



## Türkiye’de ve Dünya’da Vergi Affı Beklentisinin Popülerlik Analizi

Ercan Yelman<sup>1</sup>

Enes Tekşan<sup>2</sup>

RESEARCH ARTICLE

Araştırma Makalesi

### MAKALE BİLGİSİ

Gönderme: 05.03.2024

Düzeltilme : 27.06.2024

Kabul : 11.07.2024

Yayın : 25.12.2024

iThenticate benzerlik oranı: %3

### JEL Kodu:

H20, H21

### Anahtar Kelimeler:

Vergi Affı, Google Trends, Popülerlik Analizi

### Ö Z E T

Vergi afları, geçmişten günümüze politikacılar için önemli bir araç olarak varlığını korumaktadır. Bazı ülkelerde, vergi aflarına sıkça başvurulması nedeniyle af kavramı adeta süreklilik arz eden bir uygulama haline dönüşmüş ve bu durum mükelleflerin belirli aralıklarla yeni bir af beklentisi içine girmelerine yol açmıştır. Bu sebeple çalışmada, Google Trends verileri kullanılarak, 2004-2023 yılları arasında vergi affı ile ilişkilendirilen ifadeler hem Türkiye özelinde hem de küresel ölçekte Arama Hacmi İndeksleri üzerinden incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, vergi affı ve ilişkili ifadelerin hangi ülkelerde ve Türkiye'nin hangi illerinde daha yoğun bir şekilde arandığı değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, vergi affı teriminin en fazla popüler olduğu ülkenin Endonezya olduğu tespit edilirken, Türkiye özelinde ise en yüksek arama hacminin İzmir ilinde gerçekleştiği görülmüştür. Bunun yanı sıra, diğer elde edilen bulgular incelendiğinde, bu çalışmanın vergi aflarını farklı bir bakış açısıyla değerlendirme ve inceleme açısından bilim insanlarına önemli veriler sunma potansiyeli taşıdığını ifade etmek mümkündür.

**Citation:** Yelman, E. & Tekşan, E. (2024). "Türkiye’de ve Dünya’da Vergi Affı Beklentisinin Popülerlik Analizi". *International Journal of Public Finance*. 9(1), 327 – 358.

<https://doi.org/10.30927/ijpf.1447534>

<sup>1</sup> Lecturer, PhD., Düzce University, Akçakoca Vocational School, Türkiye, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7077-375X>, [ercanyelman@duzce.edu.tr](mailto:ercanyelman@duzce.edu.tr)

<sup>2</sup> PhD Student, Sakarya University, Institute of Social Sciences, Türkiye, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6033-4075>, [enes.teksan2@ogr.sakarya.edu.tr](mailto:enes.teksan2@ogr.sakarya.edu.tr)

## Analysis of Tax Amnesty Expectations in Türkiye and The World

### ARTICLE INFO

Submitted : 05.03.2024

Revised : 27.06.2024

Accepted : 11.07.2024

Available : 25.12.2024

iThenticate similarity score: 3%

### JEL classification:

H20, H21

### Keywords:

Tax Amnesty, Google Trends, Popularity Analysis

### ABSTRACT

Tax amnesties remain an essential tool for politicians from past to present. In some countries, due to the frequent use of tax amnesty, the concept of amnesty has become a continuous practice and this has led taxpayers to expect a new amnesty at regular intervals. For this reason, in the study, using Google Trends data, expressions associated with tax amnesty between 2004 and 2023 were examined through Search Volume Indexes in Turkey and on a global scale. According to the findings, it was evaluated in which countries and provinces of Turkey tax amnesty and related expressions were searched more intensively. According to the research results, it was determined that the country where the term tax amnesty was most popular was Indonesia, while in Turkey, the highest search volume was observed in Izmir. In addition, when other findings are examined, it is possible to state that this study can provide important data to scientists in evaluating and reviewing tax amnesties from a different perspective.

### Extended Summary

Tax amnesties, which have a lengthy historical background particularly pertinent to politicians, persist as a significant instrument in contemporary contexts. Rather than penalizing individuals or corporations for their failure to promptly fulfill tax obligations or engage in tax evasion, tax amnesties afford the opportunity to restructure or alleviate tax liabilities under specified conditions. Nevertheless, the frequent recourse to tax amnesties in some countries tends to institutionalize the concept of amnesty, almost transforming it into an established institution. This phenomenon engenders a cyclical anticipation among taxpayers for another amnesty, thereby diminishing the sense of accountability towards tax compliance. Furthermore, the frequent utilization of tax amnesties may prompt inquiries into the stability and credibility of the tax system. Furthermore, the frequent utilization of tax amnesties may prompt inquiries into the stability and credibility of the tax system. Consequently, the recurrent implementation of amnesty measures may incentivize tax evasion. When taxpayers are repeatedly informed about the possibility of upcoming amnesties, they might opt for tax evasion in anticipation of future amnesties rather than fulfilling their tax obligations. This could lead to various adverse outcomes, such as a reduction in tax revenues, weakening of the tax system, and erosion of trust in the government.

There are numerous reasons behind the issuance of tax amnesties. Economic, political, social, financial, administrative, psychological, and technical factors contribute to the emergence of tax amnesties during certain periods. However, debates regarding the implementation of tax amnesties consistently remain on the agenda. This is because crucial issues arise concerning the fairness of such decisions and whether they encourage tax evasion or not, once an amnesty decision is made. The most significant debates surrounding tax amnesties revolve around two main issues, first the necessity of enacting tax amnesty and second the argument that amnesty disrupts fairness in taxation. The necessity of enacting tax amnesties is a subject of contention between proponents who argue that tax amnesty is warranted for economic, social, or other reasons, and researchers who oppose the widespread

use of such measures, citing the disadvantages and advocating against their implementation. It is accurate to state that there exists a dualistic divergence of opinion regarding tax amnesties, expressing both positive and negative viewpoints. Some authors argue that tax amnesties stimulate economic revitalization, provide financial relief to taxpayers facing difficulties in meeting their tax obligations, and ultimately enhance overall tax collection. Researchers who advocate this perspective consider the enactment of tax amnesties as necessary and appropriate. On the other hand, scholars with a critical stance towards tax amnesties contend that these measures compromise tax fairness and erode the credibility of the tax system, thereby fostering tax evasion. Another salient aspect of authors' viewpoints regarding tax amnesties pertains to their opposition to the notion of necessity in implementing such measures. In this context, authors approaching the issue from a positive standpoint advocate the necessity of tax amnesty measures for rectifying errors in the tax system and facilitating payments for taxpayers experiencing difficulties. Conversely, other authors contend that tax amnesty measures should be avoided as much as possible, or altogether, due to concerns regarding the erosion of justice and the encouragement of tax evasion.

The focal point of this research is to examine the effects of the word group(s) associated with tax amnesty between 2004 and 2023, utilizing Google Trends data, on the Search Volume Index (SVI) in Turkey and globally. The aim of the study is to provide a comprehensive analysis to understand how public demands and interest related to tax amnesty have evolved over time. Within the framework of the established objectives, this research aims to evaluate search trends to determine the increasing or decreasing trends in online searches for word groups associated with tax amnesty. This evaluation is crucial for understanding how tax policies and societal sensitivity towards tax amnesties are shaped. Furthermore, the study is anticipated to contribute to the literature by providing a significant resource for understanding tax policies and public perception in this regard.

The study is structured into four fundamental sections. The initial section serves as a foundational basis for comprehending the concept of tax amnesty, offering a general overview of the history and evolution of tax amnesty practices in Turkey. The second section discusses how Google Trends can be utilized as a data tool and debates its utility as a data source for analyses in studies. In the third section, the utilization of Google Trends in previous studies related to tax amnesty is examined, along with the contributions of these studies to the literature. The final section thoroughly addresses the objectives and significance of the research, the methods employed, and the findings obtained.

Based on the investigations and analyses conducted within the study, it is evident that many countries globally have implemented tax amnesty laws on multiple occasions. Moreover, the study assesses the prevalence of searches for tax amnesty and related terms in different countries as well as regions within Turkey. Particularly notable is Turkey's remarkable prominence identified through these investigations. Turkey has enacted nearly 40 tax amnesty laws, indicating that tax amnesty is a mechanism frequently utilized by the country and plays a significant role in the implementation of tax policies, since 1923. According to the research findings, it has been determined that Indonesia is the country where the term "tax amnesty" is most popular. Specifically in Turkey, it has been observed that the highest search volume occurs in the province of Izmir. Furthermore, when examining the countries where tax amnesty and related terms are most heavily searched on search engines worldwide, it is observed that after Indonesia, the countries with the highest search volumes include Trinidad and Tobago, the Philippines, Jamaica, and Pakistan. Conversely, among the countries where these searches are

least prevalent are Thailand, the Netherlands, and Japan. In the context of Turkey, the provinces with the lowest search volumes for tax amnesty and related terms on search engines are observed to be Muş and Siirt. Public interest in tax amnesty in these provinces is comparatively lower than in other provinces.

Upon a comprehensive examination of the findings obtained in the study, it is believed that the analysis results may offer researchers a novel perspective on conducting research in the field of taxation, thereby presenting the idea of exploring taxation from a different angle in future studies. Furthermore, it can be argued that the findings derived from the study have the potential to yield valuable insights for interdisciplinary research endeavors and contribute significantly to the expansion of the research domain. These findings are thought to offer a broader perspective on the subject of tax amnesty and can serve as a guide for future research endeavors. Therefore, the study is considered an important resource for understanding the impacts on tax policies and practices, and for contributing to the enhancement of the tax system to be more effective and equitable.

## 1. Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve yaygınlaşması, bilgiye erişim hızının artışına yol açmaktadır. Bu durum, kullanıcıların ve bilimsel araştırma yapan bilim insanlarının arama motorları ve benzeri araçları kullanarak bilgi taleplerini kolayca karşılamalarına olanak tanımaktadır. Ayrıca teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak elde edilen bilginin işlenmesi ve kullanılması daha da kolaylaşmaktadır (Kocabıyık vd., 2020: 260). Bilgiye erişimin internet aracılığıyla birçok kaynaktan sağlanabilmesi mümkün olmakla birlikte, arama motorlarının en önemli araçlardan biri olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Arama motorları araştırmacılara istedikleri bilgiye her geçen gün bir öncekine nazaran daha kolay, hızlı ve etkili bir şekilde erişim imkânı sağlamaktadır (Kesen vd., 2008: 141). Bilimsel çalışmaların başlangıç noktasını oluşturan konuların belirlenmesi ve ayrıntılı incelenmesine başlanılmadan önce dahi, kütüphanelerde bilgi teknolojilerinden yararlanılarak anahtar kelimelerle örtüşen çalışmalara daha kısa sürede ulaşılmaya imkân tanınmaktadır. Bilimin gelecek nesillere aktarılmasında ve geliştirilmesinde bilgi kaynağına erişim aracı olarak arama motorlarının önemini yukarıda ifade edilen nedenler çerçevesinde kısaca vurgulamak mümkündür. Online erişim imkânları içerisinde arama motorları, birçok yazılımcı tarafından geliştirilmiş ve geliştirilmeye devam etmektedir. Dünya genelinde en fazla kullanılan arama motoru olarak ise Google'ın varlığı kabul edilmektedir.

Dünyanın en çok ziyaret edilen web sitesi olan Google, 1998 yılında kurulmasına rağmen kısa süre içerisinde yaptığı yeniliklerle birçok araştırmacı tarafından da kabul edilerek dünyanın en büyük bilgi kaynağı olarak ön plana çıkmıştır (Vise, 2005: 55-59).

Bilgi ve iletişim teknolojileri alanında önemli yatırımlar yapan Google, birçok yazılım kaynağı ile kullanıcılarına hizmet vermektedir. Bu hizmet sunumları arasında yer alan Google Trends uygulaması arama motorunu kullanarak herhangi bir konuda arama yapıldığında, ilgili konuları arama kategorilerine ayırarak bu aramalar sırasında hangi kelimelerin ne sıklıkla arandığını göstermektedir (Unur vd., 2019: 131). Bilimin hipotez sınaması sonucu geliştiğini düşündüğümüzde, GT hipotez testlerinin yapılmasına imkân

sağlayan önemli bir veri merkezi olarak kabul edilebilir. Bir ülke için mikro düzeyden dünya geneli açısından makro yayılımın tespitine imkân verecek araştırmalarda, bireylerin merak güdüsünün tespitinde kullanılan bir araç olarak GT’nin varlığını ifade etmek mümkündür. Böylelikle politikacılar açısından kısa vadeli kamu beklentilerinin karşılanmasına imkân sağlayan bir veri aracı olarak GT’nin değerlendirilmesi mümkün hale gelmektedir. Bu sebeple çalışmanın araştırma sorusu “Bireylerin vergi affı beklentilerinin zamansal yönelimi hangi yöndedir?” şeklinde belirlenmiştir. Araştırma kapsamında, GT uygulamasından elde edilen verilerden yararlanılarak vergi aflarıyla ilişkili ifadeler, hem Türkiye özelinde hem de küresel çapta Arama Hacmi İndeksleri (SVI) üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın amacı, Türkiye ve dünya genelinde ülkelerin içinde buldukları konjonktür ve ekonomik döneme bağlı olarak uyguladıkları vergi affı kanunları dikkate alınarak bireylerin “yeniden af çıkacak” beklentisine girmelerinin GT verileri kullanılarak SVI üzerinden araştırılmasıdır. Çalışmanın amacı aynı zamanda konunun özgün değerini ortaya koymaktadır. Literatürde, GT verileri kullanılarak yapılan bir dizi çalışma bulunmaktadır. Ancak vergi afları kelime grubu üzerine SVI incelemesi yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Literatürde yer alan araştırmaların, çalışmanın araştırma sorusu alanındaki eksikliği vergi aflarının internet ortamındaki popüleritesinin ve mükelleflerin beklenti düzeylerinin SVI ile nasıl ilişkilendirilebileceği konusundaki anlayışı sınırlayabilir. Bu durum, konunun özgün değerini ortaya koymaktadır. Ayrıca kullanılan araştırma aracıyla birlikte çalışmanın bibliyometrik çalışmalardan ayrılarak yeni ve özgün bir araştırma alanı oluşturması beklenmektedir. Bu tür bir araştırma vergi aflarının toplumsal algı ve vergi mükellefleri üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak için önemli bir adım olabilir. Dolayısıyla vergi aflarının SVI üzerindeki etkisi vergi politikalarının tasarımı ve iletişimi açısından da değerli bir perspektif sağlayabilir. Mükelleflerin af beklentisi ve bu durumun internet aramalarına yansımaları, vergi yetkililerinin vergi politikalarını şekillendirme ve vergi bilincini artırma çabalarını doğrudan ya da dolaylı etkileyebilir. Bu durum, vergi aflarının toplumsal algı üzerindeki potansiyel etkilerini anlamak için önemli bir gösterge olabilir. Dolayısıyla, gelecekte bu tür çalışmalardan elde edilecek sonuçlar, vergi politikalarının tasarımında ve uygulamasında karar vericilere değerli perspektifler sunabilir. Ayrıca vergi aflarının mükellefler üzerindeki algılanan etkilerini anlamak için yapılan bu tür araştırmalar, gelecekteki araştırmalara öncülük edebilir. Böylece bu tür çalışmalar vergi politikalarının daha etkili bir şekilde iletişim ve uygulama süreçlerinin tasarlanması için temel oluşturabilir.

