, T., & Taha, A. Z. (2017). Examining visitors' experience with Batu Cave, using the four realm experiential theory. *International Journal of Tourism Cities*, 3(2), 105-120. <https://doi.org/10.1108/IJTC-10-2016-0037>
- National Park Service (2025). *Tourism to Mammoth Cave National Park contributes \$73,238,000 to local economy*. Erişim Tarihi: Kasım 11, 2025. Erişim Adresi: [https://www.nps.gov/macalearn/news/tourism-to-mammoth-cave-national-park-contributes-\\$73-238-000-to-local-economy.htm#:~:text=%E2%80%93%20A%20new%20National%20Park%20Service,%2C%E2%80%9D%20said%20Superintende nt%20Barclay%20Trimble](https://www.nps.gov/macalearn/news/tourism-to-mammoth-cave-national-park-contributes-$73-238-000-to-local-economy.htm#:~:text=%E2%80%93%20A%20new%20National%20Park%20Service,%2C%E2%80%9D%20said%20Superintende nt%20Barclay%20Trimble)
- National Trust For Scotland (2023). *Access to Staffa in 2024 and 2025*. Erişim Tarihi: Kasım 11, 2025. Erişim Adresi: <https://www.nts.org.uk/stories/access-to-staffa-in-2023>
- Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2025). *Müze/Ören Yeri Ziyaretçi Sayıları*. Erişim Tarihi: Kasım 11, 2025. Erişim Adresi: <https://nevsehir.ktb.gov.tr/TR-230429/muzeoren-yeri-ziyaretci-sayilari.html>

- Odum, C. J., & Boukamba, H. K. (2025). Psychographic and demographic insights from cave tourism in Anambra State, Nigeria. *African Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-14. <https://doi.org/10.4102/ajst.v1i1.5>
- Özdemir, S. (2025). Ziyaretçi deneyimleri üzerine nitel bir araştırma: Gököl Mağarası örneği. *Tourism and Recreation*, 7(1), 184-198. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1563257>
- Parise, M. (2011). Some considerations on show cave management issues in Southern Italy. In P. E. van Beynen (Ed.), *Karst management* (pp. 159-167). Springer.
- Piaget, J. & Inhelder, B. (1969). *The psychology of the child*. Basic Books.
- Polat, A. G. S. A., Polat, A. G. S., & Batman, O. (April 19, 2013). *İnanç turizminde Ashâb-I Kehf Mağarası: Doğu Akdeniz Örneği* [Bildiri sunumu]. 2. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, Adana, Türkiye.
- Powell, R. B., Brownlee, M. T., Kellert, S. R., & Ham, S. H. (2012). From awe to satisfaction: Immediate affective responses to the Antarctic tourism experience. *Polar Record*, 48(2), 145-156. <https://doi.org/10.1017/S0032247410000720>
- Rindam, M. (December 9 – 11, 2014). *Cave tourism: The potential of Asar Cave as a natural tourism asset at Lenggong Valley, Perak* [Congress presentation]. 4th International Conference on Tourism Research, Malaysia.
- Russell, M. J., & MacLean, V. L. (2008). Management issues in a Tasmanian tourist cave: Potential microclimatic impacts of cave modifications. *Journal of Environmental Management*, 87(3), 474–483. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2007.01.012>
- Schachner, A. (May 30 – June 3, 2005). Birkleyn mağaraları (Dicle Tüneli): Yüzey araştırması. 23. Araştırma Sonuçları Toplantısı, Ankara.
- Shavanddasht, M., Karubi, M., & Sadry, B. N. (2017). An examination of the relationship between cave tourists' motivations and satisfaction: the case of Alisadr Cave, Iran. *GeoJournal of Tourism & Geosites*, 20(2) 165-176.
- Silvan Belediyesi (n. d.). *Hasuni Antik Kenti Tarihi*. Erişim Tarihi: Kasım 11, 2025. Erişim Adresi: <https://www.silvan.bel.tr/hasuni-antik-kenti-tarihi>
- Silvan Kaymakamlığı (n. d.). *Hasuni Mağaraları*. Erişim Tarihi: Kasım 11, 2025. Erişim Adresi: <http://www.silvan.gov.tr/hasuni-magaralari>
- Şengün, M. T., Kılıçarslan, M., & Göktaş, Y. (2022). Birkleyn Mağaraları (Diyarbakır) ve turizm potansiyeli. *Mavi Atlas*, 10(1), 219-234. <https://doi.org/10.18795/gumusmaviatlas.1084872>
- Tang, J., & Qiu, C. (2014). Research on motivation, experience, satisfaction and behavioral intention of museum tourism—A case of Macau Museum. In G. Zeng (Ed.), *Tourism and hospitality development between China and EU* (pp. 137-153). Springer.
- Tanriverdi, H., Çiki, K. D., Öğretmenoğlu, M., & Uygun, N. (2025). Unveiling the key dimensions shaping visitor experiences in cave tourism through a content analysis approach: the case of Antalya's show caves. *Current Issues in Tourism*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2492399>
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze* (2nd Edition). Sage.
- YİGM. (n. d.). *Mağara turizmi*. Erişim Tarihi: Kasım 5, 2025. Erişim Adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10335/magara-turizmi.html>
- Yonathan Teja Kusuma, T., Susmartini, S., Suhardi, B., & Herdiman, L. (2025). Review article developing safety and enjoyment factors in karst cave tourism model: review discussing the model, factors and results. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2447392. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2447392>
- Yıldız, M. C. (May 25 – 27, 2009). *Eğil–Ergani halkının dilinde medfun peygamberler* [Bildiri sunumu]. Diyarbakır Nebiler, Sahabiler, Azizler ve Krallar Kenti Sempozyumu, Diyarbakır.
- Yozcu, S. (2020). Türkiye mağara turizmine yönelik bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1493–1508. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.408>
- Zengin, B., & Eker, M. (2020). Mağara turizminin Akçakoca turizmine etkileri: Fakıllı Mağarası örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 220-233. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.309>

