

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE

FOR REFERENCE

NOT TO BE TAKEN FROM THIS ROOM

EVALUATION OF THE COMMERCIALS IN THE ISTANBUL RADIO

Erkunt Tamer

Bogazici University Library



39001100540965

14

Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Degree of Master of Arts
In the Graduate School of Business Administration
Robert College

1966

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE I

TABLE OF CONTENTS

	<u>Page</u>
AEKNOWLEDGMENTS	VII
LIST OF TABLES	V
 I - INTRODUCTION	 1
I.1- Nature of Advertising	
I.2- Radio Advertising In Istanbul	
 II- PROCEDURE	 6
II.1- Time of the Study	
 III-SAMPLING METHOD USED IN THE SURVEY	 9
III.1- Limitations	
III.2- Margin of Sampling Error	
 IV- RESEARCH FINDINGS	 15
IV.1- The Radio Commercials	
IV.2- Radio Advertising Agencies and Programs	
IV.3- Type of Programs Prepared and Broadcast	
IV.4- Distribution of Commercial Announ- cements According to the Day of the week and Hours of the Day	
IV.5- Strategies In Commercial Programs	
IV.6- Classification of Radio Commercials	
IV.7- General Rules Governing Radio Advertising	

124005

T H E S I S
ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE II

	<u>Page</u>
V - RESULTS OF THE FIELD SURVEY	28
V.1 - Istanbul Radio Listenership	
V.2 - Radio Listenership Habits by Days and Hours	
V.3 - Listenership of Radio Stations Besides the Istanbul Radio	
V.4 - The Time of the Commercial Prog- rams	
V.5 - Attitude Toward the Commercial Programs	
V.6 - Listenership of the Commercial Programs	
V.7 - Commercial Programs Listenership by the Hours of the Day	
V.8 - Favorite Programs	
V.9 - The Commercial Announcement Liste- nership	
V.10- Reactions Toward the Commercial Programs Being Scheduled at a Specific Time	
V.11- Opinion on the Suggested Long Programs Spots Being Scattered Throughout the Day	
V.12- Opinion on How the Commercials Should Be	
V.13- The Time of the Commercials	
V.14- Effects of the Commercial Programs	
VI- GENERAL CLASSIFICATION OF THE RESPONDENT..	41
VI.1- The Household	
VI.2- Income Groups	

T H E S I S
ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE III

	<u>Page</u>
Vl.3- Education	
Vl.4- Breakdown By Occupation	
Vl.5- Age Groups	
Vl.6- Sex	
 Vll- EVALUATION OF THE RADIO COMMERCIALS WHEN COMPARED WITH THE FIELD SURVEY RESULTS	 44
Vll.1- Radio as a Medium	
Vll.2- Effectiveness of Radio Commer- cials	
A - Effectiveness of the Commer- cials with Respect to the Time of Listenership	
B - The Programs with Respect to the Wishes of the Listeners	
C - Effectiveness and Efficiency of the Commercials with Respect to the Frequency of Announcements	
D - Effectiveness and Efficiency of the Advertising Techniques Used in Radio Commercial Announcements	
 Vlll- CONCLUSIONS	 59
 TABLES	 1
 BIBLIOGRAPHY	 26

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE IV

APPANDIX

Page

- 1 - Radio Commercials Broadcast in One Week I
- 2 - Radio Advertising Agencies in Istanbul II
- 3 - Frequencies of the Commercial Announcements
By the Firm and Days of the Week III
- 4 - Frequencies of the Commercial Announcements
of the Firms in Decreasing Order IV
- 5 - Classifications of the Commercial Announcements V
- 6 - Tables Showing the Distribution, Time and
Frequency of the Commercial Announcements by
Firms VI
- 7 - The Time, Frequency and Distribution of the
Commercials of the Firms that Advertise Most... VII
- 8 - Breakdown of the Questionnaires of the Field
Survey VIII

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE V

LIST OF TABLES

<u>Table</u>	<u>Page</u>
I. İstanbul Radio Listenership	1
II.1 - Radio Listenership Habits By Days and Hours (Saturday)	2
II.2 - Radio Listenership Habits By Days and Hours (Sunday)	3
II.3 - Radio Listenership Habits By Days and Hours (Other Days)	4
III. Listenership of Radio Stations Besides the İstanbul Radio	5
IV.1 - The Time of the Commercial Programs (Saturday)	6
IV.2 - The Time of the Commercial Programs (Sunday)	7
IV.3 - The Time of the Commercial Programs (Other Days)	8
V. Attitude Toward the Commercial Programs	9
VI. Attitude Toward the Commercial Programs	10
VII. Listenership of the Commercial Programs	11
VIII.1- Commercial Program Listenership By the Hours of the Day (Saturday)	12
VIII.2- Commercial Program Listenership By the Hours of the Day (Sunday)	13

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE VI

	<u>Page</u>
<u>Table</u>	
Vlll.3- Commercial Program Listenership By the Hours of the Day (Other Days) .14	
lX. Favorite Programs15	
X. The Commercial Announcements Listenership16	
Xl. Reaction Toward the Commercial Programs17	
Xll. Opinion on the Suggested Long Programs, Spots Being Scattered Throughout the Day18	
Xlll.Opinion on How the Commercial Programs Should Be19	
XlV. The Time of the Commercials20	
XV. Effects of the Commercial Programs21	
XVl. The Household22	
XVll.Breakdown By Income23	
XVll.1.Breakdown By Education23	
XVlll.Breakdown By Occupation24	
XlX. Age Groups25	
XX. Sex25	

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE VII

ACKNOWLEDGEMENTS

Many individuals have contributed to this survey and have been generous with their time. It is imposiple to acknowledge all of them. Certain individuals, however, have so graciously provided help with their suggestions, comments, and guidance that I would feel greatly remiss if special mention were not made of them. I feel indebted to Dr. Nezih Neyzi and Mr. Ahmet Koç for calling to my attention the significanse of the topic and for their valuable guidance, to Dean Francis M. Potts for the long and tedious corrections in the language and to Dr. Rodney W. Eldridge for his guidance in the form of the thesis.

For many hours of labor at the typewriter, I must express my appreciation to Mrs. Zeytune Tiniş. Finally, I feel deaply grateful to my wife for her help with the preparation of the appendix and charts, for her endless patience and constant encouragement throughout the survey.

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 1

I - INTRODUCTION

An advertisement on a radio program is known as a "Commercial Announcement", or simply as a "commercial". To the audience, the program may be all important, and the commercials a part to bear with. However, to the advertiser, the program is the tool by which he conveys his message. It is a means to provide as large an audience as possible to sell a product or a service, inducing and convincing the listeners.

The program may be popular and build a large and loyal audience. Still it has to sell to be successful and worth while. Therefore the commercial announcement has to be built effectively and should be guided well to the right audience by being selective and fulfilling the highly specialized functions of an advertisement.

I.1- Nature of Radio Advertising

An effective commercial should be built around a powerful selling idea. It should make an impact, get attention, arouse interest, be persuasive, and initiate action to buy the product or the service.

Radio advertising is unique in character. It is written and prepared for the ears, not for the eyes. It should be clear, precise, to the point, and since it could be easily avoided opening of commercials should be,

- 1) A stopper-attention getter
- 2) A curiosity arouser
- 3) An indicator of the dramatic value and interest of the words that follow.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 2

It should overcome the inclination of the listeners to do something else. Since the commercials are for the ear, they should create an image in the minds of the listeners and be illustrative as well as persuasive. A mental picture of the words should be arranged so as to stimulate the imagination of the audience.

But before we can do anything constructive, we must be heard and be heard by the right people, at the right time and with the right program.

Radio commercials, on the other hand, do not often have definite and known followers. A listener can turn off the radio or switch to another station or may not listen the radio at the time the announcement is broadcast. A radio program must build and maintain its own audience. Commercials must be effective, and selective. To incorporate all these "musts" in commercials, a careful research is a must also.

I.2- Radio Advertising in Istanbul

Radio advertising, that is the commercials, has gained importance in a short time, and is definitely considered to be one of the most effective media by the advertising agencies, and public opinion; according to the results of studies conducted by PEVA, the only full-time market research organization of Turkey.

Radio commercials first appeared in 1951 and gained importance after 1956. Today about 1450 radio advertisements and spot announcements are heard over a period of one week (in case of the sample week 1480).

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 3

With the developing economy and the market, firms feel that advertising has become necessary to educate the people in the market, to inform them of the new products, persuade the consumers to buy the products and to explain their competitive advantage. Radio advertising could reach the great mass of Istanbul people if well designed. According to our research findings, 97% of people in Istanbul have radios (see Table I). Research could guide the firms to built an audience, to be selective and, most important of all, to be heard. However in Turkey and İstanbul, with TRT the problem of getting the audience and breaking the tendency of avoidance is acute. Besides the fact that research was not conducted on this point up to this time, radio commercials have limited and definite times assigned. According to the schedules prepared by TRT the advertising programs are as follows :

1) Saturday and Sunday

	<u>TIME</u>	<u>TIME</u>
	<u>SATURDAYS</u>	<u>SUNDAYS</u>
Commercial Programs :	14:00 - 15:00	13:30 - 15:00
	18:00 - 19:00	18:00 - 19:00
	22:00 - 22:40	22:00 - 22:40

Spot Announcements :

Saturday : 8:15-10:30-12:35-17:55-19:45 (all 5 minutes each)

Sunday : 12:35-17:55-19:45

2) Other days

	(TIME)
Commercial Programs :	18:00-19:00
	22:00-22:40

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 4

Spots are the same for each day of the week with that of Saturday.

Very few firms have full times of their own, and they are also squeezed into the regular hours of advertising programs as scheduled.

The fact that the commercial programs are scheduled for the same limited hours, with little or no long entertainment programs attached to them, may very well cut down the audience drastically giving them the chance of turning off their radios or switching to other stations, avoiding the commercial programs. The fact that the time is limited too, is a barrier for the firms to choose the time which the audience listens to the radio most. It might also be that this fact is a barrier for the advertisers to be efficient, and get the full return on the money they spend on advertising. However research might definitely correct this barrier some what, within the specific limits, if conducted effectively,

I.3- The Aim of the Study

Advertising executives are now expressing much concern about advertising, its increase in cost, its effectiveness, and the public image. Managements are worried about increasing costs and possibly declining productiveness. Common concern could be summed up as follows :

- 1) Advertising has become necessary.
- 2) Advertising has become far more costly.
- 3) Advertising could be far more effective and efficient with the budget firms appropriate at the moment.
- 4) Research is necessary for planning and follow-up of commercials.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, İSTANBUL

PAGE 5

- 5) Limitations imposed by TRT prevent it from operating efficiently.

These points were deduced from the interviews conducted with 10 firms in İstanbul, namely, Aygaz, Arçelik, B.P., Eczacıbaşı, Mataş, Shell, Tekfen, THY, Unilever, Ziraat Bankası. These firms extensively use radio as an advertising media.

In the light of the above mentioned facts, the aims of this study can be summed up as follows :

- 1) To apply a simple marketing research technique as a guide for future studies and media research in Turkey.
- 2) To classify and reveal the character of our present radio commercials.
- 3) To study the impact of the present radio commercials with the results of a field survey that reflect the public opinion, that is, the profile of the consumers, and to evaluate the present programs.
- 4) To find ways to improve the present condition of Radio advertising in the light of the research conducted.
- 5) To test the hypothesis stating that definite and restricted radio advertising times may cut down the audience, and, therefore, spots and whole programs are more effective and efficient.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 6

II - PROCEDURE

The study consists of two main parts :

- A- Evaluation of the radio commercials
- B- Evaluation of the field survey conducted in Istanbul.

A - Procedure to Evaluate the Radio Commercials :

- 1) All radio commercial programs broadcast by the Istanbul radio were tape-recorded for a one-week period.
- 2) All radio commercial programs, plus spot commercials appearing on the Radio of Istanbul were recorded in the form of notes (see appendix : I) again for the same one-week period.
- 3) Interviews were conducted with the responsible executives of ten big firms and three advertising agencies.
- 4) Interviews were conducted with the responsible members of the Istanbul Radio's advertising department.
- 5) Additional information for cross checking was obtained from the studies of PEVA.
- 6) The data were classified and analyzed in accordance with the acceptable methods of classification and in relation with the nature of Turkey's radio advertising.
- 7) Conclusions were reached.
- 8) Results were used to analyze the impact of the field survey.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 7

B - Procedure of the Field Survey :

1) A questionnaire was prepared in line with the basic aims of this study. A pretesting, piloting the questionnaire was performed before the questions took the final form.

2) In accordance with the difficulties faced during piloting, the questionnaire was corrected. Taking into consideration the fact that the answers to the questions could be subject to interpretations, and variations could make the answers impossible to classify, the questions were standardized pre-coded, and open-ended questions were minimized as much as possible.

3) The questions were pre-coded as to make direct punching and verifying with IBM possible, in case needed.

4) The questions were designed to get :

- a) Radio listenership habits and time
- b) Reactions to the commercial programs and time of listenership.
- c) What respondents like and don't like about the commercial programs, and what they expect from them.
- d) Possible influences of the commercials.
- e) General classification of the respondents.

5) A sample of one hundred was drawn, and the field survey was conducted in Istanbul city.

6) After the interviews were completed, the questionnaires were edited for possible errors, and the classification of the open-ended questions was made.

Open-ended questions were coded for IBM operations.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 8

7) Since sorting and crosses necessary for tabulation of the study with 100 questionnaires was relatively easy and possible, IBM operations necessary for a larger sample size were abandoned on the basis that it would be uneconomical for this particular survey, and hand sorting was performed (see appendix)

8) Data was sorted and breakdown by sex and income groups was obtained besides the general breakdown.

9) Tabulation and analysis was made.

10) Results of the evaluation of the commercials were analyzed with the results of the field survey.

11) Conclusion was reached in view of the outcome of the surveys conducted.

II.1- Time of the Study

A- Radio commercials were recorded during the last week of May 1965.

B- Preparation of the questionnaire, piloting and coding were performed in the month of May, final forms being ready on May 30, 1965.

Interviews were conducted in the first week of June, 1965, and were completed in two weeks.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 9

III- SAMPLING METHOD USED IN THE SURVEYS

A. The Sample Week to Record the Commercials :

Istanbul Radio has specific and limited time appropriated for the commercials. The time schedules for the commercials are specified closely by a special regulation. Therefore the commercials have a specified ceiling. On the other hand a pressing demand for time by the radio advertising agencies exists which guarantees the full use of the available time. This assures us of the fact that the number of commercials doesn't vary from week to week by a notable amount.

Another fact which was a decisive factor in taking one week as representative is that the programs of radio commercials are prepared weekly.

Therefore we can be certain that a sample of one week is representative for the whole, and results could be considered as to apply for the whole time span of the commercials unless an unusual development in the trend comes about which was viewed as very improbable both by the advertising agencies and the radio advertising department during our interviews.

B. The Sampling Method for the Field Survey :

The audience of Radio Istanbul extends beyond the limits of the Istanbul area. But the area under study is Istanbul, which in reality is the major aim of the commercials of the firms. Therefore we define our universe as the inhabitants of Istanbul city.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, İSTANBUL

PAGE 10

A random sampling method is used for the survey with a sample size of 100. Because it is practically impossible, with the existing limits of a one-man research; to apply pure random sampling, in practice the method is somewhat modified.

A frequently used method in market research, that is, area sampling is applied.

İstanbul city is divided into districts. According to the population census of 1960, districts below 45000 population were excluded. Then, in proportion with the population figures for the remaining districts, the number of interviews that would be conducted in each zone was determined. The following table shows the distribution.

<u>Districts</u>	<u>Population Figures</u>	<u>Number of Interviews</u>
Eminönü	134 852	8
Bakırköy	102 617	6
Eyüp	180 011	10
Fatih	300 594	18
Zeytinburnu	88 341	5
Total for Eminönü side of Galata Bridge :	806 415	47
Beyoğlu	216 425	12
Beşiktaş	93 547	5
Sarıyer	48 990	3
Şişli	181 402	11
Total for Beyoğlu side of Galata Bridge :	540 464	31

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 11

Kadıköy	131 328	8
Beykoz	58 717	3
Üsküdar	111 821	7
Kartal	68 462	4
Total for Asian Coast of Istanbul :	370 328	22
 Grand Total :	 1 717 207	 100

Detailed maps for these districts were obtained from PEVA to select randomly the blocks and streets where the interviews were to be conducted. Industrial districts, where there is no house for dwelling, are blocked and eliminated. Using these maps, a starting point for the interviews in each district was determined.

Two interviews in each chosen street were conducted. The houses, and families to be interviewed were determined as follows :

The house that has the smallest number in each street was the starting point. The third house from this point is selected for interview. If the house is an apartment, a random number list was used to determine the flat of the particular apartment. If the inhabitants were not at home, the next house was substituted in its place. Once the interview with the first house was completed, for the second interview, the street was crossed and the first house opposite the interviewed one was determined as the starting point, and following the same procedure, the 100 interviews were completed.

To choose the actual person to interview in each house, random procedures such as asking the person in the house whose birth day is closest to the day of the interview, and inter-

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 12

viewing that person, was followed.

This procedure was followed as closely as possible although some small departures from the plan had to be made because of the limitations faced due to being alone and conducting the whole survey personally.

III.1- Limitations

A market research necessitates a technical and well organized staff. It is costly and time consuming. One man can not fulfill all the requirements of a perfect survey.

For this kind of survey where an area is to be covered effectively, the best sampling method would be a pure random sampling method.

A perfect coverage was impossible because of the following reasons.

A) For a total coverage, addresses could be obtained, chosen at random, from "İstanbul Elektrik İdaresi" (the electricity department of İstanbul municipality) if they are willing to give it. Also, the same problem is faced by PEVA; it is very hard to find and interview places obtained, if not impossible to find, due to the fact that electricity contracts are made with the inhabitants of the house mostly who rent the place and who might have moved out. Cases exist where the address indicated is not a house any longer but an empty land or a business office.

It is also hard to locate the inhabitants and interview them due to social customs or to find them at home.

B) The number of interviews isn't sufficient for a total coverage, and to increase the number is beyond the

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 13

possibilities of one person in terms of time and costs.

