

BOYKOT ALGISI VE BOYKOT TUTUMU

ARAşTIRMA RAPORU

ARALIK 2025



I.	GİRİŞ VE GENEL DEĞERLENDİRME.....	3
II.	SOSYODEMOGRAFİK VERİLER.....	6
III.	BOYKOT TUTUMLARI VE BOYKOT ALGISI.....	15
IV.	GEÇMİŞ BOYKOT DENEYİMLERİ.....	28
V.	SON 6 AY TABLOSU.....	43

I. GİRİŞ VE GENEL DEĞERLENDİRME

Bu araştırma, Türkiye’de boykot davranışının hangi saiklerle ortaya çıktığını, bireylerin boykota yönelik algılarını ve boykot pratiklerinin sosyodemografik özelliklerle nasıl ilişkilendiğini analiz etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın verileri, Google Forms üzerinden çevrimiçi olarak toplanmış olup toplam 770 katılımcı araştırmaya dâhil edilmiştir. Katılımcıların ikamet dağılımı Diyarbakır’ın (%56) ardından İstanbul (%18,8), Adıyaman (%8,8), Şanlıurfa (%8,5), Malatya (%4,8) ve Mardin (%3,1) şeklinde seyretmektedir.

Cinsiyet dağılımı incelendiğinde, katılımcıların %57,4’ünün **Erkek**, %41,8’inin **Kadın** olduğu; %0,8’inin **LGBTQ+** kimliğini beyan ettiği görülmektedir. Araştırma grubunun **Yaş Aralığı** dağılımına bakıldığında, görüşmecilerin %8,6’sı **18-24 yaş**, %22,3’ü **25-34 yaş**, %27,3’ü **35-44 yaş**, %26,5’i **45-54 yaş**, %11,4’ü **55-64 yaş**, %3,9’u **65+ Yaş** görüşmecilerden oluşmaktadır. **Yaş ortalaması 40,9** olup örneklem, genç yetişkin ve orta yaş gruplarının dengeli biçimde temsil edildiği bir yapıya sahiptir. Eğitim düzeyinde **Lisans** mezunları (%52,7) belirgin bir ağırlığa sahipken, katılımcıların %14,3’ü **Lisansüstü** eğitim aldığını belirtmiştir.

İstihdam verilerine göre katılımcıların %62,1’i bir işte **Çalışmakta**; bu grubun içinde ücretli çalışanlar, özel sektör profesyonelleri ve kamu çalışanları önemli bir yer tutmaktadır. Sosyal güvence dağılımında ise **SSK** (%45,2) ve **Emekli Sandığı** (%21,6) öne çıkmaktadır. Gelir dağılımının çift uçlu bir yapıda olduğu görülmektedir: Katılımcıların yaklaşık dörtte biri 80.001 TL ve üzeri gelir grubunda yer alırken, **benzer büyüklükte bir grup (%22,3)** da 0–22.104 TL aralığında bulunmaktadır. Bu durum, araştırma grubunun ekonomik çeşitliliği bakımından dengeli bir temsil sunduğunu göstermektedir.

BOYKOTUN ETKİLİLİĞİNE DAİR ALGI

Katılımcıların boykotu bir protesto yöntemi olarak nasıl konumlandığı, çalışmanın temel sorularından birini oluşturmaktadır. Bulgular, boykotun araştırma grubumuzun genelinde etkili bir protesto biçimi olarak görüldüğünü göstermektedir. Katılımcıların %52,3’ü **“Evet”**, %18,3’ü **“Kesinlikle Evet”** yanıtı vererek toplamda yaklaşık **%70’lik bir kesim boykotun etkili olduğuna inandığını belirtmiştir.**

Cinsiyet karşılaştırmasında **Erkeklerde “Evet” oranı (%55,7)**, **Kadınlara** kıyasla daha yüksektir. Kadınlarda ise dikkat çeken bir nokta, %23,6 ile **“Kararsızım”** yanıtının daha yaygın olmasıdır. Bu durum, kadın katılımcıların boykotun etki kapasitesine dair değerlendirmelerinde daha temkinli bir yaklaşım sergilediklerine işaret etmektedir.

Yaşa göre dağılım incelendiğinde boykotun etkililiğine yönelik inancın yaş arttıkça güçlendiği görülmektedir. 55–64 yaş (%67,4) ve 65+ yaş (%69,2) gruplarında “Evet” yanıtlarının en yüksek seviyeye ulaşması, ileri yaşların boykotu siyasi/toplumsal bir araç olarak daha etkili gördüğünü

düşündürmektedir. Bununla beraber etkili olmadığını savunan yada kararsız tutum sergileyen yaş grubu 18-24 ve 25-34 yaş aralığında daha yüksek oranlarda görülmüştür.

EKONOMİK ŞARTLARIN BOYKOT ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Ekonomik faktörlerin boykot kararına etkisine ilişkin bulgular, araştırma grubunun önemli bir kısmının boykot kararını ekonomik koşullarla ilişkilendirdiğini göstermektedir. **Katılımcıların %36,4’ü ekonomik şartların “Etkiler” düzeyinde belirleyici olduğunu ifade ederken, %18,4’ü “Orta düzeyde etkiler” yanıtını vermiştir.**

Yaş karşılaştırması ekonomik duyarlılığın yaşla birlikte farklılaştığını ortaya koymaktadır: Genç yaş gruplarında “orta düzeyde etkiler” yanıtı yüksekken, 55 yaş sonrası ekonomik etkenlerin boykot kararını daha az etkilediği görülmektedir. Özellikle 65+ yaş grubunda “Etkilemez” yanıtının %46,7’ye çıkması dikkat çekicidir.

Normalde Boykot Etmeyi Düşündüğünüz Bir Kurumu, Taşındığı Kimlik Nedeniyle Boykot Etmeme Durumunuz Olur Mu? sorusuna görüşmecilerin %58,4’ü **Hayır**, %41,6’sı **Evet** yanıtlarını vermişlerdir.

SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ

Sosyal medya boykot davranışını etkileyen modern bir araç olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların %35,1’i sosyal medya paylaşımlarının boykot kararını “orta düzeyde etkilediğini” belirtirken, %22,9’u “Etkiler” yanıtı vermiştir.

Cinsiyetler arasında belirgin bir fark görülmektedir: Kadınlarda sosyal medyanın etkisi daha güçlü hissedilirken, erkeklerde **“Hiç Etkilemez”** oranı daha yüksektir. Genç yaşlarda sosyal medyanın etkisi belirgin biçimde artmaktadır. 18–24 yaş grubunda **“Orta Düzeyde Etkiler”** yanıtının %45,5’e kadar çıkması, bu yaş grubunun boykot çağrılarını dijital mecralar üzerinden daha yoğun takip ettiğini göstermektedir.

BOYKOT DENEYİMİ VE BOYKOT EDİLEN KATEGORİLER

Katılımcıların %79,5’i yaşamında en az bir kez boykot eylemine katıldığını belirtmiştir. Erkeklerde boykot deneyimi biraz daha yüksek (%81,4) olup, yaş arttıkça boykot deneyiminin belirgin biçimde arttığı gözlenmiştir (55–64 yaş: %88,6). Bu dağılım, boykotun oldukça yaygın bir protesto pratiği olduğunu göstermektedir. 18-24 yaş arası katılımcılar ise %63,6 oranla en az boykot geçmişine sahip gruptur.

Boykot edilen şeyin kategorilerine bakıldığında marka boykotu (%22,1) ve seçim boykotu (%19) ilk iki sırayı paylaşmaktadır. **Kadınlarda Marka Boykotu** (%23,9) **erkeklerden** küçük bir oranla (%20,8) yüksektir. Aynı zamanda erkeklerde **Seçim Boykotu** (%23,1) birinci sırada yer almaktadır. Yaş grupları incelendiğinde, gençlerde marka ve mekân boykotunun daha yaygın olduğu; 55+ yaş

grubunda ise politik içerikli seçim boykotunun belirgin biçimde arttığı görülmüştür. Bir Boykota Katıldığınızda Onu Sürdürme Konusunda görüşmecilerin %58,8'i **Kararlı** olduklarını belirtmiştir.

BOYKOTUN TEMEL MOTİVASYONLARI

Katılımcıların boykot etme nedenlerinde **Politik Motivasyonlar** açık ara öne çıkmaktadır. Toplamda %35,1 ile **Politik Nedenler** birinci sıradadır. **Etik Gerekçeler** (%22,6) ikinci sırada gelirken, **Öfke/Tepki** motivasyonları (%12,5) üçüncü sıradadır.

Cinsiyet kırılımında hem **Kadınlarda** hem **Erkeklerde** politik nedenler ilk sırada yer almaktadır. Yaş karşılaştırmasında **Politik Motivasyonların** yaşla birlikte arttığı; özellikle 55–64 yaş grubunda en yüksek seviyeye ulaştığı görülmektedir. Gençlerde ise **Etik Gerekçeler** ve **Öfke/Tepki** motivasyonlarının daha yaygın olması dikkat çekicidir.

Boykot davranışını tetikleyen unsurlar arasında da **İdeolojik Aidiyet** ve **Kişisel Deneyim** öne çıkmıştır. Gençlerde kişisel deneyim belirgin bir motivasyonken, orta yaş ve üzeri gruplarda siyasi aktörlerin çağrılarının etkisi artmaktadır.

BOYKOTTAN BEKLENTİLER

Katılımcıların boykot yaparken temel beklentisi ağırlıklı olarak **Toplumsal Farkındalık Yaratmaktır** (%34). Bu bulgu, boykotun sadece karşı tarafa yönelik değil, aynı zamanda kamuoyu algısına yönelik bir araç olarak görüldüğünü göstermektedir.

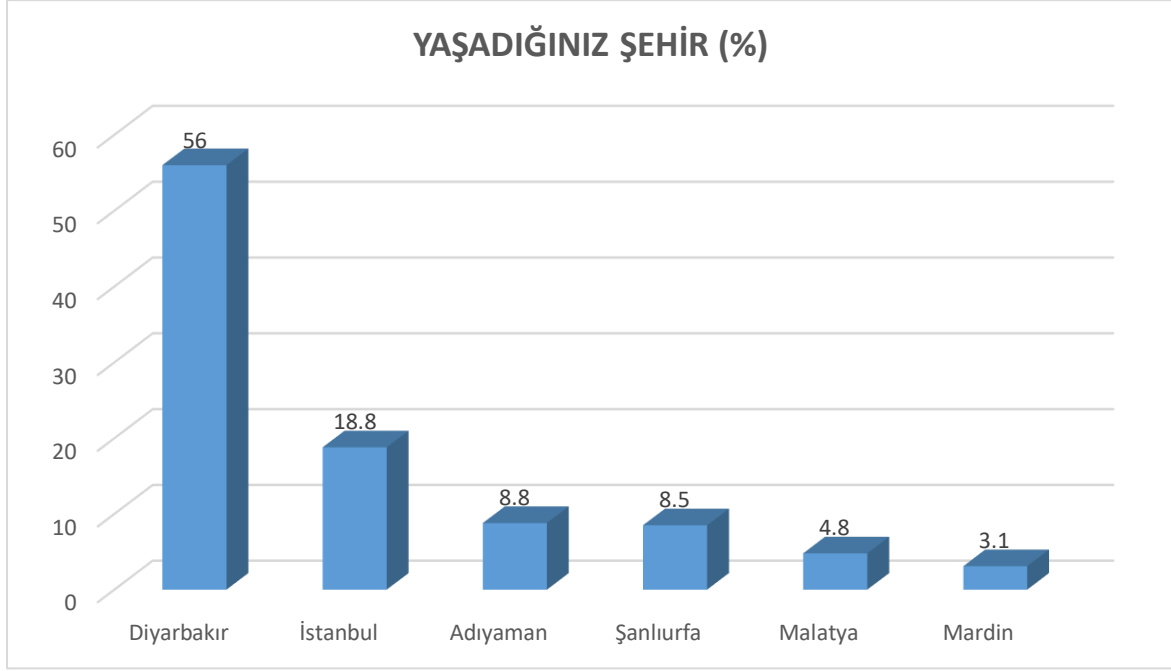
Bunun yanında **Boykot Edilen Muhatabın Özür Dilemesi** veya **Politika Değiştirmesi** beklentisi de güçlüdür. Orta yaş gruplarında politik duruş sergileme beklentisi artarken, gençlerde daha çok farkındalık yaratma ve sembolik destek verme öne çıkmaktadır.