EXTENSIVE SUMMARY

Introduction

Caves have long served as multi-functional spaces for humanity, including shelter, worship, storage, and protection. Considering these historical uses, caves today represent significant cultural and archaeological heritage assets. Their geomorphological structures and historical layers provide valuable evidence of early human–environment interaction, making them prominent tourism attractions across the world. Indeed, global cave tourism attracts nearly 70 million visitors annually and generates an economic volume exceeding 2 billion Euros. Türkiye, with more than 40,000 caves, possesses substantial potential for the development of cave-based tourism.

This potential is particularly important for rural regions where cave tourism can contribute to economic revitalization, cultural heritage preservation, and ecological awareness among local communities. However, existing research frequently focuses on supply-side evaluations, geological characteristics, or potential analyses rather than visitor experiences. In the Turkish context, studies directly examining cave-related tourist experiences are notably scarce. Furthermore, no prior research specifically explores tourist experiences in Diyarbakır's caves. Hence, this study aims to address this gap by examining visitor experiences related to four cave sites in Diyarbakır: the Hasuni Cave City, Birkleyn Caves, Hilar Caves, and the Cave of Ashab-ı Kehf. The research provides empirical insights into

both positive and negative elements shaping tourist experiences and contributes to the academic literature on cave tourism and regional destination development.

Studies on cave tourism in Türkiye highlight that although the country has an exceptionally high number of caves, only a small proportion has been surveyed or designated for tourism use. Institutions such as the General Directorate of Mineral Research and Exploration (MTA), speleology clubs, and independent research teams have systematically studied only about 1,500 caves. The Ministry of Culture and Tourism outlines several criteria for the touristic development of caves, including accessibility, unique geological or visual features, archaeological or cultural value, and the presence of basic service infrastructure.

International research on cave tourists' motivations identifies a wide array of factors: escape from routine, relaxation, learning and knowledge acquisition, aesthetic appreciation, adventure, curiosity, religious interest, health benefits, and social interaction. These motivations correspond with findings in visitor experience studies, which emphasize caves' educational, recreational, aesthetic, and emotional dimensions. Caves are frequently described as inspiring spaces that blend natural formations with cultural traces, providing visitors with memorable and sometimes transformative experiences.

