



Abant Sosyal Bilimler Dergisi

Journal of Abant Social Sciences

2024, 24(1): 152-166, doi: 10.11616/asbi.1392238



Vergi Politikalarının Siyasal Söylemde Kullanımı: Alkollü İçecek Vergisine Twitter Üzerinden Verilen Tepkiler

The Use of Tax Policies in Political Discourse: Reactions to the Alcoholic Beverage Tax on Twitter

Özgür Utku MACUNLUOĞLU¹, Ece ÜNÜR²

Geliş Tarihi (Received): 17.11.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 29.12.2023

Yayın Tarihi (Published): 25.03.2024

Öz: Hükümetler gelir sağlamak; vatandaşları zararlı ürünlerin aşırı tüketiminden korumak adına vergi politikalarını kullanmaktadırlar. Sağlığa zararlı olarak nitelendirilen gazlı ve alkollü içeceklerle tütün mamulleri gibi ürünlere uygulanan vergilerle, diğer adıyla Pigoucu vergilerle, hem bu malların tüketimini azaltmak; hem de bunların tüketimi neticesinde ortaya çıkması muhtemel sağlık giderlerini düşürmek amaçlanmaktadır. Öte yandan Müslüman yoğun coğrafyalarda bulunan hükümetler bu vergileri uygularken “vatandaşlarını alkol gibi günah sayılan ürünlerin zararlı etkilerinden koruduklarını” dile getirerek, muhafazakar seçmenlerin desteğini kazanmayı da hedeflemektedirler. Hükümetler tarafından uygulanan ekonomi politikalarının uzantısı olarak dönem dönem bu vergilerin oranlarının aşırı artırıldığı görülmektedir. Bu dönemlerde vatandaşlar ürünleri eskiye kıyasla daha yüksek fiyatlarla aldıklarından bu vergi artışı toplumsal tepkilere neden olabilmekte ve vergiler muhalif siyasal söylemlerde kullanılabilir. Çalışmada Türkiye’de alkollü içeceklerden alınan verginin siyasal söylemde kullanımı ve Twitter kullanıcılarının verdikleri tepkiler içerik analiziyle incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pigoucu Vergiler, Alkollü İçecek Vergisi, Siyasal Söylem, Twitter.

&

Abstract: Governments use tax policies to generate revenue; to protect citizens from excessive consumption of harmful products. With the taxes applied to products such as carbonated and alcoholic beverages and tobacco products that are considered harmful to health, also known as Pigouvian taxes, it is aimed both to reduce the consumption of these goods and to reduce the health expenses that may arise as a result of their consumption. In addition, while imposing such taxes, governments in Muslim-intensive geographies aim to gain the support of conservative voters by expressing that they “protect their citizens from the harmful effects of sinful products such as alcohol”. As a result of the economic policies implemented by governments, the rates of these taxes are increased excessively from time to time. In such periods, this tax increase may cause social reactions, as the citizens can obtain products at higher prices compared to the past and taxes can be used in oppositional political discourses. Within the scope of the study, the use of the tax on alcoholic beverages in political discourse in Turkey and the reactions of Twitter users were examined using the content analysis.

Keywords: Pigouvian Taxes, Alcoholic Beverage Tax, Political Discourse, Twitter.

Atıf/Cite as: Macunluoğlu, Ö. U., Ünür, E. (2024). Vergi Politikalarının Siyasal Söylemde Kullanımı: Alkollü İçecek Vergisine Twitter Üzerinden Verilen Tepkiler. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 152-166. doi: 10.11616/asbi.1392238

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbi/policy>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2000 – Bolu

¹ Arş. Gör. Dr., Özgür Utku Macunluoğlu, Haliç Üniversitesi, utkumacunluoglu@halic.edu.tr. (Sorumlu Yazar)

² Doç. Dr., Ece Ünür, Haliç Üniversitesi, eeunur@halic.edu.tr.

1. Giriş

Devlet bütçesinin en önemli gelir kaynaklarının başında vergiler gelmektedir. Kamu harcamalarının finansmanının sağlanması ise vergilerin mali amacı olarak nitelendirilmektedir. Ancak uygulamaya koyulan vergilerin bazıları gelir elde etmenin yanı sıra bir takım mali olmayan amaçlara da sahiptir. Negatif dışsallığa sahip ürünlerin kullanımını azaltarak, bu yolla oluşabilecek sağlık problemlerinin önüne geçmek ve dolayısıyla sağlık masraflarını düşürebilmek adına sigara, alkol gibi keyif verici ve zararlı etkileri olan mallara yüksek oranlı tüketim vergileri uygulayıp, bu malların tüketiminin sınırlandırılmaya çalışılması örnek olarak verilebilir (Şener, 2007:62-63). Türkiye’de günah vergileri kategorisinde değerlendirilebilen alkollü ve asitli içeceklerin yanı sıra tütün mamulleri üzerinden alınan bu vergiler, özel tüketim vergisi içinde önemli bir yer kaplamaktadır.

Devlet bütçesine gelir sağlamanın yanı sıra vatandaşları olası sağlık problemlerinden korumayı ve sağlık giderlerini azaltmayı hedefleyen bu tarz vergi politikaları; siyasi aktörlerce bir seçim malzemesi olarak da kullanılmaktadır. Müslüman yoğun coğrafyalarda bu vergilendirme politikalarını uygulayan hükümetler, dini söylemler üzerinden alkollü içecek vergisini meşrulaştırabilmekte ve bir seçim propagandasına dönüştürebilmektedir.

Vergilendirme politikaları vatandaşlar üzerinde maddi bir yük yaratmaktadır. Buna ek olarak alkol tüketmeyi seven ancak uygulanan vergi politikaları yüzünden dilediğince alkol tüketemeyen bireyler bunu kendi özgürlüklerine yönelik bir müdahale olarak algılayabilmektedirler. Gerek bireye ek maddi yük yaratması gerekse de bireysel özgürlüklere müdahale biçiminde algılanmasından dolayı söz konusu vergiler toplumun bir kesiminde negatif tepki yaratmakta ve siyasi aktörler bu olumsuzluğu bir seçim kampanyası ve muhalefet unsuru olarak kullanabilmektedirler. Özellikle vergilerin aşırı yükseltildiği dönemlerde muhalefette olan partiler; iktidar partilerini bu politikaları üzerinden eleştirmektedirler. Bu durum aslında teknolojideki değişimlerle birlikte iletişim alanlarının ve yöntemlerinin genişlemesiyle bağlantılıdır. Bu değişim ve genişlemeler neticesinde bireylerin sosyal medyadaki varlıkları dolayısıyla da görünürlükleri artmış ve bu bir kimlik stratejisi haline dönüşmüştür. Söz konusu dönüşüm bir yandan katılımcı kültür yapısının oluşmasına olanak sağlarken, diğer yandan da söylemlerin değişmesine yol açmaktadır (Simaku, 2022:141-152). Bir diğer ifadeyle siyasi aktörler bireylerin sosyal medya üzerinden dile getirdikleri bu görüş ve kimliklere, kendi siyasi söylem ve politikalarında daha çok yer vermeye ve rakiplerini bu söylemlerle eleştirmeye başlamışlardır.

Çalışma kapsamında tütün ve tütün ürünleri ile alkol gibi bireylerin kişisel zevkleri için tükettiği yüksek negatif dışsallığa sahip mallardan (Eroğlu ve Egeli, 2018:71) alkollü içecekler üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda öncelikle başta alkollü içecek vergisi olmak üzere Pigoucu vergiler ile özel tüketim vergileri (ÖTV) ele alınmış; akabinde alkol ve alkol tüketimine değinilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında ise alkollü içecekler üzerinde uygulanan vergilendirme politikaları ve bunun siyasal atmosfere yansımaları Kemal Kılıçdaroğlu’nun Twitter üzerinden yapmış olduğu bir paylaşımına gelen kullanıcı yorumları çerçevesinde içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

2. Pigoucu Vergiler

Devlet bütçe kısıtı göz önüne alındığında, devlet harcamalarının (a) vergileri artırarak, (b) harcamaların kompozisyonu değiştirilerek (c) borçlanmaya gidilerek veya (d) para basılarak finanse edilmesi beklenir (Aksoy, 2011:147; İyidoğan vd., 2017:117). Vergiler kamunun ihtiyaç duyduğu finansman ihtiyacının karşılanabilmesi amacıyla, gerçek ve tüzel kişilerden devletin egemenlik gücüne dayanılarak cebir altında toplanmaktadır (Akdoğan, 2006:115).