The number of interviews was not increased also due to the fact that it is impossible to perform hand sorting and tabulating within a reasonable time span and IBM evaluation is very costly for our purposes (450 krs. per interview just for punching and verification)

C) Istanbul city extends a great area and to cover the whole area is impossible unless we have trained interviewers. Therefore places out of reach or hard to get to are eliminated as much as possible without damaging the sample too much.

To summarize, the main limitations of the survey were :

1. Lack of staff
2. Lack of financial means
3. Lack of data about the area to be covered
4. Lack of technical means like computers.

III.2- Margin of Sampling Error

The table of margin of sampling error for this survey is based on the following formula and is extracted from the table prepared by the "Swedish Institute of Public Opinion Research Ltd." :

$$2 \sqrt{\text{Percentage (100-percentage)/sample size}}$$

Margin of sampling error for a sample size of 100 when the observed percentages are :

Sample P	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	q
Size in q	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	P
100	X	X	X	8.7	9.2	9.5	9.8	9.9	10.0	

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 14

The margin of sampling error for our sample size is too large to be critical with the analysis of the results. However it gives an idea, and in the survey we will be critical in the analysis due to the nature of the study and for our special and demonstrative purposes.

The sample size is also too small to make cross tabulations. However cross tabulations are provided to see the inclinations of different groups within the limits of this study.

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 15

IV - RESEARCH FINDINGS

IV.1- The Radio Commercials

Istanbul Radio has 14 hours 10 minutes of commercial programs during a period of one week. These programs are scheduled for specific times of the day as indicated and shown before. Programs are prepared weekly by the radio advertising agencies, each having programs of 10 minutes on the average.

Aside from the specific advertising programs, spot announcements are spread throughout the day. Five spot announcement programs, five minutes each are scheduled six days of the week. For Sundays, three programs are scheduled, also as indicated and shown before.

In these programs a total of 1480 commercial announcements and messages are broadcast. The detailed record of these announcements, and their full messages in the order of days and times of the day is given in Appendix I of this survey.

Of these 1480 commercial announcements 1270 which is 85.8% of the total are broadcast in the specific advertising programs. Out of 1480, 210 are spot announcements (14.2%).

IV.2- Radio Advertising Agencies and Programs

Spot announcements are not within the frame work of an advertising program, and are read by the radio announcers. Therefore radio advertising agents prepare programs only for the specific time the radio advertising programs are scheduled

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 16

In the case of the sample week which represents the total weekly radio commercials, 83 different programs were prepared by 70 advertising agencies, and 8 firms which do their own advertising. Five programs are repetitive.

The detailed breakdown of these programs with respect to the agencies, times assigned to them, and the kind of programs they prepared are given in appendix II of the survey.

Of the 83 programs, 77.2% are prepared by the advertising agencies and 12.8% by the firms that directly have time of their own. Ten programs, that is 12.0% of the total, belong to one product or service each, and the remaining 72 programs, that is 88.0% of the total, are programs of the advertising agencies by which advertisements of different products are broadcast.

IV.3- Type of the Programs Prepared and Broadcast

The commercial programs have an entertainment part. The announcements are carefully arranged so as to fit the maximum amount of commercials with the minimum time reserved for entertainment, yet being interesting enough to keep people listening. Programs are prepared by the rule of thumb according to what agencies think people like. There is no research involved in preparing a certain program.

The type of programs and their percentage with respect to the total programs are given below according to the sample week under study :

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 17

Type of Programs

	<u>Number</u>	<u>% of total</u>
Turkish Music	26	31.3
Popular Music	18	21.7
Prize Programs	9	10.8
Cultural Programs	9	10.8
Plays	7	8.4
Show Programs	6	7.2
Sports	4	4.9
Comic features	4	4.9
TOTAL	83	100.0

IV.4- Distribution of Commercial Announcements According to the Days of the Week and Hours of the Day

According to the sample week under study, there are 1480 commercial announcements broadcast in the specific commercial programs and the spot announcements. Aside from Saturdays and Sundays, these programs and spot announcements are broadcast the same time each day with the same time limits. On Saturdays there is an additional program from 14:00 to 15:00. On Sundays however there are no spot announcements in the morning and there is an additional program from 13.30 to 15:00. Taking these differences as the base, the distribution of commercials and spot announcements are classified under three categories, that is, Saturdays, Sundays, and other days. The distribution according to this classification is given below :

<u>Days</u>	<u>No. of Commercials and Announcements</u>	<u>% to total</u>
Saturday	319	21.5
Sunday	300	20.3
Other days	861	58.2
Total	1480	100.0

T H E S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 18

If we take other days separately, that is the other 5 days, we see that there are on the average 172 commercials and announcements in each day which is 11.6% of the total.

Tables showing the breakdown of the 1480 commercials and announcements by the days of the week, and by the time of the day are given in Appendix III of this survey.

With the three-category classification, the frequency of commercials and announcements by the time of the day and their percentage to the total in each category is given below:

<u>TIME</u> <u>OF THE DAY</u>	<u>OTHER DAYS</u> <u>No.</u>	<u>%</u>	<u>TIME OF</u> <u>THE DAY</u>	<u>SATURDAY</u> <u>No.</u>	<u>%</u>	<u>TIME OF</u> <u>THE DAY</u>	<u>SUNDAY</u> <u>No.</u>	<u>%</u>
8.15	13	1.5	8.15	5	1.6	12.35	16	5.3
10.30	9	1.0	12.35	8	2.5	13.30	23	7.7
12.35	34	4.0	14.00	24	7.5	13.40	21	7.0
13.30	11	1.3	14.20	17	5.3	13.50	23	7.7
13.40	1	0.1	14.30	30	9.4	14.00	26	8.7
17.57	21	2.4	14.40	27	8.5	14.10	26	8.7
18.00	93	10.8	14.50	29	9.1	14.20	28	9.3
18.10	71	8.2	17.57	9	2.8	14.30	25	8.3
18.20	71	8.2	18.00	23	7.2	14.40	3	1.0
18.25	16	1.9	18.10	19	6.0	14.50	19	6.3
18.30	80	9.3	18.20	16	5.0	17.57	3	1.0
18.35	16	1.9	18.30	1	0.3	18.00	12	4.0
18.40	48	5.6	18.35	25	7.8	18.10	1	0.3
18.45	36	4.2	18.45	16	5.0	18.20	17	5.7
18.50	1	0.1	19.45	16	5.0	18.30	14	4.7
19.45	64	7.4	22.00	16	5.0	18.40	2	0.7
22.00	54	6.3	22.10	15	4.7	18.50	15	5.0
22.10	68	7.9	22.20	10	3.2	19.45	12	4.0
22.20	81	9.4	22.30	13	4.1	22.00	3	1.0
22.30	70	8.1				22.15	10	3.3
22.40	3	0.4				22.25	1	0.3
	861	100.0		319	100.0		300	100.0

The radio commercial programs are classified according to those 3 categories mentioned above, because the listener-ship habits and groups show a variation in the "other days" and on the week ends, especially for men who have jobs and

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 19

cannot listen to the radio during work time. The case is true for Saturday and Sunday where Saturday is not a totally free week-end day, for people work till noon time and many of them work the whole day.

A detailed breakdown of commercials is given above, segmenting the commercial programs. To be able to make comparisons with the field survey result, the frequency of commercials and spot announcements is grouped according to the total program hours given below :

<u>TIME OF THE DAY</u>	<u>OTHER DAYS</u> <u>No.</u> <u>%</u>	<u>TIME OF THE DAY</u>	<u>SATURDAY</u> <u>No.</u> <u>%</u>
8.15	13 1.5	8.1.8.15	5 1.6
10.30	9 1.0	12.35	8 2.5
12.35	34 4.0	14.00-15.000	127 39.8
13.30	11 1.3	17.57	9 2.8
13.40	1 0.1	18:00-19.000	116 31.3
18.00-19:00	432 63.2	19.45	16 5.0
19:45	64 7.4	22:00-22.000	54 17.0
22:00-22.40	336 32.1		
TOTAL	861 100.0		319 100.0

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 20

<u>TIME OF THE DAY</u>	<u>SUNDAY</u> <u>No.</u>	<u>%</u>
12:35	16	5.3
13:30-15.000	194	64.7
17:57	3	1.0
18:00-19.000	61	20.4
19.45	12	4.0
22:000-22.400	14	4.6
TOTAL	300	100.0

IV.5- Strategies in Commercial Programs:

In preparing the commercial programs, some primitive use of different advertising strategies can be observed. However, in Turkey, advertising budgets are limited and specified programs have to be adjusted not by principles of advertising strategies but by the limits of the budgets appropriated for advertising, as stated by the firms interviewed. Today the major problems of industry are production and finance, according to the executives. Marketing is a new concept that they have just began to realize the importance of. Therefore sales promotion and advertising are the first items to cut down on the budgets.

On the other hand, the specified programs for commercials prevent the firms from carrying out a program in line with a plan, because of the very limited time available for their use.

In İstanbul Radio, during the sample week, 288 firms had commercial announcements and programs broadcast . . The frequency of each firms' announcements are given in the Appendix of this survey in the decreasing order.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 21

The breakdown of firms that have commercial announcements by the number of days they have commercial announcements broadcast, and their percentage to the total are given below

No. of days	No. of firms	% to total	Total No. of announcements	% to total
7	21	7.3	371	25.1
6	22	7.6	285	19.2
5	20	6.9	199	13.4
4	18	6.3	146	9.8
3	22	7.6	135	9.1
2	69	24.0	182	12.3
1	116	40.3	162	10.9
TOTAL	288	100.0	1480	100.0

As we can follow from the table above, the majority of commercial announcements are made by a small group of firms. Only a few firms could afford to have their commercial announcements every day of the week. The firms that have high frequency within the sample week is given in the Appendix of the survey. As we look at their make up, these firms can be grouped in general as :

- 1) Banks
- 2) Well established, industrial set ups of Turkey
- 3) Firms engaged in an advertising campaign either because of seasonal or competitive factors.
- 4) Firms newly entering the market.

The majority of the firms under the first and second groups have commercial announcements every day of the week. Their primary concern is to build up prestige. They can afford the costs and derive benefits from the well established company names through extensive advertising.

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 22

The third-group firms carry on a campaign for a time period they think is appropriate or which their budgets could allow. Firms normally carry out their commercial announcements at a frequency as low as once or twice a week. In case of competition, firms follow each other in promotional campaigns, to maintain the balance and neutralize each other's campaigns' effect (especially true for bottled beverages). These products are mostly convenience goods.

The last group are firms newly entering the market. They conduct campaigns to establish the company name and inform the public of their operations. They may or may not carry on with a high frequency of commercial announcements due to the nature of the product or the strength of the firm.

The other firms with less frequent commercial announcements have a more acute problem of arranging their times and days because they want to have the optimum result from the few times they broadcast. They arrange the specific days and time of the day again, depending on hunches and experience. Week-ends are preferred for items that interest the family as a whole. Because the listenership habits of groups are not known, general principles as "women listen to the radio in the mornings, and men after work hours" are adopted as stated in the interviews conducted with the firms and advertising agencies.

Aside from the above mentioned factors, firms run commercials two days; once during the normal work days and once on the week end, or just one day but in accordance with what is thought to be the best day.

There is no tangible information besides experience and hunch on the media. Therefore advertising strategies are not definite, settled, or in most cases, existent.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 23

IV.6- Classification of Radio Commercials

The 1480 announcements in the commercial programs or spot announcements are classified (see Appendix for the total breakdown and classification), according to the following groups.

- A- Service or Product (S or P)
- B- Spot Announcement or whole Program (S or W)
- C- Special or Advertising Agency (S or A)
- D- Sponsor, Producer or Agent (S, P or A)
- E- Kind of good, Producer or Consumer (P or C)
- F- Specialty, Shopping or Necessity good (S, Sh or N)
- G- Persuasive or Informative (P or I)
- H- Slogan (- or +)
- I- Music (- or +)

The results of this classification are tabulated and given below :

	<u>No.</u>	<u>%</u>
A - Product	225	78.2
Service	<u>63</u>	<u>21.8</u>
TOTAL	288	100.0
B - Spot	30	9.7
Whole Program	<u>279</u>	<u>90.3</u>
TOTAL	309	100.0
C - Ad. Agency	269	98.9
Special	<u>3</u>	<u>1.1</u>
TOTAL	272	100.0
D - Producer	165	89.2
Agent	<u>20</u>	<u>10.8</u>
TOTAL	185	100.0

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 24

	<u>No.</u>	<u>%</u>
E - Producer good	28	11.2
Consumer good	<u>223</u>	<u>88.8</u>
TOTAL	251	100.0
F - Necessity	27	13.0
Shopping good	114	54.8
Specialty	<u>67</u>	<u>32.2</u>
TOTAL	208	100.0
G - Persuasive	222	62.5
Informative	<u>133</u>	<u>37.5</u>
TOTAL	355	100.0
H - Has a slogan	29	10.1
I - Has music	111	38.5

IV.7- General Rules Governing Radio Advertising

According to decree number No. 6/233 formulated by additions to law No. 3222, regulating radio advertising on all Turkish radios, all advertisements are grouped under 3 items :

1. Advertisements and announcements of all government departments and organizations, municipalities, local administrations, universities and those organizations promoting public welfare.

2. Advertisements and announcements of charity and educational societies, Government economic enterprises, and those of political parties excluding political propaganda.

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 25

3. Commercial announcements and advertisements of real or legal persons who, under the Turkish Commercial code are considered businessmen, in their commercial and business functions.

These different groups are charged different prices as specified in the same decree.

a- Prices for the spot announcements up to 10 words :

Time of the broad- <u>cast</u>	Price of the Spot <u>T.L.</u>
Mornings	90
Noons	90
Evenings (18:00-20:00)	150

The price for spot announcements after 20:00 is 120 T.L.

b- Price of each word if the spot announcement is more than 10 words :

Time of the broad <u>cast</u>	Price for additional <u>words T.L.</u>
Mornings	9
Noons	9
Evenings (18:00-20:00)	15

The price for each word after 20:00 is 12 T.L.

c- Price for commercial programs :

<u>Advertising and announcement time</u>	<u>Mornings TL.</u>	<u>Between 18:00- 20:00 T.L.</u>	<u>Between 20:00-12:00</u>
5 minutes	840	1200	960
10 minutes	1200	1800	1560
15 minutes	1560	2400	2040

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 26

The organizations and departments falling under item "1" are charged only one-fifth of the normal rate. Some items such as the National Lottery advertisements are totally free of charge.

The spot announcements and advertisements can not be longer than one minute and are contracted for with the radio station directly by firms or person giving the advertisement. No intermediary agency is employed.

In case of the whole programs, firms and persons wishing to give advertisements make contracts with advertising agencies which prepare programs. These agencies receive revenue from the givers of advertisements and pay to the radio administration a fixed sum of money per program and in accordance with the specified rates given above.

The programs prepared by the advertising agencies can be five, ten, or fifteen minute programs. These time limits are not subject to change. They cannot be shorter or longer than the stated specific time breaks.

The rates are measured in terms of words for spot announcements and in terms of minutes for whole programs.

Different rates are charged for the whole programs according to the time of the day and day of the week. On Sundays, all hours are charged by the same and by the top rate of the normal days. This case is true for all official holidays. Besides the actual price, municipal duties and stamps add to the total cost of advertising 2.5 %.

No price concessions are allowed for the slack season, summer.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 27

No accurate statistics or figures regarding radio commercials exist. There has been no research until the time of this survey.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 28

V. RESULTS OF THE FIELD SURVEY

The results of the field survey are tabulated to show the general breakdown of the answers, and cross tabulations by sex and income are provided to show a detailed cross section of the listeners. Detailed tables are given in the tabulation section of this study.

The information obtained from the survey is the basis for the tables, and results deduced from these tables are presented below. Results are only for the city of İstanbul and for the commercial programs of İstanbul Radio.

V.1- İstanbul Radio Listenership

İstanbul Radio has a very large group of listeners. Radio is considered to be a necessity and almost every family living in İstanbul has a radio and listens to İstanbul Radio.

	<u>%</u>
Listeners of the İstanbul Radio	97
People who not listen to the İstanbul Radio	3

All men listen to the İstanbul Radio while among women, 6.5% do not.

In the income groups, 97.1% of the low, 100% of the middle and 95.2% of the high income people listen to the İstanbul Radio.

V.2- Radio Listenership Habits by Days and Hours :

The Listenership habits show some variation on the weekends from the other days of the week.

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 29

<u>Radio Listenership hours</u>	<u>"other" days(%)</u>	<u>Saturday(%)</u>	<u>Sunday</u>
Mornings (6:30-12:00)	14.9	22.3	13.4
Afternoons (12:00-19:00)	31.1	37.2	37.0
Evenings (19:00-24:00)	54.0	40.5	49.6

On the whole, radio is mostly listened to in the evenings from 19:00 to 24:00. The most frequent times the radio is listened to are the evenings of the work days of the week. A fall in the radio listenership is observed in the afternoons of the work days, classified as "others", and a definite increase is observed on Saturday mornings.

As we can observe from the table II.3, women listen to the radio definitely more than men do during the mornings and afternoons of the "other days" and male listeners increase in the evenings, that is after 19:00 hours. However in the mornings, up to 9:00, male listeners are more than female listeners with the observed percentages. This information is significant in showing the effect of the work hours on listenership habits.

The trend does not change for Saturdays as can be observed from table II.1. However on Saturdays, as can be observed from table II.2, men listen to the radio more than women do, during the morning and evening hours. In the afternoons women again, listen to the radio more.

Among the income groups, middle income people listen to the radio less, compared with the low and high income groups. As observed in tables II.1, II.2, and II.3, during the morning and afternoon hours, people of the low and middle income groups listen to the radio more. In the evenings the high income group listens to the radio comparatively more. These results conform with the general view as to the tastes and

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, İSTANBUL

PAGE 30

ways of living of certain income groups in İstanbul.

However the reasons for the results obtained will not be discussed to any depth here, because it is a matter of general opinion and interpretation.

In general, as can be observed in the tables, the radio is listened to most between the hours 19:00 and 22:00. The radio is listened to most on Sundays.

V.3- Listenership of Radio Stations Besides the İstanbul Radio

Three people stated that they have no radios to listen to. Besides these three people, the majority of the radio listeners listen to more than one radio station, that is, 87.7% listen to radio stations besides the İstanbul radio.