Araştırma dört ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, vergi afları ve GT’nin bir veri aracı olarak kullanımıyla ilgili teorik bilgilere yer verilerek, vergi af beklentisi ve internet arama eğilimi arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, araştırma aracı olan Google Trends’in bir veri aracı olarak kullanılan ve çalışma konusu ile örtüşen çalışmalarla ilgili literatür incelemesine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise çalışmanın yöntemi kapsamında çalışmanın temel amacı ve önemi, veri toplama araçları ve kullanılan araştırma yöntemi açıklanmaya çalışılmıştır. Son bölümde hem Türkiye özelinde hem de küresel ölçekte elde edilen bulgular ayrıntılı bir şekilde analiz edilmiştir.

## 2. Vergi Affı Kavramı

İnsanların toplum halinde yaşama ilişkilerinin başlangıcıyla birlikte devlet otoritesinin meydana gelmesi, beraberinde kamusal harcamalarının finansman maliyetlerini ortaya çıkarmıştır. Meydana gelen maliyetin karşılanmasında ise hiç şüphesiz vergiler en önemli finansman kaynağı olarak tarihi süreçte varlığını korumuştur (Karayılmazlar & Göde, 2017: 132).

Kamusal harcamaların finansmanında, sürekliliğin sağlanabilmesi için vergiler üzerine bir dizi araştırma yapılmıştır. Vergi afları ise vergi gelirleri kadar önem verilen bir uygulama konusunu oluşturmaktadır. Vergi afları kronolojik olarak incelendiğinde her dönem dikkat çeken bir durum olmasıyla birlikte son yüzyıllık süreçte sıkça başvurulan bir uygulama alanı haline gelmiştir. Kronolojik uygulama alanıyla birlikte vergi afları ile ilgili tartışmalar çerçevesinde çeşitli tanımlamalara da rastlanılması mümkündür. Örneğin vergi affı kavramını Alm & Beck (1993), tipik vergi kaçakçılığı durumlarında uygulanan idari ve cezai yaptırımların belirli bir oranında veya tamamının uygulanmayacağı, vergi yükümlülerine ve şirketlere önceden beyan edilmemiş vergi borçlarını bildirme ve ödeme fırsatı sunan bir inisiyatif olarak tanımlamaktadır. Baer & LeBorgne (2008) ise vergi affı, genel olarak vergi mükelleflerinin vergi yükümlülüklerini hafifletmek veya tamamen ortadan kaldırmak amacıyla hükümet tarafından belirli bir süre için sunulan özel bir düzenlemeyi ifade etmektedir. Edizdoğan & Gümüş (2013) vergi aflarını, devletin bazı kazanılmış olan haklarından feragat olarak ele almıştır. Yani Edizdoğan & Gümüş (2013)'e göre vergi afları, devletin egemenlik gücünü kullanarak kamusal hizmetlerin devamı için gereken finansmanı sağlamak amacıyla bireylerden talep ettiği vergi, resim ve harçların tahsilatından vazgeçtiği veya belirli bir süre içinde vergi yükümlülüklerini kısmen ya da tamamen yerine getirmeyenlere uyguladığı yaptırımlardan feragat ettiği bir uygulamalardır. Şenyüz (2021) ise af kanunu çıkarılmadan önceki dönemlere ait vergi borçlarının azaltılması veya belirli şartlar altında affedilmesi amacıyla devlet tarafından yapılan yasal düzenlemelerdir, şeklinde vergi aflarını tanımlamıştır. Bu noktada yer alan tanımlardan yola çıkarak vergi aflarını, belirli bir dönem içerisinde birey ya da şirketlerin vergi veya diğer kamu alacaklarından tamamen veya kısmen devletin tek taraflı bir işlemine dayalı olarak feragat etme süreci olarak ifade etmek mümkündür.

Vergi aflarının süre kısıtı, katılım ve amaç olarak üç tür temel özellik barındırdığını ifade etmek mümkündür. Bunlardan birincisi, vergi aflarının genel olarak belirli bir zaman aralığını kapsamasıdır. Bu zaman aralığı çoğunlukla iki ya da üç ay gibi belirli bir dönem içinde uygulanmasıdır. İkincisi, genel olarak mükelleflerin, vergi aflarına gönüllülük esasına dayalı olarak dahil olmalarıdır. Dolayısıyla vergi affı uygulamalarından yararlanmak istemeyen mükellefler için normal dönemdeki vergi tahsil süreçleri devam etmektedir. Üçüncü özellik ise, devletin vergi affı uygulaması ile vazgeçtiği gelirdir. Devlet vergi aflarıyla verginin asıl tutarını tahsil etmeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede devlet vergi affıyla, mükelleflere kesilen vergi cezalarından feragat etmektedir (Luitel & Sobel, 2007: 20). Burada devletin olağan dönemde elde edeceği gelirden feragat etmesi durumu söz konusudur. Bu durumda aslında vergi aflarının mükellefler ve maliye otoritesi açısından, karşılıklı bazı olumlu ve olumsuz durumların varlığından çıkarımında bulunulması mümkündür.

Vergi aflarına olan ihtiyaçlar, içinde bulunulan dönemin şartlarına bağlı olarak değişmektedir. Dönemsel özelliklerin izlerini taşıyan vergi affı uygulamalarının birçok nedeninden bahsetmek mümkündür. Ancak genel olarak bakıldığında, ekonomik, siyasi, sosyal, mali, idari, psikolojik ve teknik nedenler, vergi affının uygulanmasında belirgin bir rol oynamaktadır (Uygun, 2022: 1045). Vergi aflarının bir diğer incelenmesi gereken özelliği ise birey ve devlet arasındaki etkileşimin ve iletişimin sağlanmasındaki rolüdür.

Vergi afları, birey ve devlet arasındaki ilişkiyi düzenleme açısından doğrudan etkiye sahiptir. Bu sebeple hem vergi mükellefleri hem de devlet için önem arz etmektedir. Herhangi bir vergi affı programının çıkarılması, mükellefler ve devlet üzerinde olumlu ve olumsuz olarak çeşitli etkiler meydana getirmektedir. Söz konusu etkilerin niteliği ve derecesi, vergi affının uygulama şekline, amacına ve diğer ekonomik, sosyal ve siyasi faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir. Vergi aflarına yönelik olarak vergilerin meşruluğu konusundaki tartışmalara benzer bir şekilde olumlu ve olumsuz yönde eleştiriler yapılmaktadır. Vergi aflarına olumlu yaklaşan düşünce akımına göre, vergi afları hem devlete kısa vadede gelir sağlama açısından katkı sunabilir, hem de geçmişte hata yapmış olan veya vergi kaçırmış olan mükelleflere yeni bir fırsat tanıyarak vergi tabanını genişletebilir (Keskin & Mastar Özcan, 2021: 142; Çetin, 2007: 173). Vergi aflarını olumsuz açıdan değerlendiren kesim ise af kanunlarının çıkarılmaması gerektiğini savunan düşüncedir. Bu düşüncenin temel argümanı ise çıkarılan af kanunlarının devlete ve mükelleflere sağladığı faydadan daha çok zarar meydana getirmesi düşüncesidir. Af kanunlarına karşı çıkanların gerekçesi, bu tür kanunların kayıt dışı ekonomiyi teşvik ettiğini ve aynı zamanda gönüllü vergi uyumunu olumsuz etkilemesi düşüncesidir. Bununla birlikte, bu görüşü benimseyenler vergi affı kanunlarının vergilendirmede adaleti zedeleyici etkileri olduğunu ve mükelleflerin gelecekte yeni bir af çıkacağı beklentilerinin oluşmasına neden olarak olumsuz yönde etkilediğini iddia etmektedirler (Keskin & Mastar Özcan, 2021: 142; Şenyüz, 2021: 1598). Mükelleflerde vergi affının çıkacağı düşüncesi ve beklentisinin artması, mükellef açısından gelirin gizlemesine yol açabilir. Bunun sonucunda, devletin vergi gelirlerinde bir azalma yaşanabilir ve ekonomik olarak mali sorunlar meydana gelebilir. Bu olumsuz koşulların, aynı zamanda yeni bir vergi affı programının ortaya çıkmasına zemin hazırlaması muhtemeldir (Aydın & Akbelen, 2020: 218). Şu kadar ki vergi affının önemli sakıncalarından biri, gelecekte yeni bir af beklentisinin oluşmasıdır. Başka bir deyişle, önceki vergi aflarının etkisiyle mükellefler gelecekte de yeni bir af çıkacağı umuduyla hareket edebilirler, bu da mükelleflerin gelirlerini gizlemelerine ve kayıt dışı ekonomiye yönelmelerine neden olabilir (Edizdoğan & Gümüş, 2013; Savaşan, 2006; Doğan ve Besen, 2008). Dolayısıyla tekrar bir af çıkma beklentisi içinde olan mükelleflerin gelirlerini gizlemelerine yol açmasının yanında, gönüllü vergi uyumunu da olumsuz yönde etkilediği düşüncesini ifade etmek mümkün hale gelmektedir (Yelman, 2017: 81). Bu beklenti aynı zamanda mükelleflerin internet üzerindeki araştırmalarını da etkileyerek, vergi affı ile ilgili haberlerin artmasına da yol açabilir. Bu duruma bağlı olarak vergi affı haberlerine yönelik arama motorlarında bir artış gözlemlenebilir. Vergi affı kanunların uygulamaya çıkmasının yanında mükelleflerin af beklentilerinin dahi önemli bazı varsayımlarının tespit edilmesi mümkündür. Bu durumun tespiti için kamuoyu araştırması yapılabilir. Ancak devlet açısından maliyetli bir durum ortaya çıkması söz konusudur. Bir diğer

kullanılabilir yöntem ise mükellef beklentilerinin bilişim teknolojileri kullanılarak tespit edilmesidir.

Mükelleflerin vergi affının geleceği beklentisi, günümüz dijital ortamlarında vergi affının olasılığını sorgulamalarına yol açabilir. Böylelikle mükellefler, internet platformlarında "Vergi affı çıkar mı? Ne zaman çıkar? Hangi koşullarda olabilir?" gibi ifadeleri araştırmaya başlayabilir. Bu durumda aslında mükelleflerin sorgulamalardan elde edeceği çıkarımlarına bağlı olarak gelecek dönemde yapacağı vergilendirmeye yönelik eylemleri üzerinde etkili olması muhtemeldir (Gündüz, 2021). Önceki kısımlarda ifade edildiği üzere vergi affı beklentilerinin artması mükellefleri kayıt dışı ekonomiye sevk edecektir. Çünkü bilindiği gibi vergiden kaçırma eylemi sadece vergi ödememe istekliliği değil aynı zamanda ödenecek vergi miktarının ticari bir kredi olarak kullanılması da mümkün olmaktadır. Bu durumda vergiye uyum düzeyi yüksek olmayan bireylerin vergilendirme ile ilgili ödevlerini tam ve zamanında yerine getirememelerine neden olmaktadır.

## 2.1. Vergi Aflarının Türkiye'deki Seyri

Türkiye Cumhuriyeti tarihinde, birçok dönemde çeşitli af kanunları yürürlüğe konulmuştur. Yürürlüğe konulan vergi af kanunları, farklı isimlerle adlandırılrsa da dönemin şartlarına uygun olarak belirli izleri taşımakta ve çeşitli gerekçelerle uygulanmıştır (Demirci & Dayar, 2023). Bu çerçevede, 1920 yılından 2023 yılına kadar çıkarılan af kanunlarıyla ilgili olarak aşağıdaki Tablo 1 hazırlanmıştır.