Vergi politikaları belirlenirken vergilerin mali fonksiyonun yanı sıra mali olmayan iktisadi, sosyal, demografik, siyasi ve hatta dini bir takım işlevlerinin olduğu da göz önüne alınmalıdır (Dikmen, 1955:23). Mali sorunlara kalıcı çözümler üretilebilmesi için sistematik bir bakış açısı ile olayların ele alınması gerekmektedir (Bektaş ve Çetinkaya, 2021:246).

Maliye politikası aracı olarak vergiler kullanılarak özellikle pozitif dışsallığa sahip, sosyal faydayı artırdığı için gelişmesi istenen sektörler istisna ve muafiyetler ile teşvik edilerek üretimin devamlılığı devletin müdahalesi ile sağlanmaktadır. Gelişiminin önüne geçilmesi istenen, negatif dışsallığı ve sosyal maliyetleri yüksek sektörlerin ise vergi yükleri artırılarak ek yükümlülüklerin ortaya çıkarılması sağlanabilmekte ve böylece bu sektörlerin büyüklükleri kontrol altına alınabilmektedir (Edizdoğan vd., 2021:33).

Negatif dışsallıklara sahip sektörlerin vergilendirilmesindeki sosyal amaç, toplumsal maliyetleri yüksek olan ürünlerin tüketiminin azaltılmasının sağlanması veya bu tür ürünleri kullanmakta olan tüketicilerin koyulan ek vergiler ile cezalandırılmasıdır. Özel ve sosyal maliyetlerin dengelenmesinin yanı sıra kaynak dağılımında etkinliğin sağlanması için de kullanılan bu vergiler sayesinde devlet ortaya çıkan sosyal zararı giderme görevini de üstlenmektedir (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2022:241). Negatif dışsallığa sahip sektörlerin ortaya koyacağı olumsuz etkilerin ortadan kaldırılması ve bireylerin tüketim tercihlerinin koyulacak vergiler çerçevesinde değiştirilebileceği fikri ilk kez A.C. Pigou (1952) tarafından ortaya koyulmuştur. Pigoucu vergilendirmede amaç negatif dışsallığa sahip üretimin tamamının ortadan kaldırılması değildir. İlgili üretimin optimum seviyede aşırıya kaçmadan ihtiyaçları karşılayacak düzeyde gerçekleşmesini sağlamaktır (Macunluoğlu, 2022:8).

Pigoucu vergiler, tüketimi toplum tarafından uygun görülmeyen ancak piyasada yasal ve yaygın bir şekilde bulunan erdemsiz malların tüketimini engellemek, bireylerin bu ürünlerin tüketiminden vazgeçmelerini sağlayarak negatif dışsallığı azaltmayı amaçladığı için literatürde “günah vergileri (*sin taxes*)”, “kısıtlayıcı vergiler (*sumptuary taxes*)”, “tüketimi düzenleyici vergiler (*regulatory taxes*)” ya da “cezalandırıcı vergi (*punitive tax*)” olarak da adlandırılmaktadır (Hyman, 1999:146). Alkol, tütün ve çevre kirliliği vergileri en önemli örneklerindedir (Musgrave ve Musgrave, 1984:437-438). Bu mal ve hizmetler erdemsiz mal olarak nitelendirildiklerinden dolayı bu mallarda talep esnekliği bulunmamaktadır (Torun ve Ekinci, 2014:26-27). Bunun yanı sıra erdemsiz mal özelliği gösteren bu malların ikamesi zor olduğundan alınan vergiler artırılsa dahi bu tarz mallara talep devam etmektedir (Ayrangöl ve Yelman, 2017:26). Bireyler her zaman rasyonel bir şekilde karar vermemekte; tüm riskleri, fayda ve maliyetleri gözetmemektedirler (Ebejer ve Morden, 1988:339). Bu nedenle bu mallar üzerinden alınan vergilerin artış göstermesi kişilerin alışkanlıklarını aynı fiyatlarla temin edebilecekleri kalitesi daha düşük maddelerle gidermelerine yol açma riskini barındırmaktadır. Vergiler neticesinde fiyatların artış göstermesi ile bireyler, vergilenmeyen veya daha az vergilendirilen ancak kullanımı potansiyel olarak daha zararlı mallara yönelerek sosyal refahın olumsuz etkilenmesine neden olabilmektedirler (Shughart, 1997:16). Bu yüzden bireylere sağlıklı bir yaşam sunmak, erdemsiz ve sağlığa zararlı ürünlerin kullanımının önüne geçebilmek için bu tarz ürünler özel tüketim vergilerinin kapsamına alınmaktadır (Petit ve Nagy, 2016:7).

Tüketim vergileri, yükümlülerin kişisel durumlarının dikkate alınmadığı yalnızca üretim, tüketim ve değişim gibi ekonomik olaylara bağlı olarak; üretilen, satılan veya tüketilen mal ve hizmetlerden alınan vergilerdir (Edizdoğan, 1981:1). Tüketim vergileri kapsam bakımından (a) genel ve (b) özel tüketim vergileri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Ulutam, 2005:382). Genel tüketim vergilerinin kapsamı istisna ve muafiyetler haricindeki tüm mal ve hizmetler iken, özel tüketim vergileri talep esnekliği düşük olan tütün, alkollü içecekler gibi belirli mal ve hizmetlerden alınmaktadır (Nadaroğlu, 1992:376). Özel tüketim vergilerinin mali ve ekonomik amaçlarının yanı sıra insan sağlığına ve çevreye zarar verdiği bilinen bazı ürün gruplarının tüketiminin kısıtlanması gibi sosyal amacı da bulunmaktadır (Çelikkaya, 2011:50). Bireylerin tüketiminin tamamının hesaplanarak toplam tüketimin vergilendirilmesini amaçlayan (Ulutam, 2005:382) ÖTV uygulaması Avrupa Birliği’ne uyum süreci kapsamında 2002 yılında 4760 sayılı kanun ile Türkiye’de uygulamaya konulmuştur. ÖTV belirli malların tüketimi üzerinden alındığı için tek aşamalı, yükümlü sayısı az, yönetilmesi ise kolay olan dolaylı bir vergi olarak tanımlanmaktadır (Oktar, 2008:9).

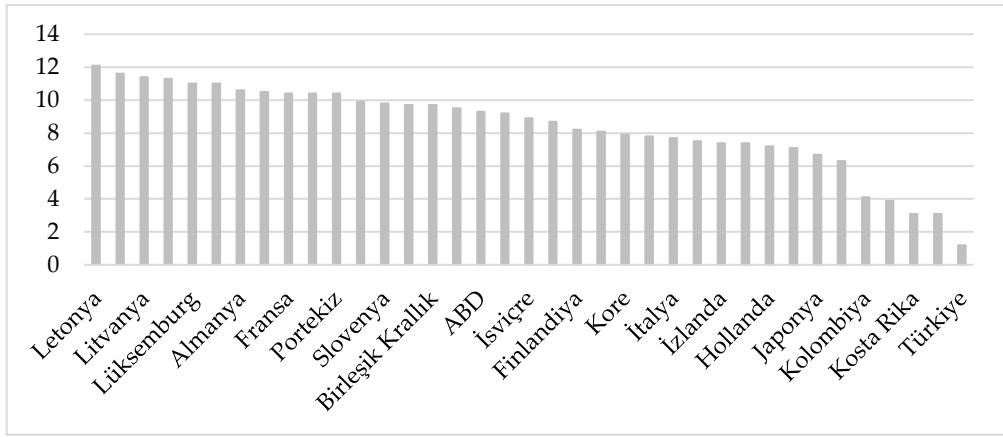
3. Pigoucu Vergiler Kapsamında Alkol Kullanımı ve Vergilendirilmesi

Aşırı alkol tüketiminin sonucu olarak (a) alkole bağlı hastalıkların artması, (b) yaşam kalitesinin ve ortalama yaşam sürelerinin azalması, (c) iş hayatında verimlilik kaybı yaşanması, (d) çeşitli suç ve

kazaların oluşması sonucu gerçekleşen can ve mal kayıpları, (e) tedavi harcamaları, (f) hukuki harcamalar, (g) erken ölüm, (h) işsizlik gibi doğrudan veya dolaylı maliyetler ortaya çıkabilmektedir (Cordes vd., 1990:344).