<u>Other Radio Stations Listened To</u>	<u>% of listenership</u>
İstanbul İl	42.1
Ankara	30.4
Foreign	15.3
No other stations	13.2

There are other stations listened to from time to time but they are not regularly followed, and therefore, are not significant for our purposes.

As can be observed in table III, male and female listeners equally listen to the İstanbul İl radio station. Ankara and foreign radio stations are listened to more by male listeners.

Middle and high income groups listen to more stations than the low income groups do.

T H E S I S
ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 31

The high percentage of people who listen to different radio stations besides the İstanbul radio indicates that they shift to other stations if they do not like the programs or if there are programs which they like on another station at a specific time.

V.4- The Time of the Commercial Programs

The commercials are scheduled at specific times of the day. About 21 to 22% of the listeners don't know the time of the commercial programs. Most people do not remember the exact time of the specific programs during a day.

<u>Time of Commercials</u>	<u>% of Time Stated by Listeners</u>		
	<u>Other</u>	<u>Saturday</u>	<u>Sunday</u>
13:30-15:00	-	16.7	20.8
18:00-19:00	42.1	32.1	31.2
22:00-22:40	34.5	29.2	27.2
Wrong time	1.4	-	-
Don't know	<u>22.0</u>	<u>22.0</u>	<u>20.8</u>
	100.0	100.0	100.0

Radio listeners can best remember the time of the commercial programs between the hours 18:00 to 19:00. However, even for the best known time the percentage of right answers does not exceed 42.1 %. This fact indicates that for the commercials, regular followers aren't very many.

The breakdown by sex and income is given in tables IV.1, IV.2 and IV.3.

V.5- Attitude Toward the Commercial Programs

Commercial programs on the radio can be easily avoided by switching to another station, or turning off the radio.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 32

Attitudes of the listeners differ under the prevailing conditions when the radio commercials are broadcast. If the radio is on when there is a commercial program, more people listen to the commercials then when the radio is off and has to be turned on to listen to the commercial programs.

<u>Attitude when the Radio is on</u>	<u>%</u>
I listen to the program	56.9
Other	17.6
I switch to another station	15.7
I turn it off	<u>9.8</u>
	100.8

If we analyze the answers given under the "other" caption, we can generalize and say that this group listens to specific programs they like, or listen to the commercial programs if they have nothing else to do.

More than half of the listeners keep on listening to the commercials while 25.5% avoid them completely and 17.6% avoid them partially.

Female listeners are more inclined to listen to the programs, as could be observed in table V, and male listeners are more inclined to avoid them partially or totally. Middle income group people on the other hand, are more selective and follow the programs they like more.

The attitude changes in case the radio is not on during the time the commercial programs start.

<u>Attitude when radio is off</u>	<u>%</u>
I do not turn it on	54.9
For some programs I do	25.5
I turn it on	12.7
Others	<u>6.9</u>
	100.0

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 33

With these answers, it is seen that followership of radio commercial programs is not well established and only 12.7% care to turn on the radio to listen to the advertising programs and 25.5 % are more selective.

Female listeners are more loyal followers as compared with male listeners within the limited percent of people that turn on the radio for the commercial programs. However, again, the female listeners don't care to listen to the programs when the radio is not on with a percentage as high as 52.3%. Male and female listeners alike are more selective in this case, as can be observed in table VI.

As to the income groups, low income people are comparatively more loyal followers while middle income and high income groups are more selective. All three groups show a low tendency to turn on the radio for the advertising programs.

Viewed together with the case where the radio is on during the time of commercial programs, it could be stated that in general, people are indifferent toward the commercial programs as a whole. The programs as a whole have few loyal listeners, and comparatively more selective people listen to the programs they like.

The least loyal and most selective groups is the high income group who are the most potential buyers, with more disposable income, especially of specialty goods.

V.6- Listenership of the Commercial Programs

With the answers to the question on listenership of commercial programs, the listenership habits are further revealed. The answers conform with the results obtained from tables V and VI.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 34

<u>Listenership</u>	<u>%</u>
Listen sometimes	41.2
Listen to the commercials	36.3
Listen to the ones they like	9.8
Do not listen to the commercials	8.8
Other	3.9
	100.0

As observed from the results, only 36.3% are regular listeners of the commercial programs. A majority of the population listens to the programs from time to time if they like the program. 9.8% are loyal followers of certain programs they like.

Females are more loyal listeners than males are.

Middle income groups are less selective and are more indifferent to the commercial programs compared with the other two groups.

As the results indicate, the listenership habits are not well developed, and potential buyers have to be attracted. For more loyal following commercial programs have to be very carefully rearranged to fit the general listenership habits and times, under the guidance of surveys.

V.7- Commercial Program Listenership by the Hours of the Day

The commercial programs during a day are broadcast at three different hours on Sundays, Saturdays and at two different hours during the other days. Listeners do not follow each program with the same intensity or interest. Some programs are followed more than the others.

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 35

<u>Listenership hours</u>	<u>% Other days</u>	<u>% Saturday</u>	<u>% Sunday</u>
13:30-14:00	1.8 (spot)	7.8	9.4
14:00-15:00	-	9.4	8.6
18:00-19:00	34.3	28.1	25.0
22:00-22:40	28.8	23.4	21.9
Not Definite	30.6	5.0	29.7
Don't know	4.5	4.8	5.4
	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>

As observed from the results, a considerable number of people are not definite followers of commercials at a specific time. However, the commercial program that has the most listeners is the program broadcast between 18:00 and 19:00 followed by the program between 22:00 and 22:40.

Among the people who follow the radio commercial programs at a specific time, as observed in tables VIII.1, VIII.2, and VIII.3, the majority are male listeners. On the week-end days, high income group people are less regular listeners as compared with "other" days and with other groups.

High income group people, on the other hand, are more indifferent to commercial programs and listen to them at indefinite hours.

V.8- Favorite Programs :

Most of the listeners to commercial programs have favorites within the general advertising programs. As stated before, people are selective in attitude toward the commercials. Of the total 83 % of the listeners have favorite programs.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 36

The programs the listeners favor can be classified under common groups.

<u>Favored Programs</u>	<u>%</u>
Puzzles-contests	30.6
Popular Music	22.4
Plays	13.1
Programs offering gifts	12.6
Turkish Music	10.4
Sports	6.5
Other	4.4
	100.0

The most favored programs, as obtained from table IV, are programs with puzzles and contests, followed by popular music programs.

Male listeners favor programs with puzzles and contests more, while popular music is favored by female listeners.

Among the income groups, middle and high income groups favor commercial programs with puzzles and contests while the low income groups favor programs with plays and popular music.

V.9- The Commercial Announcement Listenership

The commercial programs, and the announcements within the commercial programs are separate things for the listeners. The interest of the listeners lies, as stated before, in the entertainment part of the programs, and announcements are more likely to be avoided if not designed very carefully. With the present condition of the commercial announcements,

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 37

a majority of the listeners do not or can not follow the announcement within the commercial programs as can be observed from the results in table X.

<u>Announcements' listenership</u>	<u>%</u>
Listeners	45.0
Don't listen	28.6
Cannot follow; too fast	24.2
Other	2.2
	100.0

The listeners avoid the announcement part of the program, but not because they want totally to avoid them. As can be seen from the results, 24.2% of the listeners cannot follow the announcements because they are too fast.

Female listeners are more attentive in listening the announcements than are male listeners. Among the income groups the low income group has more difficulty following the announcements because they are read too fast, and the high income group follows the announcements more attentively. The middle income group avoids the announcements most.

V.10- Reaction Toward the Commercial Programs Being Scheduled at a Specific Time

A majority of the listeners have no objection to the commercial programs at a specific time. As observed from the table XI, 78.3% state that they have no objection, while 21.7 feel that it's not appropriate. At first sight this result might lead to a misinterpretation. The programs being at a specific time may seem to be favored by people stating that they have no objections. However, more than 60% of the people having no objection stated that they do not care very much about the programs and that is why they

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 38

do not object to the present status of the programs.

The 21.7% having objections stated the reason for their objections.

<u>Objections</u>	<u>%</u>
A waste of time	15.4
Busy at that time	23.1
Other	61.5
	<u>100.0</u>

The answers under the "other" caption can be summed up as, "it's boring to have all the programs being squeezed in specific times".

Of the total listeners, 15.4 % do not want radio time to be spent on this kind of programs, while 23.1 % want to listen to the programs at different hours and not miss them, if they are busy and cannot catch the specific hours the commercials are scheduled for.

Male listeners mostly object to the programs being at specific times because they might be busy and cannot listen to them at a specific time.

V.II- Opinion on the Suggested Long Programs, Spots Being Scattered Throughout the Day

The majority of listeners are in favor of long programs, spots being scattered throughout the day. This fact can be observed in table XII.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 39

<u>Opinion on the suggestion</u>	<u>%</u>
It will be better	54.6
It will be worse	14.4
Does not matter	22.7
Do not know	7.2
Other	1.1
	<u>100.0</u>

The suggested change of the programs is favored mostly by female listeners and the high income groups.

V.12- Opinion on How the Commercial Programs Should Be

Majority of listeners, as observed in table XIII, want radical changes in the commercial programs.

<u>Form of the Commercials</u>	<u>%</u>
Longer Music and entertainment	41.3
Whole Programs	28.4
Stay the same	11.0
Other	19.3
	<u>100.0</u>

Majority of the people favor programs with more time devoted to the entertainment part.

V.13- The Time of the Commercials

A change in time is favored by more people for the commercial programs. However a fairly large group states that it should stay the same.

<u>Time of Commercial Programs</u>	<u>%</u>	
Should stay as it is	43.4	
Should not be at specific hours	31.3	
Other	25.3	Total: 100.0

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 40

Under the "other" caption, people stated different times for the programs being broadcast at the same time and favor changes less, while middle and high income groups are in favor of changes as observed in table XIV.

V.14- Effects of the Commercial Programs :

The programs had some influence on the listeners in one way or another although not very effective on the whole. More than half, 53.7%, of the listeners were influenced, while 46.3% stated that they have not been affected in any way by the programs.

The effects of the commercials were various as observed in table XV.

<u>Effects</u>	<u>%</u>
Gave information	57.1
In daily Purchases	19.4
In Important Purchases	9.2
Other	8.2
In depositing money	6.1
	<u>100.0</u>

The most effective functions of commercials, as stated by the listeners, are giving information concerning new products (26.5 %) and giving general information (30.6 %). In initiating actual sales, the commercial programs are not equally successful.

Although one cannot be certain of the various influences of advertising and get a definite result without a follow up study, these results are valuable as indicators of the general tendency on the part of the listeners.

VI - GENERAL CLASSIFICATION OF THE RESPONDENT

The detailed breakdown of the general classification of the respondents of the sample group for this survey is given in tables XVI through XX.

VI.1- The Household

The survey indicates that the average size of İstanbul families is 4.54 people.

<u>Household</u>	<u>%</u>
Children (Below the age 18)	37.4
Women	33.8
Men	28.8
	<u>100.0</u>

VI.2- Income Groups

The income distribution according to the sample of the survey.

<u>Income per Household per Month</u>	<u>%</u>
0-1500 (Low income)	34
1501-2500 (Middle income)	24
2501- + (high income)	42
	<u>100.0</u>

VI.3- Education

The distribution of education according to the sample :

T H E S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 42

	<u>%</u>
University (At least 2 years in university)	42
Lycée (At least 2 years in Lycée)	26
Only Primary (completed)	16
Only Secondary (completed)	9
Can Read and write, but have not completed	
Primary	5
Illiterate	2
	100

VI.4- Breakdown by Occupation

	<u>%</u>
Government employees	5
Private enterprise employees	12
Unemployed/students	28
Housewives	18
Professional men	17
Scientists	4
Teachers	3
Officer in the army	1
Workers	5
Artisans	7
	100.0

VI.5- Age Groups :

	<u>%</u>
20 or less	12
21-30	39
31-40	21
41-50	16
51- +	12
	100.0

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 43

VI.6- Sex

Women

%
46

Men

54

100.0

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 44

VII- EVALUATION OF THE RADIO COMMERCIALS WHEN COMPARED WITH THE FIELD SURVEY RESULTS

With the research on the existing radio advertising and announcements, the extent and contents of commercials is revealed and stated.

The field survey is conducted to get the attitudes, reactions, and opinions of the people with regard to the commercials and announcements.

In the light of the study to reveal the impact of the present radio commercials with the results of the field survey that reflect the public opinion, that is, the profile of the consumers, the advertisement programs on the radio can be evaluated better.

VII.1- Radio as a Medium

In İstanbul five major media for advertising are used most.

1. Radio
2. Newspapers
3. Magazines
4. Cinema
5. Bill boards

There is no television in Turkey appropriate for purposes of advertising. Bill boards serve a very limited purpose and are not a mass media for advertising. Magazine sales are very low and also do not serve as mass media. Movie goers are very few compared to the Radio listeners. Radio is most widely followed by every and each class of

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 45

people and comprises a large proportion of the weight of advertising in İstanbul. Low literacy sets a limit to newspaper advertising.

İstanbul Radio administration is directly related to TRT, which is a state economic enterprise. Radio has a very important and definite social and political function in developing countries such as Turkey. It serves the public as a means of entertainment, education, and source of news. Therefore the radio commercials are limited by boundaries unlike those in developed countries. The commercial programs are squeezed into limited hours of the day with very strict rules as to their time.

An excess demand exists for radio time, and pressure from firms keeps the rates high as given under part VI, (7) of the survey, while little effort has been made for the development of the programs or for more effective commercials.

VII.2- Effectiveness of Radio Commercials

For the radio commercials to be effective, commercial programs must first be heard and followed by the listeners of this mass medium.

The commercial programs should be at the right time, with the right program, and should be listened to by the right people. To be effective the commercials should fulfill all the five function of advertising.

A - Effectiveness of the Commercial with Respect to the Time of Listenership

The radio commercial programs are limited to 14 hours, 10 minutes with 1270 commercial announcements which is 85.8%

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 46

of the whole, 14.2% being broadcast in spot announcements. The programs are broadcast within a definite hour scheduled by the radio administration. As observed in the survey results, under part IV, (4), the commercial time and announcements are the most on Sundays (21.5% of the total), followed by Saturdays (20.3%). On the ordinary days of the week, each day 11.6% of the total commercials are broadcast.

During the work days of the week, it is observed that the advertising programs from 18:00 to 19:00 definitely carry the largest weight, being the longest time scheduled for advertising. On week ends, the weight shifts to the program between 13.00 to 14.00 on Saturdays, and 13:30 to 14:00 on Sundays. Programs from 18:00 to 19:00 are secondary in importance.

On the other hand, as observed from the field survey results under part V (5), the attitude toward commercial programs as a whole is mainly "indifference". Almost 57% of the listeners keep on listening to the radio during commercial programs if the radio is on, and only 12.7 % turn the radio on especially for radio advertisements. More than a third state that they listen to the commercial programs continuously, while 41.2% listen the programs from time to time. Only 9.8% state that they listen to the ones they like, being selective. On the average, the times of specific commercial programs are known by 30% of the people.

The radio commercial programs have not effectively built loyal followers and are more subject to general habits of radio listenership than to commercial radio listenership habits.

Radio commercial programs are followed by commercial listeners most during the hours 18:00 to 19:00 through out

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 47

the week, with the programs from 22:00 to 22:40 being almost as closely followed. This fact leaves weekend early afternoon hours relatively inefficient. However, as indicated above, these facts are true for the loyal radio commercial followers. When the general radio listenership hours, under the part V (1) and Table III 1, III, 2, and III,3 of the field survey results are examined, in view of the majority of the mass media, evening hours are more efficient. Especially the time between 19:00 and 22:00, when there are no advertising programs scheduled, radio is listened to most intensively throughout the week. For weekends, the commercial programs between 14.00 and 15.00 on Saturdays and 13:30 and 15:00 on Sundays are followed least in comparison with the commercial programs on the other hours of the specified days. These programs are inefficient with respect to the weight of commercial announcements broadcast.

The spot announcements, on the other hand, are free from the limits of these specified programs. Yet they have definite times assigned by the radio administration. They are perfect means of reaching the consumers if they are selective and are broadcast at the specified hours of radio programs under the guidance of research. Experience has been the guide up to now. Although groups that these spots are aimed at are pretty well determined according to the field survey of the time of the spots, some assigned times, namely 12:35 and 17:55 are out of place and when radio listenership is not extensive. Also the radio times appropriated for spots are very limited and mostly filled by governmental or local administrations' announcements. More than on appropriate amount of spot announcements are read giving the impression of boring news.

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 48

B - The Programs with Respect to the Wishes of the Listeners

The commercials consist of 83 different programs, 8.0 % being programs of the advertising agencies and 12.0 % belonging to one product.

The entertainment part of the program is usually prepared by the advertizing agencies, only 3 firms doing their own advertising. The field survey shows that some gaps exist and should be filled.

<u>Programs</u>	<u>% Actual</u>	<u>% Desired</u>
Turkish Music	31.3	10.4
Popular Music	21.7	22.4
Prize Programs	10.8	30.6
Cultural Programs	10.8	-
Plays	8.4	13.1
Show Programs	7.2	-
Sports	4.9	6.5
Comic Features	4.9	-
Programs offering gifts	-	12.6
Other	-	4.4
	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>

It is observed that while programs with Turkish music are desired relatively less, their share in the total is quite heavy. The most desired types of programs with contests, puzzles, and those offering gifts, are neglected. Cultural programs, show programs, and programs with comic features are favored by very few and are classified under the item "others".

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 49

As observed in the radio commercial survey, part V (6), the majority of the commercials in the programs are product commercials (78.2 %), and service commercials are comparatively very few (21.8 %) as typical of a developing economy where services are not as developed as the secondary production or the industrial sector with new products to enter the market.

Again with the conditions of a developing economy, where marketing channels are not well developed and agents are weak or lacking, the producers assume the job of promoting their own product and pushing the products to the market through advertising besides other factors beyond our concern. Therefore 89.2 % of the commercials belong to the producer and only 10.8 % to the agent.