**Tablo 1: Türkiye Cumhuriyeti Tarihi Boyunca Çıkarılmış Olan Vergi Af Kanunları**

Sıra No	Kanunlarının Çıkarıldığı Tarih	Çıkarılmış Olan Af Kanun Adları
1	29.09.1920	30 Sayılı "Aşar Mültezimlerinden Edayı Deynedenlerin Emlâki Merhume ve Mütefevizelerinin İadesine Dair Kanun"
2	02.07.1922	240 Sayılı "Elviyel Selased Vergilerinin Sureti Cibayetine Dair Kanun"
3	17.05.1924	486 Sayılı "Umuru Belediyeye Müteallik Ahkâmı Cezayie Hakkında Kanun"
4	15.03.1934	4530 sayılı "Varlık Vergisinin Bakayasının Terkinine Dair Yasa"
5	04.07.1934	2566 sayılı "Vergi Bakayasının Tasfiyesine Dair Kanun"
6	29.06.1938	3568 sayılı "Arazi Vergisinin Mali Yıl Sonuna Kadar Olan Bakiyesinin Terkinine Dair Kanun"
7	13.06.1946	4920 Sayılı "Devlet Orman İşletmelerinin Bazı Vergilerden Muaf Tutulması Hakkındaki Kanun"
8	21.01.1947	5050 sayılı "Toprak Mahsulleri Vergisi Artıklarının Silinmesi Hakkında Kanun"
9	26.10.1960	113 sayılı "Af Kanunu"
10	28.12.1961	281 sayılı "Vergi Cezaları Gecikme Zamlarının Tecil ve Tasfiyesine Dair Kanun"
11	23.02.1963	218 sayılı "Bazı Suç ve Cezaların Affı Hakkında Kanun"



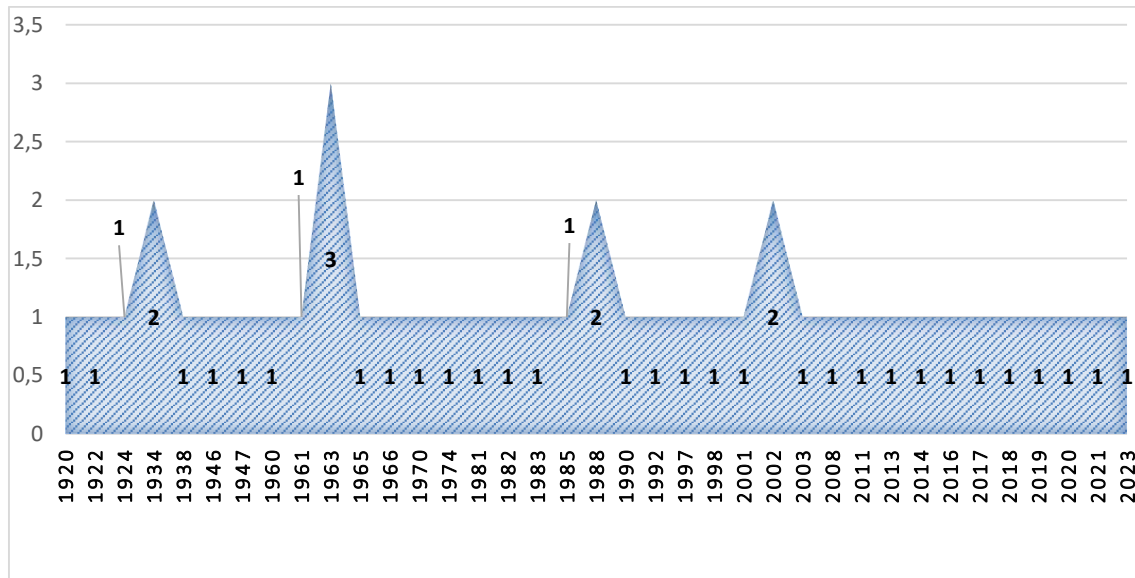
12	13.06.1963	252 sayılı "Spor Kulüplerince Oyunculara ve Karşı Kulüplere Şimdiye Kadar Ödenmiş Bulunan Transfer Ücretleriyle Teşvik Primlerinden Vergi Borçlarının Bir Defaya Mahsus Olmak Üzere Affı Hakkında Kanun"
13	05.09.1963	325 sayılı "Kamu İktisadi Teşebbüslerinin 1950 ve Daha Önceki Bütçe Yıllarına Ait Bir Kısım Vergi Borçlarının Tasfiyesi Hakkında Kanun"
14	16.07.1965	691 sayılı "Belediyelerin ve Belediyelere Bağlı Müessese ve İşletmelerin Bir Kısım Borçlarının Hazinece Terkin ve Tahkimi Hakkında Kanun"
15	03.08.1966	780 sayılı "Bazı Suç ve Cezaların Affı Hakkında Kanun"
16	28.02.1970	1319 sayılı "Emlak Vergisi Kanununu (Geçici Madde)
17	15.05.1974	1803 sayılı "Cumhuriyet'in 50. Yılı Nedeniyle Bazı Suç ve Cezaların Affı Hakkında Kanun"
18	20.03.1981	2431 sayılı "Tahsilatın Hızlandırılması Hakkında Kanun"
19	02.03.1982	2571 sayılı "2431 sayılı Tahsilatın Hızlandırılması Hakkında Kanuna Bazı Maddeler Eklenmesi Hakkında Kanun"
20	22.02.1983	2801 sayılı "Bazı Kamu Alacaklarının Özel Uzlaşma Yolu İle Tahsili Hakkında Kanun"
21	04.02.1985	"Bazı Vergi Kanunlarında Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" (Geçici Madde 4)
22	03.12.1988	3505 sayılı "Bazı Kanunlarında Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" (Geçici Madde 1)
23	28.12.1988	3512 sayılı "1989 Mali Yılı Bütçe Kanunu"
24	15.12.1990	3689 sayılı sızılı "Vergi Kanunlarında Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" (Geçici Madde 1)
25	21.02.1992	3787 Sayılı "Bazı Kamu Alacaklarının Tahsilatının Hızlandırılması ve Matrah Artırımı Hakkında Kanun"
26	05.09.1997	400 sayılı "Tahsilat Genel Tebliği"
27	22.07.1998	4369 sayılı "Bazı Vergi Kanunlarında Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (Geçici Madde 3)"
28	06.02.2001	414 sayılı Tahsilat Genel Tebliği
29	07.03.2002	4746 sayılı "Bazı Vergi Kanunlarında Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" (Geçici Madde 21)
30	03.04.2022	4751 sayılı "Bazı Vergi Kanunlarında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun" (Geçici Madde 21)
31	27.02.2003	4811 sayılı "Vergi Barışı Kanunu"
32	22.11.2008	5811 sayılı "Bazı Varlıkların Milli Ekonomiye Kazandırılması Hakkında Kanun" (Varlık Barışı)
33	25.02.2011	6111 sayılı "Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ve Diğer Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun"
34	29.05.2013	6486 sayılı "Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" (2. Varlık Barışı)
35	10.09.2014	6552 sayılı "İş Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması ve Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına Dair Kanun"
36	19.08.2016	6736 sayılı "Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına İlişkin Kanun"

37	27.05.2017	7020 sayılı "Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda ve Bir Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"
38	18.05.2018	7143 sayılı "Vergi ve Diğer Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun
39	17.07.2019	7186 sayılı "Gelir Vergisi Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun"
40	17.11.2020	7256 Sayılı "Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun"
41	09.06.2021	7326 Sayılı "Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun"
42	09.03.2023	7440 Sayılı ""Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"

**Kaynak:** Ömercioğlu, 2022: 283; Günay & Gürdal, 2021: 654-655-656; Ayrangöl & Tekdere; 2013: 255.

Tablo 1'de yer alan verilere göz attığımızda, yaklaşık 100 yıllık bir dönemde 42 farklı af uygulamasının çıkarıldığı görülmektedir. Tablo 1'e göre bu af uygulamalarının farklı isimler altında gerçekleştirildiği görülmektedir. Ayrıca Grafik 1'e incelendiğinde, özellikle 1934 yılında 2, 1963 yılında 3 ve 1988 yılında 2 af kanununun çıkarıldığı dönemlerin dikkat çektiğini gözlemlemekteyiz. Diğer yıllara bakıldığında ise genellikle yılda 1 adet af kanununun çıkarıldığı görülmektedir. Öte yandan, Grafik 1 ve Tablo 1 incelendiğinde, yaklaşık 100 yıllık bir süreçte ortalama olarak 2.44 yılda bir af uygulamasının çıkarıldığını gözlemlemekteyiz.

**Grafik 1: Yıllar İtibariyle Af Uygulaması Sayıları**



**Kaynak:** Tablo 2 esas alınarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

### 3. Bir Veri Aracı Olarak Google Trends

Google Trends, Google'ın ve bilim dünyasının son dönemde etkili bir şekilde kullandığı araştırma aracı olarak öne çıkmaktadır. Bu araç, trends.google.com adresi üzerinden kullanıcılara hizmet sunmaktadır. Google Trends uygulaması, araştırmacılara gerçek zamanlı bir şekilde hem günlük hem de haftalık olarak kullanıcıların Google arama motorlarında yaptıkları aramaların popülerlik düzeylerini gösteren bir uygulamadır (Choi & Varian, 2012; Vosen & Schmidt, 2011). Google Trends, belirli coğrafi bölge ve zaman dilimleri (saat, gün, yıl) kullanılarak, kullanıcıların Google arama motoruna girdiği kelimeler veya terimlerle ilgili arama sorgularının eğilimini analiz etmeye yönelik bir veri tabanıdır. Bu platform, toplumun belirli konulardaki ilgi ve arama davranışlarını analiz edilmesine yardımcı olmaktadır (Arama Trendleri Yardım, 2023).

Google Trends aracılığıyla herhangi bir konu veya terim hakkında dünya genelinde makro düzeyden ülke veya bölge özelinde mikro düzeye kadar birçok veri setine erişim imkanı bulunmaktadır. Bu sayede internet kullanıcılarının Google arama motorunda hangi konuları ve hangi sıklıkla aradığı hakkında bilgi edinilebilmektedir. Böylelikle GT aracılığı ile elde edilen veri setleri kullanılarak, bireylerin arama alışkanlıkları ve eğilimleri analiz edilebilmektedir. Aynı zamanda gelecekte hangi konuların popüler olabileceği veya hangi konuların daha fazla ilgi göreceği gibi tahminler yapılabilmektedir. Özellikle belirli bir dönemde veya etkinlikte insanların hangi konulara daha fazla ilgi gösterdiği, hangi bölgelerde hangi konuların popüler olduğu gibi detaylı veriler elde edilebilmektedir (Kaplanoğlu, 2019: 1212). Araştırmacılar GT uygulaması kullanılarak, belirli bir anahtar kelimenin belirli bir zaman diliminde, anahtar kelimelerin toplam arama hacmine oranıyla ilgili bir metrik çıkararak, arama terimlerinin popülerlik seviyelerini yansıtarak arama sıklığı verileri elde edilebilmektedir (Feng vd., 2019: 630).

Google Trends verileri yalnızca metin tabanlı arama anahtar kelimelerini değil, aynı zamanda diğer farklı Google platformları üzerinde yapılan aramaları da içermektedir. Bu da Google Trends'in kullanıcılarına geniş bir perspektif sunmasına imkan sağlamaktadır. Google Trends uygulamasındaki veriler sadece anahtar kelimelerin aranma sıklığına ilişkin incelemelerle sınırlı kalmaz, aynı zamanda Google Alışveriş, Google Haberler ve YouTube gibi platformlarda yapılan aramaları da içermektedir. Uygulamadaki geniş veri yelpazesi, kullanıcıların sadece metin tabanlı aramaların ötesine geçerek, video içerikleri, haberler ve alışveriş eğilimleri gibi farklı alanlardaki arama trendlerini de anlamalarına olanak tanımaktadır. Google Trends uygulaması, kullanıcılara yıllar ve aylar bazında Google arama motorlarında popüler olan konuları, aramaları, güncel haberleri ve analizleri sunmaktadır. Kullanıcılar belirli bir anahtar kelime veya sorgu terimini arattıklarında, belirli bir coğrafi bölge ve zaman dilimi için ilgi grafiği görüntülenir. Bu grafik, arama teriminin popüleritesini ve ilgi düzeyini belirli bir zaman aralığında nasıl değiştirdiğini göstermektedir. Grafikte bulunan sayılar, mutlak arama hacmi değerlerini temsil etmeyip veriler normalleştirilmiş durumdadır. Grafikteki her nokta, en yüksek değere ya da 100'e bölünerek 0 ile 100 arasında bir ölçekte sunulmaktadır. Uygulamada yapılan bir arama sonucunda, grafiğin yanında görünen

sayılar, üst kısmında belirtilen terimlerin toplamını ifade etmektedir. Uygulama da yer alan bu sayılar, arama teriminin genel popülerlik düzeyini veya terimin belirli bir zaman aralığındaki toplam etkisini göstermektedir. 100 değeri, belirli bir terimin en yüksek popülerliğini gösterirken, 50 değeri bu popülerliğin yarı noktasını temsil ederken 0 değeri ise, terimin yeterli veriye sahip olmadığını veya belirli bir zaman diliminde popüler olmadığını ifade etmektedir (Choi & Varian, 2009: 16; Önder, 2017: 650; Clark vd., 2019: 8-9; Go vd., 2020: 190). Belirli bir konu hakkında bireylerin hangi zaman diliminde daha fazla bilgiye erişim eğiliminde olduklarının tespit edilebilmesi açısından, GT'in önemli bir veri kaynağı aracı olarak kullanılabilir olduğu diğer çalışmalarda elde edilen sonuçlar çerçevesinde kabul edilebilmektedir.

Google Trends, vergi ile ilgili anahtar kelimelerin arama hacmini analiz ederek, vergi politikalarının ve vergilendirme konularının toplum içindeki popülerliğini ve ilgi düzeyini yansıtabilir. Uygulama içerisinde, vergi mükelleflerinin vergilendirme ile ilgili yaptıkları aramalar, konum, konu, terim, tarih gibi bir dizi kriterle sınıflandırılarak analiz edilebilir. Ayrıca, en popüler veya en az popüler olan aramaları uluslararası, bölgesel, ülke veya şehir ölçeğinde karşılaştırmalı veya tek yönlü olarak analiz etmek mümkündür. Mükelleflerin, vergi davranışlarının eğilimleri ve değişimleri hakkında daha derinlemesine bilgi edinmek ve gelecekteki vergi politikalarını şekillendirmek için önemli verilere erişim sağlanabilir (Gürdal vd., 2016: 36-37).

Çalışmanın bu başlığı altında incelendiği üzere, GT kullanıcılarına belirli bir dönem aralığında, terim, kavram veya olay hakkında yapılan aramaları kaydederek bu verileri çeşitli grafiklerle sunmaktadır. Bu sayede bireylerin ilgi ve eğilimlerini anlamak, belirli bir konunun popülerliğini izlemek ve gelecekteki trendleri tahmin etmek için kullanılabilen bir veri aracıdır. Bilimsel bilginin gelişmesindeki en önemli aşamalardan biri olarak, mevcut durum tespiti ve daha sonrasında gelecek planlarının yapılması prensibi kabul edilmektedir. Vergi aflarına yönelik GT verilerini kullanılarak yapılacak araştırma da bu çerçevede önemlilik arz edecektir. Çünkü vergi affı beklentisinin yaygınlaşması, bireylerin internet ortamında aktif olarak bilgi arama eğilimini artırabilir. Mükellefler, gelecekte bir affın çıkıp çıkmayacağına dair haberleri, yorumları ve uzman görüşlerini araştırarak takip etme eğiliminde olabilirler. Bu tür bir beklenti, mükellefleri gelecekteki af düzenlemelerine yönelik duyarlı hale getirebilir. İnternet ve diğer sanal ortamlar, bu tür haberlerin yayılmasını hızlandırabilir ve bu da daha fazla mükellefin gelecekteki af düzenlemelerine odaklanmasına neden olabilir. Aynı zamanda bürokrasi için mükelleflerin beklenti odaklarının tespit edilmesine imkân sağlanmış olunabilir.