2021 yılı verilerine göre 15 yaş ve üzeri bireylerin saf alkol kullanımına bakıldığında OECD ülkeleri arasında Türkiye kişi başı yıllık 1,2 litre ile son sırada yer almaktadır. Türkiye'den sonra en düşük tüketim oranı 3,1 litre ile Kosta Rika ve İsrail'de görülmektedir. Letonya'nın 12,1 ile ilk sırayı aldığı listede 11 ülkenin yıllık kişi başı alkol tüketimi 10 litrenin üzerindedir (Bkz. Grafik 1). Dünya Sağlık Örgütü'nün verilerine göre alkol ve alkol bağımlılığı, karaciğer sirozu ve kanserler dâhil olmak üzere 200'den fazla hastalık ve yaralanma durumunda nedensel bir faktördür. Alkol kullanımı yılda yaklaşık 3,3 milyon kişinin ölümüne (veya tüm küresel ölümlerin %5,9'una) neden olurken; küresel hastalık yükünün de %5,1'i ile doğrudan ilişkilidir. 20-39 yaş arası kişilerde, toplam ölümlerin yaklaşık %13,5'i alkole bağlanabilir (WHO, 2018).

Grafik 1: OECD Ülkelerinde Kişi Başına Tüketilen Yıllık Alkol Miktarı



Kaynak: OECD (2021). *Alcohol consumption*.

Sağlıkla ilgili sonuçlarının haricinde, alkolün aşırı kullanımı bireylere ve dolayısıyla topluma önemli sosyal ve ekonomik kayıplar getirmektedir. Alkolün aşırı kullanımı ile (a) çeşitli zihinsel ve davranışsal bozukluklar, (b) akciğer sirozu, kanser, kalp damar rahatsızlıkları gibi belli başlı bulaşıcı olmayan hastalıklar, (c) şiddet ya da trafik kazalarından kaynaklı yaralanmalar ve (d) doğum komplikasyonları veya ölü doğumlar arasında da nedensel bir ilişki bulunmaktadır (WHO, 2022). OECD ülkeleri küçük yaşta alkol ve sigara kullanımının önüne geçmek için, alkol ve sigara reklamlarına sansür uygulamak, sağlık uyarılarının (kamu spotları) gösterilmesini zorunlu kılmak, halka açık alanlarda sigara ve alkol tüketimini yasaklamak, alkollü ürünlerin satışını belirli saatlerle sınırlamayı da içeren çeşitli politikalar uygulamaktadır (Black ve Mohamed, 2006:131). Kamu sağlığı gözetilerek bu ürünlerde dolaylı vergiler kullanılarak belirli bir taban fiyatın uygulanması veya bu ürünlerin fiyatlarının artırılması da alınan caydırıcı tedbirler arasında sayılabilir (WHO, 2014).

Özel tüketim vergilendirilirken; gelir ve kaynak dağılımında adaleti sağlamak, gelir elde etmek, erdemsiz mallara olan talebi sınırlamak, ithalatı kısıtlamak ve belirli mal ve hizmetlerin talebini kontrol altında tutmak amaçlanmaktadır (Şen ve Sağbaşı, 2017:218). Türkiye'deki Pigoucu vergilemenin en güzel örneği yürürlükte olan 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun (III) sayılı listesinde yer alan alkollü içecekler ve tütün ürünleri üzerinden alınan vergidir. Bu listede bulunan kolalı gazoz, sigara, alkol, tütün, şekerli içecekler sosyal faydası düşük, erdemsiz mallar olarak nitelendirilebilir ve bu mallar üzerinden alınan ÖTV bu kapsamda değerlendirilebilir (Avcı ve Demirci Çakıroğlu, 2017:53). İlgili kanunun diğer listelerinde yer alan mal ve hizmetler daha çok "lüks" mal olarak nitelendirilmekte ve sosyal fayda açısından herhangi bir tehlike arz etmemektedirler.

Tablo 1 incelendiğinde 2002 yılında devletin vergi geliri 60,3 milyar lira olmuştur. Bunun 14,6 milyar lirası ÖTV'den oluşmuştur. Alkollü içeceklerden alınan ÖTV ise 0,4 milyar lira olarak tahsil edilmiştir. 2023 yılında ise devletin vergi geliri yaklaşık 4 trilyon 60 milyar lira olmuştur. Bunun yaklaşık 811,5 milyar lirası ÖTV'den oluşmaktadır. Alkollü içeceklerden alınan ÖTV 62,7 milyar liradır. 2002 yılında alkollü içeceklerden alınan verginin (432.000.000 TL) merkezi yönetim gelirleri (79.420.000.000 TL) içerisindeki payı %0,54 iken 2023 yılında bu oran %1,35'e yükselmiştir. 2002 yılında bu oran vergi gelirlerinin (60.356.000.000 TL) %0,72'sini oluştururken tahsil edilen ÖTV'nin (14.629.000.000 TL) de %2,95'ine karşılık gelmektedir. 2023 yılında ise alkollü içeceklerden tahsil edilen ÖTV (62.702.000.000 TL) vergi gelirlerinin (4.059.954.000.000 TL) %1,54'lük kısmı ile ÖTV'nin (811.547.000.000 TL) %7,73'lük kısmına karşılık gelmektedir. 2002 yılı ile 2023 yılına ait veriler karşılaştırılacak olursa merkezi yönetim gelirlerinin yaklaşık 58, vergi gelirlerinin 67 ve ÖTV gelirlerinin de 55 kat arttığı görülmektedir. Alkollü içeceklerden alınan ÖTV tutarı ise 2023 yılında 2002 yılına göre 145 kat artış göstererek rekor kırmıştır.

Tablo 1: 2002-2023 Yılları Arasında Alkollü İçeceklerden Alınan ÖTV (Milyon TL)

Yıllar	Merkezi Yönetim Gelirleri	Vergi Gelirleri	Özel Tüketim Vergisi	Alkollü İçecekler	Merkezi Yönetim Gelirleri İçindeki Payı	Vergi Gelirleri İçindeki Payı	ÖTV İçindeki Payı
2002	79.420	60.356	14.629	432	%0,54	%0,72	%2,95
2003	101.040	82.491	22.601	959	%0,95	%1,16	%4,24
2004	122.964	100.373	26.648	1.298	%1,06	%1,29	%4,87
2005	152.784	119.628	33.345	1.509	%0,99	%1,26	%4,53
2006	173.483	137.480	36.926	1.897	%1,09	%1,38	%5,14
2007	190.360	152.835	39.110	1.889	%0,99	%1,24	%4,83
2008	209.598	168.109	41.832	1.987	%0,95	%1,18	%4,75
2009	215.458	172.440	43.620	2.134	%0,99	%1,24	%4,89
2010	254.277	210.560	57.285	2.868	%1,13	%1,36	%5,01
2011	296.824	253.809	64.189	3.856	%1,30	%1,52	%6,01
2012	332.475	278.781	71.705	4.642	%1,40	%1,67	%6,47
2013	389.682	326.169	85.462	5.196	%1,33	%1,59	%6,08
2014	425.383	352.514	91.095	5.889	%1,38	%1,67	%6,46
2015	482.780	407.818	105.923	6.797	%1,41	%1,67	%6,42
2016	554.140	459.002	120.402	7.904	%1,43	%1,72	%6,56
2017	630.490	536.617	138.339	10.013	%1,59	%1,87	%7,24
2018	757.996	621.536	133.906	12.402	%1,64	%2,00	%9,26
2019	875.280	673.860	147.134	14.715	%1,68	%2,18	%10,00
2020	1.028.446	833.251	207.283	16.464	%1,60	%1,98	%7,94
2021	1.402.038	1.164.988	205.392	22.785	%1,63	%1,96	%11,09
2022	2.800.088	2.353.438	419.791	43.702	%1,56	%1,86	%10,41
2023	4.660.543	4.059.954	811.547	62.702	%1,35	%1,54	%7,73
TOPLAM	16.135.549	13.526.009	2.918.164	232.040	-	-	-

Kaynak: T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Verileri Muhasebat Genel Müdürlüğü. (2023).

Alkollü içecekler ve tütün ürünleri üzerinden alınan maktu/asgari maktu ÖTV tutarları, “4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu’nun 12’nci maddesinin 3’üncü fıkrası” uyarınca altı ayda bir ÜFE oranları dikkate alınarak otomatik olarak artmaktadır.

5 Temmuz 2023 tarihinde TÜİK, üretici fiyat endeksinde son altı ayda meydana gelen değişim oranını %14,82 olarak hesaplamıştır. Buna göre ÖTV Kanunu eki (III) sayılı listedeki tütün mamulleri ve alkollü içeceklerden rakı ve benzeri (%22 ve üzeri alkollü içecekler) için 5 Temmuz 2023 tarihi öncesinde 736,778 lira olarak uygulanan asgari maktu vergi tutarı; 5 Temmuz 2023 tarihi itibarıyla 845,9684 liraya çıkmıştır. Bu durumda Tablo 2’de de görüleceği üzere vergiler hariç satış fiyatının 100 lira olduğu varsayılan %45 alkol oranıyla üretilen 70’lik rakıdan alınan ÖTV tutarı (bir litre alkolden alınması gereken maktu vergi tutarı 845,9684 TL iken;) yaklaşık olarak 266 lira olacaktır. Vergiler hariç fiyata söz konusu tutar eklenerek bulunacak olan KDV matrahı ise 366 lira ve %18’lik KDV tutarı ise 59,78 lira olacaktır. Perakende satış fiyatına vergiler (ÖTV + KDV) eklendikten sonra 70’lik rakının vergiler hariç satış fiyatı 100 liradan yaklaşık olarak 427 liraya çıkacaktır. Satış fiyatı içerisinde vergi oranına (%76,6) bakıldığında her bir birimlik tüketim için üç birimden de fazla vergi ödendiği görülmektedir.