A Majority of the goods which have commercials on the radio are shopping goods (54.8 %), 32.2 % being specialty items and 13.0 % necessity items. The nature of shopping and specialty items requires more thinking for the buyer, and consumers should be educated showing them the advantages of the product. In line with the nature of the above characteristics, the commercials should perform the function of informing the consumer with sound reasoning and effective advertising. The make up of the commercials indicate that 37.5 % is informative and 62.5 % persuasive. To help the memory and association, 38.5 % of the commercial announcements are broadcast with a special music of their own and 10.1 % with specific slogans to build an image. The reasons for the persuasive advertising dominating the character of the commercial programs are on one hand the cultural level of the consuming public and on the other hand the weak advertising techniques employed on the part of the advertising agencies.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 50

There is no entertainment part for spot announcements or programs of any special type. The techniques used in preparing these announcements are no better than the ones in commercial programs, long administrative announcements in between hamper the effectiveness also.

The public opinion derived from the field survey on how the commercials should be, is definitely in favor of longer entertainment parts in the programs and whole programs belonging to one firm. Only 11.0 % state that the programs should stay the same.

The effects of the radio commercials on the general are not impressive. Of the listeners to radio commercials 46.3 % had not been affected by them in any way. Table XV of the field survey). However 53.7% had benefited from the commercials in different ways. As the results are viewed, what is obvious is that commercials were not effective in accomplishing sales, but were valuable for informing the public about the products and services available. More than 57 % of the listeners state that they got information on new products and received general information, although informative advertising is relatively few as indicated before. This fact indicates, too, that commercials serve as a means to introduce the goods and brands to the consumers but, unfortunately, is not followed by the listeners to an effective degree.

On the other hand, commercials created sales by stimulating daily purchases of 19.4 % of the people affected by them. Only 9.2 % were affected in their important purchases and 6.1 % in depositing money. When these results are considered in view of the classification of the present make up of commercials and announcements, it is observed that specialty items and shopping goods constitute 87% of the advertised goods and only 13% are necessity items. This fact indicates

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 51

that the majority of the advertising, that is the advertisement of shopping and specialty goods, is relatively ineffective and not efficient. Also, the commercial announcements of the services mainly belong to banks. Banks have the highest frequency in radio commercials, therefore the results obtained are insignificant. However, banks use advertising mainly to build prestige and to inform the public of the lottery days. Banks' commercials to persuade people to deposit their money are not effective and are secondary in importance.

C - Effectiveness and Efficiency of the Commercials with Respect to the Frequency of Announcements

Radio advertising in Turkey is a very new subject and it has not yet found its fully efficient form as discussed throughout the survey. Marketing knowledge seems to be one of the points in which it is lacking most. The fault should be divided between the advertising agencies and the firms sponsoring the advertising. Many of the commercials sponsored by a considerable portion of firms have a motivation behind them which is far from the fundamental principles of advertising and marketing. If the motivations behind the existing commercials are to be classified, the dominating characteristics could be summed up as follows.

1. Introduction of a new product
2. Building prestige
3. Competition
4. Desire to hear their name on the radio

The first three basically match with the fundamental principles, but their application is satisfactory in only a few firms. Especially the commercials introducing a new

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 52

product, as in every advertisement, go with zero effect on the demand for some time and after a gap start to create or accelerate the demand. In Turkey, many firms which are not aware of this fact or which are mostly not financially capable of supporting a long advertising campaign, advertise their products for such a short time that it does not pass that effective point and all the efforts and money are wasted.

The fourth group cover a good portion which cannot be ignored. Examining the content of appendix I there are commercials for which no sound reason can be found for their existence. The only motivation behind them is the desire of the owner or the producer to satisfy himself with the announcement of his own name on the radio.

Different firms apply different strategies and have different numbers of announcements. About 44.3% belongs to 14.9% of the total firms advertising, while 40.3 % of the firms have only 10.9 % of the announcements broadcast. The first group strives for a total coverage while the second just tries to have a commercial on the radio once a week thinking it better than not advertising at all. To the second group we can add the firms with two announcements in a week. In both cases extreme measures are practiced. Both groups have no idea of the listenership habits and time. One is wasting a good portion of the money spent on advertising because total coverage may be obtained by fewer announcements better planned with the listenership habits and time in the light of a media research. The other group wastes money because the chance of being heard by an appropriate portion is week if not impossible. This fact can be stated in the light of the evaluation of the effects and efficiency of radio commercials in this survey.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 53

D. Effectiveness and Efficiency of the Advertising Techniques Used in Radio Commercial Announcements

Aside from the factors discussed above there are great flaws in the technique used in preparing the announcements and broadcasting them with the programs associated.

First of all, in all programs prepared by the advertising agencies that does not belong to one firm, there are multiple products of different types, appealing to different groups of people with different social and demographic characteristics.

These different announcements, as could be observed from appendix I, are broadcast within each and every program prepared by the agencies. On the other hand, the overall body of the programs and their entertaining parts should fit the product or service advertised; which is impossible under the present make up of the programs. Different social and demographic types of listeners are attracted by different programs. With the present make up of the programs, a common program for all the different type of products or services is not observed. No audience differentiation is made; that is an item appealing to one group of listeners and another item which is not appealing are brought together, thus offsetting the effects of each other.

The commercial announcements are seldom stoppers or attention getters. They are read monotonously by the same speakers most of the time and are not effective in arouse the curiosity of the listeners. The dramatic value and interests of the words that follow are lacking. As stated by 24.2% of the listeners, they are too fast and cannot be followed. The words and the way they are read by the

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 54

speakers in the commercial programs are not at all natural and are eliminating the favorable effects desired to be created, as stated by the majority of the respondents in the field survey.

VII.3- Testing the Hypothesis in the Survey

For the radio administration and the firms that advertise, the hypothesis in the survey is tested to reveal the effectiveness and efficiency of the present commercials with specific times scheduled as contrasted with the suggested form of program.

The hypothesis state that :

"Definite and restricted radio advertising times may cut down the audience, giving the listeners more chance of avoiding the commercials, and therefore whole programs belonging to a single firm could build more loyal audience while spot announcements spread through out the day get the unaware listeners more efficiently".

A- The results of the research and the field survey in relation to the hypothesis are as follows :

1- The İstanbul Radio is broadly listened to by the inhabitants of the city. However radio stations aside from the İstanbul Radio is also followed by the majority of the listeners, only 12.3% listening to no other station. There are other radio stations which suit the tastes and listener-ship habits of the İstanbul Radio.

2- Results obtained from the study of the attitude toward the radio commercial programs indicate that attitudes of listeners differ under the prevailing conditions at the time

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 55

of the programs. If the radio is on when there is a commercial program, more people listen to the commercial than when the radio is off and has to be turned on to listen to the commercial programs under the data given in part V (5) of the field survey results and in table V. Radio commercials' listenership is not well established and the listeners are indifferent in attitude toward the commercial programs. The majority of the listeners do not turn on the radio in order to hear the commercial programs. This causes inefficient use of the medium if the listenership habits of the majority of the listeners do not conform with the radio commercials' time, because the listeners are subject to the general radio listenership habits, being selective and indifferent in attitude toward radio commercial programs.

As deduced from the general evaluation of the radio commercials with respect to time, the radio commercials are inefficient, indicating the misallocation of radio time.

3- The radio commercial programs are insufficient, not long enough in the entertainment side, and continuous announcements of all kinds make them boring. This fact prevents building up of audience for specific commercial programs. The audience cannot distinguish the radio programs it favors from the programs with short intervals put altogether and broadcast. The listeners want longer entertainment or whole programs that belong to one firm and only 11.0% want them to stay the same, as the results in table XIII indicate.

4- A majority of the respondents are in favor of the long programs with spots announcements scattered throughout the day (54.6%), 22.7% being indifferent and only 14.4% being against them.

THE S I S

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 56

5- The radio listenership habits of people with different social and demographic types are also different. The make-up of programs, as discussed under part VI.D, does not allow the programs to be aimed at different groups.

B - Results

1- In the light of the above factors, it can be stated that radio advertising with fixed schedules prevents the most effective allocation of this medium and even helps the listeners to avoid the programs.

2- Commercial programs cannot build and maintain their own audience effectively. They cannot be selective.

3- Money spent on commercials is wasted to a great extent due to these factors, and misallocation of the radio commercial time is evident.

4- Since the proposed whole programs belonging to a single firm will be in the form of another radio program, long enough and containing the necessary entertainment part worth while listening to, they may well build their own audience. The people the commercials prepared by individual firms are aimed at, may be attracted, these programs being prepared in line with their tastes.

Since the majority of the announcements with high frequency per week belong to a few firms (44.3 % of the total announcements are sponsored by 14.9 % of the firms) they could very well purchase radio time.

5- Spot announcements can be scattered between the programs through-out the day. Spot announcements cannot be

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 57

avoided since they are short and at the beginning of certain radio programs. Determining the group which the advertiser aims the commercials at, the spot announcements could be scheduled right before the program listened to mostly by this group. The firms having commercial announcements once or twice a week are in the majority; 40.3% of the firms sponsor only 10.9% of the commercial announcements. These firms then would have a better chance of being heard and being heard by the right people at the right time.

C - Conclusion

The hypothesis is tested and in view of the results obtained from the facts and the supporting data, is confirmed.

1- The present condition of the commercial programs are inefficient, and conditions of being heard and being heard by the right people at the right time with the right program are acute.

2- The present programs are far from building up potential listeners of the programs individually.

3- The whole programs belonging to individual firms and the rest of the spot announcements being scattered throughout the day would be more efficient and better advertising strategies could be practiced.

However, the commercial programs being at specific hours do not by itself limit the audience that listens to the commercials giving them the chance of turning the radio off, but it limits the building up of new and loyal audience for individual programs. Since the present commercial programs are inefficient and prevents the most effective

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 58

allocation of the medium to reach the right people, the radios of the right audience are already off. It could be stated that the present commercial programs being at specific hours limits the right people to turn on their radios during the programs. Therefore this radical change in the programs should be made for efficiency. But, the new programs should be prepared under the guidance of market research because, if they are left to the experience and hunches of the agencies, the same inefficiency will creep into the commercial programs.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 59

VIII - CONCLUSIONS

The principal problems of Turkish advertising were summed up under part I.3 of this survey as :

1. Advertising has become necessary.
2. Advertising has become more costly.
3. Advertising could be far more efficient with the budget firms appropriate at the present.
4. Research is necessary for planning and follow-up of the commercials.
5. Limitations imposed by TRT prevent the advertisers from operating efficiently.

In the light of the above mentioned facts, the aims of this study were set and the study was carried out.

With the developing economy in Turkey, and the parallel development in competition, the importance of marketing is now realized and sales promotion has become one of the important functions of the firms. The pressing demand for advertising, the ever-increasing number of advertisements, and the increasing number of advertising agencies were the first indicators of this need.

With the increasing and pressing demand, advertising has become far more costly for the firms.

This study is conducted on radio advertising and indicates that radio commercials could be far more effective and efficient with the budgets firms appropriate at the moment because of the following facts :

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 60

a) Commercials are inefficient with respect to the time they are broadcast.

b) Commercial programs are inefficient with respect to the wishes of the radio listenes.

c) Commercial announcements are inefficient with respect to the frequency of the announcements.

d) Commercials are inefficient with respect to the advertising techniques used.

e) Commercials are inefficient in creating sales.

The reasons for the commercials being inefficient are :

a) There was no research conducted in Turkey on advertising up to the time of this research. Therefore the use of this powerful and effective medium was very inefficient. Radio listenership time, effective appeals and tastes of different groups with respect to programs were not known.

b) The firms and advertising agencies that sponsor the programs are mostly unaware of the latest advertising and marketing techniques.

c) The advertising budgets are too limited in most firms to provide effective advertising.

d) The specified schedules and strict rules of TRT are hindrances to effective advertising.

The main conclusions reached are summarized above. For the problem at hand, the survey conducted provides solutions in the order of the aims of the study stated under part I.3.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 61

A- A simple marketing research technique was used in evaluating the Radio as a Medium. From the research and the field survey conducted, the following data was obtained as a guide for future studies and for better use of the medium.

- 1- The extent of listenership of the İstanbul Radio.
- 2- Radio listenership habits of the inhabitants of İstanbul city by days and hours.
- 3- Listenership to radio stations besides the İstanbul Radio.
- 4- The extent of knowledge of the time of radio commercial programs.
- 5- Attitude of the listeners toward the commercial programs.
- 6- Listenership habits of the people.
- 7- The times radio commercials are listened to most, by different days of the week and hours.
- 8- Most favored programs and tastes of listeners.
- 9- Extent of commercial announcement listenership.
- 10- Reactions toward the programs scheduled at specific hours.
- 11- Opinion of the listeners on suggested whole programs with spot announcements spread throughout the day.
- 12- Opinion of the listeners on what the form of the commercial programs should be to attract their attention and increase listenership.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 62

13- Opinion on the time of the commercial programs.

14- Various effects the commercial programs accomplish.

The above facts were cross tabulated to obtain the breakdown of the answers by sex and income, and get the opinions of these groups separately. The data obtained was analyzed giving the highlights of the results in a general form. An advertiser could use the data to formulate his advertising policy, according to the opinions and habits of the groups, to which he want to advertise a more efficient use of the medium could be obtained by using the study as a guide.

For the advertising technique to be used, the study gives highlights of the most obvious flaws and the basic principles. From this point on, it is the job of the specialists of advertising to formulate the best announcements and programs.

B- The present programs, and use of strategies were tested with a hypothesis. The results indicate that the present radio commercial times and the programs with their present content are far from being efficient and effective, thus causing misallocation of radio commercial time and money spent on advertising.

To correct the situation of the programs, the alternate strategy suggested in the hypothesis that is proven to be correct is as follows :

1- The radio administration should provide more time for the spot announcements to be scattered throughout the day, and not limit their times.

THESIS

ROBERT COLLEGE GRADUATE SCHOOL
BEBEK, ISTANBUL

PAGE 63

2- More radio commercial time should be released to firms with programs of their own, and with longer entertainment parts.

3- The firms that advertise on a broad scale should buy more radio time and, for a better coverage, should use spot announcements.

4- The commercial programs should be prepared in the light of research that effectively reveals the character of the medium.

As for the general rules imposed by T.R.T., the most obvious flaw is with the system of payments for commercial time. For the advertising to be designed and broadcast within appropriate limits, the advertising agencies should not be charged on the basis of time only, but limitation of words and different announcements within a time span should be checked by a system of payment similar to that of spot announcements. This would prevent agencies from squeezing as many announcements as they can into a specific time limit.

In general, the next steps in the research should be general follow up studies, and studies measuring the effect of advertising on sales.

At present, the development of marketing research firms such as PEVA, which started the first formal advertising media research in Turkey, is the encouraging sign in this field.

T A B L E S

I. ISTANBUL RADIO LISTENERSHIP

1. DO YOU LISTEN TO THE ISTANBUL RADIO ?

QUESTION 1 COLUMN 4	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501 +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
YES	97	97.0	54	100.0	43	93.5	33	97.1	24	100.1	40	95.2
NO	3	3.0	-	-	3	6.5	1	2.9	-	-	2	4.8
TOTAL	100	100.0	54	100.0	46	100.0	34	100.0	24	100.0	42	100.0

II. 1. RADIO LISTENERSHIP HABITS BY DAYS AND HOURS

(SATURDAY)

2. AT WHAT TIME OF THE DAY (SATURDAY) DO YOU USUALLY LISTEN TO THE ISTANBUL RADIO?

QUESTION 2 COLUMN 5	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501+	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
START-8:00	4	1.2	2	1.2	2	1.1	2	1.7	1	1.3	2	1.3
8:00-9:00	23	6.7	15	8.9	8	4.5	10	8.6	6	7.6	8	5.3
9:00-12:00	19	5.5	6	3.6	13	7.4	9	7.8	3	3.8	7	4.6
12:00-13:30	31	9.0	12	7.1	19	10.7	11	9.5	6	7.6	14	9.2
13:30-15:00	24	6.9	8	4.8	16	9.0	6	5.2	6	7.6	12	7.9
15:00-17:00	14	4.0	5	3.0	9	5.1	5	4.3	2	2.5	6	4.0
17:00-18:00	21	6.1	6	3.6	15	8.5	6	5.2	6	7.6	8	5.2
18:00-19:00	38	11.0	16	9.5	22	12.4	17	14.7	9	11.4	13	8.5
19:00-22:00	63	18.3	34	20.2	29	16.4	20	17.2	13	16.4	31	20.3
22:00-22:40	52	15.1	28	16.7	24	13.6	16	13.8	12	15.2	24	15.8
22:40-END	40	11.6	26	15.5	14	7.9	10	8.6	9	11.4	21	13.8
DON'T KNOW	16	4.6	10	5.9	6	3.4	4	3.4	6	7.6	6	4.0
TOTAL	345	100.0	168	100.0	177	100.0	116	100.0	79	100.0	152	100.0

II. 2. RADIO LISTENERSHIP HABITS BY DAYS AND HOURS

(SUNDAY)

2. AT WHAT TIME OF THE DAY (SUNDAY) DO YOU USUALLY LISTEN TO THE ISTANBUL RADIO?

QUESTION 2 COLUMN 6	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501 +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
START-8:00	3	8	3	1.5	-	-	3	2.2	2	2.3	-	-
8:00-9:00	25	6.8	18	9.2	7	4.1	9	6.5	7	7.9	8	5.6
9:00-12:00	54	14.7	30	15.3	24	14.0	21	15.2	13	14.8	20	14.0
12:00-13:30	47	12.8	25	12.8	22	12.8	19	13.8	11	12.5	17	11.9
13:30-15:00	24	6.5	11	5.6	13	7.5	10	7.3	6	6.8	8	5.6
15:00-17:00	14	3.8	5	2.6	9	5.2	6	4.4	1	1.1	5	3.4
17:00-18:00	21	5.7	8	4.1	13	7.5	9	6.5	5	5.7	7	4.9
18:00-19:00	31	8.4	14	7.1	17	9.9	14	10.1	8	9.1	9	6.3
19:00-22:00	56	15.2	29	14.8	27	15.7	18	13.0	11	12.5	26	18.9
22:00-22:40	45	12.2	23	11.7	22	12.8	16	11.6	10	11.4	20	14.0
22:40 END	29	7.9	18	9.2	11	6.4	8	5.8	6	6.8	16	11.2
DON'T KNOW	19	5.2	12	6.1	7	4.1	5	3.6	8	9.1	6	4.2
TOTAL	368	100	196	100	172	100	138	100	88	100	142	100

II. 3 RADIO LISTENERSHIP HABITS BY DAYS AND HOURS

(OTHER DAYS)

2. AT WHAT TIME OF THE DAY (OTHER DAYS) DO YOU USUALLY LISTEN TO THE ISTANBUL RADIO?

QUESTION 2 COLUMN 7	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501-+	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
START-8:00	7	2.2	5	3.3	2	1.2	2	2	3	3.9	2	1.5
8:00-9:00	24	7.6	14	9.2	10	6.1	11	11	6	7.8	7	5.3
9:00-12:00	16	5.1	4	2.6	12	7.4	7	7	4	5.2	5	3.8
12:00-12:30	24	7.6	7	4.6	17	10.4	10	10	4	5.2	10	7.5
13:30-15:00	12	3.8	4	2.6	8	4.9	5	5	1	1.3	6	4.5
15:00-17:00	7	2.2	1	0.7	6	3.7	3	3	3	3.9	1	0.7
17:00-18:00	16	5.1	3	2.0	13	8.0	3	3	6	7.8	7	5.3
18:00-19:00	39	12.4	18	11.9	21	12.9	17	17	9	11.7	13	9.8
19:00-22:00	64	20.3	33	21.7	31	19.0	19	19	14	18.2	31	23.3
22:00-22:40	52	16.5	28	18.4	24	14.7	11	11	12	15.6	29	18.0
22:40-END	37	11.8	23	15.1	14	8.6	7	7	9	11.7	21	15.8
DON'T KNOW	17	5.4	12	7.9	5	3.1	5	5	6	7.8	6	4.5
TOTAL	315	100	152	100	163	100	100	100	77	100	138	100

III- LISTENERSHIP OF RADIO STATIONS BESIDES
THE ISTANBUL RADIO

3- WHAT RADIO STATIONS DO YOU USUALLY LISTEN TO BESIDES THE ISTANBUL RADIO?