HİÇ BOYKOT ETMEME GEREKÇELERİ

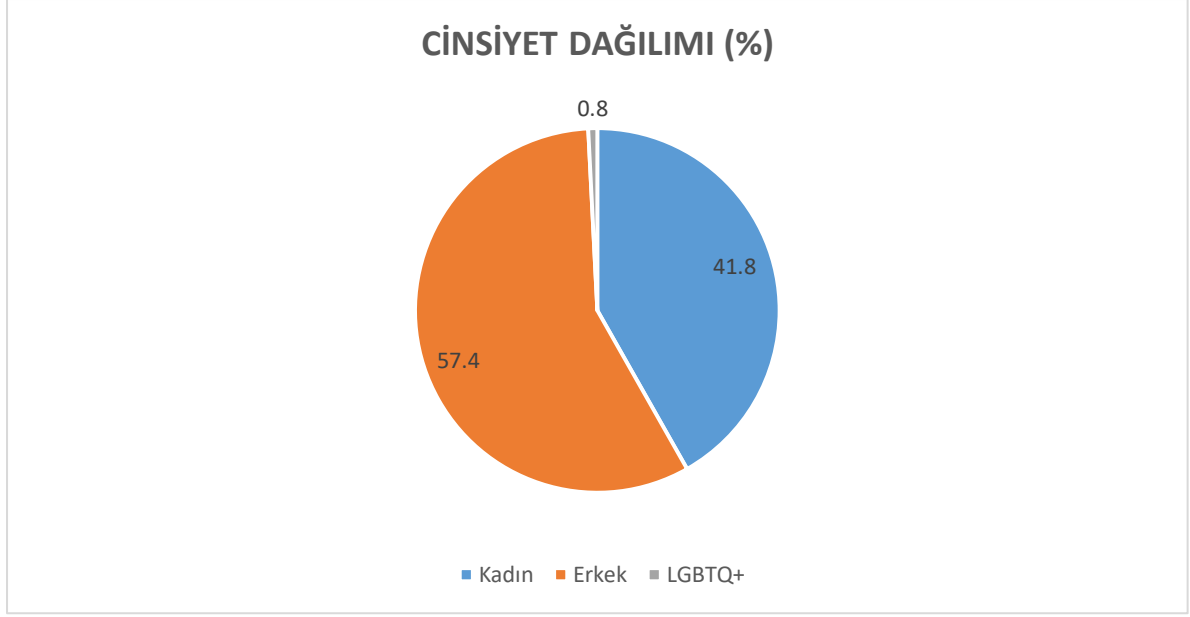
Son 6 Ay Tablosuna bakıldığında Yaşam Boyu Boykot yapılmış olma eğiliminin aksine katılımcıların yalnızca %36,4'ü boykot yaptığını belirtmiştir. Son 6 Ay içinde boykot edilen kategoriler arasında %20,9 **İsrail Menşeli veya İsrail'i Destekleyen Markalar**, %16,5 **Kahve Zincirleri**, %13,7 **Trendyol ve Diğer E-Ticaret Platformları**, %12,9 **Devlet Kurumları, TV Kanalları ve Medya Grupları**, %9,4 **Ülker / Yıldız Holding Grubu**, %6,5 **Üç Harfli Marketler**, %4,3 **Yerel İşletmeler**, %4,3'ü **Grev Yapılan İşyerleri** ön plana çıkmaktadır.

Boykot etmemiş olan küçük grup içinde en baskın gerekçe boykotun etkisiz olduğu görüşüdür (%39,5). Bu oran özellikle gençlerde (%47) ve 55–64 yaş grubunda (%53,8) yüksektir. “**Takip Etmiyorum**” yanıtı da önemli bir paya sahiptir (%27,9). 65 yaş üstü grupta boykot etmemenin en belirgin nedeni “**Alternatif Bulmak Zor**” yanıtı olup oran %50'ye kadar çıkmıştır. Bu bulgu, ileri yaş grubunda tüketim alışkanlıklarının daha yerleşik olabileceğini göstermektedir.

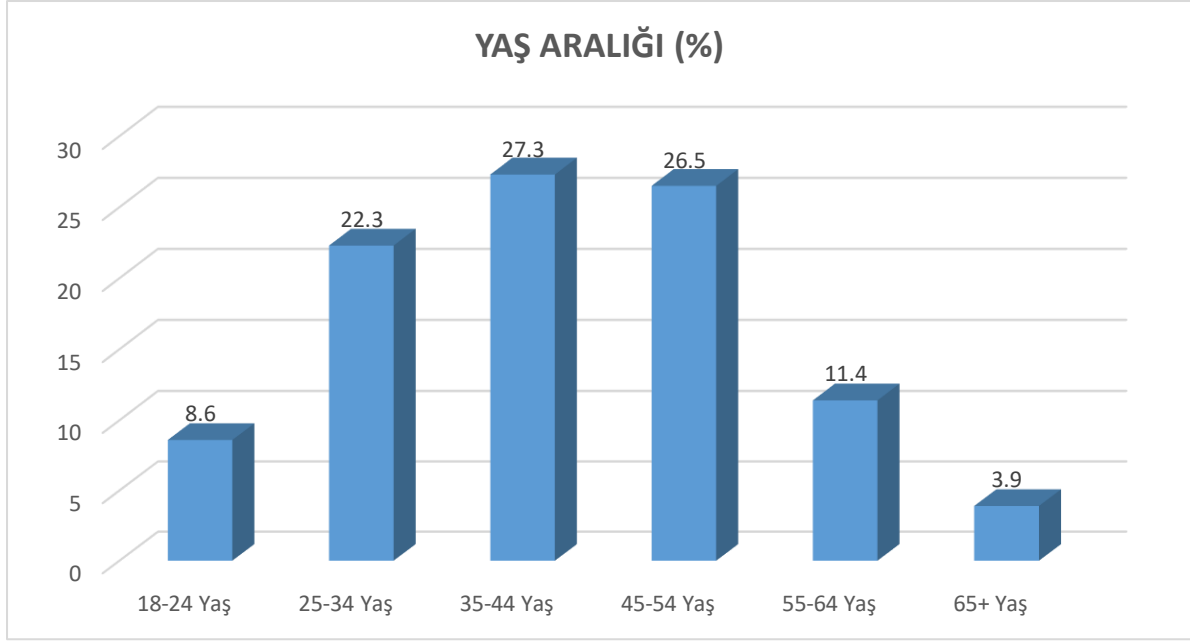
II.SOSYODEMOGRAFİK VERİLER



Araştırma grubunun örneklem dağılımına bakıldığında %56'sı **Diyarbakır**, %18,8'i **İstanbul**, %8,8'i **Adıyaman**, %8,5'i **Şanlıurfa**, %4,8'i **Malatya**, %3,1'i **Mardin** şeklindedir.

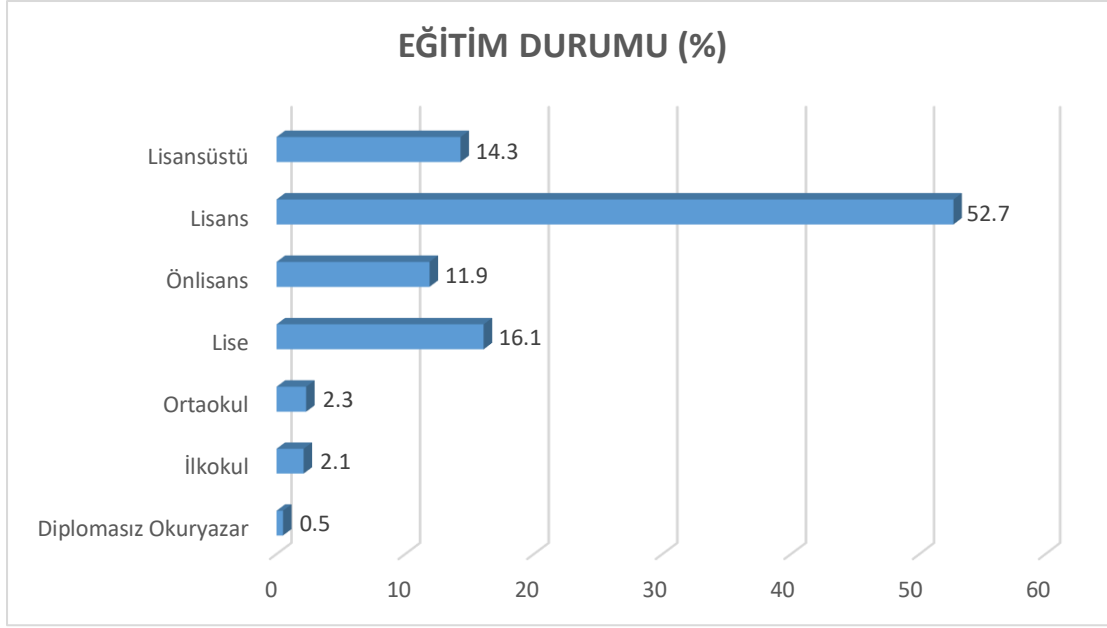


Araştırma grubunun **Cinsiyet** dağılımına bakıldığında %57,4 **Erkek**, %41,8 **Kadın**, %0,8 **LGBTQ+** şeklindedir.

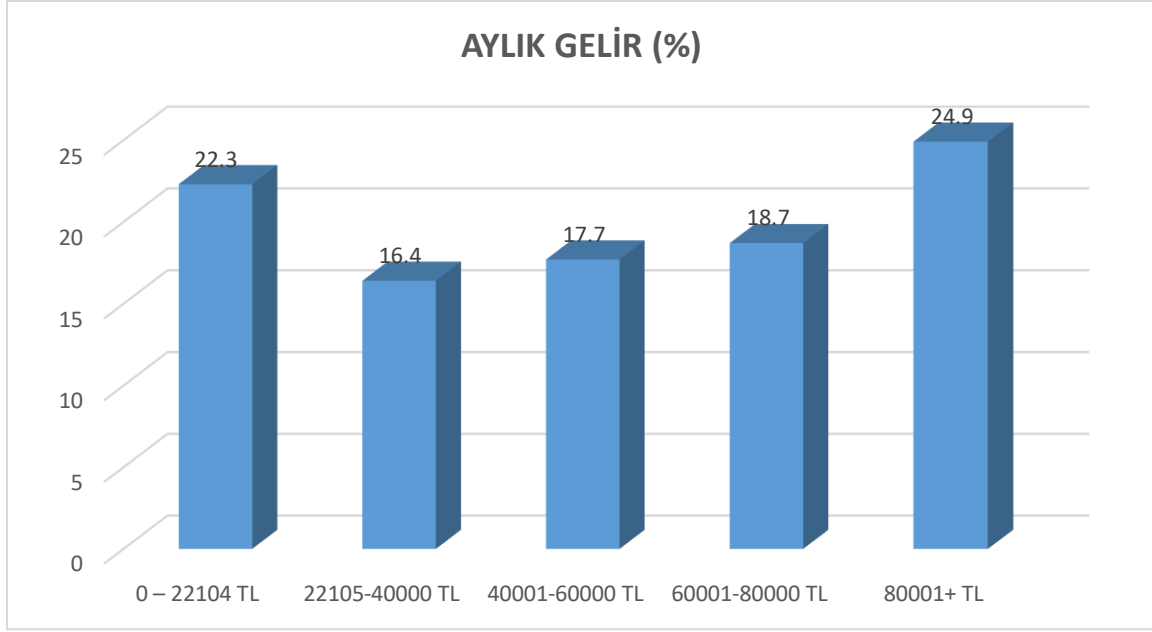


Araştırma grubunun **Yaş Aralığı** dağılımına bakıldığında, görüşmecilerin %8,6'sı **18-24 yaş**, %22,3'ü **25-34 yaş**, %27,3'ü **35-44 yaş**, %26,5'i **45-54 yaş**, %11,4'ü **55-64 yaş**, %3,9'u **65+ Yaş** görüşmecilerden oluşmaktadır.

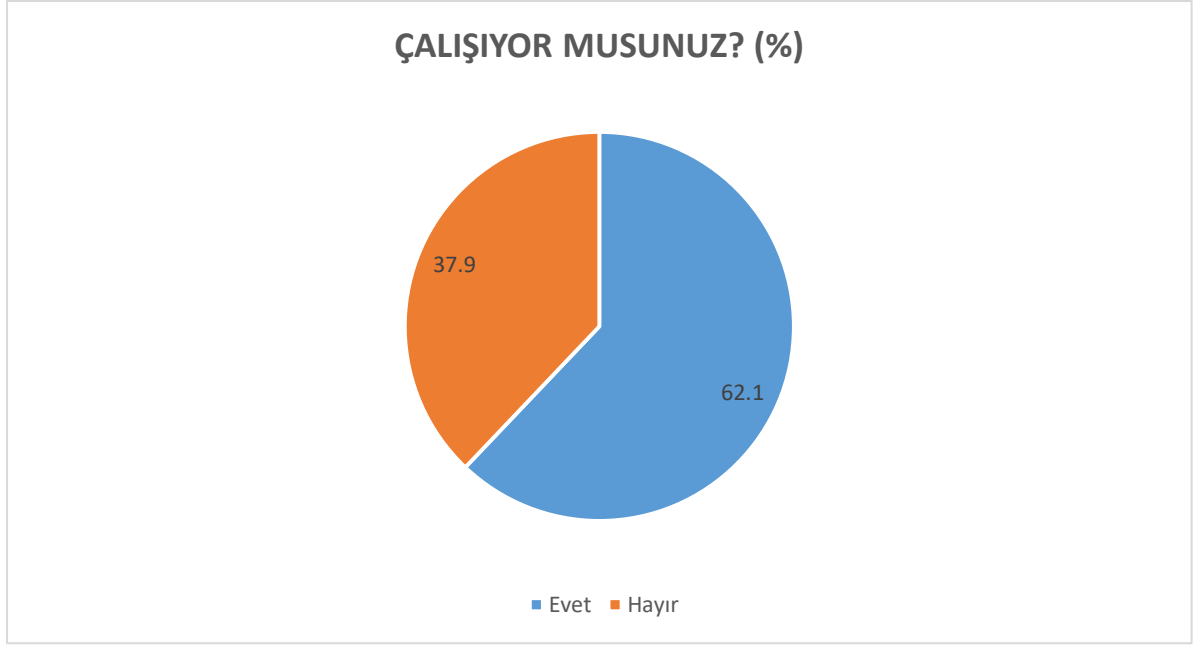
Araştırma grubunun **Yaş Ortalaması** 40,9 olarak ölçülmüştür.