Tablo 2: 70’lik Rakının Vergilendirilmesi (05.07.2023 itibarıyla)

70’lik Rakının Vergiler Hariç Fiyatı	100₺
Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)	845,9684₺
ÖTV (%45 Alkol oranı ve 70 cc olduğu için (845,9684×0,45×0,70))	266,48₺
KDV Matrahı	366,48₺
Hesaplanan KDV Tutarı (%18)	60,57₺
Perakende Satış Fiyatı (Net Fiyat+ÖTV+KDV)	427,05₺
Satış Fiyatı İçinde Vergi Yükünün Oranı	76,58%

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

4. Yöntem

Araştırmanın uygulama kısmında Kemal Kılıçdaroğlu’nun resmi Twitter hesabından 8 Ocak 2023 tarihinde alkollü içeceklere yapılan zamlar hakkında attığı tweet’e gelen yorumlar incelenmiştir. Paylaşım yapılan yorumların bir kısmı direkt olarak mention işareti kullanılarak Kemal Kılıçdaroğlu’na cevap niteliğinde olup; bir kısmı ilgili paylaşımı alıntılararak kullanıcının kendi yorumunu katması biçimde olmuştur. İlgili paylaşım 15 Ocak 2023 tarihi itibarıyla mention kullanılarak 10.900 adet cevap verilmiş ve paylaşım 2.978 kere alıntılanmıştır. Mention kullanılan yorumların hepsine erişim mümkün olmadığından inceleme alıntılar üzerinden yapılmış; dolayısıyla evren büyüklüğü 2.978 olarak kabul edilmiştir. Örneklem büyüklüğünün hesaplanması için aşağıdaki formül kullanılmıştır (Balci, 2006:95):

$$n = \frac{t^2(pq)/d^2}{1 + \left(\frac{1}{N}\right)t^2(pq)/d^2}$$

Formülde n örneklem büyüklüğünü, N evren büyüklüğünü (2.978), d tolerans düzeyini (0.05) ve t güven düzeyini (1.96) ifade etmektedir. Maksimum örneklem büyüklüğü için örneklem yüzdesi ise $pq=(0,5 \times 0,5) = 0,25$ olarak hesaplanmıştır. Buna göre Kılıçdaroğlu’nun yaptığı paylaşım ile ilişkin n değeri minimum 340,26 olarak bulgulanmıştır. Alıntılarların eşit seçilme ihtimali olduğu göz önünde bulundurularak örneklem seçiminde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. “Tweetler içerisinde aynı amaç için yazılmış bir birini takip eden farklı kullanıcılar tarafından atılan tweetler” (Torun ve Şengül, 2022:64) olması durumu, ilgili hesapların bot hesap olması anlamına gelmektedir. Çalışmanın örnekleme bu kapsamda incelendiğinde bot hesap olmadığı görülmüştür.

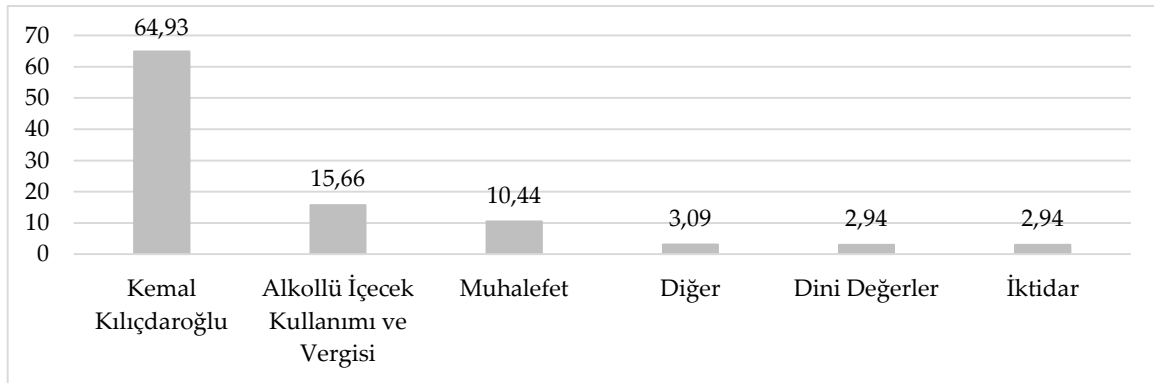
Bu yolla toplam 680 tweet örnekleme dahil edilerek içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. İçerik analizi yöntemi, mesajın sistematik, nesnel ve nicel bir biçimde betimlenerek analiz edilmesi bir diğer ifadeyle mesajın taşıdığı enformasyonun işlenmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu yöntemde, mesaj belirli kodlama yöntemleri kullanılarak kategorilere ayrılmakta ve bu kategoriler frekanslarına göre değerlendirilerek, en sık kullanılan enformasyon kategorisinin bulunması amaçlanmaktadır. Bu çalışma kapsamında içerik analizi yöntemleri arasında yer alan kategorisel analiz ile değerlendirici analiz birlikte kullanılmıştır. Kategorisel analizde amaç örnekleme belirli ana temalar altında toplamak iken değerlendirici analizde amaç mesajın içindeki lehte ve aleyhteki tutumları ölçmektir (Bilgin, 2006:2-20). Bu bağlamda ilk olarak kategorisel analiz uygulanarak örneklem kapsamındaki paylaşımlar önce başlıklara ayrılmış, ardından da anlamlı bütün oluşturacak şekilde ana kategoriler altında toplanmış ve hangi kategorinin daha sık görüldüğünü tespit etmek adına frekansları saptanmıştır. Buna göre (a) alkollü içecek kullanımı ve vergisi; (b) dini değerler; (c) iktidar; (d) muhalefet; (e) Kemal Kılıçdaroğlu olmak üzere 5 ana kategori oluşturulmuş; hiçbir gruba dahil olmayanlar ise diğer olarak belirtilmiştir. Uygulamanın bundan sonraki aşamasında ise değerlendirici analiz kullanılmış; yani örneklem kapsamındaki paylaşımlar, Kemal Kılıçdaroğlu'nun attığı tweet'e destek verip vermediklerine göre; hiçbir yorum yapılmadan sadece alıntılama şeklinde paylaşılan 67 tweet ise nötr olarak kodlanmıştır.

5. Bulgular

Bulgular kısmında kullanıcıların yorumlarından örnekler verilmiştir ancak bu örneklerin verilmesi aşamasında kullanıcıların yaptıkları yorumlar birebir yazılmış olup, herhangi bir editoryal düzeltmeye gidilmemiştir; sadece küfür içeren ifadeler yıldız sembolü ile yazılmıştır. Hakaret içerikli yorumlar ise mümkün mertebe örnek olarak belirtilmemiştir.

Örnekleme kapsamındaki paylaşımların %59,71'inde (n=406) Kemal Kılıçdaroğlu'nun attığı tweet sosyal medya kullanıcıları tarafından desteklenmekte; %30,44'ünde (n=207) eleştirilmektedir. Paylaşımların %9,85'i (n=67) ise herhangi bir yorum içermediği ve sadece retweet biçiminde olduğundan nötr içerikli olarak kabul edilmiştir. Paylaşımlara kategoriler bağlamında bakıldığında ise en sık görülen kategori % 64,93 ile Kemal Kılıçdaroğlu olmuş; onu %15,66 ile alkollü içecek kullanımı ve vergisi izlemiştir (Bkz. Grafik 2).

Grafik 2: Paylaşımların Kategoriler Bazında Dağılımı



Kaynak: Yazarlar tarafından Twitter verileri baz alınarak oluşturulmuştur.

5.1. Kemal Kılıçdaroğlu Kategorisi

Kemal Kılıçdaroğlu'nun direkt olarak şahsını hedef alan tweet'lerin % 80,65'i onu desteklemeye yöneliktir.