QUESTION 3 COLUMN 8	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
NO OTHER STATION	17	12.3	8	12.1	9	14.5	11	24.4	3	8.5	3	5.2
ISTANBUL İL	58	42.1	30	45.5	28	45.2	15	33.4	17	48.6	27	46.5
ANKARA	42	30.4	25	37.9	17	27.4	11	24.4	10	28.6	20	34.5
FOREIGN	21	15.2	3	4.5	8	12.4	8	17.8	5	14.3	8	13.8
OTHERS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	138	100	66	100	62	100	45	100	35	100	58	100

IV- 1. THE TIME OF THE COMMERCIAL PROGRAMS

4- AT WHAT TIME OF THE DAY (SATURDAY) ARE THE COMMERCIAL PROGRAMS BROADCAST ?

QUESTION 4 COLUMN 9	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
13:30-15:00	28	16.7	11	11.8	17	22.7	8	14.8	9	19.6	11	16.2
18:00-19:00	54	32.1	33	35.5	21	28.0	16	29.6	17	36.9	21	30.9
22:00-22.40	49	29.2	30	32.3	19	25.3	18	33.4	15	32.6	16	23.5
WRONG TIME	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DON'T KNOW	37	22.0	19	20.4	18	24.0	12	22.2	5	10.9	20	29.4
TOTAL	168	100	93	100	75	100	54	100	46	100	68	100

IV. 2. THE TIME OF THE COMMERCIAL PROGRAMS

4- AT WHAT TIME OF THE DAY (SUNDAY) ARE THE COMMERCIAL PROGRAMS BROADCAST ?

QUESTION 4 COLUMN 10	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
13:30-15:00	36	20.8	20	20.6	16	21.1	10	17.5	11	23.9	15	21.4
18:00-19:00	54	31.2	33	34.0	21	27.6	16	28.1	17	37.0	21	30.0
22:00-22:40	47	27.2	27	27.9	20	26.3	18	31.6	13	28.2	16	22.9
WRONG TIME	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DON'T KNOW	36	20.8	17	17.5	19	25.0	13	22.8	5	10.9	18	27.3
TOTAL	173	100	97	100	76	100	57	100	46	100	70	100

IV. 3. THE TIME OF THE COMMERCIAL PROGRAMS

4. AT WHAT TIME OF THE DAY (OTHER THAN SUNDAY AND SATURDAY) ARE THE COMMERCIAL PROGRAMS BROADCAST ?

QUESTION 5 COLUMN 11	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
13:30-15:00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18:00-19:00	61	42.1	36	42.9	25	41.0	19	39.6	18	45	24	42.1
22:00-22:40	50	34.5	30	35.7	20	32.8	18	37.5	16	40	16	28.1
WRONG TIME	2	1.4	2	2.4	-	-	-	-	-	-	2	3.5
DON'T KNOW	32	22.0	16	35.7	16	26.2	11	22.9	6	15	15	26.3
TOTAL	145	100	84	100	61	100	48	100	40	100	57	100

V. ATTITUDE TOWARD THE COMMERCIAL PROGRAMS

5. DURING THE COMMERCIALS, IF THE RADIO IS ON, DO YOU TURN IT OFF, OR SWITCH TO ANOTHER STATION?

QUESTION 5 COLUMN 12	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
I TURN IT OFF	10	9.8	5	8.6	5	11.4	5	14.3	2	8.0	3	7.1
I LISTEN THE PROGRAM	58	56.9	27	46.5	31	70.4	17	48.6	17	68.0	25	59.5
I SWITCH	16	15.7	11	19.0	5	11.4	5	14.3	3	12.0	7	16.7
OTHER	18	17.6	15	25.9	3	6.8	8	22.8	3	12.0	7	16.7
TOTAL	102	100	58	100	44	100	35	100	25	100	42	100

1
6
1

VI. ATTITUDE TOWARD THE COMMERCIAL PROGRAMS

6. IF THE RADIO ISN'T ON, DO YOU TURN IT ON FOR THE COMMERCIALS?

QUESTION 6 COLUMN 13	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
YES, I DO	13	12.7	4	6.9	9	20.4	7	20.0	5	19.2	2	4.9
NO, I DON'T	56	54.9	33	6.9	23	52.3	18	51.4	11	42.4	26	63.4
FOR SOME PROGRAMS	26	25.5	15	25.9	11	25.0	7	20.0	7	26.9	12	29.3
OTHER	7	6.9	6	10.3	1	2.3	3	8.6	3	11.5	1	2.4
TOTAL	102	100	58	100	44	100	35	100	26	100	41	100

VII. LISTENERSHIP OF THE COMMERCIAL PROGRAMS

7. DO YOU LISTEN TO THE COMMERCIAL PROGRAMS ON THE RADIO?

QUESTION 7 COLUMN 14	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
YES I DO	37	36.3	16	28.1	21	46.7	10	27.8	12	48.0	15	36.6
NO I DON'T	9	8.8	5	8.8	4	8.9	6	16.7	1	4.0	2	4.9
SOMETIMES	42	41.2	28	49.1	14	31.2	13	36.1	11	44.0	18	43.9
THE ONES I LIKE	10	9.8	7	12.3	3	6.6	4	11.1	-	-	6	14.6
OTHER	4	3.9	1	1.7	3	6.6	3	8.3	1	4.0	-	-
TOTAL	102	100	57	100	45	100	36	100	25	100	41	100

VIII. 1. COMMERCIAL PROGRAM LISTENERSHIP BY THE
HOURS OF THE DAY

8. AT WHAT TIME OF THE DAY (SATURDAY) DO YOU USUALLY LISTEN TO THE COMMERCIAL PROGRAMS?

QUESTION 8 COLUMN 15	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
	No.	%	MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501 +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
13:30-14:00	10	7.8	1	1.6	9	13.7	2	4.9	4	10.8	5	10.0
14:00-15:00	12	9.4	4	6.5	8	12.1	3	7.3	3	8.1	5	10.0
18:00-19:00	36	28.1	19	30.6	17	25.6	12	29.3	12	32.5	12	24.0
22:00-22:40	30	23.4	14	22.6	16	24.3	12	29.3	9	24.3	10	20.0
NOT DEFINITE	32	25.0	21	33.9	11	16.7	9	21.9	9	24.3	13	26.0
DON'T KNOW	8	6.3	3	4.8	5	7.6	3	7.3	-	-	5	10.0
OTHER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	128	100	62	100	66	100	41	100	37	100	50	100

VIII. 2. COMMERCIAL PROGRAM LISTENERSHIP BY THE
HOURS OF THE DAY

8. AT WHAT TIME OF THE DAY (SUNDAY) DO YOU USUALLY LISTEN TO THE COMMERCIAL PROGRAMS?

QUESTION 4 COLUMN 16	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501 +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
13:30-14:00	12	9.4	4	6.1	8	12.9	2	4.8	3	8.3	6	12.0
14:00-15:00	11	8.6	2	3.0	9	14.5	3	7.1	3	8.3	5	10.0
18:00-19:00	32	25.0	18	27.3	14	22.6	12	28.6	10	27.8	10	20.0
22:00-22:40	28	21.9	16	24.2	12	19.4	13	30.9	8	22.2	8	16.0
NOT DEFINITE	38	29.7	24	36.4	14	22.6	9	21.4	12	33.4	16	32.0
DON'T KNOW	7	5.4	2	3.3	5	8.0	3	7.1	-	-	5	10.0
OTHER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	128	100	66	100	62	100	42	100	36	100	50	100

VIII. 3. COMMERCIAL PROGRAM LISTENERSHIP BY THE
HOURS OF THE DAY

8. AT WHAT TIME OF THE DAY (OTHERS) DO YOU USUALLY LISTEN TO THE COMMERCIAL PROGRAMS?

QUESTION 8 COLUMN 17	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2500- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
13:30-14:00	2	1.8	1	1.6	1	2.0	-	-	-	-	2	4.6
14:00-15:00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18:00-19:00	38	34.3	22	35.5	16	32.7	13	34.2	10	33.3	14	32.6
22:00-22:40	32	28.8	15	24.1	17	34.7	15	39.5	10	33.3	9	20.9
NOT DEFINITE	34	30.6	22	35.5	12	24.5	9	23.7	10	33.3	14	32.6
DON'T KNOW	5	4.5	2	3.3	3	6.1	1	2.6	-	-	4	9.3
OTHER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	111	100	62	100	49	100	38	100	30	100	43	100

IX. FAVORITE PROGRAMS

9. DO YOU HAVE ANY FAVORITES AMONG THE COMMERCIAL PROGRAMS?

QUESTION 9 COLUMN 18	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
YES	73	83.0	41	80.4	32	86.5	20	70.1	20	87.0	33	89.0
NO	15	17.0	10	20.6	5	13.5	8	29.9	3	13.0	4	11.0
POPULAR MUSIC	41	22.4	18	18.0	23	27.7	10	18.9	14	23.3	17	24.3
TURKISH MUSIC	19	10.4	7	7.0	12	14.4	5	9.4	9	15.0	5	7.1
PLAYS	24	13.1	13	13.0	11	13.3	10	18.9	6	10.0	9	12.9
PUZZLES-CON- TESTS	56	30.6	34	34.0	22	26.5	15	9.4	16	26.7	24	34.2
PROGRAMS OFFERING GIFTS	23	12.6	14	14.0	9	10.8	7	13.2	7	11.7	9	12.9
SPORT	12	6.5	10	10.0	2	2.5	4	7.5	5	8.3	3	4.3
OTHER	8	4.4	4	4.0	4	5.1	2	3.7	3	5.0	3	4.3
TOTAL	183	100	100	100	83	100	53	100	60	100	70	100

X. THE COMMERCIAL ANNOUNCEMENTS LISTENERSHIP

10. DO YOU LISTEN TO THE COMMERCIAL ANNOUNCEMENTS WITHIN THE COMMERCIAL PROGRAMS?

QUESTION 10 COLUMN 19	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
DON'T LISTEN	26	28.6	16	29.6	10	27.0	6	21.4	8	32.0	12	31.6
CANNOT FOLLOW TOO FAST	22	24.2	14	25.9	8	21.6	10	35.7	7	28.0	5	13.2
YES	41	45.0	22	40.8	19	51.4	12	42.9	9	36.0	20	52.6
OTHER	2	2.2	2	3.7	-	-	-	-	1	4.0	1	2.6
TOTAL	91	100	54	100	37	100	28	100	25	100	38	100

XI. REACTION TOWARD THE COMMERCIAL PROGRAMS

11. DO YOU HAVE ANYTHING AGAINST THE RADIO COMMERCIALS AT A SPECIFIC HOUR?

QUESTION 11 COLUMN 20	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
YES	20	21.7	16	35.5	4	10.3	6	21.4	6	25	8	20.0
NO	72	78.3	39	64.5	33	89.7	22	78.6	18	75	32	80.0
A WASTE OF TIME	4	15.4	3	15.8	1	14.3	2	18.2	1	20.0	1	10.0
MIGHT BE BUSY AT THAT TIME	6	23.1	6	31.7	-	-	1	9.1	2	40.0	3	30.0
OTHER	16	61.5	10	52.5	6	85.7	8	72.7	2	40.0	6	60.0
TOTAL	26	100	19	100	7	100	11	100	5	100	10	100

XII. OPINION ON THE SUGGESTED LONG PROGRAMS, SPOTS BEING
SCATTERED THROUGHOUT THE DAY

12. WHAT WILL YOUR OPINION BE IF THE SHORT COMMERCIAL ANNOUNCEMENTS ARE READ BETWEEN NORMAL PROGRAMS AND FOR ONLY FULL PROGRAMS RADIO TIME IS ASSIGNED?

QUESTION 12 COLUMN 21	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
IT WILL BE BETTER	53	54.6	33	61.1	20	46.5	16	48.5	13	54.2	25	62.5
IT WILL BE WORSE	14	14.4	6	11.1	8	19.6	4	12.1	7	29.2	2	5.0
DOESN'T MATTER	22	22.7	12	22.2	10	23.3	9	27.3	4	16.6	9	22.5
KON'T KNOW	7	7.2	3	5.6	4	9.3	3	9.1	-	-	4	10.0
OTHER	1	1.1	-	-	1	2.3	1	3.0	-	-	-	-
TOTAL	97	100	54	100	43	100	33	100	24	100	40	100

XIII. OPINION ON HOW THE COMMERCIAL PROGRAMS
SHOULD BE

13. IN YOUR OPINION HOW SHOULD THE COMMERCIAL PROGRAMS BE?

QUESTION 13 COLUMN 22	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
			MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
LONGER MUSIC												
SHORT ANNOUNCEMENT	45	41.3	24	37.5	21	46.7	11	29.7	14	48.3	20	46.6
WHOLE PROGRAMS	31	28.4	21	32.8	10	22.2	12	32.5	9	31.0	10	23.2
STAY THE SAME	12	11.0	3	4.7	9	20.0	7	18.9	2	6.9	3	7.0
OTHER	21	19.3	16	25.0	5	11.1	7	18.9	4	13.8	10	23.2
TOTAL	109	100	64	100	45	100	37	100	29	100	43	100

XIV. THE TIME OF THE COMMERCIALS

14. IN YOUR OPINION HOW SHOULD THE TIME OF THE COMMERCIALS BE SCHEDULED?

QUESTION 14 COLUMN 23	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
	MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2501- +			
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
AS IT IS	43	43.4	18	33.3	25	55.6	18	52.9	9	39.1	16	38.0
NOT SPECIFIC	31	31.3	22	40.8	9	20.0	9	26.5	9	39.1	13	31.0
OTHER	25	25.3	14	25.9	11	24.4	7	20.6	5	21.8	13	31.0
TOTAL	99	100	54	100	45	100	34	100	23	100	42	100

XV. EFFECTS OF THE COMMERCIAL PROGRAMS

15. DID THE PROGRAMS MAKE ANY EFFECT ON YOU?

Question 15 Column 24	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
	No.	%	MALE No.	%	FEMALE No.	%	0-1500 No.	%	1501-2500 No.	%	2501 - + No.	%
YES	51	53.7	29	53.7	22	53.6	17	53.1	13	54.1	21	53.8
NO	44	46.3	25	46.3	19	46.4	15	46.9	11	45.9	18	46.2
IN DAILY PUR- CHASES	19	19.4	8	15.1	11	24.4	4	11.8	5	20.0	10	25.6
IN IMPORTANT PURCHASES	9	9.2	6	11.3	3	6.7	3	8.8	3	12.0	3	7.7
IN DEPOSITING MONEY	6	6.1	3	5.7	3	6.7	3	8.8	2	8.0	1	2.6
INFORMED NEW PRODUCTS	26	26.5	14	26.4	12	26.6	13	38.2	5	20.0	8	20.5
GAVE INFOR- MATION	30	30.6	17	32.1	13	28.9	10	29.4	16	24.0	14	35.9
OTHER	8	8.2	5	9.4	3	6.7	1	3.0	4	16.0	3	7.7
TOTAL	98	100	53	100	45	100	34	100	25	100	39	100

XVI. THE HOUSEHOLD

1- HOW MANY PEOPLE LIVE IN YOUR HOUSE?

QUESTION 1 COLUMN 25	GENERAL		BREAKDOWN BY INCOME					
	BREAKDOWN		0-1500		1501- 2500		2501- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
CHILDREN	170	37.4	55	42.9	38	34.5	77	36.0
MEN	131	28.8	36	28.1	34	31.0	60	28.0
WOMEN	153	33.8	37	29.0	38	34.5	77	36.0
TOTAL	454	100	128	100	110	100	214	100
PEOPLE/HOUSE					4.54			

XVII. BREAKDOWN BY INCOME

2 - WHAT IS THE TOTAL INCOME OF THE HOUSEHOLD (MONTHLY BASIS)?

QUESTION 2 COLUMN 26	GENERAL BREAKDOWN	
	No.	%
0-1500	34	34
1501-2500	24	24
2501- +	42	42

XVIII.1 BREAKDOWN BY EDUCATION

3 + WHAT IS THE LEVEL OF YOUR EDUCATION?