#### 4. Literatür

Literatür taraması yapıldığında vergi afları üzerine yapılan bir dizi araştırmanın varlığı tespit edilmektedir. Aynı zamanda sosyal bilimler alanında birçok çalışmada araştırma aracı olarak GT'nin kullanıldığı görülmektedir. Ancak, vergilendirme alanında GT'nin oldukça sınırlı araştırmalarda kullanıldığı görülmektedir. Bu tespit ile birlikte

çalışmanın hipotez konusunu oluşturan vergi aflarıyla ilgili olarak SVI’nın henüz bir araştırmada kullanılmadığı yapılan literatür araştırması sonucunda tespit edilmektedir. Bu sebeple yapılmış olan çalışmanın söz konusu alanda literatürün genişletilmesine katkı sunması beklenmektedir. Çalışmamız kapsamında, Türkiye’de vergi ve vergi aflarıyla ilgili GT verileri kullanılan ve ayrıca GT verilerinin vergi alanında da kullanılabilir olması noktasında literatür çıkarımının yapılabilmesi amacıyla diğer bilim dallarında yazılan bazı çalışmalar Tablo 2’de özetlenmiştir.

Tablo 2: Literatür Araştırması

Yazar/ Yazarlar	Yılı	Çalışmanın Konusu	Çalışmanın Sonucu
Ayers vd.,	2011	Using Search Query Surveillance to Monitor Tax Avoidance and Smoking Cessation Following the United States' 2009 "SCHIP" Cigarette Tax Increase	Araştırma, 2009'da ABD'de uygulanan SCHIP sigara vergisi artışının ve eyalet spesifik vergi artışlarının sigara içicilerinin internet arama davranışlarına etkisini incelemiştir. Google Trends verilerine göre, vergi artışları sigara bırakma aramalarını kısa süreli olarak artırmış, ancak bu etki azalmıştır. Buna karşılık, vergi kaçakçılığı aramaları daha kalıcı ve belirgin olmuştur. Ayrıca, eyaletler arası vergi artışlarının internet arama davranışları üzerinde güçlü bir etkileşimi olduğu gözlemlenmiştir.
Ayers vd.,	2014	Digital Detection for Tobacco Control: Online Reactions to the 2009 U.S. Cigarette Excise Tax Increase	Araştırmada, Google Trends verileri kullanılarak 2009'da ABD'de uygulanan SCHIP sigara vergisi artışının sigara içicilerinin arama davranışlarına etkisi incelenmiştir. SCHIP vergisi, sigara bırakma ve vergi kaçakçılığı aramalarını etkilemiştir. Bu yaklaşım, tütün kontrol önlemlerinin anlık nüfus tepkileriyle değerlendirilmesini sağlarken, geleneksel çalışmalara da katkı sunabilir.
Gürdal vd.,	2016	Türk Vergi Sisteminin Popülerlik Analizi	Çalışmada 2004-2016 yılları arasında "Vergi" ifadesi en çok Gümüşhane, "Gelir Vergisi" ifadesi Bilecik, "Kurumlar Vergisi" ifadesi İstanbul, "KDV" ifadesi Bingöl, "ÖTV" ifadesi Ağrı, "MTV" ifadesi Kilis, "Emlak Vergisi" ifadesi ise en yoğun Ankara illerinden aranmış olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Stejskalová	2016	Impact of the Information on Tax Burden on the Stock Market	Çalışma, NASDAQ'da işlem gören ABD şirketlerinin hisse senedi getirileri ile vergi haberleri arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Google Arama verilerine göre, vergi ile ilgili artan aramalar hisse senedi fiyatlarını düşürmektedir. Vergi politikası değişiklikleri sırasında bu haberler ile hisse fiyatları arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Özellikle, Başkan George W. Bush dönemindeki vergi değişikliklerinin arama yoğunluğu üzerinde büyük etkisi olduğu tespit edilmiştir.
Petutschnig	2017	Future Orientation and Taxes: Evidence from Big Data	Çalışma, vergi sisteminin bireylerin geleceğe yönelik tutumlarını nasıl etkilediğini analiz etmektedir. Google Trends verileriyle 58 ülkeyi kapsayan beş yıllık bir gelecek yönelimi endeksi oluşturulmuştur. Sonuçlar, kişisel gelir, sermaye kazanç ve katma değer vergilerinin geleceğe yönelik davranışı engellediğini, kurumsal gelir vergilerinin ise olumlu etkileyebileceğini göstermektedir.
Stejskalová	2017	The Impact of Attention to News about Tax Changes on the Stock Market	Çalışmada, vergi düzenlemelerinin hisse senetleri üzerindeki etkisi, GT verilerinden yararlanılarak araştırılmıştır. 2004-2005 dönemi verileri kullanılan çalışmada, yapılan vergi indirimlerinin arama düzeyinde artışına neden olduğu tespit edilmiştir.
Duan vd.,	2018	The Burden of Attention: CEO Publicity and Tax Avoidance	Çalışma, Google Trends verilerini kullanarak S&P 500 şirketlerinin CEO'larının tanıtımının vergi kaçınma ile ilişkisini incelemektedir. Araştırma, daha fazla tanıtım alan CEO'ların genellikle daha düşük efektif vergi oranlarına sahip olduğunu ve yönetim kurulu bağımsızlığının bu etkiyi yumuşattığını ortaya koymaktadır. Ayrıca,

			bu şirketlerin denetçilere daha yüksek vergi ücretleri ödediği bulgusuna da yer vermektedir.
Caputi	2018	Google Searches for "Cheap Cigarettes" Spike at Tax Increases: Evidence from an Algorithm to Detect Spikes in Time Series Data	Çalışma, sigara vergilerindeki artışların arama motorlarında "ucuz sigara" gibi aramalarda bir artışa neden olup olmadığını incelemiştir. Araştırma sonuçları, sigara vergilerindeki artışların gerçekten de arama motorlarında bu tür aramalarda bir artışa yol açtığını göstermektedir. Vergi artışlarıyla arama düzeyinde ani bir yükselme olduğu ancak vergi artışlarının ortalama seviyesinde bir kayma olmadığı belirlenmiştir.
Monge vd.,	2019	A Proposal of a Tax Fraud Suspicion Indicator Based on Google Trends to Forecast Spanish Tax Revenues	Çalışma, Google Trends, İspanya Ekonomi Bakanlığı (MINECO) ve Ulusal İstatistik Ofisi (INE) verilerini kullanarak vergi tahsilatını izlemiştir. Google Trends, mali dolandırıcılıkla ilişkili anahtar kelimelerle vergi tahsilatını yüksek frekansta takip etmemize olanak sağlamıştır. Sonuçlar, vergi tahsilatı ile bileşik şüpheli vergi dolandırıcılığı göstergesinin ortalama dönüş davranışı sergilediğini ve GSYİH'in kısa vadede geçici şoklar yaşadığını, ancak 2017 ve 2018 dışındaki yıllarda bileşik göstergenin vergi tahsilatı ile negatif ilişkili olduğunu göstermektedir.
Artés vd.,	2019	Tax Reforms and Google Searches: The Case of Spanish VAT Reforms During the Great Recession	Çalışma, İspanya'da 2010 ve 2012 yıllarında yapılan KDV reformunun tüketicilerin tüketim eğilimleri üzerindeki etkisini Google Trends verilerini kullanarak regresyon yöntemi ile analiz etmiştir. Araştırma sonuçları, reform ile Google aramaları arasında bir nedensellik bağı olduğunu göstermektedir.
Taylor vd.,	2019	Soda Wars: The Effect of a Soda Tax Election on University Beverage Sales	Çalışma, bir üniversite ortamında soda vergisi kampanyasının ve seçim tepkisinin ölçülmesi için detaylı tarayıcı veri kümesi ve Google Trends verileri kullanmıştır. Araştırma sonuçları, Berkeley şehri ve üniversite kampüsünde verginin uygulanmasından aylar önce, seçimden hemen sonra soda satışlarının diğer içecek ürünlerine göre belirgin şekilde azaldığını göstermektedir.
Tabuchi vd.,	2019	Tobacco Price Increases and Population Interest in Smoking Cessation in Japan Between 2004 and 2016: A Google Trends Analysis	Çalışmada, 2004-2016 yılları arasında Japonya'da sigarayı bırakma eğilimini ölçmek için Google arama hacmi verileri kullanılmıştır. Sigara fiyatlarındaki artışların sigarayı bırakma isteği üzerindeki etkisi incelenmiştir. Sonuçlar, sigara fiyatlarındaki artışın bireylerin sigarayı bırakma ilgisini uzun süre ve güçlü bir şekilde etkilediğini, ancak etkisinin kısa sürdüğünü göstermiştir. Nisan 2014'teki tüketim vergisi artışının ise beklenti oluşturmadığı bulunmuştur.
Ivasty & Fanani	2020	The Effect Of Publicity Of The President Director And Majority Shareholders On Tax Avoidance	Araştırma sonuçları, yüksek hisse sahiplerinin vergi kaçınma eğiliminde olmadığı hipoteziyle çelişmekte olup, bu bulguların, vergi kaçınma stratejilerini geliştirmek ve firma sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla Baz Erozyonu ve Kar Kaydırma mekanizmasını hızlandırmak için hükümeti teşvik etmek üzere kullanılabileceği öngörülmektedir.
Gaertner vd.,	2020	Making Only America Great? Non-U.S. Market Reactions to U.S. Tax Reform	Çalışma, ABD'deki vergi reformunun sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde değil, uluslararası piyasalarda da nasıl tepkilere yol açtığını ve diğer ülkelerin bu reforma nasıl yanıt verdiğini incelemeyi amaçlamaktadır. Google Trends verileri kullanılarak yapılan analizler, ABD'de "vergi reformu" için yapılan aramaların olay tarihlerinde belirgin bir şekilde arttığını ortaya koymuştur.
Güneş	2021	Tax Reform, Noisy Politics and Financial Markets	Çalışmada, Donald Trump'ın Amerika Birleşik Devletleri Başkanı seçilmesinin ardından vergi reformu ve sağlık reformu konularındaki değişikliklerin hisse senedi piyasalarına etkisi incelenmiştir. Araştırma, politika reformlarının hisse senedi piyasalarındaki fiyatlamada önemli bir rol oynadığını göstermiştir. Ayrıca, vergi reformunun Google Trends verileriyle ölçülen belirginliğinin artmasının hisse senedi getirilerini olumlu yönde etkilediği, ancak getiri oynaklığını olumsuz etkilediği sonucuna varılmıştır.
Kurt & Kurt	2021	Religion and informational influence: Evidence from individual tax behavior in the U.S.	Çalışma, dinin vergi bilgisi arama ve paylaşma davranışlarına etkisini inceliyor. Dindar kişilerin vergi beyanı konusunda daha fazla belirsizlik yaşadığı, dini konulara yönelik ilginin vergi sezonunda arttığı ve daha dindar eyaletlerde vergi ile ilgili aramaların ve soruların yoğun olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Ayrıca, 2019'da

			ABD’de hükümetin kapanması sırasında daha az dindar eyaletlerdeki kullanıcıların vergilerle ilgili tweet’lerinde daha fazla belirsizlik ifade ettikleri gözlemlenmiştir. Bu çalışma, dindarlık arttıkça vergi konusundaki kesinliğin azaldığını göstermektedir.
Baker vd.,	2021	Shopping for Lower Sales Tax Rates	Çalışma, 2004-2015 arası Google Trends verilerini kullanarak ABD’de satış vergisi oranı değişikliklerinin tüketicilerin tepkilerini incelenmiştir. Bulgular, tüketicilerin kısa vadede dayanıklı ve saklanabilir malları stoklayarak güçlü bir tepki verdiğini, ancak bu tepkinin zamanla azaldığını göstermiştir. Ayrıca vergi kaçışının kısa vadede talep duyarlılığını artırarak etkili olduğu, ancak uzun vadede verginin verimliliğini azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.
Fuest	2021	Read My Lips? Taxes and Elections	Çalışmada Seçim kampanyalarında vergi politikalarının popülerliği genellikle düşük olup, seçimler sırasında bu politikaların belirleyici bir faktör olmadığı görülüyor. Ancak seçim öncesi vaatlerin tutarlı bir şekilde uygulanması seçmenler için önemli bir güven unsuru olarak kalıyor. Bu durum, seçmen tercihlerini şekillendirmede diğer faktörlerin daha büyük bir rol oynadığını gösteriyor.
Gomez-Herrera vd.,	2022	Whistling in the Dark? Equity Market Reactions to Digital Service Tax Proposals	Çalışmada, hisse senedi piyasasının Dijital Hizmet Vergisi tekliflerine olan tepkileri Google Trends verileriyle incelenmiştir. Araştırma, "dijital hizmetler vergisi", "AB dijital vergisi", "GAFA vergisi" gibi anahtar kelimelerle yapılmıştır. Bulgular, çoğu girişimin bu vergi tekliflerinin dijital firmalar üzerinde minimal etkisi olduğunu göstermiştir. Özellikle GAFAM şirketlerinin özsermaye getirileri üzerinde Avrupa Komisyonu-OECD dijital vergi teklifinin olumsuz ve önemli bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.
Klein vd.,	2022	Taxing the Digital Economy: Investor Reaction to the European Commission’s Digital Tax Proposals	Google Trendler’e göre yapılan araştırmalar, yatırımcıların dijital firmaların gelecekteki karlılığına ilişkin endişelerinin dijital vergilerin uygulanma olasılığı ile doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, araştırmalar sermaye piyasasının vergi artışlarının bir kısmının hissedarlara yansıtacağına inandığını ve ek maliyetlerin tamamen tüketicilere veya işgücüne aktarılamayabileceği fikrini desteklemektedir. Bu bulgular, yatırımcıların ve analistlerin Google Trendler gibi veri kaynaklarını kullanarak piyasa tepkilerini ve yatırım kararlarını şekillendirdiğini göstermektedir.