Bu kategori kapsamındaki paylaşımların %21,61'inde Kılıçdaroğlu'nun şahsına yönelik teşekkür ve övgü içerikli kullanıcı yorumları yer almaktadır:

- “Çok doğru bir yaklaşım.. Kutluyorum. Akılcı cesaret, siyaset yapmanın temelidir.”

- “Kalbimi caldi gönlümün efendisi”
- “İşte budur ya”
- “Bakın buna içilir işte”
- “İçelim güzelleşelim dedem.”

Kılıçdaroğlu'nun şahsına yönelik atılan tweet'lerinin %19,35'inde kullanıcılar desteklerini yorum yazmak yerine sadece Kılıçdaroğlu'na yönelik “kralsın”, “adamsın”, “dedem”, “başkanım” gibi tek kelimelik ifadeler kullanarak belirtmiş; %8,54'ünde ise sadece “alkış”, “tamam”, “zafer”, “kadeh”, “şerefe”, “kalp” gibi emojileri (👉, 🙌, 🍷, vb.) kullanarak Kılıçdaroğlu'nun tweet'ini alıntılarını paylaşmışlardır. Bunlara ek olarak paylaşımların %13,82'sinde kullanıcılar seçimlerde Kılıçdaroğlu'na oy vereceklerini kimi zaman ciddi, kimi zamansa esprituël bir dille ifade etmişlerdir:

- “Kilicdara oy vermeyenin kalbini kırarım.”
- “Bundan sonra 'aday olmasın' diyenin ağzına tuvalet fırçası girsin”
- “Bu sayede konyayı kırmızı göre biliriz”
- “Öz dedem be senin şerefine de bir kadeh kalkar seçim sonrası”
- “İlk defa kılıçdaroğlu”
- “İste böyle gel vatandaşa.+3 oy kaptın bu twittle”
- “Zorla oyumu alacak ”
- “Konuş dedemmmmm 6 oka basıyorum”
- “ayyaş yap bizi başkanummm”

Bu kategori kapsamındaki tweet'lerin %17,34'ünde Kılıçdaroğlu'nun alkolle ilgili vadinin çok geç kalınmış bir söylem olduğu vurgulanmış ve kullanıcılar memnuniyetleriyle birlikte şaşkınlıklarını da dile getirmişlerdir. Her ne kadar Kılıçdaroğlu'nun “laiklik” kelimesini yeterince kullanmaması ve laik kesimin taleplerini bu kadar gecikmeli biçimde dikkate alması eleştirilse de, kullanıcılar bu söylemden memnuniyet duyduklarını belirtmiş ve Kılıçdaroğlu'na destek vermişlerdir:

- “Gerçek CHP bu kodlarına dönmüş”
- “Sonunda “İçki zamları konusunda konuşursam oy kaybeder miyim?” kaygısı kenara bırakılarak açıklama yapıldı. AKPLi belediyeler tekel bayiler ile eğlence mekanlarına ruhsat vermiyor. iktidar, içkiden alınan vergilere zam üstüne zam yapıyor. Yıllardır yaşam tarzına müdahale ediliyor”
- “Gecikmiş bir açıklama oldu ama olmamasından iyidir..”
- “Şaşırttı”
- “Hayret”
- “hala laiklik diyemiyor ama ilerleme var tabii :)”
- “Aklına seküler kesim de gelmiş sonunda”
- “İlk defa düzgün bir açıklama yaptı.”
- “tek düzgün vaatleri bu sanırım...”
- “Şimdi karaciğerim düşünsün :Dd”
- “Kırmızı tuborg a özgürlük”

Kategori kapsamındaki paylaşımların %15,08'i ise Kılıçdaroğlu'nun şahsına yönelik sert eleştiri ve hakaret içermektedir:

- “Naslıkı alkol bütün kütülüğün anasıise sizde bu memleketin kütülüğün anasınız bay Kemal”
- “Vizyoner(!)”
- “İşte lider İşte vizyon...”
- “Alkol,uyuşturucu,fuhuş vb ne kadar kötülük varsa hepsini savunuyorsun şaşırmıyoruz.”

Bu eleştirilere ek olarak paylaşımların %2,51'inde alkollü içecek vergisinin önemli bir mesele olmadığını vurgulayan "Kafaya bak. En önemli meselelerden biriymiş ALKOL" gibi tweet'ler yer almış; %1'inde ise Kılıçdaroğlu'nun aday olmaması gerektiğini ifade eden "Aday olmazsan bunları çözebiliriz." tarzında paylaşımlar görülmüştür. Bunlara ek olarak paylaşımların %0,75'inde Kılıçdaroğlu'nun bu tweet'i özellikle derbi akşamı atması ironik bir biçimde eleştirilmiştir: "Adam derbi akşamı kimse umursamaz diye araya açıklama sıkıştırmış ** harika çar ekwksksksksnz".

5.2. Alkollü İçecek Kullanımı ve Vergisi Kategorisi

Tüm kategoriler içinde alkollü içecek kullanımı ve vergisi %15,66'lık bir oranla ikinci sırada yer almıştır. Kategori kapsamındaki tweet'lerin %51,04'ü Kılıçdaroğlu'nun tweet'ini desteklemekte; yani alkollü içecek kullanımının serbest olmasını ve vergilerin düşürülmesi gerektiğini savunmaktadır.

Kategorideki paylaşımların %18,75'inde alkollü içecek vergisinin yüksekliğiyle alkol fiyatları eleştirilmiş ve olası fiyat alternatifleri öneri olarak sunulmuştur:

- "3 bira 1 sigara max 50-60 lira bandında olmalı."
- "Biralara 10 tl olsun senden kralı yok"

Bu kapsamda kullanıcıların %13,54'ü ise alkol vergisine yönelik bu vaadin güzel olduğu ama yetmeyeceği; tütünden alınan vergi dahil tüm ÖTV'nin de düşürülmesi gerektiği ve alkol satışına ilişkin saat 22:00 yasağının da kaldırılması gerektiği vurgulanmıştır:

- "Sigarayıda düşürün ***"
- "Dedem tütün içmekten yorulduk, ona da yap bişiler 🤔"
- "Alkol "Zam" e sigara olmadiki şimdi sigara zamlarinida geri al hatta elektrik su dogalgazlarida hatta yatlara pirlabtaya vergi getir temel ihtiyaclardan otv kdv kaldir #otvindirimi"
- "İçkiye yapılan zamların dillendirilmesi değerli ama işin küçük bir parçası. İstanbul sözleşmesi, Diyanetin hali, sansür, ifade özgürlüğünün olmayışı, antilaik eğitim sistemi, tarikatlar, cemaatler, yurtlar, okula gönderilmeyen kız çocukları... Laiklik içkiden çok daha fazlası."
- "Eveet. De de, 22.00 yasağını da kaldırıcaz de"

Buna ek olarak paylaşımların %4,17'sinde Twitter kullanıcıları alkollü içecek vergisinin artması neticesinde bireylerin sahte içkiye veya uyuşturucuya yönelmek zorunda kaldığını belirterek; bu durumu eleştirmiş ve Kılıçdaroğlu'na destek vermişlerdir:

- "Hayret, Kılıçdaroğlu alkollü içeceklere yapılan zammı konu etmiş! Bu zamların yılda 1000 civarında insanın ölümüne sebep olduğu ve on binlerce gencin uyuşturucuya başlamasına yol açtığı vurgulanmalı;"
- "%250'ye varan vergiyle yaşam tarzına müdahale aracına dönüşen alkol zamları,merdiven altı sahte üretimleri de beraberinde getiriyor. 2022 yılında ele geçirilebilen sahte içki 1 milyon 837 bin litre. Sadece bir yılda hayatını kaybeden 38 insanımız, hastanelik olan 78 kişi.."

2021 yılında kaçak ve/veya sahte alkollü içki satanlara ilişkin toplam 2105 operasyon yapılmış; bu operasyonlarda gözaltına alınan 3096 şüpheli hakkında yasal işlem başlatılmış; toplamda 700.881 litreye tekabül eden 169.208 şişe kaçak veya sahte alkollü içecek ele geçirilmiştir (EGM, 2021). Bu rakamlar kullanıcıların sahte içki konusundaki endişelerini doğrular niteliktedir.