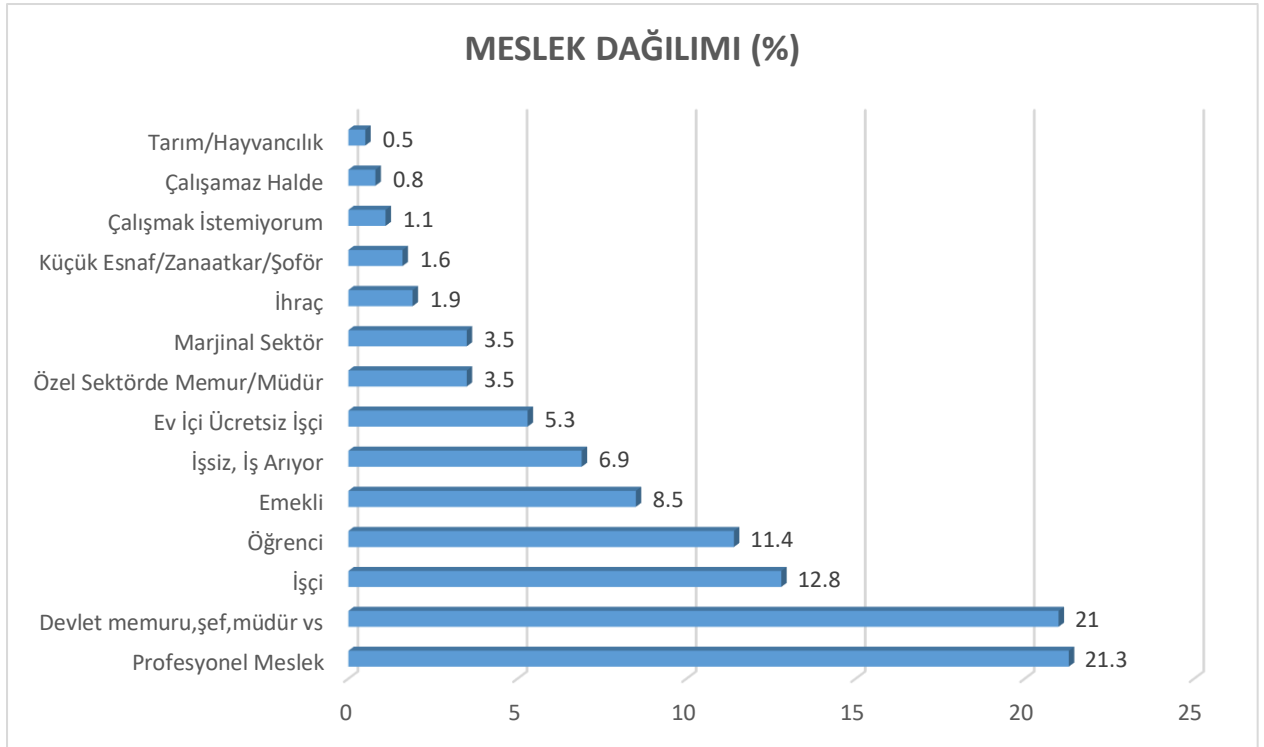
Araştırma grubuna yöneltilen **Eğitim Durumunuz Nedir?** sorusuna görüşmecilerin %0,5'i **Diplomasız Okuryazar**, %2,1'i **İlkokul Mezunu**, %2,3'ü **Ortaokul Mezunu**, %16,1'i **Lise Mezunu**, %11,9'u **Ön lisans Mezunu**, %52,7'si **Lisans Mezunu**, %14,3'ü **Lisansüstü Mezunu** yanıtlarını vermişlerdir.



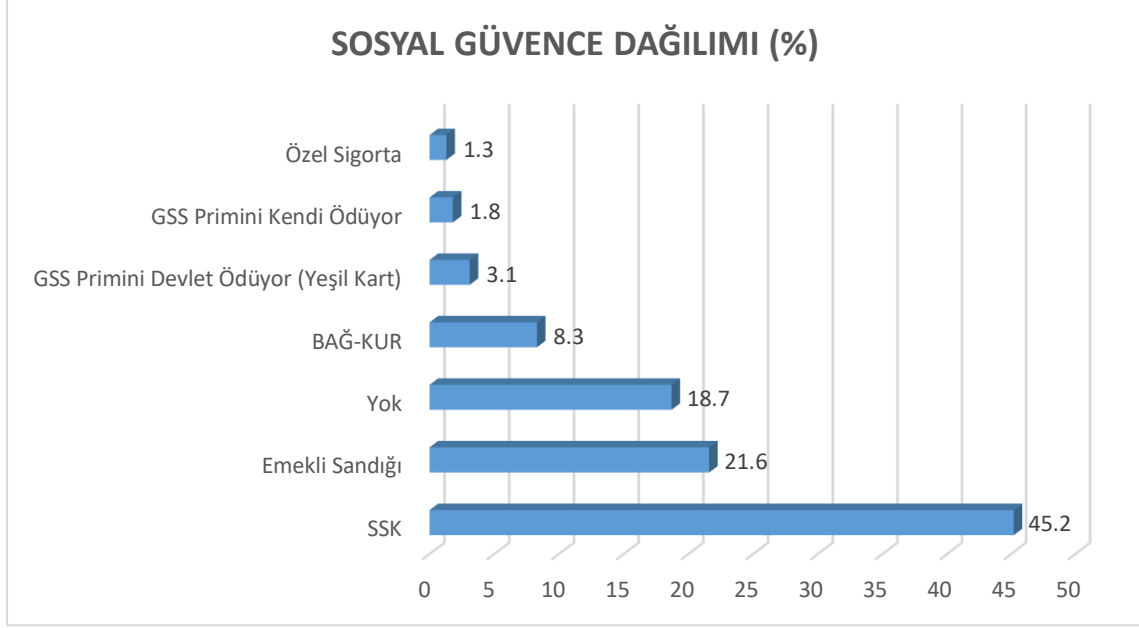
Araştırma grubuna yöneltilen **Ailenizin Toplam Aylık Geliri Ne Kadardır?** sorusuna görüşmecilerin %22,3'ü **0-22104 TL**, %16,4'ü **22105-40000 TL**, %17,7'si **40001-60000 TL**, %18,7'si **60001-80000 TL**, %24,9'u **80001+TL** yanıtlarını vermişlerdir.



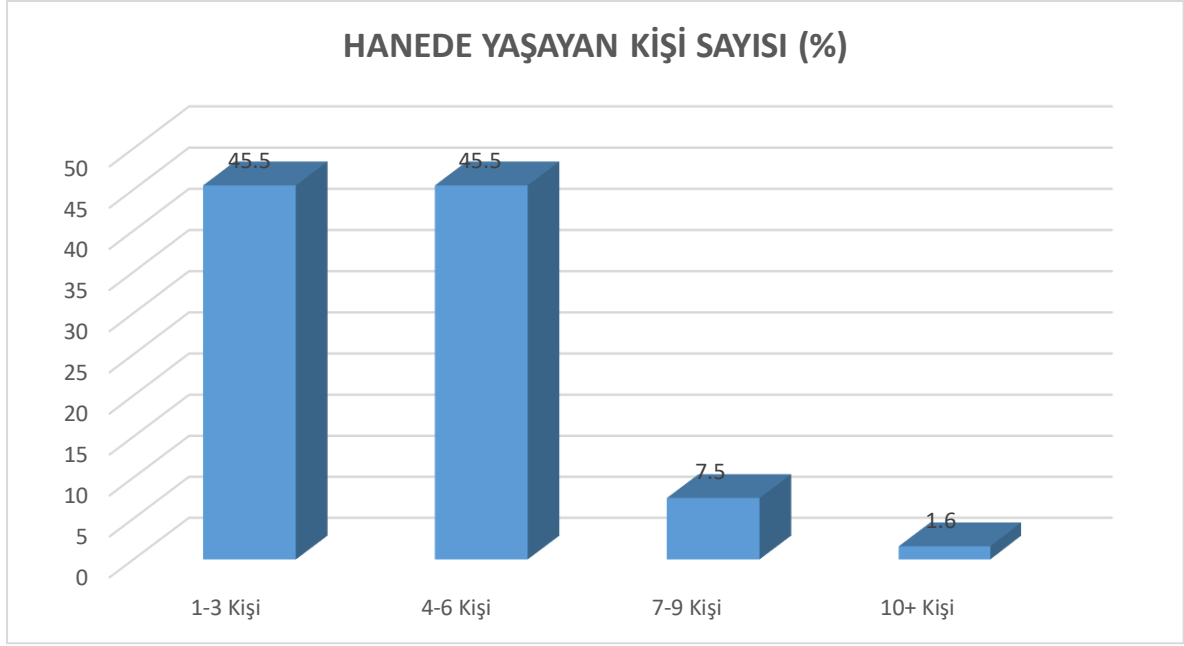
Araştırma grubuna yöneltilen **Çalışıyor musunuz?** sorusuna görüşmecilerin %62,1'i **Evet**, %37,9'u **Hayır** yanıtlarını vermişlerdir.



Araştırma grubunun **İstihdam Durumuna** bakıldığında görüşmecilerin %21,5'i **Profesyonel Meslek**, %21'i **Devlet Memuru, Şef, Müdür vs.**, %12,8'si **İşçi**, %11,4'ü **Öğrenci**, 8,5'i **Emekli**, %6,9'u **İşsiz İş Arıyor**, %5,3'ü **Ev İçi Ücretsiz İşçi**, yanıtlarını vermişlerdir.

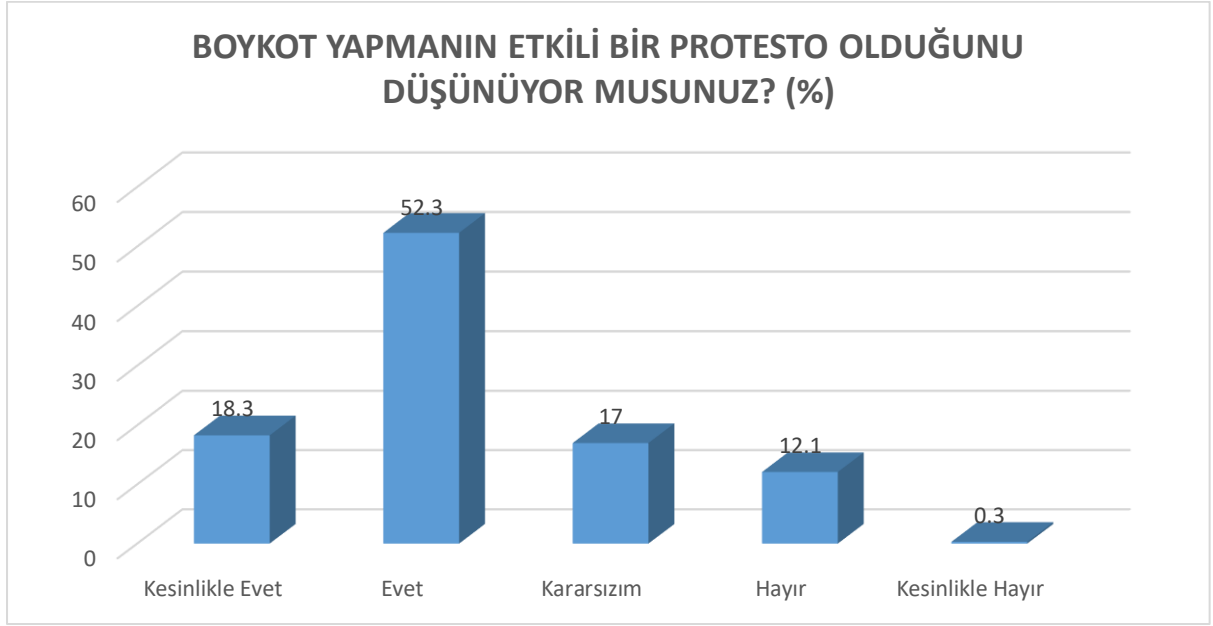


Araştırma grubuna yöneltilen **Sosyal Güvenceniz Nedir?** sorusuna görüşmecilerin %45,2'si **SSK**, %21,6'sı **Emekli Sandığı**, %18,7'si **Yok**, %8,3'ü **BAĞ-KUR**, %3,1'i **GSS Primini Devlet Ödüyor (Yeşilkart)**, %1,8'i **GSS Primini Kendi Ödüyor** %1,3'ü **Özel Sigorta** yanıtlarını vermişlerdir.



Araştırma grubuna yöneltilen **Haneden Yaşayan Kişi Sayısı Kaçtır?** sorusuna görüşmecilerin %45,5'i **1-3 Kişi**, %49,5'i **4-6 Kişi**, %7,5'i **7-9 Kişi**, %1,6'sı **10+ Kişi** yanıtlarını vermişlerdir.

III. BOYKOT TUTUMLARI VE BOYKOT ALGISI



Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Yapmanın Etkili Bir Protesto Olduğunu Düşünüyor Musunuz?** sorusuna görüşmecilerin %18,3'ü **Kesinlikle Evet**, %52,3'ü **Evet**, %17'si **Kararsızım**, %12,1'i **Hayır**, %0,3'ü **Kesinlikle Hayır** yanıtlarını vermişlerdir.