**Kaynak:** Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 2, Google Trends verilerinin vergi politikalarıyla ilgili çeşitli araştırmalarda nasıl kullanıldığını ve vergi politikalarının çeşitli etkilerini değerlendirmek için nasıl bir kaynak olarak hizmet ettiğini açıkça göstermektedir. Google Trends verileri, vergi politikalarının sosyal ve ekonomik etkilerini anlamak için sıkça kullanılmaktadır. Çalışmalar genellikle vergi artışları veya indirimlerinin bireylerin ve şirketlerin davranışları üzerindeki etkilerini incelemekte ve bu politikaların duyurulmasının ardından internet arama davranışlarındaki değişiklikleri ölçmek için Google Trends verilerinden yararlanmaktadır. Örneğin, sigara vergilerindeki artışların sigara bırakma eğilimleri üzerindeki etkileri veya hisse senedi piyasaları üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Ayrıca, vergi politikalarının uluslararası karşılaştırmalarını yaparak farklı ülkelerdeki internet arama trendlerini karşılaştırmalı olarak analiz etmek de yaygın bir yaklaşımdır. Bu çalışmalar genellikle yatırımcıların ve piyasa aktörlerinin vergi politikalarına nasıl tepki verdiğini anlamak ve gelecekteki ekonomik ve finansal trendleri tahmin etmek amacıyla Google Trends verilerini kullanmaktadır.

## 5. Araştırma Bulguları ve Tartışma

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın amacı, önemi, yöntemi ve bulgulara yer verilecektir.

### 5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı, vergi affı kanunlarına ilişkin yaygın beklentilerin ve taleplerin hem Türkiye'deki hem de dünya genelindeki vergi mükellefleri arasında yansımalarının tespit edilmesidir. Ayrıca gelecekteki vergi affı beklentileriyle ilgilenen kişilerin hem Türkiye içinde hem de küresel ölçekte, GT verilerini kullanarak gerçekleşen SVI'nın analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Literatür incelemeleri sonucunda, vergi aflarının SVI üzerindeki etkisini değerlendiren herhangi bir çalışmaya rastlanmadığı görülmüştür. Bu durum, çalışmanın literatürün bu alanda gelişmesine yapacağı katkı araştırmanın öneminin ortaya konulmasına katkı sağlamaktadır. Araştırma, GT verilerini kullanarak vergi affıyla ilgili arama hacmi eğilimlerini ve değişimleri incelemeyi hedeflemektedir. Ayrıca çalışma vergi affı ile ilgili anahtar kelimelerin arama motorlarında ne kadar sık arandığını ve bu aramaların zaman içinde nasıl bir eğilim gösterdiğini analiz etmek adına araştırmacılara bilgi sunmaktadır. Bu çerçevede çalışma sonucunda elde edilen veriler vergi affının hangi dönemlerde daha fazla ilgi gördüğünü, vergi affı beklentisinin nasıl bir etkisi olduğunu ve bu ilginin Türkiye'nin yanı sıra küresel çapta nasıl bir dağılıma sahip olduğunu anlama noktasında yardımcı olmaktadır. Öte yandan araştırmamızın sonuçları, vergi politikalarının tasarımında ve uygulanmasında karar vericilere rehberlik etmek veya genel olarak vergi affı uygulamalarının etkilerini tespitine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

### 5.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

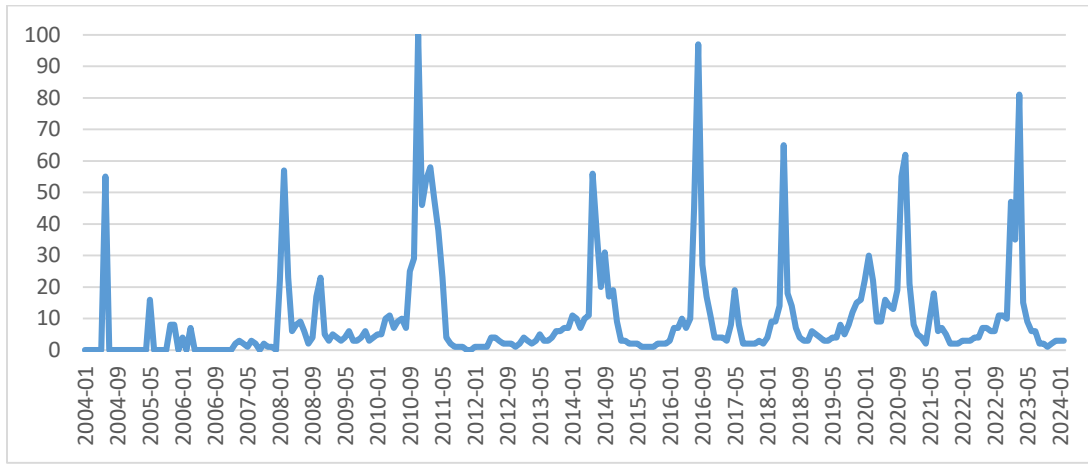
Araştırmada GT uygulamasında yer alan çevrim içi arama hacmi verileri kullanılmış olup, araştırma metodolojisi, doküman incelemesi ve betimsel tarama modeli olarak belirlenmiştir. Betimsel tarama modeli, bir durumu veya konuyu objektif bir şekilde açıklamayı amaçlayan, geçmiş dönemlerde veya mevcut dönemde var olan bir durumu araştırmak için kullanılmaktadır. Başka bir ifadeyle, betimsel tarama modeli, değiştirmeden veya yorum eklemeksizin gerçekliğin belirli bir çerçevede sunmasını hedeflemektedir. Böylelikle belirli bir konu veya durum hakkında derinlemesine inceleme yapmadan, genel bir görünüm hakkında bilgi edilmesine imkan sağlamaktadır. Bu yöntemin kullanılmasıyla birlikte GT verileri, çeşitli konuların popülerliğini zaman içinde nasıl değiştirdiğini anlamak ve trendleri belirlenmesine imkan sağlamaktadır (Karasar, 2012). Çalışmada, GT verileri 2004-2023 dönemi verileri kullanılarak analizler yapılmıştır. Analizlerde, Türkiye özelinde "Vergi affı", "Af Yasası Ne Zaman Çıkacak", anahtar kelimeleri, Dünya genelinde ise GT arama motoruna "Tax Amnesty" anahtar kelimesi kullanılarak SVI incelenmiştir.



### 5.3. Araştırma Bulguları

Vergi affı konularının sıkça popüler hale gelmesi ve sıklıkla yeni af kanunları çıkarılması, vergi mükelleflerinde tekrar yeni bir af kanunu beklentisi oluşturabilmektedir (Edizdoğan & Gümüş, 2013: 99). Bu durumun etkisiyle vergi mükelleflerinin veya sorumlularının internet üzerinde SVI’yı etkilediği gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, 2004-2023 zaman diliminde "Vergi Affı" konusunun Türkiye özelindeki trendi aşağıda yer alan Grafik 2’de görülmektedir.

**Grafik 2: “Vergi Affı” İfadesinin Trend Analizi (2004-2023)**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 2’de yer alan veriler incelendiğinde "Vergi Affı" ibaresine yönelik SVI’nın dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. Söz konusu dalgalanmaların nedeni, af kanunlarının çıkarıldığı dönemlerde daha fazla aranma talebi veya gelecekte yeni bir af kanunu çıkacak mı beklentisi içinde olan mükelleflerden kaynaklanabileceği düşünülebilir. Özellikle af çıkarılma veya beklenti dönemlerinde, vergi mükelleflerinin ilgili konuyu daha yoğun bir şekilde araştırdığı ve bu nedenle arama hacminin arttığı gözlemlenebilir. Bu durum, vergi affı konusunun mükellefler arasında önemli bir ilgi odağı olduğunu ve vergi politikalarıyla ilgili değişikliklerin kamuoyunda geniş yankı bulduğu söylenebilir.

Ayrıca, Şekil 1’deki Türkiye genelindeki SVI’ya göre, neredeyse tüm Türkiye haritasının koyu renklere büründüğü gözlemlenmektedir. Harita ayrıntılı incelendiğinde, yaklaşık 11 il dışındaki illerin tamamında koyu renk tonlarının hakim olduğu fark edilmektedir. Bu durumun nedenin, söz konusu 11 il ile ilgili verilerin mevcut olmaması olabileceği düşünülebilir.

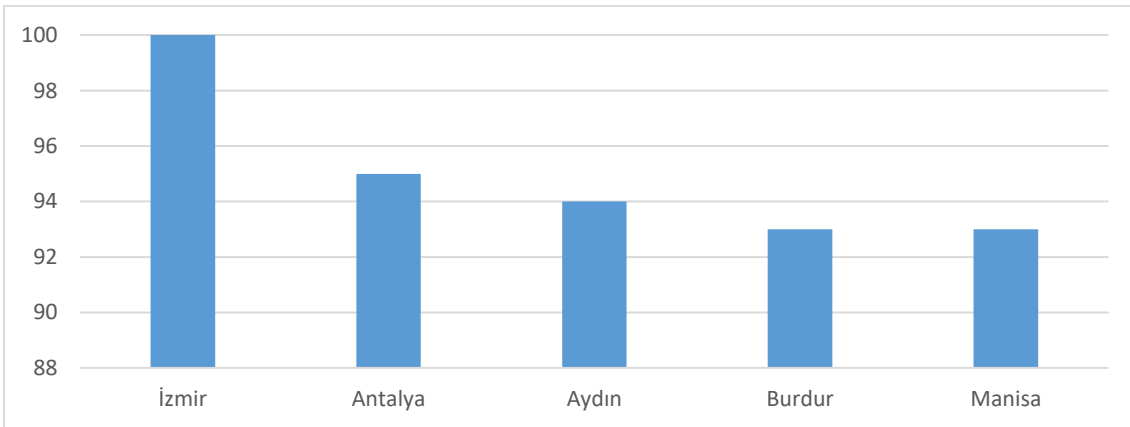
**Şekil 1: Türkiye Genelindeki Arama Hacmi İndeksi Haritası**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye geneliyle ilgili olarak çıkarımlar elde edilmesi sonrasında, il düzeyinde inceleme yapıldığında “vergi affı” kelimesinin en fazla aratıldığı ilk beş il ile ilgili olarak Grafik 3 hazırlanmıştır.

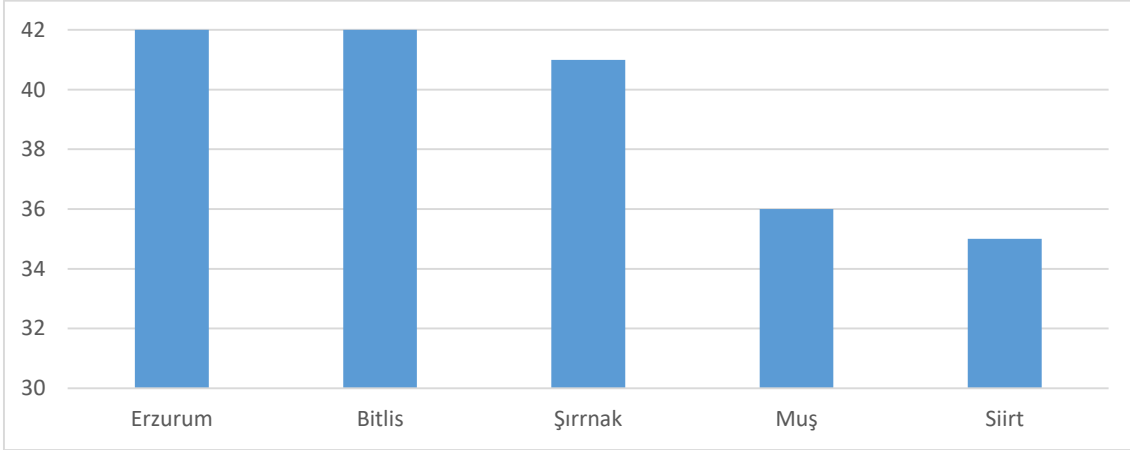
**Grafik 3: “Vergi Affı” Kelimesinin En Fazla Aratıldığı Beş İl (2004-2023)**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 3’te yer alan verilere göre "vergi affı" ifadesinin en yüksek popülerlik oranına sahip olduğu il İzmir olarak belirlenmiştir, bu ilde 100 SVI gözlemlenmiştir. İzmir’i sırasıyla Antalya, Aydın, Manisa ve İstanbul illeri takip etmektedir.

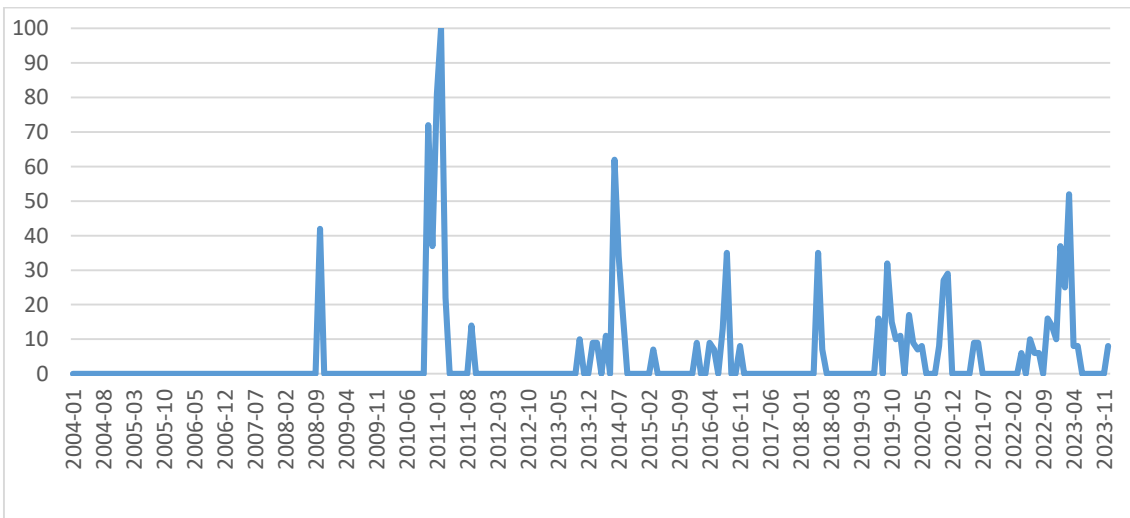
**Grafik 4: “Vergi Affı” Kelimesi En az Popüler Olan Beş İl (2004-2023)**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

2004-2023 dönemi arasında yapılan analizde, "vergi affı" ifadesinin en düşük trende sahip olan ilk beş il incelendiğinde, en düşük SVI’ya sahip il Siirt olarak gözlemlenmiştir. Ardından sırasıyla Erzurum, Bingöl, Gümüşhane ve Şırnak illeri gelmektedir. Grafikten anlaşılacağı üzere Erzurum ile Bingöl illerinin SVI’ları aynıdır. Benzer şekilde Gümüşhane ve Şırnak illerinin de Arama Hacmi İndeksleri birbirine eşittir.