Ancak yorum yapanların %16,67'si fiyat artışlarının ve vergilendirme politikasının yerinde olduğunu sağlık sorunlarını ve buna bağlı olarak devlete çıkabilecek ek masrafları gerekçe göstererek açıklamışlardır. Söz konusu kullanıcılar alkolün sağlık sorunlarına ve hatta ölümlere sebebiyet verdiğini; bunun da SGK'ya ciddi bir ek yük çıkarttığını vurgulamışlar; bu sebeple de alkollü içecek vergisinin yerinde bir uygulama olduğuna değinmişlerdir:

- “Birisi buna Türkiyede ki ölümlerin en çok alkol ve sigara kaynaklı olduğunu, SGK'nın tedavi ve ilaç giderlerinin en büyük kalemini yine sigara ve alkole bağlı hastalıkların oluşturduğunu lütfen anlatsın!”
- “Yemek borusu, mide, barsak, pankreas , karaciğer kanserinin başlıca nedeninin etanol (alkol) olduğunu ve biz hekimler insanlara alkollü bırakmaları,azaltmaları konusunda seminerler yaparken siyaset mecrasının yaptığına bakınız!”

Bu kapsamda kullanıcılar Dünya Sağlık Örgütü'nün bu konudaki infografiğini paylaşmışlardır (Bkz. Resim 1). Ancak ilgili verinin gerçek olmadığı ve DSÖ'nün böyle bir araştırmasının bulunmadığı bir doğrulama platformu olan teyit tarafından ifade edilmiştir (Yılmaz, 2021). Dolayısıyla ilgili infografik dezenformasyon ve/veya misenformasyon içermektedir.

Resim 1: DSÖ'nün olduğu İddia Edilen İnfografik



Bunlara ek olarak paylaşımların %14,58'inde alkolden alınan vergilerin bireylerin özgürlüklerini kısıtladığına ve bunun yaşam tarzına bir müdahale olduğuna; %10,42'sinde ise bunun bir yaşam tarzı olamayacağına vurgu yapılmıştır. Alkollü içeceklerden alınan yüksek vergilerin yaşam tarzına bir müdahale olduğunu savunan paylaşımlar:

- “Gerçekten de alkol zamları bir kesimin yaşam tarzına müdahale aşamasına gelmiş, geçmişir bile.”
- “Alkol ürünlerindeki yüksek vergilemenin toplum sağlığını korumak ile bir ilgisi kalmamıştır. Temelde sadece “gelir odaklı” bir vergileme yaklaşımı oluşmuş ve hatta alkolden alınan ÖTV, bir vergi politikası aracı olmaktan çıkıp doğrudan yaşam tarzına müdahale aracına dönüşmüştür.”
- “DEVLET , HER HAYAT TARZINI KORUR..”

Alkolün bir yaşam tarzı sayılamayacağı yönündeki paylaşımlarda ise alkollü içecek vergisindeki artışın yaşam tarzı ihlali olmadığı vurgulanmış; buna ek olarak CHP'nin yaşam tarzı konusundaki hassasiyetini neden başörtüsü yasakları konusunda da göstermediği kullanıcılar tarafından eleştirilmiştir:

- “Alkol asla bir hayat tarzı değildir!”
- “Başörtüsü ile okullarda okuyamayan, namaz kıldığı için resmi kurumlardan atılanların hayat tarzı kuşatıldı mı, taciz edildi mi, rahatsız edildi mi? Devlet neden başörtülülerin hayat tarzını korumadı? Meclise başörtülü vekil neden alınmadı; hayat tarzına neden saygı gösterilmedi?”
- “Siz 1 asırdan beri Müslümanların hayat tarzını ,giyimini yaşantısını ve herseyini kuşattınız ama hiç demediniz milletin hayat tarzına taciz ediliyor ne oldu da şimdi hayat tarzı oldu hemde Alkol gibi kötülüklerin anası olan ve ALLAH İN haram ettiği bir zıkkım için BAY KE-MAL?”

Bu kapsamda paylaşımların %3,13'ünde devletin asli görevinin vatandaşları korumak olduğu; dolayısıyla uygulanan vergi politikalarının yerinde olduğu vurgulanmıştır: "Devlet kötü alışkanlıkları teşvik etmez onlardan korumaya çalışır. Alkol bütün kötülükleri kolaylaştırır, kafayı götüren hem dinen hem sagliken zararlıdır.". Buna benzer şekilde %3,13'lük bir oranla alkolün aile içi şiddet başta olmak üzere her türden şiddet eylemini tetiklemesi ele alınmış ve bu sebeple de yüksek vergi uygulamalarının yerinde bir karar olduğu kullanıcılar tarafından savunulmuştur: "Alkolün parçaladığı, alkol sebepli şiddetin yaşandığı ailelerin tamamı çok memnundu bu vergi olayından... Onların tamamı içten içe öfke kusuyordur şimdi bu herife. 3-5 avanak Nişantaşı bebesini memnun etmek için büyük saçmaladı stratejik olarak."

Paylaşımların %9,38'inde Kemal Kılıçdaroğlu'nun paylaşımının gençleri alkol almaya teşvik ettiği ifade edilmiştir: "Yazık. Alkole teşvik suctur. savcılarımız gerekeni yapacağından şüphem yok.". %4,17'lik bir oranla uyuşturucu vergisi başlığı izlemiştir. Kullanıcılar Kılıçdaroğlu'nun uyuşturucu ve organ ticareti yapanlardan vergi alınması gerektiğine ilişkin söylemini hatırlatarak eleştiri yapılmıştır: "Bu dayı iktidara gelirse uyuşturucudan vergi alacam diyen değil miydi la". Aslında burada Kılıçdaroğlu'nun kastettiği uyuşturucu veya organ ticaretinin yasallaştırılması değil; "kaynağı bilinmeyen bu varlıklardan vergi alınmazken, asgari ücretle çalışan kişilerin vergi yükümlülüğünün devam etmesinin adil olmadığı"dır (Özgür, 2020). Sosyal medya kullanıcılarının DSÖ tarafından yapıldığı öne sürülen alkole ilişkin infografik örneğinde olduğu gibi kullanıcıların hatırlattığı bu söylem de dezenformasyon ve/veya misenformasyon içermektedir.

Kategori kapsamında en az görülen başlık ise %2,08 ile Avrupa ülkelerinin alkollü içecek vergilerine ilişkin izledikleri politikalar olmuştur. Bu bağlamda "laik" kesimin örnek aldığı Avrupa ülkelerinde alkol vergi oranlarının Türkiye'dekilerle kıyaslaması yapılarak; Türkiye'deki vergi oranlarının aslında çok da yüksek olmadığı dile getirilmiştir: "Bütün CHP'lilerin çok sevdiği Norveç İsveç Finlandiya gibi ülkeler Türkiye'den daha fazla alkolden vergi alıyor."

5.3. Muhalefet Kategorisi

Muhalefet kategorisi %10,44 ile en sık paylaşılan üçüncü kategori olmuştur. Bu kategori kapsamındaki paylaşımların neredeyse tamamında (%98,44) Kılıçdaroğlu'nun tweet'i kullanıcılar tarafından eleştirilmiştir.

Paylaşımların %57,81'inde Kılıçdaroğlu'nun 6'lı masaya "danışmandan" bu tweet'i atması; "çözeceğiz" demek yerine "çözeceğim" ifadesini kullanması ve masada yer alan diğer partilerin "özgürlükçü olmaması" gibi unsurlar eleştirilmiştir:

- "Altılı masanın bileşenleri, bütün kötülüklerin anası olan alkolü temel mesele yapan en büyük ortaklarının bu görüşüne katılıyorlar mı?"
- "'çözeceğim" derken?"
- "çözeceğiz olması gerekmiyor mu onun ya"
- "son birkaç ayda muhalefetin akpli yapamadığı tek bir kararsız seçmen bile kalmamıştır, hdp de kendi adayını çıkarıyor, bilin bakalım geriye kim kaldı"
- "beraber masaya oturduklarınız çok özgürlükçü sanki"

CHP'nin kendisi ise %21,88 oranında eleştirilmiştir. Eleştirilerin büyük çoğunluğu CHP'nin tek partili yıllardaki yönetimine yönelik olmuştur: "İçe içe 80 yıl anca heykel diktiniz".

CHP'ye oy veren ve "laik" olarak adlandırılan kesim ise bu kategori altında %18,75 oranla "alkol bağımlısı" veya "alkolik" olmakla eleştirilmiştir: "Devlet alkoliğin hayat tarzını korumak zorunda değil, zıkkımın kökünü içsinler. sanki temel gıda maddesi."

Tüm bunlara ek olarak Kılıçdaroğlu'nun tweet'ini muhalefet kapsamında destekleyen sadece 1 tweet atıldığı ve onun da 6'lı masaya ilişkin olduğu görülmüştür: "altılı masanın dört ayağı kırıldı :s". Son olarak

diğer kategorisinde ise eyt, stajlar, belediye işçilerinin durumu, liyakat, change.org'un "Alkolde vergi adaleti" adlı imza kampanyası gibi konulara vurgu yapılmıştır.