QUESTION 3 COLUMN 27	GENERAL BREAKDOWN		BREAKDOWN BY SEX				BREAKDOWN BY INCOME					
	No.	%	MALE		FEMALE		0-1500		1501-2500		2500- +	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
CAN READ AND WRITE	5	5	3	5.6	2	4.3	5	14.7	-	-	-	-
PRIMARY	16	16	10	18.5	6	13.0	6	17.6	4	16.7	6	14.3
SECONDARY	9	9	4	7.4	5	10.9	4	11.8	3	12.5	2	4.7
LYCEE	26	26	9	16.7	17	37.0	7	20.6	9	37.5	10	23.8
UNIVERSITY	42	42	27	50.0	15	32.6	10	29.5	8	33.3	24	57.2
ILLITERATE	2	2	1	1.8	1	2.2	2	5.8	-	-	-	-
TOTAL	100	100	54	100	46	100	34	100	24	100	42	100

XVIII. BREAKDOWN BY OCCUPATION

4. WHAT IS YOUR MAIN OCCUPATION?

QUESTION 4 COLUMN 28	GENERAL BREAKDOWN	
	No.	%
GOVERNMENT EMPLOYEES	5	5
PRIVATE ENTERPRISE EMPLOYEES	12	12
UNEMPLOYED/STUDENTS	28	28
HOUSEWIVES	18	18
PROFESSIONAL MEN	17	17
SCIENTISTS	4	4
TEACHERS	3	3
OFFICER IN THE ARMY	1	1
WORKERS	5	5
ARTISANS	7	7
TOTAL	100	100

XIX. AGE GROUPS

5- AGE OF THE RESPONDENT (WITHOUT ASKING IF POSSIBLE) ?

QUESTION 5 COLUMN 29	GENERAL BREAKDOWN	
	No.	%
20 OR LESS	12	12
21 - 30	39	39
31 - 40	21	21
41 - 50	16	16
51 OR MORE	12	12
T O T A L	100	100.0

XX. SEX

QUESTION 6 COLUMN 30	BREAKDOWN OF SEX	
	No.	%
WOMEN	46	46
MEN	54	54
T O T A L	100	100.0

BIBLOOGRAPHY

Books

- Dunn, S. Watson : Advertising, Holt, Rhinehart and Winston.
New York, 1961
- Whittier, Charles L. : Creative Advertising, Henry Holt and Company,
New York, 1955
- Brown, Lyndon O. : Marketing and Distribution Research
The Ronald Press Company, New York, 1955
- ESOMAR : Seminar on Measuring Advertising Effectiveness,
European Society for Opinion Surveys and Market
Research, Munich, April 1965
- Newman, W.H. and Logan,
J.P. : Business Policies and Management
South-Western Publishing Company, Cincinnati,
Ohio, 1959
- Hotchkiss, G. Burton : An Outline of Advertising, The Macmillan Com-
pany, New York, 1942
- Devlet İstatistik
Enstitüsü : İstatistik Yıllığı 1960-62 Ankara, 1964

Journals

- Campbell Roy H. : "A Managerial Aproach to Advertising
Measurement" Journal of Marketing 4, (October,
1965) P₁ 1-6
- Smith Steward A. : "Criteria for Media Comparison"
Journal of Marketing Research, 4 (NOVEMBER,
1965) P_p 364-369

A P P E N D I X I

24/May/1965

08.15 Küçük İlanlar

- Meyva müstahsili, suhunet ve rutubetin yükselmesi ile meyvalarda fazla zarar yapacak olan karaleke hastalığına karşı üçüncü ilaçlama zamanı gelmiştir. Kükürtlü veya organik mantar öldürücü ilaçlardan biriyle ilaçlamayı ihmal etmemelisin. İstanbul Bölge Ziraat Mücadele Reisliği.
- Gençlerin mecmuası Yelpaze yepyeni şekilde yarın çıkıyor.
- Lüks Ankara Gemisi Avrupa gezisine 20 Haziran'da çıkacak ve İzmir'e de uğrayacaktır. Müracaat Gazeteciler Cemiyeti Binası İstanbul.

10.30 Küçük İlanlar

- Meyva Müstahsili (tekrar)
- Karasinek, sivrisinek, tatarcık ve diğer ev haşerelerine karşı Shelltox kullanınız. Shelltox.
- Gençlerin mecmuası Yelpaze (tekrar)

12.35 Küçük İlanlar

- Meyva Müstahsili (tekrar)
- Shelltox (tekrar)
- Lale hazır çarşafı beyazdan başka beş renktir. Solmaz, cildi okşar ve yıkandıkça güzelleşir. Lâle hazır çarşafı bir Mensucat Santral mamulüdür.
- İkramiyeli tasarruf hesaplarınız hakiki değerini Denizcilik Bankasında bulur.
- Gençlerin mecmuası Yelpaze (tekrar)
- Sanayiciler ve Tacirler, Lüks Ankara Gemisi'nin 20 Haziran'da Avrupa limanlarını götüreceği seyyar sergiye katılınız. İştirak parasızdır. Müracaat: İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Binası.

17.50 Küçük İlanlar

- Kiraz Müstahsili, kirazların yeşilden sarıya döndüğü bugünlerde kiraz sineği mücadelesi yaparsan bol para kazanabilirsin. Aksi halde sadece kurtlu kiraz alırsın. İstanbul Bölge Ziraat Mücadele Reisliği.
- Ev kadınının çarşaf dikme zahmeti Lâle hazır çarşafı ile sona erdi. Lâle hazır çarşafı son moda beş renklidir. Lâle hazır çarşafı bir Mensucat Santral mamulüdür.

18.00 Şöhretler ve İstekler. TEL Reklam Bal Arısı Ahmet'le sohbet.

- Hem ucuz hem faydalı, millî akaryakıt hem yüksek oktanlı. En modern rafinerilerden elde edilen Petrol Ofisi ve Türkiye Petrolleri A.O yakıtlarından milletçe faydalanmalı. Böylece hem en iyisini kullanmış hem de petrol kaynaklarımızın gelişmesine hizmet etmiş olacaksınız. P.O ve T.P.A.O.
- Kalite, Zerafet, desen Moda Tekstil kumaşlarında.
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Modelde yenilik, kalitede üstünlük Akın Mobilya'da. Akın Mobilya Rumeli caddesinde.
- Babadan oğula, Ağızdan ağıza Erdem Şekerlemeleri.
- Poplin yazlık pantolonluk kumaştır. Akın Tekstil.
- Temizlikte Danfil, Çamaşırdan Danfil, Bulaşıktan Danfil.
- İyisini seçelim Kocataş Kola içelim.
- Misafirlerinize Konak Viyana Karemele.
- Ender zeytin ezmesi her yaştaki insanın gıdasıdır. Ender zeytin ezmesi.
- En önemlisi güvendir; Aradığınız güven Pamuk Bank'ta. Aradığınız, beklediğiniz şans Pamuk Bank'ta. Pamuk Bank.
- Florürlü diş macunu İpana Florid, diş minelerinin sertleştirir, çürümeleri önler. İpana Florid.
- Senenin kumaşı Moda Tekstil kumaşı.
- Yüksek kalite Arı Unlarında.
- Beklenen film Karanlıkta Uyananlar, İstanbul'da beş sinemada birden başladı.
- Evde, yolda her yerde Yelpaze Mecmuası. Gençlerin mecmuası Yelpaze yepyeni şekilde yarın çıkıyor.
- Mefruşat Ülkü Ticaret'te, ucuzluk Ülkü Ticaret'te, kalite Ülkü Ticaret'te, nylon kolon Ülkü Ticaret'te. Ülkü Ticaret Cad. No: 119
- Büyük fırsat, komple Aygaz fırınları 100 lira taksitle. Siz de Aygaz fırınına sahip olabilirsiniz.
- Kalite, zerafet Emniyet gömleklerinde. Emniyet gömlekleri.
- Milliyet Atatürk Filmi'ni sunar. Osmanlı devrinin son, T.C. ilk devirleri bu hafta Konak Sineması'nda.
- Radyoların radyosu Nevtron radyosu. Nevtron radyosu ilk Türk radyosu.

18.10-18.20 Kamera Reklam

- 102 yıllık tecrübe, bankacılık işlerinde sürat, emniyet ve alaka, 4 milyarı aşan mevduat, zengin para ikramiyeleri Ziraat Bankası'nda.

- Finfinis balık ağıları yakaladığını bırakmaz, kopmaz. Finfinis balık ağıları.
- Modern erkeğin traş makinası Philishave bütün Philips bayilerinde ve büyük mağazalarda bulunur.
- Alfabe'de A B C, mozayikte BeTeBe.
- Akfil merpolin size yakışır.
- Evinizin, odanızın duvarlarını ÇBS badana boyalariyle boyayabilirsiniz. ÇBS ÇBS'nin Türkiye'ye getidiği yeniliktir.
- Alpay, Penguen plaklarında.
- Bozkurt Altın poplin yazlık pantolonları Fincancılarda.
- Misafirlerinize Konak Viyana Karamelaları.
- İmper ve Selka suya karşı, İmper ve Selka rutubete karşı. İmper ve Selka tecrit maddelerini kullanınız.
- Afiyetle buz gibi Kulüp Kola içiniz. Kulüp Kola.Kulüp Kola.
- Kristal ve porselen eşyada Limbo, avizede Limbo, Mobilyada Limbo. Limbo zevklerinize hitabeden tek müessesedir. Limbo. Limbo Tünel'de.
- Kadıköy'lüler, en ucuz, en güzel gömlekler Erguvan'da. Erguvan, Ermeni Kili-sesi karşısında.
- Misafirlerinize Konak Viyana Karamelaları.
- Yelpaze, Yelpaze yepyeni şekilde yarın çıkıyor.
- Vitamin kaynağı Kulüp Meyva Suları. Kulüp Meyva Suları.
- Ah. Anladım, Ece makarnası. Ece'dir adı ~~xxx~~ unutulmaz tadı.Ece Makarnası.
- Türkiye'de terilen kumaş Bozkurt markasıyla satılır.
- İstanbul Reklam. İstanbul Reklam bütün sinemalarda hizmetinizde. İst. Reklam.
- Somaz renkler Yerey halılarında. Uyar Halı Mağazası. Nişantaş.
- Misafirlerinize Konak Viyana Karamelaları.
- Finfinis brandaları, Finfinis kamyon örtülari en emniyetlidir.

18.20-18.30 Radar Reklam Maç Başlıyor. (Spor Toto)

- Yeni bir rekor, Ziraat Bankası'nın mevduatı 4 milyar lirayı aştı. Sizde herkes gibi tasarruflarınızı Ziraat Bankası'nda toplayınız.
- İpana (tekrar)
- Birinci sınıf terzi yalnız İpek İş kumaşlarını tercih ediyor. Yenilik ve kalite İpek İş kumaşlarında.
- İhtar ediyoruz, aşınmış lastik kullanmak tehlikelidir. Aşınmış lastiklerinizi Good Year'de kaplatınız. Good Year.
- Sıhhatimi seviyorum Koçataş Fruti içiyorum.

- Şimdi yeni kalite Fay temizleme tozu kutularında 100 liraya kadarikramiye var. Yeni Fay temizleme tozu kullanınız.
- Geçen sene kapışılan Altın Yıldız kumaşları tektar piyasada. Terilen kumaş- alırken bilhassa Altın Yıldız kumaşlarını alınız. Altın Yıldız kumaşları şim- di Avrupa'da dahi aranıyor.
- Karanlıkta Uyananlar (tekrar)
- 48 49 50 sobe. Gördüm,Eti bisküvi kutularının arkasındasın, çık. Hiç çıkar mı o da her kez gibi Eti bisküvilerinin tadını aldı. Eti bisküvileri 28 Çeşittir.
- Pikniğe, işe, ava Java. Java, Java. Java Motosikletleri.
- Afiyetle buz gibi Kulüp Kola içiniz. K.K.
- En iyi, en emin, en ekonomik. Aygaz.
- Saylav Mamüllerin Bakkalınızdan isteyiniz.
- Sabit Lüks duvar boyları, plastikten güzel, badanadan pratik ve ucuzdur.
- İpana (tekrar)
- Anneler, çocuklarınıza (Maya Okulu) deniz kampı. Maya Okulu 4. Levent.
- Dikkat, Kredili Meskenler Kumburgaz plaj sitesinde alacağınız daire %25 gelir getirir.
- Saçlarınızın biriyantini Parkejol. Üç erkekten biri muhakkak Parkejol kul- lanır. Parkejol.
- Rahat, Hafif, buruşmaz, yıkanabilir. Bildim, Bozkurt terilen Alpaga'dır.
- Telefon işlerinizde sürat Jet telefonlarında.
- İsrarla aranan İshakol boyları piyasaya arzedilmiştir.
- Kulüp Meyva Kokteyli içenler lezzetine hayran kalıyorlar.
- Tiftruk tekniği ile hazırlanan Yelpaze yarın çıkıyor. Yarın Yelpaze alınız.

18.30-1840 Ses Reklam Neşe Can'ın programı

- 102 yıllık tecrübe Ziraat Bankası (tekrar)
- Dikiş makinası mı alacaksınız? Zetina. Radyo mu alacaksınız? Zetina. Mutla- ka Zetina.
- Alkom daima pırıl pırıl.
- Şahasır çok beğendim, İtalya'dan mı? Hayır, Leydi'den.
- Hakiki Ayvalık zeytin yağı Kırilangıç zeytin yağıdır.
- Mutuk şarapları Paris'te altın madalya kazanmıştır.
- Dani. Dani fırça sanayiinde rakipsizdir. Dani. Dani boya fırçalarını bütün boyacılardan arayınız.
- Pasta, şekerleme, karamelaların en iyisi nerede? Karaköy'de Tatlıcılarda. Tatlıcılar.

- Kaliteli halı Uyarda, her keseye uygun halı Uyar'da, modern halı Uyar'da Uyar el halıları Nişantaşı'nda.
- Sancak tülün teni teşhir salonları halkın hizmetine devam ediyor. Tül perde ~~kaz~~ kararınızı Sancak tülün devamlı teşhir salonlarında verebilirsiniz. Sirkeci Doğu Hanı. Sancak Tül.
- Geçen sene Altın Yıldız (tekrar)
- Aradığınız zerafet Kopuz gömleklerinde. Fiatta ucuzluk Kopuz gömleklerinde.
- Harika ne kadar güzel, Avrupa'dan mı, Hayır, Leydi'den.
- Her evde Aksu bahtaniyeleri var. Aksu.Aksu.
- Akbank'ın 2,5 milyonluk ikramiye planının yaz çekilişine katılma fırsatını kaçırmayınız. Yeşil Yurt'ta 100 000 liralık apartman dairesi, cem'an 1/2 milyonluk ikramiyeler.
- Zetina bedava dikiş makinası, bedava radyo dağıtıyor. İstifade ediniz.
- Alkom mutfak eşyası. Alkom.
- Roger Gallet dünyaca maruf Jean Marie kolonyası şimdi de Türkiye'de. Roger gallet. Türkiye mümessili PeReJa.
- Radyolin diş macunu ağızdaki sigara kokularını yok eder.
- Aygaz fırını (tekrar)
- Büyük alaka toplıyan Zeki Eren'in Yassıada hatıraları Son Havadis'te.
- Garantinin sembolü Kopuz gömlekleri. Han No: 21
- Mihliyet Atatürk filmi (tekrar)
- Java motosikleti varsa otomobiliniz yok diye üzülmeğiniz. Havada Jet kara-da Java.
- Rahat hafif Bozkurt (tekrar)
- Zerafet ve sağlamlık Prescold'da elele.1965 Prescold buzdolapları.
- Saylav (tekrar)
-
- 18.40-18.50 Kahraman Reklam Ugurlugil Ailesi
- Sananın şarkısı
- Kahfaltıda Sana margarini çocuklarınıza sıhhat verir. Sana çok lezzetlidir. Ağıza tad, vücuda sıhhat verir.
- Yaz çekilişinde bir kişiye apartman dairesi, bir kişiye 100 000 lira.
- Türkiye Ticaret Bankası.
- ÇBS plastik badana boyaları yuvanızı güzelleştirir.
- En güzel eşarp Erko. Erko, Erko, Erko.
- Anneciğim, Ender zeytin ezmesi sürer misiniz?

- İyisi Migros'ta
- Bütün hanımlar Hoover'in yıkadığı çamaşıra hayran. Hoover çamaşır makinası Hoover.
- Pirelli lastik sanayiinde şöförle el ele. Pirelli, Çok çalışır, çok taşır, az aşınır.
- Kızartmalarda daima Tad mutfak margarini kullanıyorum. Tad midede ağırlık yapmaz. Tad, evet Tad mutfak margarini.
- Extra Vim banyonuzu temizler, parlatır. Extra Vim en kudretli temizleme tozudur. Extra Vim.
- Tokyo Ginza Türkiye'nin her yerinde.
- Hoş kokulu Binaca diş macununu siz de kullanınız.
- Geçen sene kapaşılan Altın Yıldız kumaşları (tekrar)
- Radyolin diş macunu diş sağlığınızın bekçisi'dir.
- Akfil merpolin size yakışır. Akfil merpolin sizi güzelleştirir.
- En güzel eşarp Erko. (tekrar)

19.45 Küçük İlanlar

- Kiraz müstahsili (tekrar)
- Kirazlı dalında yemek istiyorsanız 5-6 Haziran'da Tekirdağ Festivali'ne katılınız
- Orta Doğu Teknik Üniversitesi giriş imtihanı hakkında bilgi.
- Para elden ele, Singer dikiş makinası nesilden nesile geçer.
- Kondor radyosu (tekrar)
- Ankara Devlet Operası İstanbul'da. Gilgamiş, Şan Sineması'nda.
- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Akbank yaz çekilişi (tekrar)
- Bir çekilişte bir milyon Yapı ve Kredi Bankası'nda. Tasarruflarınızı yatırıp ikramiyelerinizi alınız.
- Ticaret Bankası yaz çekilişi (tekrar)
- Lüks Ankara Gemisi Avrupa seferine çıkıyor. Lüks 6000, birinci 50000 lira
- Ankara Devlet Operası (tekrar)

22.00-22.10 Pan Reklam Sevdığınız türküler (Şahin Gültekin)

- 4 milyar Ziraat Bankası (tekrar)
- Aradığınız zerafet Kopuz gömleklerinde (tekrar)
- Öğretmen çoraplarının kalın, kaçmaz, file çeşitleri.
- Kulaktan kulağa giden yol İskra telefonlarından geçer. İskra. İskra. İskra.