**Grafik 5: “Vergi Affı Ne Zaman Çıkacak” Trendi (2004-2023)**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

## 6. Vergi Aflarının Dünyadaki Örnekleri ve Seyriyle İlgili Analiz

### Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Bu Vergi afları günümüzdeki bir konu olmanın ötesinde, tarih boyunca var olmuş bir olgudur. Dünya tarihine bakıldığında vergi aflarının tarihsel süreci oldukça eskilere dayanmaktadır. Medeniyetlerin yükseldiği dönemlerden antik çağlara, Orta Çağ'a ve modern zamanlara kadar vergi afları çeşitli toplumlarda ve dönemlerde görülmüştür (Torgler, 2003: 619-620). Dünya genelinde çıkarılan ilk af kanunun M.Ö.'ye dayandığı ifade edilmektedir (Baer & LeBorgne, 2008: 1). Elbette dünya değiştikçe ve geliştikçe çeşitli dönemlerde farklı gerekçelerle siyasi iktidarlar af kanunlarına zaman zaman başvurmuşlardır. Vergi aflarının gelişimi incelediğinde hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ekonomilere sahip ülkelerde özellikle 2000'li yıllardan sonra çok fazla karşılaşılan gerçeklik olgusu olarak görülmektedir (Kahraman, 2016: 97).

Çalışmanın bu bölümünde, vergi aflarının dünya çapındaki örnekleri ve tarihsel seyri incelenmiştir. Ayrıca, vergi aflarının dünya genelinde farklı ülkelere göre nasıl bir görünüm sergilediği ele alınmıştır. Bu bağlamda, vergi affı ve ilgili kavramlarla ilgili dünya genelinde SVI analiz edilmiştir.

**Tablo 3: Dünya'da Vergi Af Örneklerinin Yıllara Göre Analizi**

Ülkeler	Ülkelere Göre Af Kanunu Sayıları	Af Kanunu Çıkarılma Zamanları	Ülkeler	Ülkelere Göre Af Kanunu Sayıları	Af Kanunu Çıkarılma Zamanları
ABD	116 <sup>3</sup>	1981-1989(30), 1990-1999(18), 2000-2011(65)	İtalya	5	1982, 1984, 2001, 2009, 2014
Almanya	1	2011	Kanada	1	2002, 2007
Arjantin	6	1987, 1995, 2009, 2013, 2016, 2021	Kazakistan	3	2001, 2015, 2019
Avustralya	3	1980-1982, 2014	Kolombiya	3	1987, 2015, 2020
Avusturya	2	1982, 1993, 2012	Kosta Rika	2	2003, 2018
Bangladeş	18	Bangladeş'te, 1971'den 2013'e kadar 18 kez vergi affı çıkarılmıştır.	Letonya	1	2011
Belçika	2	1984, 1985, 2004	Lüksemburg	1	2016
Birleşik Krallık	1	2009	Malezya	2	1960, 2015
Bolivya	1	2014	Malta	1	2009
Brezilya	1	2017	Meksika	3	2001, 2017, 2020

<sup>3</sup> ABD'de çıkarılan bu af kanunları genel olarak eyaletler düzeyinde çıkarılmıştır. Bakınız; Bayer, 2015: 79.

Danimarka	1	2002	Norveç	2	2008, 2016, 2022
Ekvator	1	2008	Pakistan	1	2016
Endonezya	4	1964, 1984, 2008, 2016	Panama	2	1974, 2019
Filipinler	32	1972-1981'kadar 10 tane fark vergi affı çıkarılmıştır. 1986,1987,1991, 2001-2008 arası 21 tane çıkarılmış, 2019.	Peru	1	2017, 2020
Finlandiya	2	1982, 1984	Polonya	1	2003
Fransa	3	1982, 1986, 2013	Portekiz	6	1981, 1982, 1986, 1988, 2009
Güney Afrika	3	1995, 1995, 2003	Rusya <sup>4</sup>	8	1993, 1996, 1997, 2007, 2006, 2015, 2018, 2022
Hindistan	12	1951, 1965, 1975, 1975, 1980, 1985, 1986, 1991, 1997, 2013, 2016 ve 2022 yıllarında 11 adet af kanunu çıkarılmıştır.	Sri Lanka	11	
Hollanda	9	19934, 1940, 1945, 1955, 2009, 2010, 2013, 2014, 2015	Şili	1	2014
Honduras	3	2018, 2019, 2020	Tayland	2	2006, 2016
İrlanda	3	1988, 1993, 2017	Türkiye	41	1923-2022 Yılları arasında 38 af kanunu çıkarılmıştır
İspanya	2	1978, 2012	Yeni Zelanda	1	1988
İsviçre	3	1917, 1938, 2000	Yunanistan	1	2010

**Kaynakça:** Ahmar, 2018: 181; Alm & Rath, 2003: 5-6-7; Alstadsæter vd., 2022; Aseng, 2017; Benedek vd., 2022; Bayer, 2015: 79; Demirçin, 2021: 30-35; González, 2021; Huda & Hernoko, 2017: 58-59-60; Ibrahim vd., 2017; Keskin & Mastar Özcan, 2021; Mujahid & Siddiqui, 2019: 115; Purnomolasto, 2016; Tagle & Ospina, 2020; Torgler vd., 2003; Torgler, 2007, 266-267; Turan & Güler, 2020.

Tablo 3 incelendiğinde, vergi af kanunlarının hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde başvurulan yöntemler arasında yer aldığı gözlemlenmektedir. Ayrıca, Tablo 3’te yer alan verilere göre en fazla af kanununa başvuran ülkeler sırasıyla Türkiye, Filipinler, Bangladeş, Hindistan ve Sri Lanka olduğu gözlemlenmektedir. Genel bir perspektiften bakıldığında, vergi af uygulamalarının gelişmiş ülkelerde daha az, gelişmekte olan ülkelerde ise daha fazla başvurulan bir uygulama olduğu görülmektedir. Avrupa ülkeleri örneğine gelindiğinde ise, af kanunlarının çıkarılma sıklığına göre Türkiye, Hollanda, Rusya ve Portekiz en sık bu tür uygulamalara başvuran ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Dünya genelinde ise toplamda 45 ülkenin 291 defa vergi affı uygulamalarına başvurduğu görülmektedir. Bu da başka bir deyişle, ülke başına düşen ortalama af

<sup>4</sup> Rusya’da 2022’de çıkarılan af kanunu haber kaynaklarından derlenerek hazırlanmıştır.

uygulama sayısının 6,33 olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin bu uygulamaların %14,09'unu tek başına gerçekleştirmesi ise durumu olumsuz bir şekilde yansıtmaktadır.

Tablo 3'ten elde edilen verilere dayanarak, dünya genelindeki vergi affı örneklerini incelediğimizde, bu örneklerin dünya haritasını aşağıdaki Şekil 2 üzerinden incelenebilir.

**Şekil 2: Vergi Af Örneklerinin Dünya Haritası**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

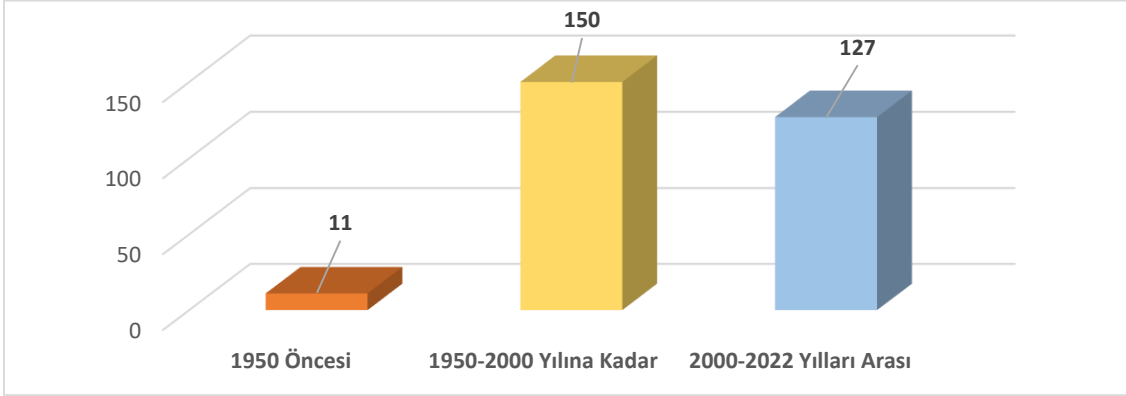
Şekil 2 incelendiğinde, Antarktika hariç hemen hemen tüm kıtalarda vergi affı uygulamalarına başvurulduğu gözlemlenmektedir. Bu durum, vergi aflarının küresel çapta yaygın bir şekilde kullanılan kanunlardan biri olduğu söylenebilir. Özellikle harita incelendiğinde, sadece gelişmekte olan ülkeler değil, aynı zamanda gelişmiş ülkelerin de vergi af kanunlarına başvurunun dikkat çekici olduğu görülmektedir.

Af kanunlarının çıkarılmasında farklı gerekçelerin rol oynadığı göz önüne alındığında, siyasi, ekonomik, mali, sosyal, idari, teknik ve psikolojik faktörlerin etkisi dikkate alınabilir (Yelman, 2017: 70). Dolayısıyla, grafikte görüldüğü gibi, 1950-2000 yılları arasında daha yoğun bir af kanunu çıkarılma eğiliminin olması, bu dönemde siyasi, ekonomik ve diğer birçok faktörün etkili olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Öte yandan, Tablo 3'te sunulan verilere göre, ilk vergi affının İsviçre'de 1917 yılında çıkarıldığı görülmektedir. 1917-2022 yılları arasındaki 105 yıllık süreçte, ortalama olarak her yıl 2,74 vergi affı kanunu çıkarılmıştır. Başka bir ifadeyle, yaklaşık her 3 yılda bir vergi affı kanunu çıkarılmıştır. Ancak vergi affı kanunlarının en çok çıkarıldığı dönem ise 1950-2000 yılları arasında gerçekleşmiştir.

Aşağıdaki Grafik 6, dünya genelinde yıllara göre çıkarılan vergi af kanunlarının analizini sunmaktadır. Veriler üç farklı kategoride toplanmıştır. Bu bağlamda grafik incelendiğinde, 1950 yılından önce, vergi af kanunlarının en az çıkarıldığı dönem olarak öne çıkmaktadır. 1950-2000 yılları arasında çıkarılan af kanunları toplamda % 52,08’lik bir oranı temsil etmektedir.

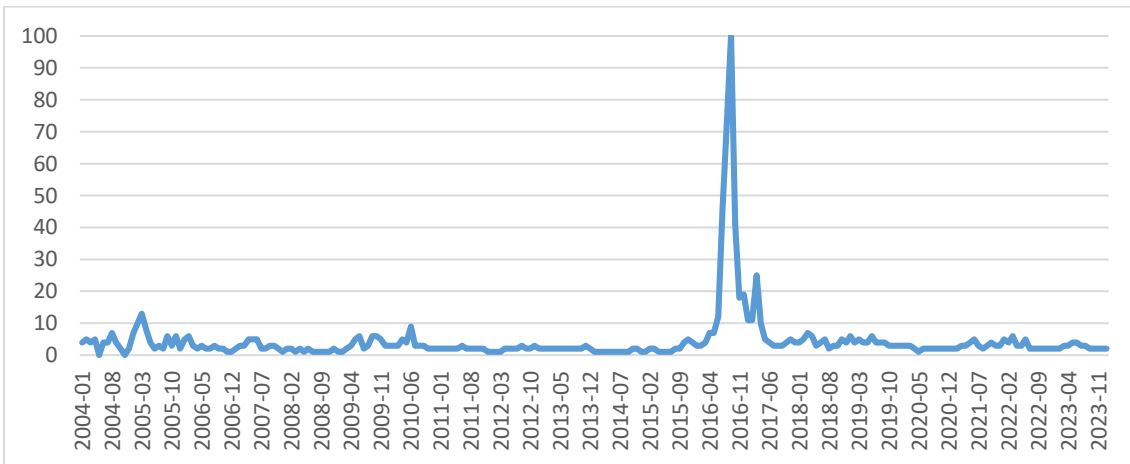
**Grafik 6: Yıllar İtibariyle Dünya Genelinde Çıkarılan Vergi Afları**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de vergi aflarının yaygın ve sık çıkarılması, vergi mükelleflerinin ya da sorumlularının internet üzerinde SVI’ları etkilemektedir. Zira çıkarılan af kanunları, mükelleflerin gelecekte vergi affı çıkma umuduyla beklenti düzeylerini etkileyebilir (Yelman, 2017: 68). Bu bağlamda, 2004-2022 dönemi arasında “Tax Amnesty” ifadesinin SVI analizi grafik 7’de yer almaktadır.

**Grafik 7: “Tax Amnesty” Kelimesinin Trendi (2004-2023)**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 7'ye göre, "Tax Amnesty" ifadesinin en fazla artış gösterdiği dönemin 2014 ile 2019 yılları arasında olduğu görülmektedir. 2021-2023 verileri incelendiğinde ise veri miktarının oldukça sınırlı olduğu gözlemlenmektedir. Vergi affına ilişkin SVI, 16 yıllık dönemi kapsayan süreçte en yüksek noktayı 2016 yılında elde ettiği söylenebilir. Grafik 9'da 2022-2023 dönemi "Tax Amnesty" kelimesinin bir buçuk yıllık grafiği çeyreklik dilimler olarak göstermiştir. Grafik 8 incelendiğinde, çeyreklik dilimlerde dalgalanmalar daha net olarak görülmektedir. Ayrıca grafikte 2022 yılında iki farklı yüksek trend görülürken 2023 yılında tek bir yüksek trend eğilimi olduğu görülmektedir.