BOYKOT YAPMANIN ETKİLİ BİR PROTESTO OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYOR MUSUNUZ? * CİNSİYET (%)					
		CİNSİYET (%)			TOPLAM
		Kadın	Erkek	LGBTQ+	
Boykot Yapmanın Etkili Bir Protesto Olduğunu Düşünüyor musunuz?	Evet	47,10%	55,70%	100,00%	52,30%
	Hayır	10,80%	13,20%		12,10%
	Kararsızım	23,60%	12,30%		17,00%
	Kesinlikle Evet	18,50%	18,40%		18,30%
	Kesinlikle Hayır		0,50%		0,30%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

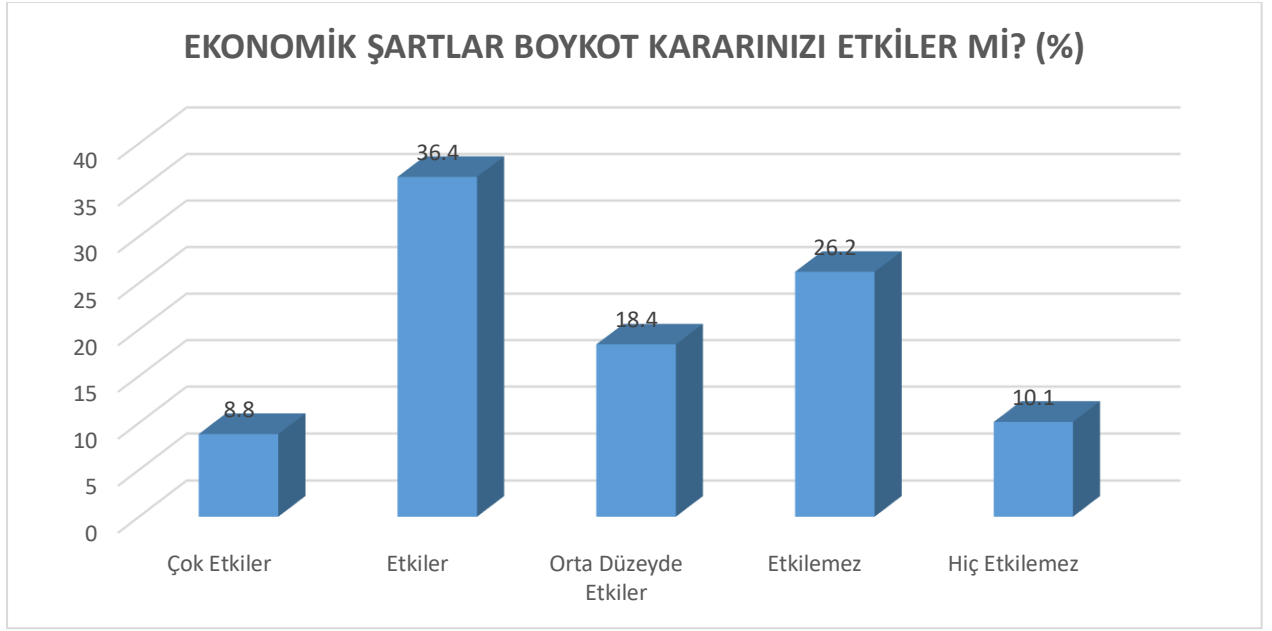
Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Yapmanın Etkili Bir Protesto Olduğunu Düşünüyor musunuz?** sorusunun **Cinsiyet** karşılaştırmasına baktığımızda;

Erkeklerde “Evet” yanıtı %55,7 ile en yüksek orana sahiptir ve erkekler boykotu kadınlara kıyasla daha etkili bir protesto biçimi olarak görmektedir. **Kadınlarda** ise dikkat çeken nokta **“Kararsızım”** seçeneğinin %23,6 ile yüksek olmasıdır. Her iki cinsiyette de **“Kesinlikle Evet”** oranı benzer düzeydedir (%18 civarı). **LGBTQ+** grubunun tamamı boykotu etkili bulmuştur ve bu güçlü bir birliktelik göstermektedir.

BOYKOT YAPMANIN ETKİLİ BİR PROTESTO OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYOR MUSUNUZ? * YAŞ ARALIĞI (%)								
		YAŞ ARALIĞI (%)						TOPLAM
		18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş	65+ Yaş	
Boykot Yapmanın Etkili Bir Protesto Olduğunu Düşünüyor musunuz?	Evet	37,50%	45,10%	54,00%	52,50%	67,40%	69,20%	52,30%
	Hayır	21,90%	19,50%	12,00%	5,90%	7,00%	7,70%	12,10%
	Kararsızım	25,00%	14,60%	23,00%	14,90%	11,60%		17,00%
	Kesinlikle Evet	15,60%	20,70%	11,00%	25,70%	14,00%	23,10%	18,30%
	Kesinlikle Hayır				1,00%			0,30%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Yapmanın Etkili Bir Protesto Olduğunu Düşünüyor musunuz?** sorusunun **Yaş Aralığı** karşılaştırmasına baktığımızda;

“**Evet**” yanıtı yaş arttıkça belirgin şekilde yükselmekte, **55–64 (%67,4)** ve **65+ yaş grubunda (%69,2)** en yüksek seviyeye ulaşmaktadır. Genç yaş gruplarında **Kararsızlık** daha yüksektir; özellikle **18–24 yaşta %25** oranıyla dikkat çekmektedir. “**Hayır**” diyenlerin oranı yaş ilerledikçe düşmekte, orta yaş grubunda (45–54) %5,9 ile en düşük seviyeyi göstermektedir. Ayrıca **45–54 yaşta “Kesinlikle Evet” %25,7** ile diğer gruplara göre daha güçlü bir onay vardır.



Araştırma grubuna yöneltilen **Ekonomik Şartlar Boykot Kararınızı Etkiler Mi?** sorusuna görüşmecilerin %8,8'i **Çok Etkiler**, %36,4'ü **Etkiler**, %18,4'ü **Orta Düzeyde Etkiler**, %26,2'si **Etkilemez**, %10,1'i **Hiç Etkilemez** yanıtlarını vermişlerdir.

EKONOMİK ŞARTLAR BOYKOT KARARINIZI ETKİLER Mİ? * CİNSİYET (%)					
		CİNSİYET (%)			TOPLAM
		Kadın	Erkek	LGBTQ+	
Ekonomik Şartlar Boykot Kararınızı Etkiler mi?	Çok Etkiler	9,30%	8,10%	33,30%	8,80%
	Etkilemez	24,80%	27,60%		26,20%
	Etkiler	37,30%	35,70%	33,30%	36,40%
	Hiç etkilemez	10,60%	10,00%		10,10%
	Orta düzeyde etkiler	18,00%	18,60%	33,30%	18,40%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Araştırma grubuna yöneltilen **Ekonomik Şartlar Boykot Kararınızı Etkiler mi?** sorusunun **Cinsiyet** karşılaştırmasına baktığımızda;

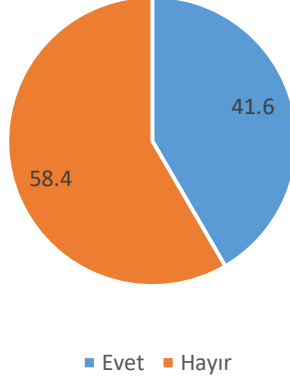
Kadınlarda en yüksek oran **“Etkiler” (%37,3)** seçeneğinde görülürken, erkeklerde de benzer şekilde **%35,7** ile aynı yanıt öne çıkmaktadır. “Etkilemez” diyenler her iki cinsiyette de yaklaşık dörtte bir düzeyindedir. LGBTQ+ grubunda ise “Çok etkiler” ve “Orta düzeyde etkiler” yanıtlarının %33,3 ile daha yüksek olması dikkat çekmektedir. Genel olarak tüm gruplarda ekonomik koşulların boykot kararını **az ya da çok** etkilediği görülmektedir.

EKONOMİK ŞARTLAR BOYKOT KARARINIZI ETKİLER Mİ? * YAŞ ARALIĞI (%)								
		YAŞ ARALIĞI (%)						TOPLAM
		18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş	65+ Yaş	
Ekonomik Şartlar Boykot Kararınızı Etkiler mi?	Çok Etkiler	6,10%	12,80%	9,50%	10,80%			8,80%
	Etkilemez	27,30%	18,60%	23,80%	25,50%	40,90%	46,70%	26,20%
	Etkiler	33,30%	32,60%	41,00%	32,40%	45,50%	33,30%	36,40%
	Hiç etkilemez	9,10%	10,50%	9,50%	10,80%	6,80%	20,00%	10,10%
	Orta düzeyde etkiler	24,20%	25,60%	16,20%	20,60%	6,80%		18,40%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

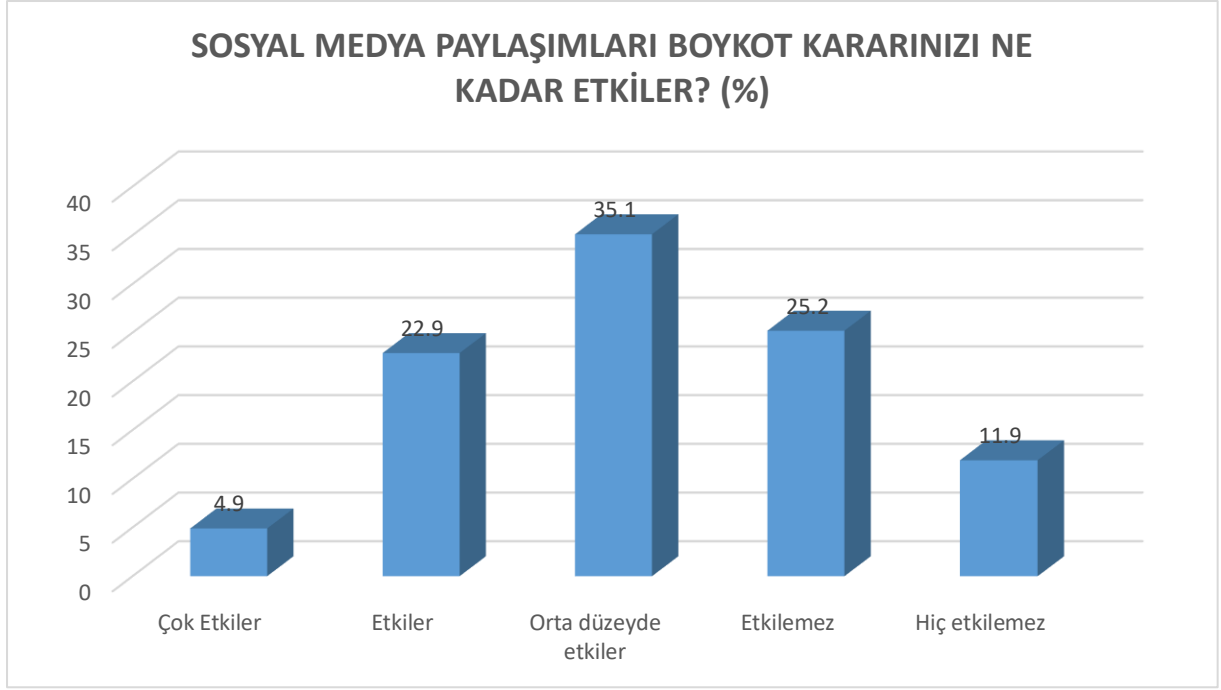
Araştırma grubuna yöneltilen **Ekonomik Şartlar Boykot Kararınızı Etkiler mi?** sorusunun **Yaş Aralığı** karşılaştırmasına baktığımızda;

Genç yaş gruplarında (**18–24 ve 25–34**) “**Orta Düzeyde Etkiler**” yanıtı daha yüksekken, yaş arttıkça bu oran belirgin şekilde düşmektedir. **55–64 (%40,9)** ve **65+ yaş (%46,7)** gruplarında “Etkilemez” yanıtı en yüksek seviyededir; yani ileri yaş grupları ekonomik koşullardan daha az etkilenmektedir. Buna karşılık **55–64 yaşta %45,5** ile “**Etkiler**” seçeneğinin güçlü biçimde öne çıktığı görülmektedir. Genel olarak gençlerde ekonomik şartların daha fazla belirleyici olduğu, ileri yaşlarda ise etkisinin azaldığı bir tablo ortaya çıkmaktadır.

**NORMALDE BOYKOT ETMEYİ DÜŞÜNDÜĞÜNÜZ BİR
KURUMU, TAŞIDIĞI KİMLİK NEDENİYLE BOYKOT ETMEME
DURUMUNUZ OLUR MU? (%)**



Araştırma grubuna yöneltilen **Normalde Boykot Etmeyi Düşündüğünüz Bir Kurumu, Taşıdığı Kimlik Nedeniyle Boykot Etmeme Durumunuz Olur Mu?** Sorusuna görüşmecilerin %58,4'ü **Hayır**, %41,6'sı **Evet** yanıtlarını vermişlerdir.



Araştırma grubuna yöneltilen **Sosyal Medya Paylaşımları Boykot Kararınızı Ne Kadar Etkiler?** sorusuna görüşmecilerin %4,9'u **Çok Etkiler**, %22,9'u **Etkiler**, %35,1'i **Orta Düzeyde Etkiler**, %25,2'si **Etkilemez**, %11,9'u **Hiç Etkilemez** yanıtlarını vermişlerdir.

SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARI BOYKOT KARARINIZI NE KADAR ETKİLER? * CİNSİYET (%)					
		CİNSİYET (%)			TOPLAM
		Kadın	Erkek	LGBTQ+	
Sosyal Medya Paylaşımları Boykot Kararınızı Ne Kadar Etkiler?	Çok Etkiler	5,60%	4,50%		4,90%
	Etkilemez	26,10%	24,90%		25,20%
	Etkiler	26,70%	20,40%		22,90%
	Hiç etkilemez	8,10%	14,90%		11,90%
	Orta düzeyde etkiler	33,50%	35,30%	100,00%	35,10%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Araştırma grubuna yöneltilen **Sosyal Medya Paylaşımları Boykot Kararınızı Ne Kadar Etkiler?** sorusunun **Cinsiyet** karşılaştırmasına baktığımızda;

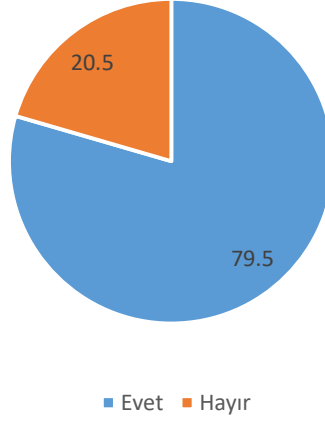
Kadınlarda en yüksek oran **“Orta düzeyde etkiler”** (%33,5) iken, erkeklerde de aynı yanıt %35,3 ile öne çıkmaktadır. Kadınlarda **“Etkiler”** (%26,7) oranı erkeklere kıyasla daha yüksektir. Erkeklerde ise **“Hiç Etkilemez”** yanıtı (%14,9) kadınlardan belirgin biçimde daha fazladır. Genel olarak her iki cinsiyette de sosyal medya paylaşımlarının boykot kararını tamamen değil, **orta düzeyde** etkilediği görülmektedir.

SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARI BOYKOT KARARINIZI NE KADAR ETKİLER? * YAŞ ARALIĞI (%)								
		YAŞ ARALIĞI (%)						TOPLAM
		18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş	65+ Yaş	
Sosyal Medya Paylaşımları Boykot Kararınızı Ne Kadar Etkiler?	Çok Etkiler	6,10%	4,70%	2,90%	8,80%		6,70%	4,90%
	Etkilemez	24,20%	19,80%	22,90%	26,50%	38,60%	26,70%	25,20%
	Etkiler	15,20%	27,90%	20,00%	20,60%	27,30%	33,30%	22,90%
	Hiç etkilemez	9,10%	17,40%	11,40%	10,80%	6,80%	13,30%	11,90%
	Orta düzeyde etkiler	45,50%	30,20%	42,90%	33,30%	27,30%	20,00%	35,10%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Araştırma grubuna yöneltilen **Sosyal Medya Paylaşımları Boykot Kararınızı Ne Kadar Etkiler?** sorusunun **Yaş Aralığı** karşılaştırmasına baktığımızda;

Genç gruplarda özellikle **18–24 yaşta “Orta düzeyde etkiler” %45,5** ile en yüksek seviyededir; yaş ilerledikçe bu oran belirgin biçimde düşmektedir. Buna karşılık **55–64 (%38,6)** ve **65+ yaşta (%26,7)** **“Etkilemez”** yanıtı daha yüksektir; yani ileri yaşlar sosyal medyadan daha az etkilenmektedir. **“Etkiler”** yanıtı ise yaşla birlikte artma eğilimi göstermekte, **65+ yaşta %33,3** ile en yüksek düzeye ulaşmaktadır. Genel olarak gençlerin sosyal medya etkisine daha açık, ileri yaşların ise daha mesafeli olduğu bir dağılım görülmektedir.

**GENEL OLARAK DAHA ÖNCE HERHANGİ BİR ŞEYİ BOYKOT
ETTİNİZ Mİ? (%)**



Araştırma grubuna yöneltilen **Genel Olarak Daha Önce Herhangi Bir Şeyi Boykot Ettiniz Mi?** Sorusuna görüşmecilerin %79,5'i **Evet** %20,5'i **Hayır**, yanıtlarını vermişlerdir.

GENEL OLARAK DAHA ÖNCE HERHANGİ BİR ŞEYİ BOYKOT ETTİNİZ Mİ? * CİNSİYET (%)					
		CİNSİYET (%)			TOPLAM
		Kadın	Erkek	LGBTQ+	
Genel Olarak Daha Önce Herhangi Bir Şeyi Boykot Ettiniz mi?	Evet	76,40%	81,40%	100,00%	79,50%
	Hayır	23,60%	18,60%		20,50%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Araştırma grubuna yöneltilen **Genel Olarak Daha Önce Herhangi Bir Şeyi Boykot Ettiniz Mi?** sorusunun **Cinsiyet** karşılaştırmasına baktığımızda;

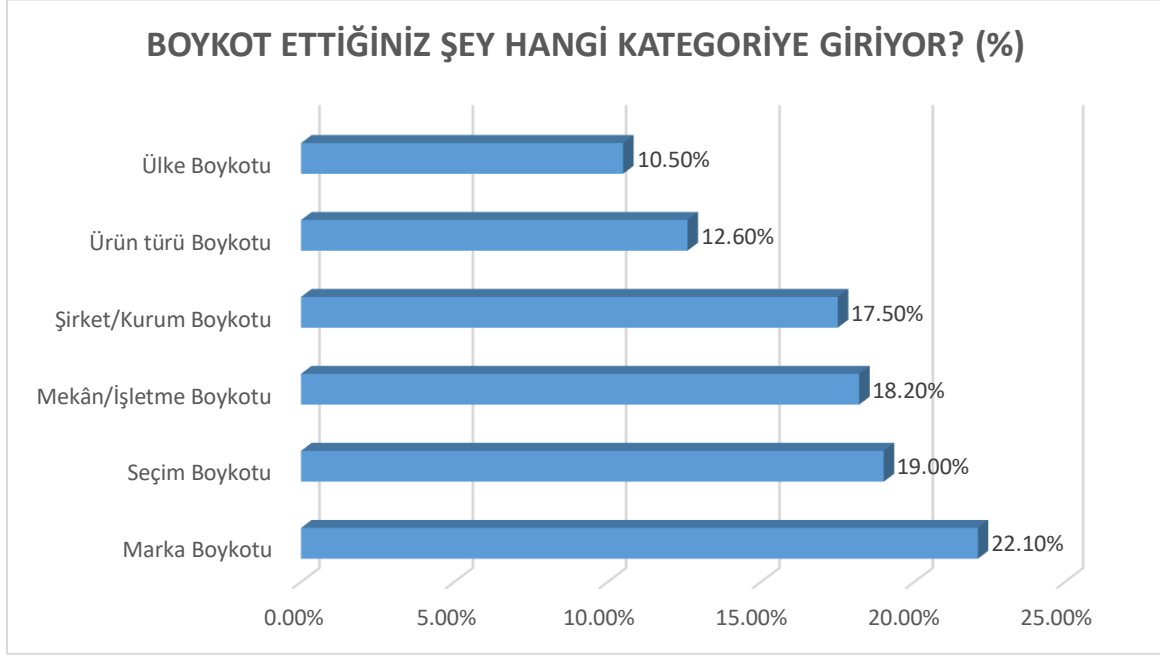
Hem **Kadınların** (%76,4) hem **Erkeklerin** (%81,4) büyük çoğunluğu **daha önce bir boykot yaptığını belirtmiştir. Erkeklerde bu oran biraz daha yüksektir.** LGBTQ+ grubunda ise tüm katılımcılar (%100) geçmişte boykot deneyimi yaşadığını ifade etmiştir. Genel olarak tüm gruplarda boykot davranışı oldukça yaygındır.

GENEL OLARAK DAHA ÖNCE HERHANGİ BİR ŞEYİ BOYKOT ETTİNİZ Mİ? * YAŞ ARALIĞI (%)								
		YAŞ ARALIĞI (%)						TOPLAM
		18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş	65+ Yaş	
Genel Olarak Daha Önce Herhangi Bir Şeyi Boykot Ettiniz mi?	Evet	63,60%	72,10%	81,90%	83,30%	88,60%	86,70%	79,50%
	Hayır	36,40%	27,90%	18,10%	16,70%	11,40%	13,30%	20,50%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Araştırma grubuna yöneltilen **Genel Olarak Daha Önce Herhangi Bir Şeyi Boykot Ettiniz Mi?** sorusunun **Yaş Aralığı** karşılaştırmasına baktığımızda;

Yaş arttıkça boykot deneyiminin belirgin şekilde yükseldiği görülmektedir: 18–24 yaşta %63,6 olan “**Evet**” oranı, 55–64 yaşta %88,6 seviyesine kadar çıkmaktadır. En yüksek oranlar 55–64 ve 65+ yaş gruplarındadır. Gençlerde “**Hayır**” oranı daha yüksekken (%36,4), ileri yaşlarda boykot etmeme oranı oldukça düşmektedir. Genel olarak yaş ilerledikçe boykot davranışının çok daha yaygın hale geldiği göze çarpmaktadır.

IV. GEÇMİŞ BOYKOT DENEYİMLERİ



Araştırma grubuna yöneltilen **Boycot Ettiğiniz Şey Hangi Kategoriyeye Giriyor?** Sorusuna görüşmecilerin %22,1'i **Marka Boykotu**, %19'u **Seçim Boykotu**, %18,2'si **Mekân/İşletme Boykotu**, %17,5'i **Şirket/Kurum Boykotu**, %12,6'sı **Ürün Türü Boykotu**, %10,5'i **Ülke Boykotu** yanıtlarını vermişlerdir.

BOYKOT ETTİĞİNİZ ŞEY HANGİ KATEGORİYE GİRİYOR? * CİNSİYET (%)					
		CİNSİYET (%)			TOPLAM
		Kadın	Erkek	LGBTQ+	
BOYKOT ETTİĞİNİZ ŞEY HANGİ KATEGORİYE GİRİYOR?	Marka Boykotu	23,90%	20,80%	23,10%	67,80%
	Mekân/İşletme Boykotu	19,30%	17,20%	23,10%	59,60%
	Seçim Boykotu	15,30%	21,70%	23,10%	60,10%
	Şirket/Kurum Boykotu	17,70%	17,40%	15,40%	50,50%
	Ülke Boykotu	11,90%	9,80%	0,00%	21,70%
	Ürün türü Boykotu	11,90%	13,10%	15,40%	40,40%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,10%	300,10%

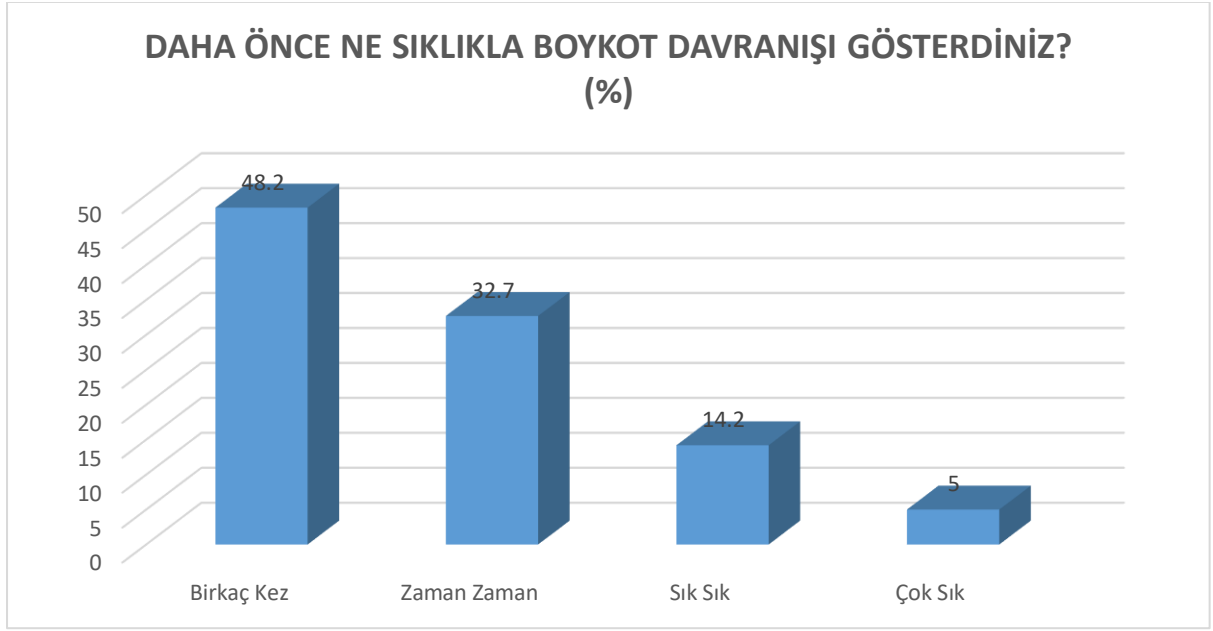
Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Ettiğiniz Şey Hangi Kategoriyeye Giriyor?** sorusunun **Cinsiyet** karşılaştırmasına baktığımızda;

Kadınlarda en yüksek oran **Marka boykotu (%23,9)** iken, erkeklerde **Seçim boykotu (%21,7)** öne çıkmaktadır. **LGBTQ+** grubunda ise üç kategori — **Marka, Mekân/İşletme ve Seçim boykotu** — eşit oranda (%23,1) en sık tercih edilen boykot türleridir. Ülke boykotu kadınlarda erkeklere göre daha yüksek görünürken, ürün türü boykotu erkeklerde biraz daha öne çıkmaktadır. Genel olarak tüm gruplarda **marka ve mekân boykotları** en yaygın boykot türleri olarak dikkat çekmektedir.