5.4. İktidar Kategorisi

İktidar kategorisi dini değerler kategorisi ile aynı oranda (%2,93) bulgulanmıştır. Paylaşımların %66,67'sinde sosyal medya kullanıcıları Kılıçdaroğlu'nun tweet'ini destekleyerek iktidarı eleştirmişlerdir. Bu kapsamdaki paylaşımlarda uygulanan alkol vergilerinden dolayı Ak Parti ve bu vergi politikalarını desteklemelerinden dolayı Ak Parti seçmenleri eleştirilmiştir. Eleştirilerde hakaret içerikli sözler bulunduğundan örnek verilmemiştir. Kılıçdaroğlu'nun paylaşımını eleştirerek iktidarı destekleyen paylaşımlarda ise muhalefetin alkol vaadinin karşısında iktidarın İHA, SİHA gibi vaatleri olması belirtilerek; bu yolla iktidar partisi övülmüş; CHP ise eleştirilmiştir: "Bir yanda İHA, SİHA, TOGG, doğalgaz bir yanda alkol vaatleri...".

5.5. Dini Değerler Kategorisi

Yukarıda da belirtildiği üzere dini değerler kategorisi, iktidar kategorisiyle aynı oranda (%2,93) bulgulanmıştır. Paylaşımların %66,67'sinde sosyal medya kullanıcıları Kılıçdaroğlu'nun tweet'ini desteklemişlerdir. Ancak bu paylaşımlardaki din vurgusu ironik bir biçimde "amin", "hadi bismillah" gibi dini söylemler üzerinden yapılmıştır. Eleştiri içerikli paylaşımlarda ise Müslüman yoğun bir ülkede alkol vergisi indirimlerinin siyasi söylemlere girmemesi gerektiği vurgulanmıştır: "Müslüman bir topluma alkole indirim yapacam diyerek oy toplama çabası.. mükemmel politika aw (he yapamaz orası ayrı mesele)".

6. Sonuç

Alkollü içeceklerin bağımlılık yaratan ve tüketiminden kolay vazgeçilemeyen ürünlerden olmasından dolayı bu ürünlere konulan her ek vergi yükünün etkisi en çok toplumdaki dar gelirli kesimde hissedilecektir. Orta ve üst gelir grubundaki tüketiciler alkollü içecekler için finansman sağlayabilecekken, dar gelir grubuna sahip bireyler ya farklı bir harcama kaleminden kısararak bu ürünleri kullanmaya devam edecekler ya da daha ucuza alternatif ürünlerin arayışına girecektir. Alternatif ürün arayışı sonucunda da kaçak veya sahte alkollü ürünlerin tüketiminde artış görülmesi kaçınılmaz olacaktır. Bu artışın uzun vadede birbirini de tetikleyen daha birçok soruna yol açması muhtemeldir. Öncelikli olarak artan kaçak veya sahte içki kullanımının bireylerde geçici veya kalıcı sakatlıklar dahil olmak üzere farklı sağlık problemlerine ve hatta can kayıplarına neden olabilecektir. Bu durumda sağlık harcamaları artacak ve dolayısıyla ülke ekonomisi üzerinde ek bir yük oluşacaktır. Öte yandan sağlık problemlerine bağlı oluşabilecek nitelikli iş gücü kayıpları da ülke ekonomisinde olumsuzluklara neden olacaktır. Bunlara ek olarak bireylerin kaçak veya sahte içkiye yönelmeleri uzun vadede vergi kayıplarının oluşmasına da yol açacaktır. Tüm bu sorunların suç oranlarında bir artışa sebep olma potansiyeli olmasından dolayı, toplumu sosyolojik açıdan olumsuz etkilemesi de muhtemeldir.

Siyasi aktörler uyguladıkları politikaları sosyal medya platformları üzerinden söylemlere dönüştürerek hem kendi kimliklerini yansıtmaya hem de bireylerden destek almaya çalışmaktadırlar. Çalışma kapsamında Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter hesabından alkollü içecek vergisini bir siyasal söylem olarak kullanması ele alınmış ve hem Kılıçdaroğlu'nun bu eleştirel söylemine hem de uygulanan vergi politikasının kendisine yönelik sosyal medya kullanıcılarının yorumları analiz edilmiştir.

Yapılan içerik analizi sonucunda Kılıçdaroğlu'nun attığı tweet'le etkileşime giren kullanıcıların %59,71'inin bu tweet'i desteklediği; %30,44'ünün eleştirdiği ve %9,85'inin ise tarafsız kaldığı görülmektedir. Tweet'e destek veren kullanıcıların %12,07'si (n=49) direkt olarak alkollü içeceklerden alınan vergilere tepki göstermektedir. Bu tepkiler (a) vergi oranının yüksekliği, (b) bu verginin gelir elde etmekten ziyade hayat tarzına müdahale amacını taşıdığı, (c) yalnızca alkollü içeceklerden değil tütün mamullerinden alınan verginin de düşürülmesi gerektiği ve (d) sahte içkiye olan talebin artacağı; buna bağlı olarak da olumsuz sonuçların ortaya çıkacağı şeklinde dört ana başlıkta listelenebilmektedir. Tweet'i

eleştiren kullanıcıların %22,71'i (n=47) alkollü içecek kullanımını eleştirmekte ve bu vergi politikasının uygulanmasına destek verdiklerini belirtmektedirler. Bu desteğin temel sebepleri arasında alkollü içeceklerin kullanımı nedeni ile ortaya çıkması muhtemel hastalık, sakatlık ve ölümler ve bunlar sonucunda yaşanabilecek (a) gelir kayıpları, (b) işgücü kayıpları ve (c) SGK'ya yüklenebilecek tedavi masraflarından bahsetmişlerdir. Bu durum negatif dışsallık bağlamında açıklanabilmektedir. Buna ek olarak alkollü içecek vergisini destekleyen kullanıcılar, alkol kullanımının özendirilmemesi adına devletin koruyucu ve kollayıcı olması gerektiği; bu nedenle de anayasal çerçevede söz konusu ürünlerin tüketiminin sınırlandırılmasını ve bunun hayat tarzına bir müdahale sayılmayacağını; Avrupa'da da benzeri uygulamaların yaygın olduğunu savunmuşlardır.

Yukarıda da belirtildiği üzere bazı siyasi aktör ve seçmenler bu tarz vergi politikalarını "devletin korumacılığı" kapsamında değerlendirirken (%48,96; n=47); bazıları bunları "yaşam tarzına bir müdahale" olarak (%51,04; n=49) ele almaktadır. Bu durum aslında vergi politikalarının bireylerin ideolojileri, inançları ve yaşam tarzları ekseninde algılandığını göstermektedir. Hâlbuki vergi politikalarının belirlenmesinde temel amaç gelir elde etmek olduğundan; uygulanan vergi politikalarının bireylerin algılamasına göre değişmemesi gerekmektedir. Negatif dışsallığa sahip ürünlerin vergilendirilmesinde ise gelir elde etme amacının da ötesinde vatandaşların ve toplumsal yapının korunması hedeflenmektedir. Ancak özellikle de alkollü içecekler ve tütün mamulleri söz konusu olduğunda bu vergi politikalarının uygulanmasında kimi zaman istenilen hedefler gerçekleştirilememekte; toplum yapısı ve birey sağlığı bahane edilerek vergi yükü artırılmakta ve bu durum olumsuz etkilere yol açabilmektedir.

Sonuç olarak vergi oranlarında meydana gelecek her artış, vergi gelirlerinin de artacağı anlamına gelmemektedir. ÖTV ve KDV gibi dolaylı vergilerin malın tüketimi ile birlikte tahsil edilmesinden dolayı bireyler söz konusu mal ve hizmet karşılığında ödedikleri vergi miktarını genel olarak bilmemektedirler. Bu mallardan alınan vergi oranları hesaplanırken ortaya çıkacak olumsuz durumlar (alternatif tüketim yolları, vergi kayıpları vb.) değerlendirilmeli; vergide adalet ve ödeme gücü ilkeleri gözetilerek vergi bilinci artırılmaya çalışılmalı ve vergi sistemine olan güven kuvvetlendirilmelidir.

Finansman/ Grant Support

Yazar(lar) bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The author(s) declared that this study has received no financial support.

Çıkar Çatışması/ Conflict of Interest

Yazar(lar) çıkar çatışması bildirmemiştir.

The authors have no conflict of interest to declare.

Yazarların Katkıları/Authors Contributions

Çalışmanın Tasarlanması: Yazar-1 (%60), Yazar-2 (%40)

Conceiving the Study: Author-1 (%60), Author-2 (%40)

Veri Toplanması: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)

Data Collection: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Veri Analizi: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)

Data Analysis: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Makalenin Yazımı: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)

Writing Up: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Makale Gönderimi ve Revizyonu: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)

Submission and Revision: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Açık Erişim Lisansı/ Open Access License

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC).