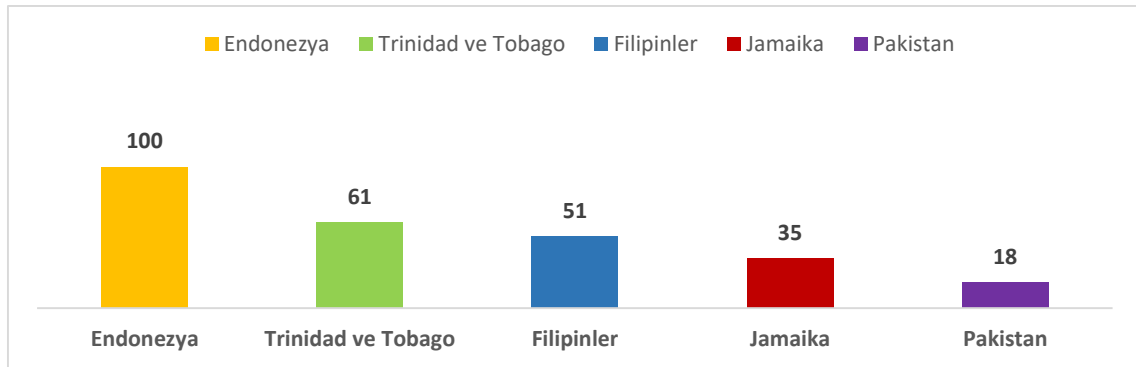
**Grafik 8: "Tax Amnesty" Kelimesinin Trendi (2022-2023)**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tax Amnesty kelime grubunun Dünya gelinde ülkelere göre trend analizi incelendiğinde ise en fazla trende sahip olan ilk 5 ülke için Grafik 9, en az trende sahip son 5 ülke için ise Grafik 10 hazırlanmıştır.

**Grafik 9: "Tax Amnesty" Kelimesinin En Çok Popüler Olan Beş Ülke (2004-2023)**



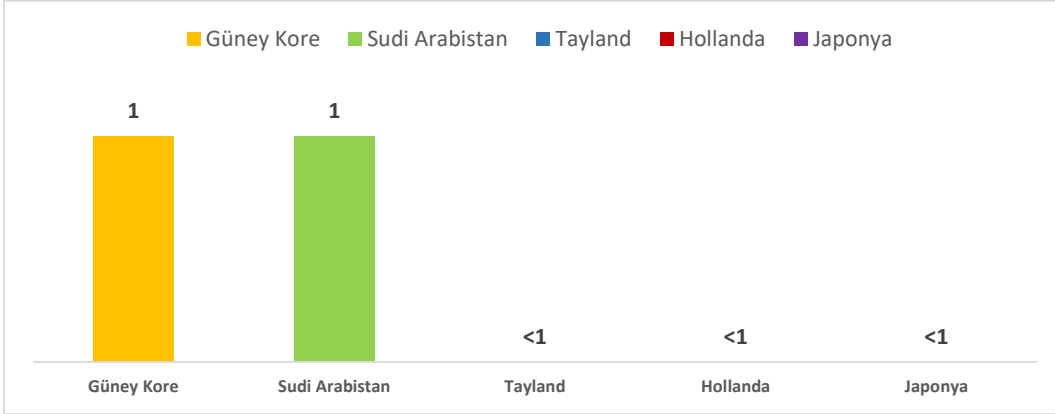
**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 9' göre, "Tax Amnesty" kelimesinin en yüksek SVI'na sahip ülkenin Endonezya olduğu görülmektedir. Daha sonrasında ise sırasıyla Trinidad ve Tobago,



Filipinler, Jamaika ve Pakistan yer almaktadır. Endonezya'nın SVI en yüksek olmasında, 2016 ve 2017 yıllarında üçer aylık dönemleri kapsayan ve 2017 yılında sona eren ardışık üç dönemde gerçekleştirilen vergi affı uygulamalarının etkili olduğu ifade edilebilir (Diela, 2016).

**Grafik 10: “Tax Amnesty” Kelimesinin En Az Trend Olduğu Beş Ülke (2004-2023)**



**Kaynak:** GT verileri kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 10 incelediğinde, “Tax Amnesty” ifadesinin en az popüler ya da trend olduğu ülkelerin Tayland, Hollanda ve Japonya olduğu görülmektedir. Bu üç ülkede, vergi affı ifadesine ilişkin SVI 1'in altında bir değere sahiptir. Diğer ülkeler arasında ise SVI, Güney Kore ve Suudi Arabistan'da 1 olarak gözlemlenmektedir. Çalışmada yapılan analizler değerlendirildiğinde genel itibari ile vergi affı uygulamasına başvurulduğu dönemlerde arama motorlarında vergi affıyla ilgili olarak hem Türkiye’de hem de diğer ülkelerde çok sık aramaların yapıldığı görülmektedir. Bu durum çalışmanın temel hipotezini destekler sonuçlar ortaya koymaktadır. Çünkü elde edilen çıkarımlar makro açıdan incelendiğinde vergi affı ile ilgili terimlerin taranma sıklığı vergi affı dönemlerinde artmaktadır. Ancak arka planda dikkat edilmesi gereken önemli bir çıkarım ise endeks değerinin 100’e yaklaştığı birçok dönemin varlığıdır. Bu durum akademik anlamda mükelleflerin vergi affına ihtiyaç duyduğu veya vergi affı uygulamasından etkilendiği anlamına gelmektedir. Bu etki ise sadece beklenti düzeyinde olmayıp, arka planda birçok mükellefin vergi affı uygulamasına ihtiyaç duyduğu noktasında da çıkarım elde edilmesine olanak tanımaktadır.

## 7. Sonuç

Vergi affı uygulamalarına yönelik olarak yapılan birçok çalışmada, vergi affı uygulamasının genellikle mükelleflerin vergi uyumu üzerindeki etkisine odaklanıldığı görülmektedir. Ancak bu çalışmada ise mükelleflerin, vergi affı uygulaması hakkında en

fazla bilgiye ihtiyaç duyduğu dönem aralıklarının tespit edilerek, literatürün bu alanda gelişmesine katkı sağlanması amaçlanmıştır. Beklentilerin uygulamalar üzerinde etkisinin varlığının olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışmanın genel değerlendirmesine baktığımızda, vergi aflarının yalnızca Türkiye'de değil aynı zamanda dünya genelinde de sıkça başvurulan bir gerçeklik olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye'ye özgü bir bakış açısıyla ele alındığında, vergi af kanunlarının olağanüstü dönemlerde çıkarılan politika ve ekonomi aracı olmaktan ziyade adeta belirli zaman aralıkları için süreklilik arz eden bir uygulama haline dönüştüğü gözlemlenmektedir. Bu durumun sonucunda, siyasi iradenin sürekli olarak vergi affı kanunlarına başvurması, vergi mükelleflerini sürekli olarak yeni bir af çıkacak beklentisi içerisinde olmalarına neden olmaktadır. Bu da vergi bilincinin zedelenmesine yol açabileceği gibi, aynı zamanda kayıt dışı ekonominin büyümesine neden olabilir. Mükellefler, gelecekte bir af çıkacak beklentisiyle, vergi ödeme isteğini erteleyebilir veya vergi yükümlülüklerini hafifletmeye çalışabilirler. Oluşacak beklenti aynı zamanda vergi aflarına ilişkin internet ortamında SVI'yu da etkilemektedir. Mükellefler, vergi aflarının çıkma ihtimalini öğrenmek veya takip etmek amacıyla internet üzerinde aramalar yapabilirler. Bu da "vergi affı" gibi ifadelerin arama hacmini artırabilir ve ilgili verileri etkileyebilir. Çünkü "af çıkacak mı ya da ne zaman çıkacak?" gibi sorular, vergi mükelleflerinin beklenti düzeylerini ve düşüncelerini etkileyebilir. Bu tür beklentiler, vergi mükelleflerini gelecekte bir vergi affı olasılığına yönlendirebilir ve vergi ödeme isteğini ertelemelerine neden olabilir.

Vergi afları, teşvik edilmesi gereken bir uygulama olarak algılanmasa da tüm dünya ülkelerinin siyasetini, ekonomisini ve diğer çeşitli alanlarını etkileyen bir olgu ve kavram gerçeğini yansıtmaktadır. Bu durumun etkileri olumlu ya da olumsuz olabilir ve vergi sistemi, ekonomik denge, vergi ödemeleri ve kayıt dışı ekonomi gibi konularda önemli etkileri bulunmaktadır. Dolayısıyla vergi aflarının kullanımı ve etkileri, dikkatli bir şekilde değerlendirilmeli ve gerektiğinde düzenlenmelidir. Vergi afları gibi yöntemlerin varlığı ve gerekliliği kabul edilirken, bunların sık sık ve rutin hale dönüşmesi yerine, ihtiyaç duyulduğu zamanlarda ve belirli şartlar altında başvurulması daha sağlıklı bir yaklaşım olacaktır. Bu şekilde vergi afları, özellikle ekonomik veya sosyal krizler, özel durumlar veya vergi sistemi üzerinde gerçekten olumlu bir etki sağlayabilecek durumlarda kullanılabilir. Vergi affı uygulamalarının kullanılabilirliği anayasal açıdan sınırlandırılması, hükümetlerin keyfi uygulamalarının önüne geçilmesinin yanında vergi otoritesinin de işlerlik kazanmasına katkı sağlaması beklenmektedir. Öte yandan, vergi aflarının düzenlenmesi ve uygulanması esnasında şeffaflık, adil davranma, belirlenmiş kriterlere uygunluk gibi prensiplere uyulması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, vergi sisteminin istikrarını ve vergi bilincini korumak için sürekli olarak vergi mükelleflerine yönelik eğitim ve bilgilendirme çalışmalarının yapılması da önemlidir. Böylelikle vergi afları gerektiğinde kullanılabilir bir araç olabilir, ancak sistemin sürdürülebilirliği ve adalete uygunluğunun göz önüne alınması vergi sisteminde sürdürülebilir bir yapının daha fazla kuvvetlenmesine katkı sağlayacaktır.

Çalışmanın araştırma konusu ve aracı çerçevesinde elde edilmesi muhtemel bir diğer çıkarım ise SVI sonuçlarının en fazla ve en az indeks oluşturduğu ülke veya şehirler çerçevesinde mikro ölçekli vergi politikalarının oluşturulabilmesidir. Örneğin herhangi bir bölgenin SVI düzeyinin yüksek ya da birinci sırada olması durumunda ilgili bölgede mükelleflere vergileme ile ilgili olarak vergi idaresi tarafından hatırlatma uygulamaları, tanıtım afişleri erişimi sağlanabilir. Öte yandan görsel bilgi aktarım mekanizmaları kullanılarak ilgili bölgelerde reklamlar aracılığı kullanılarak, mükelleflerin vergi ödemeye teşviki sağlanabilir. Bu noktadan hareket edildiğinde vergi idaresi açısından, dönemsel araştırmalar kullanılarak, mükelleflerin af beklentisi düşüncesine girmesine olanak tanımak yerine kamusal vergilerin kamusal harcamaların en önemli finansman kaynağı olduğu hatırlatması yapılabilir. Böylelikle idare açısından tahsilat getirisinin artması beklenirken, aynı zamanda mükelleflerin vergiye uyum sürecine katkıda bulunmuş olması beklenebilir.

Özetle, vergi aflarına sürekli başvurulması Türkiye ve dünya genelinde mükellefler arasında yeni bir af çıkacak beklentisi yaratmaktadır. Ancak bu durum, vergi politikalarını ve sistemlerini olumsuz yönde etkileyebilir. Mükellefler, bu beklentiyle birlikte vergi sistemlerine, internet arama motorlarına ve sosyal çevrelerine karşı farklı tutumlar sergileyebilir ve böylece kendi davranışlarını da değiştirebilirler. Özellikle vergi affı beklentisi, mükelleflerin internet arama motorlarında da yankı bulabilir. Ayrıca vergi afları konusunda yapılan çalışmalar, sürekli af taleplerinin vergi uyumu ve ahlaki değerler gibi pek çok noktada mükelleflerin farklı tutumlar sergilemesine neden olduğunu göstermektedir. Bu durum, vergi affı olasılıklarının sık sık gündeme gelmesiyle birlikte mükelleflerin vergi ödeme alışkanlıklarını ve vergiye karşı olan tutumlarını şekillendirebilir. Dolayısıyla vergi affı beklentisi, mükellefler üzerinde önemli psikolojik ve davranışsal etkilere sahip olabilir.

**Etik Kurul Onayı:** Etik kurul belgesi gerektiren bir çalışma değildir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Yazar Katkıları:**

[Ercan Yelman](#) <sup>ID</sup> - Fikir ve Amaç, Planlama ve Tasarım, Veri Toplama, Veri Analizi ve Tartışma, Literatür ve Atıf, Yazım ve Format, Son Onay ve Sorumluluk, Finansman Genel Katkı Düzeyi - % 70

[Enes Tekşan](#) <sup>ID</sup> - Veri Toplama, Veri Analizi ve Tartışma, Eleştirel İnceleme, Son Onay ve Sorumluluk, Süpervizörlük, Finansman Genel Katkı Düzeyi, - % 30.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

## Kaynakça

- Ahmar, N. (2018). "Role Of Public Accountants To The Success Of Tax Amnesty In Financial Institutions And Banking In Indonesia". *Balanced Scorecard (BSC): Does it Really Matter in Malaysian Private Institutions of Higher Learning?*, 181-189.
- Alm, J. & Rath, D.M. (2003). *Tax Policy Analysis: The Introduction of a Russian Tax Amnesty*. GSU Andrew Young School of Policy Studies Working Paper No. 98-6.
- Alm, J., & Beck, W. (1993). "Tax Amnesties And Compliance in the Long Run: A Time Series Analysis". *National Tax Journal*. 46(1), 53–60.
- Alstadsæter, A., Johannesen, N., Herry, S.L.G. & Zucman, G. (2022). "Tax Evasion and Tax Avoidance", *Journal of Public Economics*, 206, 1-17.
- Arama Trendleri Yardım. <https://support.google.com/trends/?hl=tr#topic=6248052> (Erişim Tarihi: 01.11.2023).
- Artés, J., Botello Mainieri, A. M., & Sánchez-Fuentes, A. J. (2019). "Tax Reforms and Google Searches: The Case of Spanish VAT Reforms During the Great Recession". *SERIEs*, 10, 321–336
- Aseng, A.C. (2017). "Tax Amnesty Implementation in Selected Countries and Its Effectivity". *Conference: 5th International Scholars Conference At: Asia-Pacific International University*. 5(1), 1-17, Thailand.
- Aydın, Z.B. & Akbelen, Z. (2020). "Vergi Aflarına Yönelik Mükellef Görüşleri ve Sosyo-Ekonomik Faktörlere İlişkin Bir Analiz". *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 7(1), 215-234.
- Ayers, J.W., Althouse B.M, Ribisl, K.M. & Emery, S. (2014). "Digital Detection for Tobacco Control: Online Reactions to the United States' 2009 Cigarette Excise Tax Increase". *Nicotine & Tobacco Research*. 16(5), 576–583.
- Ayers, J.W., Ribisl, K. & Brownstein, J.S. (2011). "Using Search Query Surveillance to Monitor Tax Avoidance and Smoking Cessation following the United States' 2009 "SCHIP" Cigarette Tax Increase". *Search Query Surveillance & Tobacco Control*. 6(3), 17.
- Ayrangöl Z. & Tekdere, M. (2013). "Potansiyel Etkileri ve Gönüllü Uyum Açısından Vergi Afları: 6111 Sayılı Kanunun İrdelenmesi". *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 6(2), 249-470.
- Baer, K. & Borgne, E. L., (2008). *Tax Amnesties: Theory, Trends, and Some Alternatives*. USA: IMF.
- Baker, S.R., Johnson, S. & Kueng, L. (2021). "Shopping for Lower Sales Tax Rates". *American Economic Journal: Macroeconomics*. 13(3), 209–250.
- Bayer, R.C., Oberhofer, H. & Winner, H. (2015). "The Occurrence Of Tax Amnesties: Theory and Evidence". *Journal of Public Economics*. 125, 70-82.
- Benedek, D., Grote, M., Jackson, G., Markevych, M., Sofrona, L. ve Waerzeggers, C. (2022). "Technical Notes & Manuals, Voluntary Disclosure Programs Design", *Principles, and Implementation Considerations*. 22(1), 1-39.
- Caputi, T. L. (2018). "Google Searches for "Cheap Cigarettes" Spike at Tax Increases: Evidence from an Algorithm to Detect Spikes in Time Series Data". *Nicotine and Tobacco Research*. 20(6), 779-783.