BOYKOT ETTİĞİNİZ ŞEY HANGİ KATEGORİYE GİRİYOR? *YAŞ ARALIĞI (%)								
		YAŞ ARALIĞI (%)						TOPLAM
		18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş	65+ Yaş	
BOYKOT ETTİĞİNİZ ŞEY HANGİ KATEGORİYE GİRİYOR?	Marka Boykotu	26,40%	20,00%	22,60%	21,90%	23,10%	20,70%	134,70%
	Mekân/İşletme Boykotu	20,80%	21,90%	18,90%	17,40%	9,00%	17,20%	105,20%
	Seçim Boykotu	9,40%	16,10%	17,70%	18,40%	32,10%	31,00%	124,70%
	Şirket/Kurum Boykotu	13,20%	16,80%	20,60%	17,40%	16,70%	6,90%	91,60%
	Ülke Boykotu	15,10%	13,50%	6,20%	13,40%	9,00%	6,90%	64,10%
	Ürün türü Boykotu	15,10%	11,60%	14,00%	11,40%	10,30%	17,20%	79,60%
TOPLAM		100,00%	99,90%	100,00%	99,90%	100,20%	99,90%	599,90%

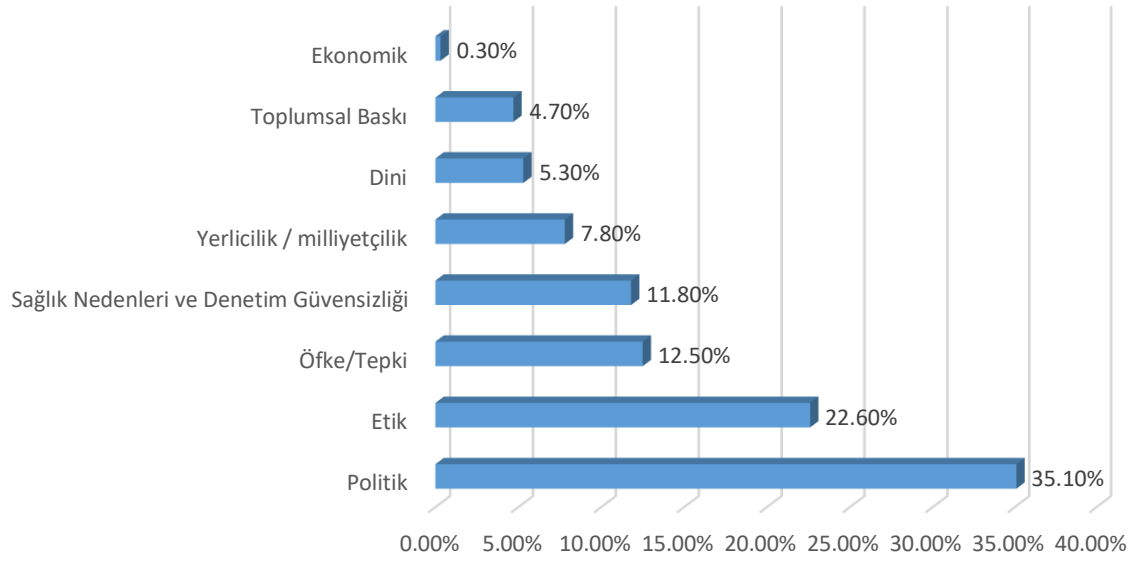
Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Ettiğiniz Şey Hangi Kategoriye Giriyor?** sorusunun **Yaş Aralığı** karşılaştırmasına baktığımızda;

Gençlerde (**18–24 yaş**) en yaygın boykot türü **Marka boykotu (%26,4)** olurken, yaş ilerledikçe bu oran daha dengeli bir dağılıma oturmaktadır. **55–64 yaş** ve **65+ yaş** gruplarında **Seçim boykotu (%32,1 ve %31)** belirgin biçimde öne çıkmaktadır. Mekân/işletme boykotu genç ve orta yaşlarda daha yüksekken, ileri yaşlarda düşmektedir. Şirket/kurum boykotu ise özellikle **35–44 yaş** grubunda (%20,6) en yüksek seviyededir. Genel olarak yaş arttıkça boykot türleri daha çok **seçim ve politik tercihler** etrafında yoğunlaşırken, gençlerde **marka ve mekân boykotu** öne çıkmaktadır.



Araştırma grubuna yöneltilen **Daha Önce Ne Sıklıkla Boykot Davranışı Gösterdiniz?** Sorusuna görüşmecilerin %48,2'si **Birkaç Kez**, %32,7'si **Zaman Zaman**, %14,2'si **Sık Sık**, %5'i **Çok Sık** yanıtlarını vermişlerdir.

BOYKOT ETMENİZİN TEMEL NEDENİ NEYDİ? (%)



Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Etmeniz Temel Nedeni Neydi?** Sorusuna görüşmecilerin %35,1'i **Politik**, %22,6'sı **Etik**, %12,5'i **Öfke/Tepki**, %11,8'i **Sağlık Nedenleri ve Denetim Güvensizliği**, %7,8'i **Yerlilik/Milliyetçilik**, %5,3'ü **Dini**, %4,7'si **Toplumsal Baskı**, %0,3'ü **Ekonomik** yanıtlarını vermişlerdir.

BOYKOT ETMENİZİN TEMEL NEDENİ NEYDİ? * CİNSİYET (%)					
		CİNSİYET (%)			TOPLAM
		Kadın	Erkek	LGBTQ+	
BOYKOT ETMENİZİN TEMEL NEDENİ NEYDİ?	Dini	7,10%	4,10%	0,00%	11,20%
	Ekonomik	0,30%	0,30%	0,00%	0,60%
	Etik	20,90%	23,80%	22,20%	66,90%
	Öfke/Tepki	13,80%	11,30%	22,20%	47,30%
	Politik	31,60%	37,70%	33,30%	102,60%
	Sağlık Nedenleri ve Denetim Güvensizliği	13,80%	10,00%	22,20%	46,00%
	Toplumsal Baskı	4,40%	5,10%	0,00%	9,50%
	Yerlililik / Milliyetçilik	8,10%	7,70%	0,00%	15,80%
TOPLAM		100,00%	100,00%	99,90%	299,90%

Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Etmeniz Temel Nedeni Neydi?** sorusunun **Cinsiyet** karşılaştırmasına baktığımızda;

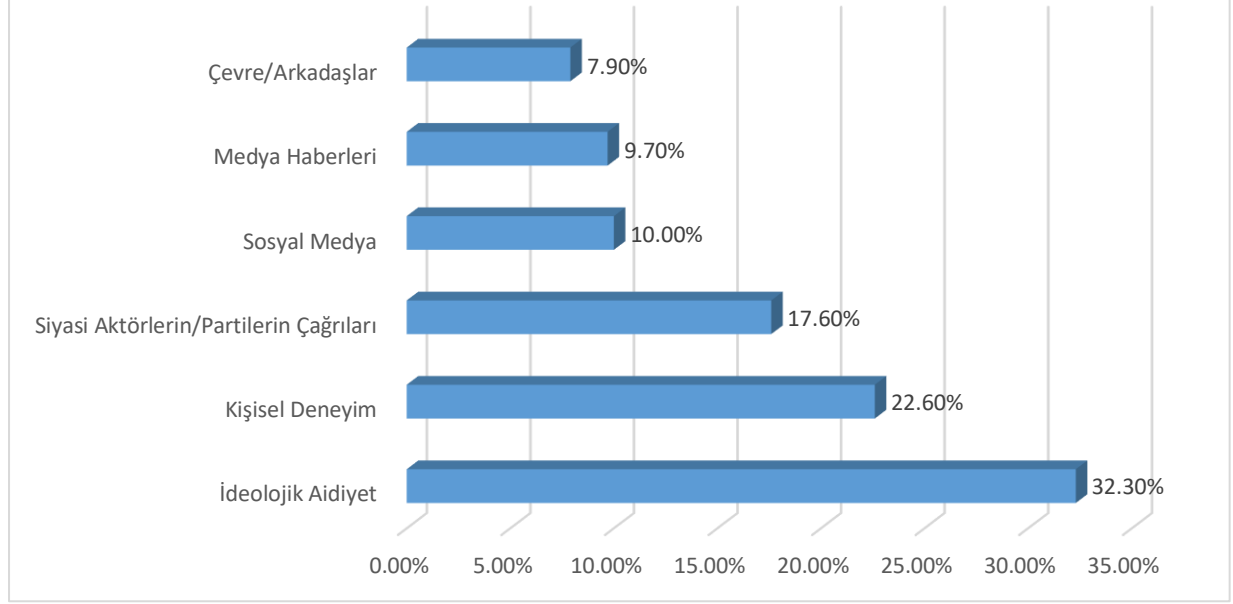
Hem **kadınlarda** (%31,6) hem **erkeklerde** (%37,7) en belirgin boykot nedeni **politik sebeplerdir**. Kadınlarda etik nedenler (%20,9) ve sağlık/denetim güvensizliği (%13,8) öne çıkarken, erkeklerde etik nedenler biraz daha güçlüdür (%23,8). **LGBTQ+** grubunda politik, etik ve sağlık nedenleri eşit ağırlıklı (%22,2–33,3) görülmektedir. Genel olarak tüm cinsiyetlerde boykotun ana motivasyonu **politik** temellidir; etik ve öfke/tepki kaynaklı boykotlar ise ikincil sırada gelmektedir.

BOYKOT ETMENİZİN TEMEL NEDENİ NEYDİ? *YAŞ ARALIĞI (%)								
		YAŞ ARALIĞI (%)						TOPLAM
		18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş	65+ Yaş	
BOYKOT ETMENİZİN TEMEL NEDENİ NEYDİ?	Dini	8,00%	5,60%	3,40%	7,00%	4,90%	3,60%	32,50%
	Ekonomik	0,00%	0,00%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,00%
	Etik	18,00%	26,10%	23,20%	23,50%	18,30%	14,30%	123,40%
	Öfke/Tepki	16,00%	12,00%	11,10%	15,50%	11,00%	3,60%	69,20%
	Politik	26,00%	31,70%	35,70%	36,40%	40,20%	39,30%	209,30%
	Sağlık Nedenleri ve Denetim Güvensizliği	12,00%	13,40%	13,50%	9,10%	9,80%	14,30%	72,10%
	Toplumsal Baskı	6,00%	3,50%	2,90%	4,30%	9,80%	10,70%	37,20%
	Yerlililik / Milliyetçilik	14,00%	7,70%	9,20%	4,30%	6,10%	14,30%	55,60%
TOPLAM		100,00%	100,00%	100,00%	100,10%	100,10%	100,10%	600,30%

Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Etmeniz Temel Nedeni Neydi?** sorusunun Yaş Aralığı karşılaştırmasına baktığımızda;

Tüm yaş gruplarında **Politik Nedenler** açık şekilde **en baskın** boykot motivasyonudur; oranlar gençlerde %26'dan başlayıp **55–64 yaşta %40,2** ile zirveye çıkmaktadır. **Etik** nedenler özellikle **25–34 (%26,1)** ve **35–44 yaş (%23,2)** gruplarında yüksek seyretmektedir. Gençlerde **Öfke/Tepki** kaynaklı boykotlar daha yaygın (%16), ileri yaşlarda ise bu oran belirgin şekilde düşmektedir. **Yerlililik/milliyetçilik** 18–24 yaş ve 65+ yaşta benzer derecede yüksektir (%14). Genel olarak yaş arttıkça boykot motivasyonunun politikleştiği, gençlerde ise daha çeşitli nedenlere dağıldığı görülmektedir.

BOYKOT DAVRANIŞINIZI TETİKLEYEN UNSUR NEDİR? (%)



Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Davranışınızı Tetikleyen Unsur Nedir?** sorusuna görüşmecilerin %32,3'ü **İdeolojik Aidiyet**, %22,6'sı **Kişisel Deneyim**, %17,6'sı **Siyasi Aktörlerin/Partilerin Çağruları**, %10'u **Sosyal Medya**, %9,7'si **Medya Haberleri** ve %7,9'u **Çevre/Arkadaşlar** yanıtlarını vermişlerdir.