Bu makale, Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı (CC BY NC) ile lisanslanmıştır.

Kaynaklar

Akdoğan, A. (2006), *Kamu Maliyesi*, 11. Baskı, Ankara: Gazi Kitabevi.

Aksoy, Ş. (2011), *Kamu Maliyesi*, 4. Baskı, İstanbul: Filiz Kitabevi.

- Avcı, O. ve Demirci Çakıroğlu, Z. (2017), Türkiye’de Günah Vergisi Olarak ÖTV III Sayılı Listenin Değerlendirilmesi, (Ed.: A. Gerçek ve Ö. Çetinkaya), *Maliye Araştırmaları I*, s.47-60, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Ayrangöl, Z. ve Yelman, E. (2017), Türk Vergi Sisteminde Yer Alan Günah Vergilerinin Ekonomik ve Sosyal Etkileri, (Ed.: H. Çeştepe ve E. Yıldırım), *International Congress on Management Economics Business*, s.26, Zonguldak: Bülent Ecevit Üniversitesi.
- Balcı, A. (2006), *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Bektaş, N.B. ve Çetinkaya, Ö. (2021), Bütçe Yönetimi Kavramı ve Türkiye’de Bütçe Yönetiminin Başarısının Değerlendirilmesi, *International Journal of Public Finance*, 6,(2), s.233-262.
- Bilgin, N. (2006), *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Black, P. ve Mohamed, A. (2006), Sin Taxes and Poor Households: Unanticipated Effects, *South African Journal of Economics*, 74(1), s.131-136.
- Cordes, J. J., Cordes, J., Nicholson, E. M. ve Sammartino, F. (1990), Raising Revenue by Taxing Activities with Social Costs, *National Tax Journal*, 43(3), s.343-356.
- Çelikkaya, A. (2011). Bazı Ürünlerden (Alkollü İçecekler- Madeni Yağlar ve Tütün Mamulleri) Alınan Özel Tüketim Vergisinin Ülke Bazında Karşılaştırmalı Analizi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29.
- Dikmen, M. O. (1955), Liberal, Bitaraf ve Müdahaleci Vergi Politikaları, *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 1, s.23-39.
- Ebejer, J. M. ve Morden, M. J. (1988), Paternalism in the marketplace: Should a salesman be his buyer's keeper?, *Journal of Business Ethics*, 7(5), s.337-339.
- Edizdoğan, N. (1981), *Teoride ve Uygulamada Özel Tüketim Vergileri*, Bursa: Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi.
- Edizdoğan, N. ve Çelikkaya, A. (2022), *Vergilerin Ekonomik Analizi*, 3. Baskı, Bursa: Dora Yayınları.
- Edizdoğan, N., Çetinkaya, Ö. ve Gümüş, E. (2021), *Kamu Maliyesi*, 12. Baskı, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Emniyet Genel Müdürlüğü KOM Daire Başkanlığı. (2021), *Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele 2021 Raporu*, <https://www.egm.gov.tr/kurumlar/egm.gov.tr/IcSite/kom/YAYINLARIMIZ/T%C3%9CRK%C3%87E/2021-KOM-Raporu-Turkce.pdf> (Erişim Tarihi: 02.02.2022).
- Eroğlu, A. ve Egeli, H. (2018), Günah Vergilerinin Şiddet Olayları Üzerindeki Etkisi, *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), s.69-80.
- Hyman, D.N. (1999), *Public Finance: A Contemporary Application of Theory to Policy*, Fort Worth: Dryden Press.
- İyidoğan, P.V., Balıkçioğlu, E. ve Yılmaz, H.H. (2017), [The Tax Effects of Health Expenditures on Aging Economies: Empirical Evidence on Selected OECD Countries](#), *Journal for Economic Forecasting, Institute for Economic Forecasting*, 1, s.116-127.
- Kılıçdaroğlu, K., [@kilicdarogluk]. (2023), Tweets & replies [Twitter profili], <https://twitter.com/kilicdarogluk/status/1612165796125368323> (Erişim Tarihi: 15.01.2023).
- Macunluoğlu, Ö.U. (2022), Pigoucu Bir Vergi Türü Olarak Yeşil Vergiler ve Türkiye’deki Yeşil Vergi Uygulamaları, (Ed.: B. Tunçsiper), *V. Uluslararası Sosyal Bilimlerde Kritik Tartışmalar Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı*, s.8, İzmir: İzmir Demokrasi Üniversitesi.

- Musgrave, R.A. ve Musgrave, P.B. (1984), *Public Finance in Theory and Practice*, 4. Baskı, New York: McGraw-Hill.
- Nadaroğlu, H. (1992), *Kamu Maliyesi Teorisi*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Oktar, K. (2008), *Özel Tüketim Vergisi*, Ankara: Savaş Yayınevi.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development [OECD]. (2021), *Alcohol consumption*, <https://data.oecd.org/healthrisk/alcohol-consumption.htm> (Erişim Tarihi: 23.02.2023).
- Özgür, E. (2020), *Kemal Kılıçdaroğlu'nun uyuşturucu ticareti ve organ kaçakçılığı yasallaştırılsın dediği iddiası*, Teyit, <https://teyit.org/analiz-kemal-kilicdaroglunun-uyusturucu-ticaretinden-vergi-alinmasini-soyledigi-iddiasi> (Erişim Tarihi: 03.01.2022).
- Petit, P. ve Nagy, M.J. (2016), *Piscal Policy: How to Design and Enforce Tobacco Excises?*, Washington: International Monetary Fund.
- Pigou, A.C. (1952), *The Economics of Welfare*, New Brunswick: Transaction Publishers.
- Shughart, W.F. II. (1997), The Economics of the Nanny State. (Ed.: W.F. Shughart II), *Taxing Choice: The Predatory Politics of Fiscal Discrimination*, s.13-30, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Simaku, X. (2022), Ageism Against Women Celebrities in Social Media, (Ed.: S. Komut Bakıncı), *Aging and Ageism: Contemporary Approaches*, s. 141-166, Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Şen, H. ve Sağbaş, İ. (2017), *Vergi Teorisi ve Politikası*, Ankara: Barış Arıkan Yayınları.
- Şener, O. (2007), *Teori ve Uygulamada Kamu Ekonomisi*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Verileri Muhasebat Genel Müdürlüğü. (2023), *2023 Merkezi Yönetim Konsolide Bütçe İstatistikleri*, <https://muhasebat.hmb.gov.tr/merkezi-yonetim-butce-istatistikleri> (Erişim Tarihi: 23.03.2023).
- Torun, N. K. ve Şengül, A. (2022), Kripto Para Birimlerinin Twitter Verileri ile Metin Madenciliği Kapsamında İncelenmesi, *Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri ve Bilgisayar Bilimleri Dergisi*, 6(1), s.54-65.
- Torun, T. ve Ekinci, F., (2014), Sigara ve Benzer Nitelikli Alışkanlık Yaratan Ürünlerin Tüketiminin Azaltılmasına Yönelik Sosyal Pazarlama Uygulamalarında Vergilerin Etkinliği, *Sakarya İktisat Dergisi*, 3(2), s.19-39.
- Uluatam, Ö. (2005), *Kamu Maliyesi*, 9. Baskı, Ankara: İmaj Yayınevi.
- World Health Organization [WHO]. (2014), *Raising Tax on Tobacco*, http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/112841/WHO_NMH_PND_14.2_eng.pdf%20jsessionid=C83D41E96535BD53C5E2A146DFE8CDF3?sequence=1 (Erişim Tarihi: 02.02.2023).
- World Health Organization [WHO]. (2018), *Global status report on alcohol and health 2018*, <https://www.who.int/publications/i/item/9789241565639> (Erişim Tarihi: 02.02.2023).
- World Health Organization [WHO]. (2022), "World health statistics 2022: monitoring health for the SDGs, sustainable development goals", <https://www.who.int/publications/i/item/9789240051157> (Erişim Tarihi: 02.02.2023).
- Yılmaz, C.M. (2021), *Görselin DSÖ'nun içkinin hangi suçlara sebep olduğunu gösteren araştırmasını yansıttığı iddiası*, Teyit, <https://teyit.org/analiz-gorselin-dsonun-ickinin-hangi-suclara-sebep-oldugunu-gosteren-arastirmasini-yansittigi-iddiasi> (Erişim Tarihi: 30.12.2022).
- 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu. (2022, 6 Haziran), Resmi Gazete (Sayı:24783), <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.4760.pdf> (Erişim Tarihi: 07.02.2023).