- Sayın kitapçılar, Bates Bayilik Ankara şubesi hizmetinizdedir.
- Afiyetle buz gibi Kulüp Kola içiniz.
- Ankara-İstanbul yolculuğunda öğle yemeğinizi Abant'ta yiyebilirsiniz. Kamil Koç Otobüsleri.
- Kopuz gömlekleri (tekrar)
- Akbank yaz çekilişi (tekrar)
- İpana (tekrar)
- Kopuz gömlekleri (tekrar)
-
- Roger Gallet (tekrar)
- Vitamin kaynağı Kulüp meyva suları.
- Saylav (tekrar)
- En güzel sesleri Patte plaklarında dinleyebilirsiniz.
- Taze balık, iyi meze yalnız Armenak'ta. Sarıyer.
- Hafta sonu tanıtma gezileri Moral Organizasyon. Tel:44 01 27
- Öğretmen çorapları (tekrar)
- En nefis çikolata Birben.
-

22.10-22.20 Sedef Reklam Mediha Demirkıran sizinle

- 102 yıllık Ziraat Bankası (tekrar)
- Cutex en parlak, Cutex ilk sürüldüğü gibi kalan tek tırnak cilâsıdır.
- Antalya'da müzik, tarih, güneş,şiiir. Antalya Tekstil. Antalya Tekstil.
- Tatlı ve cana yakın bir gülüş tokalon rujlariyle boyanan dudaklardadır.
- Yelpaze ... yarın çıkıyor (tekrar)
- Emniyet Sandığı yaz çekilişinde 1/2 milyon veriyor.
- Ticaret Bankası (tekrar)
- Yazlık terilen kostüm mü yapacaksınız? Arca kumaşlarının yün terilenini ısrarla arayınız.
- Tokalon pudrasının fatinasyon serisine dahil renkleri, her yüze, her tene en uygun havayı verir.
- Çamaşırınızı yıpratmayan, cildinizi bozmayan saf Ayvalık sabunu Sezai Ömer Madra sabunudur.
- İprokleskli Tokalon'la cildiniz taze ve nemli kalır. Tokalon'nun iprokslesli gece ve gündüz kremini devamlı kullanınız.
- Tam bir asır memleket hizmetinde, itimadınıza mazhar olarak çalışan Osmanlı Bankası, her üç ayda bir ikramiye çekilişi yapmak suretiyle hesap sahipleri-

ne sık sık kazanma imkanı veriyor. Yılın ikinci çekilişi için 9 Nisan akşamına kadar yatırdığınız paralarınızı 24 Haziran'da yapılacak çekilişe kadar muhafaza ediniz. Osmanlı Bankası.

22.20-22.30 Ümit Reklam-Güntümüzün müziği Erol Büyükburç ve arkadaşları

- 4 milyar Ziraat Bankası (tekrar)
- Nişantaşı'nda tam konforlu apartman dairesi ile 100 000 lira kazanabilirsiniz. Garanti Bankası
- Profil İş sunar: Profil İş alüminyum doğrama işlerinde başta gelir. Profil İş Tel: 47 49 03 Profil İş Pilavcı Pasajı, Şişli.
- Grapet, Sunburst, Mister Kola içiniz.
- Müstahsilden halka doğrudan doğruya satış Adil Yağcı zeytin yağlarında. Ak-saray'da yeni açılan Saray Gıda Pazarı'ndan Adil Yağcı zeytin yağlarını arayın.
- Türkiye Halk Bankası halkın bankasıdır. Tasarruflarınızı Halk Bankası'nda toplayınız.
- Merbolin plastik ve sentetik boyaları. Merbolin boyacının aşkı.
- Tokyo Ginza nedir? Kauçuklu sünger sandalettir.
- Kral Mobilya, Kadıköy.
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Akbank (tekrar)
- Grapet, Sunburst, Mister Kola içiniz.
- Kral Mobilya. En sık mobilyalar Kral Mobilya'da. Kral Mobilya, Kadıköy.
- Saylav (tekrar)
- Çikolatada Ender, şekerlemede Ender. Ender, Ender, Ender.
- Türkiye Halk Bankası 27 yıllık tecrübe, 72 şube ile emrinizdedir.
- Her nevi badana, boya İstanbul Boya'da Sirkeci, Gar karşısı.
- Tokyo Ginza nedir? (Tkrar)
- Vakıflar Bankası'nın yalnız çocuk öğrencilere tahsis ettiği ikramiye çekilişlerinden istifade etmek için siz de 21 Haziran akşamına kadar Türkiye Vakıflar Bankası'nda öğrenci hesabı açtırınız. T. Vakıflar Bankası. T. Vakıflar Bankası

22.30-22.40 Gençlik Reklam Ümit için yaşlıyanlar

- 102 yıllık Ziraat Bankası (tekrar)
- İpana (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Membadan bardağa yegane Kola Kocataş Kola.
- Philishave (tekrar)

- Good Year (tekrar)
- Aygaz fırını (tekrar)
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Akfil merpolin size yakışır.
- Karanlıkta uyananlar (tekrar)
-
- Garanti Bankası (tekrar)
- Akbank (tekrar)
- Philips'in namı dünyada, dünyanın sesi Philips'te.
- Senenin en cazip eğlence ve gezi programı 4-5-6 Haziran günleri Abant Oteli'nde
- Müracaat: 44 47 07 Moral Organizasyon.
- Yavrularınıza Arı Unları yediriniz.
- Tiftruk .. Yelpaze (tekrar)
- Karanlıkta Uyananlar (tekrar)
-
- Emniyet Sandığı (Tekrar)

25/May/1965

08.15 Küçük İlanlar

- Meyva müstahsili (tekrar)
- Tiftruk tekniği ile hazırlanan Yelpaze bugün çıktı. Yelpaze'yi mutlaka görünüz.
- Ev kadınının ... Lale çarşafı (tekrar)
- Lüks Ankara Gemisi.. Fiatlar (tekrar)
-

10.30 Küçük İlanlar

- Meyva müstahsili (tekrar)
- Shelltox (tekrar)
- Tiftruk .. Yelpaze (tekrar)
-

12.35 Küçük İlanlar

- Aksini kimsenin iddia etmeğe hakkı yoktur sevgili dinleyiciler. 7 Haziranda sizi belki büyük bir istikbal bekliyordur. Bir Milli Piyango bileti 7 Haziranı belki hayatınızın dönüm noktası yapacaktır. Bir bilet alarak şansınıza yardımcı olunuz. 7 Haziranda Milli Piyango tam 7.544 000 liralık ikramiye dağıtıyor.
- Shelltox (tekrar)

- Tiftruk .. Yelpaze (tekrar)
- Lüks Ankara Gemisi Avrupa gezisine çıkıyor (tekrar)
- Bahtiyar olmanın bir şartı da ümit etmekte haklı olabilmektir sevgili dinleyiciler. Cebinizde bir Milli Piyango bileti yoksa 7 Haziranda milyoner olmağa hakkınız yok demektir. 7 Haziran piyangosunda tam ikramiye 7 544 000 liradır.

13.30-13.40 Alpagut Yayınları-Arzularınıza göre türküler programı

- Aziz dinleyiciler sıcak günlerde karışık yağlar ile midenizi rahatsız etmeyin. Saf zeytin yağı, bilhassa Adil Yağcı zeytin yağları midenizi yormıyacağı gibi tam manasiyle besleyicidir. Adil Yağcı zeytin yağını bir defa kullananların beğendiği tek yağdır. Müstahsilden halka doğrudan doğruya satılan, ucuza alınabilen Adil Yağcı zeytin yağını bir defa kullanırsanız bize hak vereceksiniz.
- Oyal lezizdir, Oyal ağızınıza tad verir. Oyal'ın çilolatave şekerlemeleri Oyal'ın kokulu çikletleri.daima başta gelir. Oyal.
- Üçlü avizeler Tomurcuk'ta 45 lira.
- Tomurcuk'ta üçlü avizeler sadece 45 liradır.
- Oyal Çikolata fabrikasının en son sistem makinalariyle ve el değmeden imâl ettiği tüp çikolatalarını ısrarla arayınız. Oyal'ın tüp çikolataları çocuklarınızın gıdasıdır.
- Yaz tatilinizi İstanbul'un en lüks otelinde geçirmek isterseniz, bir Ziynet dikiş makinası veya Seiko kol saati alınız.
- Tomurcuk (tekrar)
- Özkur gaz ocakları ekonomiktir. Özkur.
- Herzaman, her işte, her yerde, Vinileks, oturma odanıza Vinileks, yatak odanıza Vinileks, banyo ve mutfağınıza Vinileks, giyim eşyanızda Vinileks. Vinileks suni deri ve yer muşambaları, Vinileks sünger yxk yatakları emsalsizdir. Vinileks Balkanlar ve Yakın Doğu'nun en büyük suni deri ve plastik fabrikasıdır. Vinileks mamülleri Vinileks bayilerinde bütün Türkiye'de aynı fiata satılır. Her zaman, her yerde Vinileks mamulleri, Vinileks.
- Tomurcuk üçlü avizeler sadece 45 liraya Tomurcukta, Tomurcuk Büyük Postahane karşısında. TO-MUR-CUK.
- Eski elbiselerinizden faydalanınız. Takasla giyim Ömer'de. Tel. 226032.
- Tomurcuk (tekrar)
- Vinileks'in bütün mamülleriyle Sıtkı Uysal Müesseseleri şehir içi servisi hizmetinizdedir.

17.50 Küçük İlanlar

- Şimdiye kadar Millî piyangodan kazanamadınız mı sevgili dinleyiciler? Unutmayınız ki, en büyük abide de teker teker taşla yapılır. 7 Haziran için alacağınız bilet saadet abidenizin son taşı olacaktır.
- Kiraz ağacı altında piknik, bol eğlence Tekirdağ Festivalinde.
- İhtimalleri hesap ediyorsunuz da niye Millî Piyango bileti almayı ihmal ediyorsunuz. Bir anda 1 milyon kazanabilirsiniz; bilet alınız.
- Lale hazır çarşafı (tekrar)

18.00-18.10 Seza Reklam-Vita'nın özel programı- Köroğlu Destanı

- Vita'nın şarkısı
- Evinizde her zaman Vita bulunmasına dikkat ediniz. Vita ile pişecek yemekler hafif ve hazmi kolaydır. Vita yemeğin lezzeti, midenin dostudur.
- 1.sınıf terzi yalnız İpek İş kumaşlarını tercih ediyor. Yenilik ve kalite İpek İş kumaşlarında.
- İpana (tekrar)
- Hayat, 200 aileye 1 hafta yaz tatili karşılığı 1000'er lira ödüyor. Kupon ve tafsilat bu hafta Hayat Mecmuası'nda.
- Geceler Tekfen ile aydınlanır. Güneş batır, Tekfen doğar.
- İyisini seçelim Kocataş Kola içelim.
- Eti Biskuvileri (tekrar)
- Bu hafta okuyucularına Hayat, Fatih'in Ayasofya'ya girişini gösteren çok renkli, nefis bir tablo hediye ediyor.
- Saylav (tekrar)
- Java motorunuz varsa (tekrar)
- Milliyet Atatürk filmi (tekrar)
- Gençlerin ... Yelpaze (tekrar)

18.10-18.25 T. İş Bankası takdim eder-Zeki Müren'le sohbet ve müzik

- Memleketimizde senelerdir bu inanışın yayılması için T. İş Bankası büyük gayretler göstermiştir. Senelerden beri tertip etmekte olduğu birbirinden cazip ikramiye çekilişleriyle halkımızı tasarrufa teşvik için hiç bir fedekârlıktan kaçınmamıştır.19 Mayıs'ta yapılmış olan 7 milyon liralık dev çekiliş T.İş Bankası'nın, tasarrufu teşvik hizmetlerinden sadece bir tanesidir. T.İş Bankası mevduat sahipleri için gene çok zengin, gene çok cazip bir çekiliş hazırlamaktadır. Pek yakında bu imkanı öğreneceksiniz. Bekleyiniz. Biriktirdiğiniz paralar için bankanızı seçerken şunuda asla unutmayınız; T. İş Bankası tasarruf sahiplerinin menfaatlerini azami şekilde koruyan sizin bankanızdır. T.İş Bankası'na güvenenler, T.İş Bankası'na tercih edenler daima memnun

kalmışlardır. T. İş Bankası ikramiye çekilişleri halk huzurunda otomatik makinalarla yapılmaktadır. T.İş Bankası paranızın, istikbalinizin emniyetidir.

18.25-18.35 Dünyanın Sesi Ajansı-Sesli Gazete

- 102 yıllık Ziraat Bankası (tekrar)
- İş Bankası'nın dev çekilişi yapıldı. Talihlilerin isimlerini bildiriyoruz.
- İpana (tekrar)
- Eski lastiklerinizi Good Year'de yeniletiniz. Good Year bayinizden bilgi isteyiniz. Good Year.
- Tekfen ampulde tektir. Güneş batır, Tekfen doğar.
- Cannes Film Festivali'nin hikâyesi resimlerle Hayat Mecmuasında.
- Membadan ... Kocataş Kola (tekrar)
- Kopuz gömlekleri (tekrar)
- Her türlü bankacılık işleriniz için Pamuk Bank'ı seçiniz. Yakından tanıdıkça siz de beğenecek güvencenizsiniz. Pamuk Bank.
- Paramızın yurttan kalmasını sağlıyalım, kendi öz akaryakıtımıza milletçe bağlanalım. En iyi akaryakıtı almak, yüksek oktanlı benzinden yararlanmak için menfaat düşünmeden bizler için çalışan P.O ve T.P.A.O. nin hizmetimizdeki yüzlerce akaryakıt istasyonundan faydalanalım.
- Çalışırken Telefunken, dinlenirken Telekunken. Rakipsiz Telefunken radyoları.
- İsrarla.. İshakol (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Milliyet Atatürk filmi (tekrar)
- Garantinin sembolü Kopuz gömlekleri. Çakmakcılar Han No:1
- Kulüp Meyva kokteylini içenler lezzetine hayran kalıyorlar.
-

18.35-18.45 Televizyon Reklam- Uğurluğil Ailesi

- Şarkısı
- Kahvaltıda Sana margarini (tekrar)
- T.İş Bankası isimler (tekrar)
- Babacığım bu ne? Ülker Bisküvisi. Baba bu ne? Ülker çikolatası. Bu ne baba? Bu da Ülker şekerlemesi. Çocukların çok sevdiği Ülker bisküvi, çikolata ve şekerlemelerini evinizden eksik etmeyiniz.
- ÇBS plastik badana boyaları yuvanızı güzelleştirir.
- Pirelli (tekrar)

- . Erko (tekrar)
- . 18.42-18.46 Arkadışınızı tanıyor musunuz? Orhan Boran
- . Ne saf, ne temiz kokuyor Lüks tuvalet sabunu. Çok bol köpük veriyor Lüks Tuvalet Sabunu. Cildi yumuşatır, gençliği koruyor Lüks tuvalet sabunu, Lüks Tuvalet sabunu. Lüks Tuvalet Sabunu sinema yıldızlarının onda dokuzunun sabunudur.
- . Akbank (tekrar)
- . Bütün yurttan apartman daireleri, çeşitli ikramiyeler. Akbank.
- . Telefon ihtiyacınız için tek isim İskra. İskra, İskra.
- . Binaca (tekrar)
- . Temizi Migros'ta.
- . 250 gr. yağ lütfen. Buyurun, sıhhi ambalajlı bir adet Tad mutfak margarini. Bakkalınızdan açık yağ yerine Tad, evet tadmargarini isteyiniz.
- . Hoover (tekrar)
- . Saniyede temizler extra Vim. Hemen parlatır Extra Vim. Extra Vim.
- . 18.50-18.60 Tempo Reklam- Münir Nurettin Selçuk'la 10 dakika
- . 4 milyarı aştı..Ziraat Bankası (tekrar)
- . Geceler..Tekfen.. (tekrar)
- . Talisman'dan iyisi ancak Talisman'dır.
- . Kışlık ve yazlık yuvanızı en iyi şekilde mefruş edecek tek müessese Galeri Proteks.
- . Afiyetle..Kulüp Kola (tekrar)
- . Aygaz fırını (tekrar)
- . Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- . Apartman dairesi ve 100 000 lira T. Ticaret Bankası'nda. T.Ticaret Bankası.'
- . T.İşBankası . isimler (tekrar)
- . İpana (tekrar)
- . İnşaatlarınızda suya ve rutubete karşı İmper ve Selka kullanınız.
- . Milliyet Atatürk filmi (tekrar)
- . Kulüp Meyve Suları (tekrar)
- . Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- . Kredili Meskenler Kumburgaz (tekrar)
- . Radyolin diş macunu, diş etlerinde kan dolaşımını sağlar, dişlere canlılık, kuvvet ve renk verir.

19.48 Küçük İlanlar

- . Sanayici ve Tacirler Ankara Gemisi (tekrar)
- . Sevgili dinleyiciler, inanınız ki bazen küçük tesadüflerden büyük saadetler doğabilir. Size 7 Haziran için bir Millî Piyango bileti alınız diyoruz. Bunu

size duyurmamız küçük bir tesadüftür. Ama bu tesadüfe uyarak alacağınız küçük bir Millî Piyango bileti sizi 7 Haziran'da milyoner yapabilir.

- T.Ticaret Bankası (tekrar)

- Akbank (tekrar)

- Ev kadınının... Lale Hazır Çarşafı (tekrar)

- Ankara Devlet Operası (tekrar)

- Sancak Tül'ün teşhir salonları (tekrar)

- Para elden ele, Singer dikiş makinası nesilden nesile geçer.

- Ankara Devlet Operası (tekrar)

-Yapı ve Kredi Bankası'nın devam eden çekilişlerinden faydalanmak istiyorsanız tasarruflarınızı Yapı ve Kredi Bankası'nda toplayınız. Ne kadar çok paranız birikirse şansınız da o kadar artacaktır.

- İpana (tekrar)

- Bazı dertlerinizi bir Millî Piyango bileti ile giderebilirsiniz sevgili dinleyiciler. Bir anda 1 milyon liranın cebinize doluvermesi cebinize atacağınız bir Millî Piyango bileti ile mümkün olabilir.

22.00-22.10 Yapı ve Kredi Bankası-Günün plakları

- 50 bin veya 100 000 lira kazanmak istemez misiniz? Bir çekilişte bir milyonluk ikramiyeler Yapı ve Kredi Bankası'nda. Tasarruflarını devamlı olarak Yapı ve Kredi Bankası'nda bırakanlar bu ikramiyelerden kazanabilirler.