BOYKOT DAVRANIŞINIZI TETİKLEYEN UNSUR NEDİR? *CİNSİYET (%)					
		CİNSİYET (%)			TOPLAM
		Kadın	Erkek	LGBTQ+	
BOYKOT DAVRANIŞINIZI TETİKLEYEN UNSUR NEDİR?	Çevre/Arkadaşlar	7,30%	8,60%	0,00%	15,90%
	İdeolojik Aidiyet	29,50%	34,80%	11,10%	75,40%
	Kişisel Deneyim	24,00%	21,60%	22,20%	67,80%
	Medya Haberleri	11,80%	7,80%	22,20%	41,80%
	Siyasi Aktörlerin/Partilerin Çağrılar	13,90%	20,00%	33,30%	67,20%
	Sosyal Medya	13,50%	7,30%	11,10%	31,90%
TOPLAM		100,00%	100,10%	99,90%	300,00%

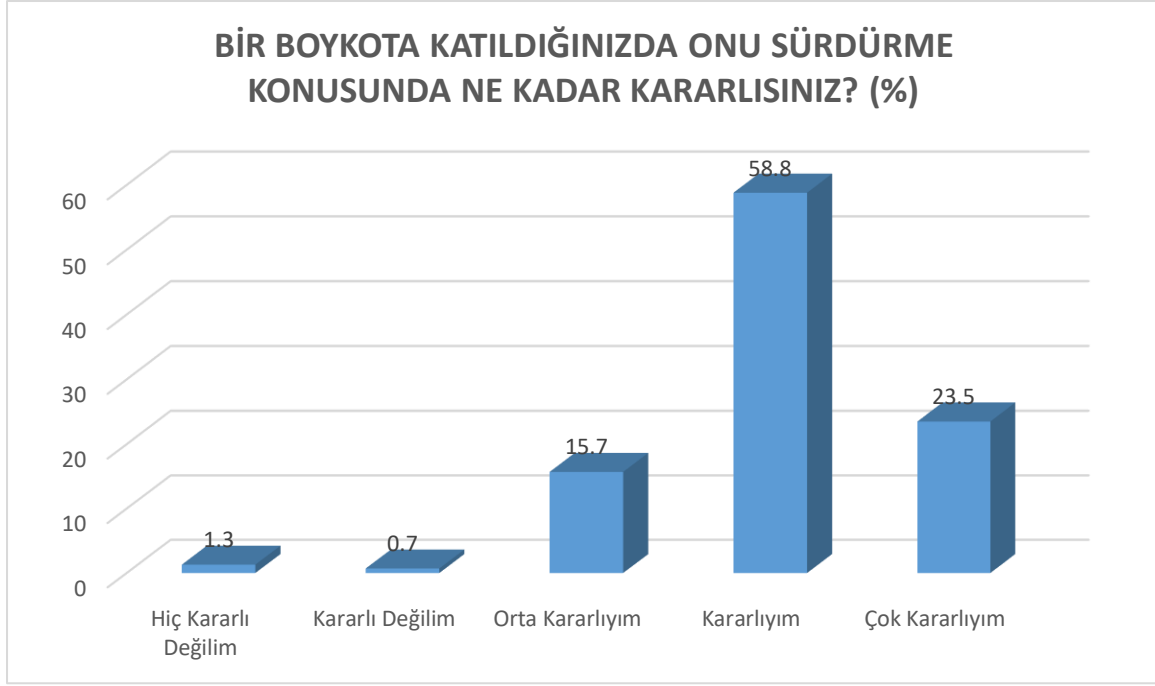
Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Davranışınızı Tetikleyen Unsur Nedir?** sorusunun **Cinsiyet** karşılaştırmasına baktığımızda;

Kadınlarda en güçlü tetikleyici **ideolojik aidiyet (%29,5)** iken, erkeklerde bu oran daha da yükselerek **%34,8** ile açık ara birinci sıradadır. **LGBTQ+** grubunda ise en baskın unsur **siyasi aktörlerin/partilerin çağrılar** (**%33,3**) olarak öne çıkmaktadır. Kişisel deneyim her üç grupta da yüksek bir etkiye sahiptir. Genel olarak boykot davranışını en çok yönlendiren unsur **ideolojik ve politik motivasyonlardır**; çevre/arkadaş etkisi ise en düşük seviyededir.

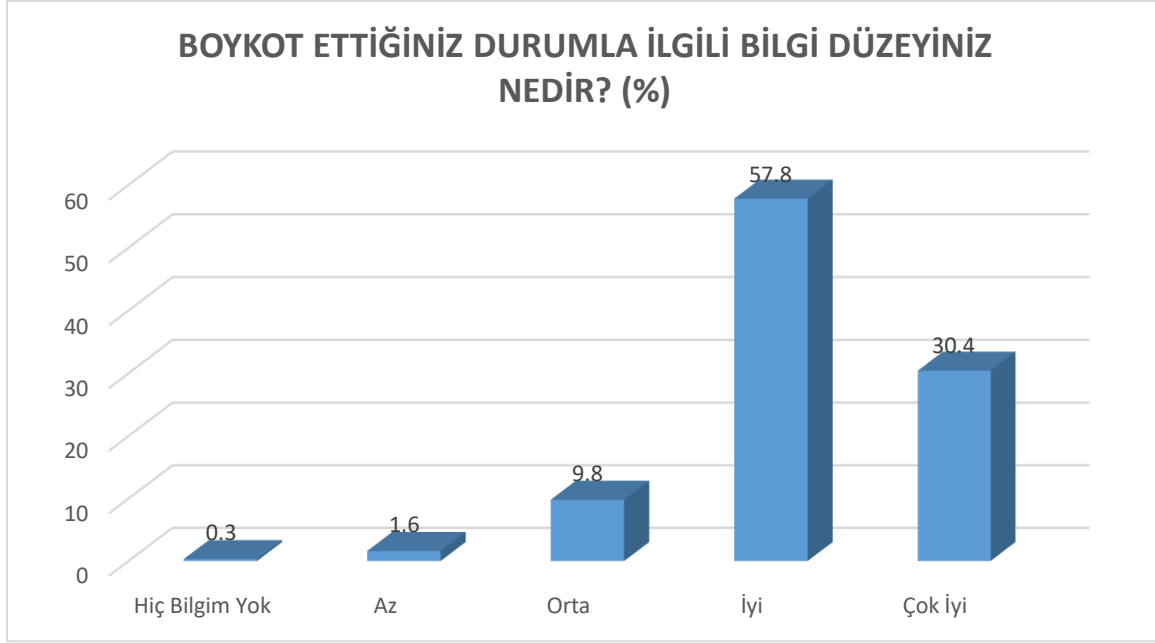
BOYKOT DAVRANIŞINIZI TETİKLEYEN UNSUR NEDİR?* YAŞ ARALIĞI (%)								
		YAŞ ARALIĞI (%)						TOPLAM
		18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş	65+ Yaş	
BOYKOT DAVRANIŞINIZI TETİKLEYEN UNSUR NEDİR?	Çevre/Arkadaşlar	4,70%	6,80%	5,30%	13,60%	6,30%	6,90%	43,60%
	İdeolojik Aidiyet	23,30%	35,40%	32,90%	29,90%	36,70%	27,60%	185,80%
	Kişisel Deneyim	32,60%	23,10%	23,20%	21,50%	16,50%	24,10%	141,00%
	Medya Haberleri	18,60%	12,20%	8,20%	9,60%	5,10%	6,90%	60,60%
	Siyasi Aktörlerin/Partilerin Çağrılar	7,00%	12,90%	20,30%	14,70%	29,10%	24,10%	108,10%
	Sosyal Medya	14,00%	9,50%	10,10%	10,70%	6,30%	10,30%	60,90%
TOPLAM		100,20%	99,90%	100,00%	100,00%	100,00%	99,90%	600,00%

Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Davranışınızı Tetikleyen Unsur Nedir?** sorusunun **Yaş Aralığı** karşılaştırmasına baktığımızda;

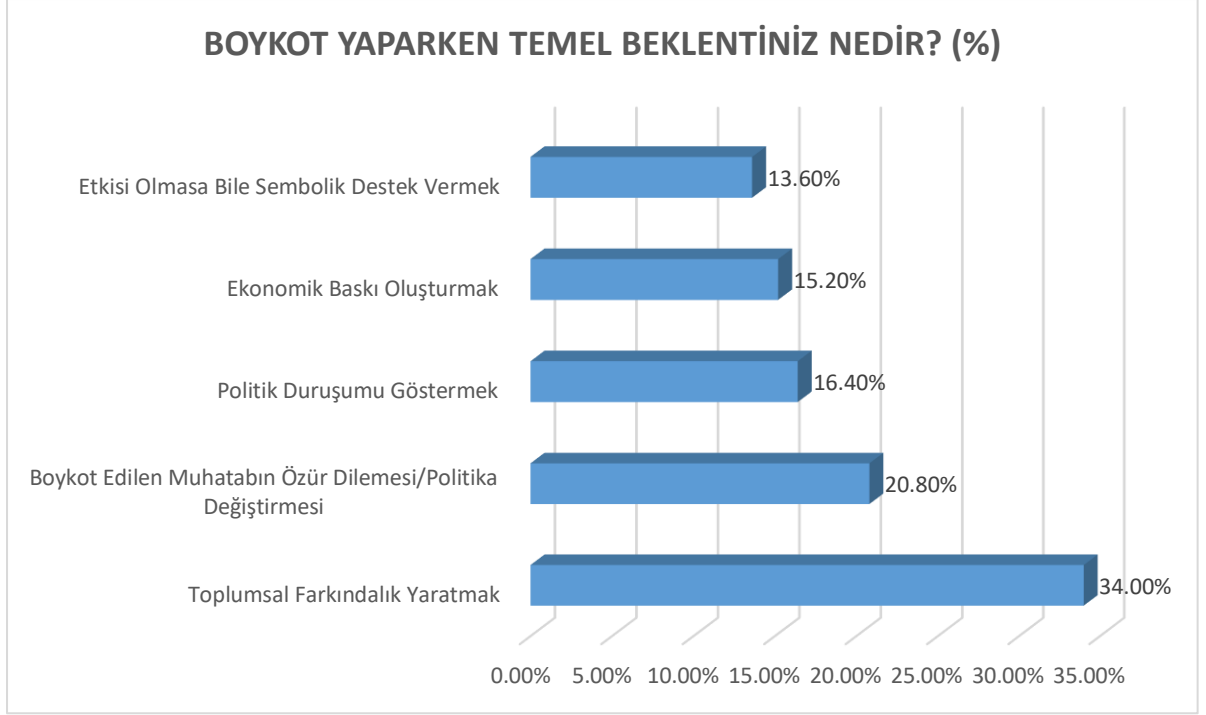
Gençlerde (**18–24 yaş**) boykotun en güçlü tetikleyicisi **Kişisel Deneyim (%32,6)** iken, yaş ilerledikçe bu unsur zayıflamaktadır. **25–34 ve 55–64 yaş gruplarında İdeolojik Aidiyet** en baskın motivasyondur (%35,4 ve %36,7). **55 yaş üstü grubunda Siyasi Aktörlerin Çağrılar** dikkat çekici biçimde yükselmektedir. Orta yaşlarda (45–54) **Çevre/Arkadaş** etkisi belirgin biçimde artmaktadır (%13,6). Genel olarak gençlerde kişisel ve sosyal tetikleyiciler öne çıkarken, ileri yaşlarda boykot davranışı daha çok **İdeolojik Ve Politik** motivasyonlarla şekillenmektedir.



Araştırma grubuna yöneltilen **Bir Boykota Katıldığınızda Onu Sürdürme Konusunda Ne Kadar Kararlısınız?** sorusuna görüşmecilerin %1,3'ü **Hiç Kararlı Değilim**, %0,7'si **Kararlı Değilim**, %15,7'si **Orta Kararlıyım**, %58,8'i **Kararlıyım** ve %23,5'i **Çok Kararlıyım** yanıtlarını vermişlerdir.



Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Ettiğiniz Durumla İlgili Bilgi Düzeyiniz Nedir?** sorusuna görüşmecilerin %0,3'ü **Hiç Bilgim Yok**, %1,6'sı **Az**, %9,8'i **Orta**, %57,8'i **İyi** ve %30,4'ü **Çok İyi** yanıtlarını vermişlerdir.



Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Yaparken Temel Beklentiniz Nedir?** sorusuna görüşmecilerin %34'ü **Toplumsal Farkındalık Yaratmak**, %20,8'i **Boykot Edilen Muhatabın Özür Dilemesi/Politika Değiştirmesi**, %16,4'ü **Politik Duruşumu Göstermek**, %15,2'si **Ekonomik Baskı Oluşturmak** ve %13,6'sı **Etkisi Olmasa Bile Sembolik Destek Vermek** yanıtlarını vermişlerdir.

BOYKOT YAPARKEN TEMEL BEKLENTİNİZ NEDİR? * CİNSİYET (%)					
		CİNSİYET (%)			TOPLAM
		Kadın	Erkek	LGBTQ+	
BOYKOT YAPARKEN TEMEL BEKLENTİNİZ NEDİR?	Boykot Edilen Muhatabın Özür Dilemesi/Politika Değiştirme	21,00%	20,70%	22,20%	63,90%
	Ekonomik Baskı Oluşturmak	17,10%	13,90%	11,10%	42,10%
	Etkisi Olmasa Bile Sembolik Destek Vermek	15,00%	12,40%	22,20%	49,60%
	Politik Duruşumu Göstermek	15,00%	17,20%	22,20%	54,40%
	Toplumsal Farkındalık Yaratmak	31,80%	35,70%	22,20%	89,70%
TOPLAM		99,90%	99,90%	99,90%	299,70%

Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot Yaparken Temel Beklentiniz Nedir?** sorusunun **Cinsiyet** karşılaştırmasına baktığımızda;

Kadınlarda da **erkeklerde** de en baskın beklenti **toplumsal farkındalık yaratmak** olup, erkeklerde oran biraz daha yüksektir (%35,7). Kadınlarda ikinci sırada **boykot edilen muhatabın özür dilemesi veya politika değiştirmesi (%21)** gelirken, **LGBTQ+** grubunda sembolik destek verme ve politik duruş gösterme gibi gerekçeler (%22,2) daha sık görülmektedir. Ekonomik baskı oluşturma beklentisi kadınlarda erkeklere göre daha yüksektir. Genel olarak boykotun cinsiyetler arası ortak amacı **farkındalık yaratmak ve politik/ahlaki bir duruş sergilemektir.**