- Choi, H. & Varian, H.R. (2009). “Predicting the present with Google Trends. Google Inc.”, *Draft Date April 10*, 1-19.
- Choi, H., & Varian, H. (2012). “Predicting the present with Google Trends”. *Economic record*, 88, 2-9.
- Clark, M., Wilkins, E. J., Dagan, D. T., Powell, R., Sharp, R. L. & Hillis, V. (2019). “Bringing forecasting into the future: Using Google to predict visitation in U.S. national parks”. *Journal of Environmental Management*, 243, 1-27.
- Çetin, G. (2007). “Vergi Aflarının Vergi Mükelleflerinin Tutum ve Davranışları Üzerindeki Etkisi”. *Yönetim ve Ekonomi*. 14(2), 171-187.
- Demirci, S. & Dayar, H. (2023). “Economic and Social Impacts Of Tax Restructuring In Turkey: After 2008”. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*. 8(15), 61-77.
- Demirçin, M. (2021). *Türkiye’de Vergi Aflarının Ve Vergi Yapılandırılmasının İncelenmesi (2000-2021 Yılları Arası (Yayın No: 699940) [Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.*
- Diela, T. (2016). Indonesia's Tax Amnesty Program Breaks World Record, <https://jakartaglobe.id/business/indonesias-tax-amnesty-program-breaks-world-record/> (Erişim Tarihi: 27.01.2021).
- Doğan, Z. & Besen, R. (2008). “Vergi Aflarının Nedenleri ve Mükellefler Üzerindeki Etkileri”. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*. 1(1), 23-39.
- Duan, T., Ding, R., Hou, W., & Zhang, J. Z. (2018). “The Burden of Attention: CEO Publicity and Tax Avoidance”. *Journal of Business Research*. 87, 90–101.
- Edizdoğan, N. & Gümüş, E. (2013). “Vergi Afları ve Türkiye’de Vergi Aflarının Değerlendirilmesi”. *Maliye Dergisi*. 164, 99-119.
- Feng, Y., Li, G., Sun, X., & Li, J. (2019). “Forecasting the Number of Inbound Tourists with Google Trends”. *Procedia Computer Science*, 162, 628–633.
- Fuest, C., Gründler, K., Potrafke, N. & Ruthardt, F. (2022). Read My Lips? Taxes and Elections. SSRN Electronic Journal. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3960460](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3960460) (Erişim Tarihi: 16.06.2024).
- Gaertner, F.B., . Hoopes, J.L. & Williams, B.M. (2020). “Making Only America Great? Non-U.S. Market Reactions to U.S. Tax Reform”. *Management Science*. 66(2). 687–697.
- Go, H., Kang, M., & Nam, Y. (2020). “The Traces of Ecotourism in a Digital World: Spatial and Trend Analysis of Geotagged Photographs on Social Media and Google Search Data for Sustainable Development”. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 11(2), 183-202.
- Gomez-Herrera, E., Reggiani, R. & Şevtsova, Y. (2022). “Whistling in the Dark? Equity Market Reactions to Digital Service Tax Proposals”. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=4055553](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4055553) (Erişim Tarihi: 16.06.2024).
- González, D. (2021). Tax Amnesty: The Tension Between Cost And Benefit, <https://www.ciat.org/tax-amnesty-the-tension-between-cost-and-benefit/?lang=en> (Erişim Tarihi: 05.01.2023).
- Günay, H.M. & Gürdal, T. (2021). “Covid-19 Salgını Sürecinde Türkiye’de Bir Vergi Affı Gerekli Mi?”. *Legal Mali Hukuk Dergisi*. 17(195), 645-674.

- Gündüz, Z. (2021).“Vergi affı çıkar mı? Çıkarsa ne zaman çıkar? Kapsamı ne olur?”, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/vergi-affi-cikar-mi-cikarsa-ne-zaman-cikar-kapsami-ne-olur/674711> (Erişim Tarihi; 08.01.2023).
- Güneş, E. (2021). “Tax Reform, Noisy Politics and Financial Markets”, [https://www.researchgate.net/profile/Erkan-Gunes/publication/352873252\\_Tax\\_Reform\\_Noisy\\_Politics\\_and\\_Financial\\_Markets/links/60dd58e9a6fdccb745f876a2/Tax-Reform-Noisy-Politics-and-Financial-Markets.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Erkan-Gunes/publication/352873252_Tax_Reform_Noisy_Politics_and_Financial_Markets/links/60dd58e9a6fdccb745f876a2/Tax-Reform-Noisy-Politics-and-Financial-Markets.pdf) (Erişim Tarihi: 16.06.2024).
- Gürdal T., Yardımcıoğlu, F. & Beşel, F. (2016). “Türk Vergi Sisteminin Popülerlik Analizi”. *Maliye Araştırmaları Dergisi*. 2(2), 42-75.
- Huda, M.K. and Hernoko, A.Y. (2017). “Tax Amnesties in Indonesia and Other Countries: Opportunities and Challenges”. *Asian Social Science*. 13(7), 52-61.
- Ibrahim, M.A., Myrna, R., Irawati, I. & Kristiadi, J.B. (2017). “A Systematic Literature Review on Tax Amnesty in 9 Asian Countries”. *International Journal of Economics and Financial*. 7(3), 220-225.
- Ivasty, R. & Fanani, Z. (2020). “The Effect Of Publicity Of The President Director And Majority Shareholders On Tax Avoidance”. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*. 5(2), 885-901.
- Kahraman, A. (2016). <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2016/11/tr-gudem-sayi-27.pdf> (Erişim Tarihi: 27.01.2021).
- Kaplanoğlu, E. (2019). “Google Trends Arama Hacim Endeksine Dayalı Yatırım Analizi: USD/TRY Örneği”. II. BOR Conference (Business Organization Research Conference) (1212-1230). İzmir.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karayılmazlar, E., & Göde, B. (2017). “Vergi Yükünün Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi”. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 10(4), 131-142.
- Kesen, Seda, Canan, Ş. ve Yanar, Z. (2008). “Google Scholar ve Scirus Arama Motorlarında Türkçe Anahtar Sözcüklerle Yapılan Aramalar Üzerine Bir Değerlendirme”. *Bilgi Dünyası*. 9(1), 140-157.
- Keskin, E. & Mastar Özcan, P. (2021). “Vergi Affı Uygulamaları: Türkiye ve Seçilmiş Ülkeler Açısından Bir Değerlendirme”. *International Journal of Public Finance*. 6(1), 137 – 158.
- Klein, D., Ludwig, C.A. & Spengel, C. (2022). “Taxing the Digital Economy: Investor Reaction to the European Commission’s Digital Tax Proposals”. *National Tax Journal*. 75, 61–92.
- Kocabıyık T., TEKER T. & AKSOY E. (2019). “Google Trends ‘Dolar’ Aramaları ile Dolar Kuru Arasındaki İlişkinin Keşfi”. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*. (6), 258-271.
- Kurt, D. & Kurt, A.C. (2021). "Religion and Informational Influence: Evidence from Individual Tax Behavior in the U.S.". *Journal of Consumer Affairs*. 55(3), 821–846.
- Luitel, H. S. & Sobel, R. S. (2007). “The Revenue Impact of Repeated Tax Amnesties”. *Public Budgeting & Finance*. 27(3), 19-38.
- Monge, M., Poza, C. & Borgia, S. (2022). “A Proposal of a Tax Fraud Suspicion Indicator Based on Google Trends to Forecast Spanish Tax Revenues”. *International Economics*. 169, 1-12.

- Mujahid, A. & Siddiqui, D.A. (2019). “The Effect Of Tax Amnesties Programs On Tax Collection and Economic Performance: A Global Macro Economic Analysis”. *International Journal of Social and Administrative Sciences*. 4(2), 108-128.
- Ömercioğlu, A. (2022). *Psikolojik Ve Sosyolojik Yönleriyle Vergilendirme: Türkiye’de Vergi Afları ve Vergi Etiği Üzerindeki Etkileri*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Önder, I. (2017). “Forecasting tourism demand with Google Trends: Accuracy comparison of countries versus cities”. *International Journal of Tourism Research*. 19(4), 648–660.
- Petutschnig, M. (2017). “Future Orientation and Taxes: Evidence from Big Data.” *Journal of International Accountin, Auditing and Taxation*. 29(1), 14–31.
- Purnomolasto, N. (2016). “Comparison Of Tax Amnesty Implementation In Developing Countries (Comparison Study of Tax Amnesty Implementation between Indonesia and India 2016””. *Jurnal Bisnis Terapan*. 1(1), 77-86.
- Savaşan, F. (2006). “Vergi Afları: Teori Ve Türkiye Uygulamaları (“Vergi Barışı” Uygulama Sonuçları)”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 8(1), 41-65.
- Stejskalová, J. (2016). *Impact of the Information on Tax Burden on the Stock Market. MENDELU Working Papers in Business and Economics*. 62.
- Stejskalová, J. (2017). “The Impact Of Attention To News About Tax Changes On The Stock Market”. *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendeliana Brunensis*. 65(69), 2113-2121.
- Şenyüz, D. (2021). “Vergi Aflarında Vergi Borcunu Sona Erdiren Bir Sebep Olarak “Yenileme””. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 29(3), 1591-1621.
- Tabuchi, T., Fukui, K. & Gallus, S. (2019). “Tobacco Price Increases and Population Interest in Smoking Cessation in Japan between 2004 and 2016: A Google Trends Analysis”. *Nicotine Tob. Res.* 21, 475–480.
- Tagle, G.R. & Ospina, L. (2020). Tax Amnesties İn Times Of COVID: Exceptional Measures İn Exceptional Times, [https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/en/tax-amnesties-in-times-of-covid-exceptional-measures-in-exceptional-times/#\\_edn1](https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/en/tax-amnesties-in-times-of-covid-exceptional-measures-in-exceptional-times/#_edn1) (Erişim Tarihi: 05.01.2023).
- Taylor R.L.C., Kaplan S, Villas-Boas S.B. & Jung K. (2019). “Soda Wars: The Effect of a Soda Tax Election on University Beverage Sales”. *Econ Inq.* 57(3), 1480-1496.
- Torgler, B. (2003). *Tax Morale: Theory and Empirical Analysis of Tax Compliance* [Yayımlanmış Doktora Tezi, Basel Üniversitesi]. [https://edoc.unibas.ch/56/1/DissB\\_6463.pdf](https://edoc.unibas.ch/56/1/DissB_6463.pdf) (Erişim Tarihi: 01.01.2024).
- Torgler, B. (2007). *Tax Compliance and Tax Morale: A Theoretical and Empirical Analysis*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Torgler, B., Schaltegger, C.H A. & Schaffner M. (2003). “Is Forgiveness Divine? A Cross- Culture Comparison of Tax Amnesties Schweiz”, *Zeitschrift Für Volkswirtschaft Und Statistik*. 139(3), 375 – 396.
- Turan, M. E. & Güler, H. (2020). “Türkiye ve Bazı OECD Ülkelerindeki Vergi Aflarının Kanuni Dayanaklarının Karşılaştırılması”. *Vergi Raporu Dergisi*. 252, 11-32.
- Unur, K., Şeker F. & , Kınıklı, M. A. (2019). “Mevlana, Ayasofya ve Hacıbektaş-ı Veli Müzelerinin Ziyaretçi Sayıları İle Google Trends Verilerinin Karşılaştırılması”. Mesci, M. (Ed.),

International Congress on “Digital Transformation in Tourism I-DIGIT-19, Proceeding Book (129-137). Düzce.

Uygun, E. (2022). “Türkiye’de Vergi Affı Uygulamaları ve Kayıtdışılığa Etkisi”. *Legal Mali Hukuk Dergisi*. 18 (209), 1039 – 1060.

Vise, A. D., Malseed M. (2005). The Google Story, [http://yanko.lib.ru/books/internet/google\\_story-l.pdf](http://yanko.lib.ru/books/internet/google_story-l.pdf) (Erişim Tarihi: 11.10.2021).

Vosen, S., & Schmidt, T. (2011). “Forecasting Private Consumption: Survey-Based Indicators vs. Google Trends”. *Journal of Forecasting*. 30(6), 565-578.

Yelman, E. (2017). “Türkiye’de Çıkarılan Vergi Aflarının Nedenleri ve 6736 Sayılı Kanunun Mali Yönden İncelenmesi”. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*. 7(15), 67-84.