The literature also notes significant challenges associated with cave tourism. These include inadequate signage, environmental degradation, littering, physical damage to cave surfaces, insufficient maintenance, accessibility issues, and limited management capacity. The present study's findings align closely with these thematic concerns.

Method

This research employs qualitative content analysis, one of the key methods used to interpret textual data in tourism studies. The sample consists of caves in Diyarbakır that both serve tourism purposes and have a sufficient number of visitor reviews to enable meaningful analysis. Initial screening through Google Maps identified caves with more than 20 visitor comments. Four caves met the inclusion criteria: Birkleyn Caves, Hilar Caves, Hasuni Cave City, and the Cave of Ashab-ı Khef.

A total of 640 comments were initially collected; however, 234 reviews consisting only of ratings or emojis were excluded from the analysis. Thus, 406 substantive visitor comments were analyzed. The coding process was carried out using MAXQDA 2020. To ensure coding reliability, the codebook and sample comments were shared with another academic expert. Inter-coder reliability analysis yielded a Kappa value of 0.91, indicating a very high level of agreement. Codes were organized into themes, and a code co-occurrence model was generated to explore the relationships among themes.

Finding

The content analysis revealed six main themes: Historical, Religious and Archaeological Importance; Awe; Landscape; Infrastructure and Accessibility Problems; Environmental Problems; and Managerial Problems.

Positive Themes:

- **Historical, Religious, and Archaeological Importance:** Visitors frequently referenced wall carvings, inscriptions, ancient architectural traces, churches, and other archaeological remains. Such elements contributed to the educational and cultural value of the caves, enhancing visitors' sense of connection to past civilizations.
- **Awe:** The caves' grandeur, atmosphere, mysticism, and authenticity evoked strong emotional reactions. Many visitors described feelings of admiration and spiritual intensity, using expressions such as "magnificent," "breathtaking," and "deeply moving."
- **Landscape:** The aesthetic quality of the caves and their surroundings was emphasized in many comments. Visitors highlighted panoramic views, natural beauty, and the interplay between geological formations and the broader landscape.

Negative Themes:

- **Infrastructure and Accessibility Problems:** Common complaints included steep climbs, unsafe walking paths, lack of public transportation, inadequate parking, and weak mobile phone signal coverage. Visitors noted that reaching the caves could be physically demanding, particularly for families or individuals with mobility limitations.
- **Environmental Problems:** Environmental degradation emerged as a major concern. Visitors reported litter around caves and water sources, graffiti on cave walls, broken carvings, and traces of vandalism—indicating low environmental awareness and weak monitoring mechanisms.
- **Managerial Problems:** Visitors strongly criticized insufficient signage, lack of on-site staff, poor maintenance, and weak promotional efforts. Many comments described the caves as "neglected,"

“abandoned,” or “underpromoted,” despite their high tourism potential. Comparisons with more developed cave destinations in Türkiye (e.g., Antalya) further highlighted perceived deficiencies.

The code co-occurrence model showed strong correlations between the theme of Awe and all three negative themes. This suggests that even though visitors were impressed by the caves' natural and cultural features, their overall experience was significantly undermined by operational and environmental issues.

Conclusion

This study is one of the first to systematically examine tourist experiences in the caves of Diyarbakır, offering original insights into their tourism potential. The findings align with previous studies indicating that caves possess a strong combination of historical, aesthetic, and emotional appeal. Visitors particularly recognized the cultural significance and unique atmosphere of the caves and appreciated the panoramic landscapes surrounding them.

However, the study also revealed substantial challenges. Infrastructure and accessibility issues, environmental degradation, and managerial shortcomings significantly hinder the visitor experience. These findings underscore the necessity of adopting integrated management strategies in cave tourism, including improving basic services (signage, parking, walking paths), enhancing maintenance and conservation efforts, and implementing environmental monitoring systems. Increasing promotional activities and incorporating caves into regional tourism routes could further strengthen Diyarbakır's tourism appeal.

Future research may benefit from mixed-method or quantitative designs, visitor surveys, stakeholder interviews, or comparative studies involving caves in other regions. Collectively, these efforts could support the sustainable development of cave tourism in Türkiye and contribute to destination competitiveness, cultural heritage preservation, and rural development in Diyarbakır.