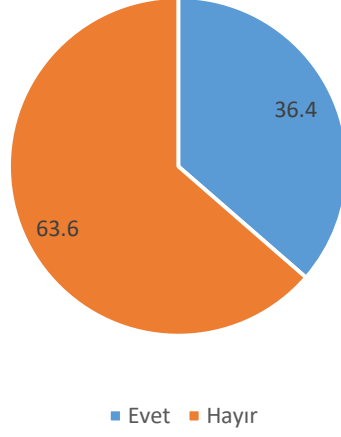
BOYKOT YAPARKEN TEMEL BEKLENTİNİZ NEDİR? * YAŞ ARALIĞI (%)								
		YAŞ ARALIĞI (%)						TOPLAM
		18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş	65+ Yaş	
BOYKOT YAPARKEN TEMEL BEKLENTİNİZ NEDİR?	Boykot Edilen Muhatabın Özür Dilemesi/Politika Değiştirme	14,30%	23,80%	22,70%	21,20%	16,00%	14,70%	112,70%
	Ekonomik Baskı Oluşturmak	14,30%	13,90%	16,60%	14,60%	12,80%	23,50%	95,70%
	Etkisi Olmasa Bile Sembolik Destek Vermek	20,40%	14,60%	12,60%	12,80%	11,70%	17,60%	89,70%
	Politik Duruşumu Göstermek	8,20%	17,90%	16,60%	16,80%	18,10%	11,80%	89,40%
	Toplumsal Farkındalık Yaratmak	42,90%	29,80%	31,60%	34,50%	41,50%	32,40%	212,70%
TOPLAM		100,10%	100,00%	100,10%	99,90%	100,10%	100,00%	600,20%

Araştırma grubuna yöneltilen **Boykot yaparken temel beklentiniz nedir?** sorusunun Yaş Aralığı karşılaştırmasına baktığımızda;

Tüm yaş gruplarında en baskın beklenti **toplumsal farkındalık yaratmak** olup, özellikle **18–24 yaşta %42,9** ile en yüksek düzeye ulaşmaktadır. **25–34 ve 35–44 yaşlarda**, boykot edilen tarafın özür dilemesi veya politika değiştirmesi beklentisi daha belirgin (%23–22 civarı) şekilde öne çıkmaktadır. **Ekonomik baskı oluşturma** beklentisi yaşla çok değişmemekle birlikte **65+ yaş grubunda %23,5** ile yükselmektedir. Sembolik destek verme gençlerde daha yaygınken, politik duruş gösterme özellikle **45–64 yaş** aralığında daha güçlüdür. Genel olarak gençlerde farkındalık ve sembolik destek; orta yaşlarda politik duruş; ileri yaşlarda ise ekonomik baskı beklentileri öne çıkmaktadır.

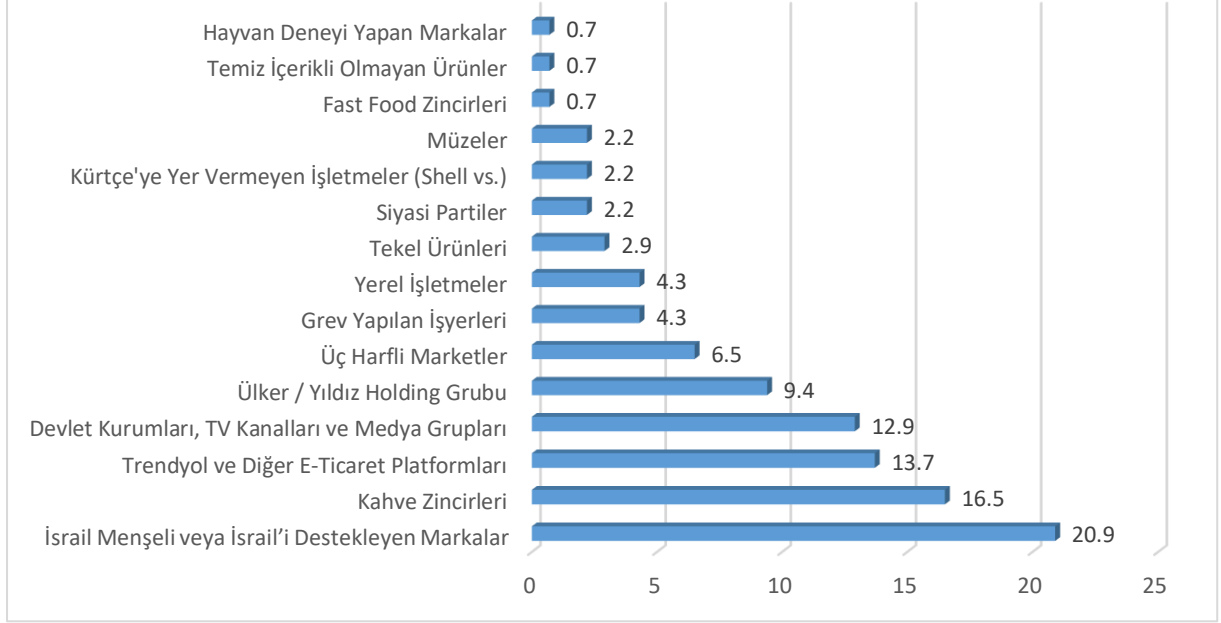
V. SON 6 AY TABLOSU

SON 6 AY İÇİNDE HERHANGİ BİR MARKAYI VEYA İŞLETMEYİ BOYKOT ETTİNİZ Mİ? (%)

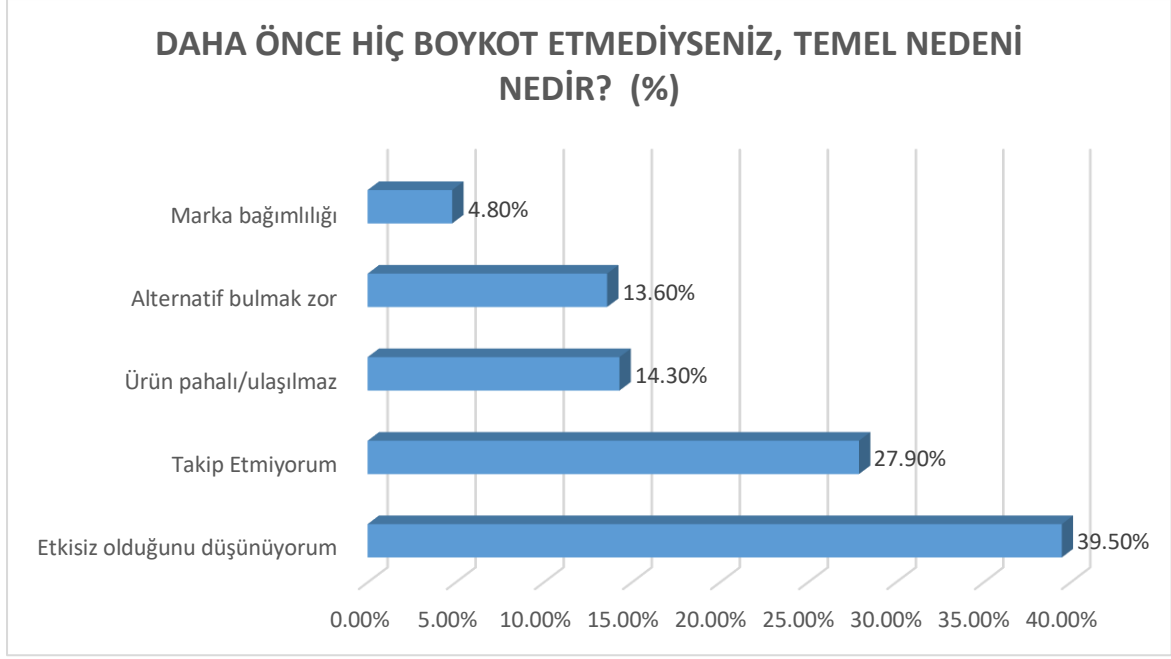


Araştırma grubuna yöneltilen **Son 6 Ay İçinde Herhangi Bir Markayı veya İşletmeyi Boykot Ettiniz mi?** sorusuna görüşmecilerin %36,4'ü **Evet**, %63,6'sı **Hayır** yanıtlarını vermişlerdir.

SON 6 AY İÇİNDE BOYKOT ETTİYSENİZ HANGİ MARKAYI/İŞLETMEYİ BOYKOT ETTİNİZ? (%)



Araştırma grubuna yöneltilen **Son 6 Ay İçinde Boykot Ettiyseniz Hangi Markayı/İşletmeyi Boykot Ettiniz?** sorusuna görüşmecilerin %20,9'u **İsrail Menşeli veya İsrail'i Destekleyen Markalar**, %16,5'i **Kahve Zincirleri**, %13,7'si **Trendyol ve Diğer E-Ticaret Platformları**, %12,9'u **Devlet Kurumları, TV Kanalları ve Medya Grupları**, %9,4'ü **Ülker / Yıldız Holding Grubu**, %6,5'i **Üç Harfli Marketler**, %4,3'ü **Yerel İşletmeler**, %4,3'ü **Grev Yapılan İşyerleri**, %2,9'u **Tekel Ürünleri**, %2,2'si **Siyasi Partiler**, %2,2'si **Kürtçe'ye Yer Vermeyen İşletmeler (Shell vs.)**, %2,2'si **Müzeler**, %0,7'si **Hayvan Deneyi Yapan Markalar**, %0,7'si **Temiz İçerikli Olmayan Ürünler** ve %0,7'si **Fast Food Zincirleri** yanıtlarını vermişlerdir.



Araştırma grubuna yöneltilen **Daha Önce Hiç Boykot Etmediyseniz, Temel Nedeni Nedir?** sorusuna görüşmecilerin %39,5'i **Etkisiz Olduğunu Düşünüyorum**, %27,9'u **Takip Etmiyorum**, %14,3'ü **Ürün pahalı/ulaşılmaz**, %13,6'sı **Alternatif bulmak zor** ve %4,8'i **Marka bağımlılığı** yanıtlarını vermişlerdir.

DAHA ÖNCE HİÇ BOYKOT ETMEDİYSENİZ, TEMEL NEDENİ NEDİR?* CİNSİYET (%)				
		CİNSİYET (%)		TOPLAM
		Kadın	Erkek	
DAHA ÖNCE HİÇ BOYKOT ETMEDİYSENİZ, TEMEL NEDENİ NEDİR?	Alternatif bulmak zor	10,40%	16,30%	26,70%
	Etkisiz olduğunu düşünüyorum	40,30%	38,80%	79,10%
	Marka bağımlılığı	4,50%	5,00%	9,50%
	Takip Etmiyorum	26,90%	28,80%	55,70%
	Ürün pahalı/ulaşılmaz	17,90%	11,30%	29,20%
TOPLAM		100,00%	100,20%	200,20%

Araştırma grubuna yöneltilen **Daha Önce Hiç Boykot Etmediyseniz, Temel Nedeni Nedir?** sorusunun **Cinsiyet** karşılaştırmasına baktığımızda;

Kadınlarda ve erkeklerde en baskın neden **boykotun etkisiz olduğunu düşünmeleri** olup oranlar birbirine çok yakındır (%40,3 ve %38,8). Erkeklerde “**alternatif bulmak zor**” seçeneği kadınlara göre daha yüksektir (%16,3). Kadınlarda ise **Ürün Pahalı/Ulaşılmaz** gerekçesi daha güçlüdür (%17,9). Her iki grupta da “takip etmiyorum” yanıtı oldukça yaygındır. Genel olarak boykot etmemenin nedeni, çoğunlukla boykotun işe yaramayacağına dair inanç ve davranışı aktif olarak takip etmeme durumudur.

DAHA ÖNCE HİÇ BOYKOT ETMEDİYSENİZ, TEMEL NEDENİ NEDİR? * YAŞ ARALIĞI (%)								
		YAŞ ARALIĞI (%)						TOPLAM
		18-24 Yaş	25-34 Yaş	35-44 Yaş	45-54 Yaş	55-64 Yaş	65+ Yaş	
DAHA ÖNCE HİÇ BOYKOT ETMEDİYSENİZ, TEMEL NEDENİ NEDİR?	Alternatif bulmak zor	11,80%	12,80%	15,80%	8,80%	7,70%	50,00%	106,90%
	Etkisiz olduğunu düşünüyorum	47,10%	41,00%	39,50%	32,40%	53,80%	16,70%	230,50%
	Marka bağımlılığı	0,00%	5,10%	5,30%	8,80%	0,00%	0,00%	19,20%
	Takip Etmiyorum	29,40%	28,20%	21,10%	35,30%	23,10%	33,30%	170,40%
	Ürün pahalı/ulaşılmaz	11,80%	12,80%	18,40%	14,70%	15,40%	0,00%	73,10%
TOPLAM		100,00%	99,90%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	600,10%

Araştırma grubuna yöneltilen **Daha Önce Hiç Boykot Etmediyseniz, Temel Nedeni Nedir?** sorusunun **Yaş Aralığı** karşılaştırmasına baktığımızda;

Tüm yaş gruplarında en baskın neden **boykotun etkisiz olduğunu düşünmek** olup özellikle **18–24 yaş (%47,1)** ve **55–64 yaş (%53,8)** gruplarında çok yüksektir. “**Takip Etmiyorum**” yanıtı gençlerde (%29,4), 45–54 yaş grubunda (%35,3) ve 65+ yaş grubunda (%33,3) belirgin şekilde öne çıkmaktadır.

Alternatif bulmakta zorlanma 65+ yaşta %50 ile diğer yaş gruplarından büyük farkla yüksektir.

Ürünlerin pahalı/ulaşılmaz olması 35–44 yaşta en yüksek (%18,4) seviyededir. **Genel olarak gençlerde etkisizlik algısı ve takip etmeme, ileri yaşlarda ise alternatif bulamama en belirgin nedenlerdir.**