- Apartman dairesine sahip olmak istemez misiniz? Yapı ve Kredi Bankası size bu imkanları hazırlamıştır. Talihliler arasına girebilmek için tasarruflarınızı devamlı olarak Yapı ve Kredi Bankası'nda bulundurmalısınız?

- Yılın ikinci çekilişinde Yapı ve Kredi Bankası tarafından 5 kişiye 100'er bin, 5 kişiye 50'er bin lira ve çeşitli para ikramiyeleri dağıtılacaktır. Yapı ve Kredi Bankası'na yatıracağınız paralar sizi de talihliler arasına katabilir.

22.10-22.20 Nur Reklam-Nezahat Bayram Sizinle

- 102 yıllık.. Ziraat Bankası (tekrar)

- T.İş Bankası ..isimler (tekrar)

- Pırlanta gibi zarif, pırlanta kadar sağlam Ambra buz dolapları.

- Philishave (tekrar)

-Ah, anladım, Ece makarnası (tekrar)

- Aygaz fırını (tekrar)
- Java motorunuz varsa..... (tekrar)
- Afiyetle buz gibi Kulüp Kola içiniz.
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- En modern rafinerilerden.. T.P ve T.P.A.O. (tekrar)
- Zerafet ve sağlamlık Prescold'da el ele.
- Kulüp Meyva Kokteyli. (tekrar)
- Philips (tekrar)
- Yenilik, Yelpaze'de. En modern Yelpaze'de 4 yeni foto roman. Bugün çıktı.
- Hakikat, Tatlıcılarının bütün tatlıları kalitelidir. Tatlıcılar. Tatlıcılar Karaköy'de.

22.20-22.30 Tam Tam Reklam-Hediyeli Nasrettin Hoca Programı

- İstanbul Kredili İnşaat ve Turistik Tesisler İnşaat Şirketi bir evlik arsa verecek.
- Dikkat, 29 Mayıs çekilişine herkez katılabilir. Şanslar dileriz.
- İstanbul Kredili İnşaat ve Turistik Tesisler İnşaat Şirketi sayın halkımızın arsa ve inşaat işleri için en müsait şartlar temin eder. Yarısı peşin yarısı vadeli şirin evlere sahip olabilirsiniz. Az peşin, uzun vade mutena yerde bir arsa alabilirsiniz. Sigortalı işçilere ve dar gelirli vatandaşlara 3 bin parsellik yeni bir site kuruluyor. Sigortalı işçiler için bulunmayacak fırsat. Az peşinat, uzun vade. İst. Kredili İnşaat ve Turistik Tesislet İnşaat Şirketi.
- 4 milyar... Ziraat Bankası (tekrar)
- T.İşBankası ..İsimler (tekrar)
- Grundig transistörlü teyp, radyo satışı, tamiri Bak Bak'ta Bak Bak Yüksek Kaldırım'da.
- Cannes Film Festivali ..Hayat Mecmuası (tekrar)
- Akbank (tekrar)
- Garanti Bankası (tekrar)

22.30-22.40 Hürriyet Gazetesi takdim eder. Her okuyucuya 2400 lira.

26/May/1965

08.15 Küçük ilânlar

- Shell super motor yağı şimdi de Türkiye'de. Her tip, her model otomobil

içinher mevsimde Shell Super motor yağı. Shell Super motor yağı Shell istas-
larında.

- Sanayiciler ve... Ankara Gemisi (tekrar)

10.30 Küçük İlanlar

- Shell (tekrar)

12.35 Küçük İlanlar

- Yeni Gazete 27 Mayıs'ta okuyucularına bir devrim ilavesi veriyor.

- Bahtiyar olabilmenin bir şartı da ümit edebilmektir sevgili dinleyiciler.

Siz de bir Millî Piyango bileti alınız.

- Denizcilik Bankası (tekrar)

- Lale Hazır çarşafı (tekrar)

-Yeni Gazete (tekrar)

- Birçok işlerde sabrın sonu selamet, Millî Piyango da ise sebatın sonu ser-
vettir sevgili dinleyiciler. Çekiliş 7 Haziran'da, büyük ikramiye 1 milyon
lira, toplam ikramiye 7 544 000 liradır. Bilet alınız ve sabırla bekleyiniz.

- Lüks Ankara Gemisi Fiatlar (tekrar)

- Her çok azdan olur sevgili dinleyiciler. 7 Haziran'da 1 milyon liralık ser-
vet de bir Millî Piyango biletinden olacaktır. Bu küçük bileti cebinize koy-
mağa bakınız. O küçük biletin 7 Haziran'da 1 milyon lira olması pek ola-
nıktır.

- Shell (tekrar)

- Şimdiye kadar Millî Piyango'dan kazanamadınız mı sevgili dinleyiciler? Fakat
unutmayın ki en büyük abideler de ...(tekrar)

17.50 Küçük İlanlar

- Aksini kimsenin iddia etmeğe hakkı yoktur: Millî Piyango (tekrar)

- Ev kadınının... Lale Hazır çarşafı (tekrar)

- İstikbalin size ne hazırladığını , ne mutluluklar hazırladığını bilebilir
mısınız sevgili dinleyiciler? Bilemezsiniz; ohalde niçin halinizden şikâyet
ediyorsunuz? Günün birinde sizin de büyük bir servete Millî Piyango sayesinde
kavuşmayacağınızı ne biliyorsunuz? İlk fırsat 7 Haziran.

- Shell (tekrar)

- Sevgili dinleyiciler, eğer insanın hayatına istikamet veren kuvvetler birden
fazlaise hiç şüphe etmeyin ki bunlardan biri de Millî Piyango'dur. M.P. şim-
diye kadar 1000 lerce vatandaşın hayatına yeni bir yön vermiştir. 7 Haziran'da
sıra size gelmiş olabilir. Bir biletle 7 544 000 liralık ikramiyelerden siz de
bir hisse alabilirsiniz.

- Bahtiyar olabilmemin.. Milli Piyango (tekrar)
- 29-30 Mayıs cumartesi, pazar, gündüz, gece Çocuk Esirgeme Kurumu'nun ter-
tiplendiği İstanbul Festivali Gülhane Parkında.

18.00-18.10 Super sunar-Tanju Okan'dan istedikleriniz

- 102 yıllık..Ziraat Bankası (tekrar)
- T.İş Bankası ..isimler (tekrar)
- Hayat 200 aileye 1 hafta tatil için 1000 lira dağıtıyor. 3. kupon ve taf-
silat yarın çıkan Hayat'ta.
- Altın Yıldız kumaşları şimdi Avrupa dahi aranıyor. Yaz aylarında Altın Yıl-
dız kumaşlariyle rahat ediniz. Altın Yıldız Kumaşmarı.
- Eski lastikleriniziz ...Good Year (tekrar)
- Shell (tekrar)
- T.Halk Bankası (tekrar)
- Kalite, zerafet Emniyet gömleklerinde .Emniyet gömlekleri.
- T.Halk Bankası 22 yıllık tecrübe ve 77 şubesiyle emrinizdedir.
- İpana (tekrar)
- Paranızın yurttakalması...T.P ve T.P.A.O. (tekrar)
- Ülkü Ticaret (tekrar)

18.10-18.20 Deniz Reklam-Uğurlugil Ailesi

- Sana şarkısı
- Kahvaltıda Sana...(tekrar)
- T.İş Bankası..isimler (tekrar)
- Erko (tekrar)
- Shell (tekrar)
- Tayfun Çocuk Bisikletleri.
- Extra Vim kapkacağınızı,banyo ve lavabonuzu temizler, parlatır. Extra Vim
mis kokuludur.
- Erko (tekrar)
- Pirelli (tekrar)
- Çok güzel olmuş, nasıl yapıldığını tarif eder misin? Tarife ne hacet, Tad
mutfak margarinikullanırsan yemeklerin daha lezzetli olur. Tad, evet, Tad
mutfak margarini.
- Hoover (tekrar)
- Akbank (tekrar)

- 18.20-18.30 Tayfun Reklam-Yurdumuzu geziyoruz programında Muzaffer Akgün
- 4 milyarı aştı..Ziraat Bankası (tekrar)
 - T.İş Bankası ...isimler (tekrar)
 - Güvenal zeytinleri üstün kalitelidir.
 - Geçen sene...Altın Yıldız kumaşları (tekrar)
 - Ece makarnası (tekrar)
 - Yelpaze,Yelpaze,Yelpaze,birçok yeniliklerle. Ayhan Işık'ın hayat hikâyesi bugün Yelpaze'de.
 - Hakikî terilen Arca'nın yün terilen kumaşıdır.
 - Eti bisküvileri (tekrar)
 - İpana (tekrar)
 - Su böreğinde ve baklavalarda nefaset Karaköy'de Güllüoğlu'nda.
 - Doğacak çocuklara ne lazımsa yalnız Eğilmez'de. Osmanbey.
 - Türkiye'de terilen kumaş Bozkurt markasıyla satılır.
 - Saylav (tekrar)
 - Mütehasşıs eleman, tam randuman, hakikî garanti Doğan lastik kaplama fabrikasında.
 - İyisini seçelim, Kocataş Kola içelim.
 - Güvenal zeytinleri ağzınızın tadıdır.Güvenal zeytinleri.
 - Bir genç için en büyük saadet Java motosikletine sahip olmaktır. Havada jet, karada Java.Java.
 - Bebek komple takımları yalnız Eğilmez'de. Osmanbey benzinci karşısı.
 - Adaş balataları. Emin Usta.
 - Kulaktan....İskra (tekrar)
 - Yenilik ve kalite İpek İş kumaşlarında.
 - Aygaz (tekrar)
 - Vitamin kaynağı Kulüp Meyva Suları.
 - Kamil Koç (tekrar)
 - Şehrin en yakın arsaları Ziya Özden müessesesinde satılmaktadır. Ziya Özden.

18.30-1845 Anten Reklam- Orhan Boran ve Yuki.

- 102 yıllık ..Ziraat Bankası (tekrar)
- Talisman (tekrar)
- Galeri Proteks (tekrar)
- Altın Yıldız kumaşlariyle yazın rahat ediniz.
- Philips (tekrar)
- Fay (tekrar)
- Sigorta işlerinizde Semih Tuğlu.
- Çift emniyetli Aygaz tüpleri yalnız Aygaz'da. Aygaz.

- İş Bankası ..isimler (tekrar)
- İpana(tekrar)
- Moda İlk Bahar Ana ve İlk Okulu kamp açıyor. Kayıtlar başlamıştır.
- Tatlıcılar (tekrar)
- Evde, yolda, her yerde Yelpaze mecmuası. Gençliğin sevgilisi Yelpaze yep-yeni şekilde çıktı; görünüz.
- Kredili Mesken (tekrar)
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- Radyolin diş macunu, dişlerin üzerindeki kir tabakasını yok eder, dişleri temizler, parlatır.
- Roger Gallet(tekrar)
- En güzel tatilhediyesi motosiklettir; tabii Java olursa.
- Kulüp Meyva kokteyli (tekrar)
- Beykoz, Karakulak Suyu, Dağ Restoran.
- Neutron radyosu (tekrar)
- Yapı ve Kredi Bankası (tekrar)

18.45-18.55 Filiz Reklam-Nurten İnnap'la adım adım Anadolu

- 4 milyar...Ziraat Bankası (tekrar)
- T.İş Bankası ...isimler (tekrar)
- Yarın Hayat mecmuası'nda Fatih'in Ayasofya'ya girişi. Hayat Mecmuası.
- Piknik Şarabı.
- Çetin Altan'ın hadiseler yaratan Mor Defteri İstanbul sinemalarında.
- Sultan vermutu, Sultan şarapları.
- Rahat, hafif, yıkanabilir.. Bildim Bozkurt kumaşları.
- Traşta Poker Play New Gold başta. Poker Play.
- Super Filiz dikişsiz kadın çorabı.
- Senta poplin yazlık elbiselik kumaştır. Akın Tekstil.
- En zevkli mobilya Minas Dekorasyon'da. Osmanbey.
- Garanti Bankası (tekrar)
- Aslanlı. Aslanlı çatalları zariftir, Aslanlı kaşıkları kalitelidir, Aslanlı bıçakları garantilidir, Aslanlı servis takımları ucuzdur.
- Bozkurt altın poplin yazlık pantolonluk kumaşları Fincancılar Rıza Eralp'te.
- Shell (tekrar)
- Saylav (tekrar)

- Moda Testil kumaşlarını muhakkak görünüz. Moda Tekstil.
- Mor Defter (tekrar)
- Az peşinatlı, uzun vadeli arsalar, Büyük Postane karşısında Kredili İnşaat Şirketinde.

19.50 Küçük İlanlar

- Yeni Gazete Devrim ilâvesi (tekrar)
- Ankara Devlet Operası (tekrar)
- Sevgili dinleyiciler, 7 Haziran piyangosunda 100 000 lirayı beğenmiyorsanız onun üzerinde 200 000 lira var. 200 000 lirayı beğenmiyorsanız onun üzerinde de 1 000 000 lira var. Birbiri üzerine yığılan bu para desteleri bir Millî Piyango biletinin altında bulunuyor. Sevgili dinleyiciler, henüz vakit varken 7 Hazirana kadar biletinizi alınız.
- Lüks Ankara Gemisi.... İzmir'e de uğrayacak (tekrar)
- Shell (tekrar)
- Singer dikiş makinası (tekrar)
- T. Ticaret Bankası 100 binler, apartman daireleri veriyor. Yaz çekilişine iştirak ediniz.
- İpana (tekrar)
- Türk Yurdu Dergisi'ni bayilerde bulabilirsiniz. Türk Yurdu zengin münderecatlı. Türk Yurdu.
- İnsanın hakikî dostlarından biri de kendi servetidir. Size bu dostu kazandıracak Millî Piyango, 7 Haziran çekilişiyle hizmetinizdedir. 7 544 000 lira dağıtıyor.
- Yegane garantili radyo Kondor radyosu. Kondor radyosu.
- Tanıdıklarınıza sorunuz aralarında muhakkak Yapı ve Kredi Bankası'nda ikramiye kazanmış birini bulacaksınız. O halde siz de paranızı yatırınız, arttırınız
- Ankara Devlet Operası (tekrar)
- Kiraz ağacı altında piknik, kıran kırana yağlı güreşler 5-6 Haziranda Tekirdağ Festivali 'nde.
- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Yeşilyurt'ta 100 000 liralık apartman daireleri henüz kaçırılmamıştır. Hesap açtırmakta acele ediniz. Akbank.
- Yeni Gazete Devrim ilâvesi (tekrar)
- Çocuk Esigeme Kurumu (tekrar)

22.00-22.10 Çetin Reklam-Her hafta bir skeç

- 102 yıllık ..Ziraat Bankası (tekrar)
- T.İşBankası isimler (tekrar)
- Yaran Hayat, okuyucularına Fatih'in Ayasofya'ya...(tekrar)
- Akfil merpolin size yakışır.
- Sigortalı işçilere Umraniye'de 10 000 dairelik bir site kuruluyor.İst. Kredil-
- Mor Defter (tekrar)
- Şeker Bank memleket hizmetinde yeni bir çağır açıyor. Okulsuz beş köyde beş okul. Şeker Bank tasarruf ikramiyelerinden hiçbir kısıntı yapmadan, defter ve benzeri hediyelerden yapacağı kısıntıyla 5köyde 5 okul yaptırıyor.
- Çalışırken Telefunken(tekrar)
- Eski lastiklerinizi ...(tekrar) Good Year
- Uzun vadeli taksitlerle sıhhi daireler Büyük Postane karşısında Kredili İnş.
- Ava, piknike, işe Java motosikletleri. Java, Java.
- Membadan bardağa yegane kola Kocataş Kola.
- Ne kadar fazla düşünürseniz düşünün gene Pamuk Bank'ı seçeceksiniz. Çünkü kazanma şansınız Pamuk Bank'ta daha fazladır. Pamuk Bank.
- Eser. Eser toz ve krem deterjanlarını bakkallarınızdan ısrarla arayınız.

22.10-22.20 Bates Reklam- Meşhur sesler, meşhur melodiler

- T.İş Bankası ...isimler (tekrar)
- Hayat 200 aileye..... (tekrar)
- Afiyetle buz gibi Kulüp Kola içiniz.
- Senta poplin.... Akın Tekstil (tekrar)
- Aygaz fırını (tekrar)
- Sayın bayi ve kitapçılarımız, Bates Bayilik teşkilatının Ankara şubesi
- 1 Hazirandan itibaren emrinizdedir. Adres: Mithat Paşa No: Yenişehir-Ank.
- Yarın Hayat okuyucularına.....(tekrar)
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- Mihat giyimin yazlık çeşitleri mükemmeldir.
- Cannes film Festivali....Hayat Mecmuası (tekrar)
- Kulüp meyva suları (tekrar)
- Tam vaktinde iş başında çünkü Java motoru var. Havada jet, karada Java. Java motorsikletleri. Java.
- İbak oluklu mukavvada. İbak.
- Mevcudu günden güne azalmakta olan Hayat Ansiklopedisinin 6 ciltlik tam takımını almakla ailenize, çocuklarınıza faydalı olmuş sayılırsınız.

22.20-22.30 Santral Reklam- Her Telden- Gülseren Güvenli.

- Ziraat Bankası 4 Milyon (Tekrar)
- Sıhhatimi seviyorum, Kocataş Fruti içiyorum.
- Jumbo yepyeni modellerle gene sofranızda, en iyi çatal,kaşık,bıçak Jumbo.
- Ah gene perde yırtıldı. Tabii kocacığım, ben sana Feyzan perde rayı ve teferruatı al demedim mi? Feyzan.
- Krem Amber sizi güzelleştirir. Krem Amber cazibenizi arttırır.
- Kalite İtalyan Gondola boya fırçalarında.
- Saylav (Tekrar)
- Yüksek kalite Arı Unlarında. (Tekrar)
- Türkiye'de terylen kumaş-Bozkurt. (Tekrar)
- Dikişte nakışta Esiera en başta. Esiera , Eli Açıklar.
- Nişantaşında apartuman . Garanti Bankası. (Tekrar)
- Krem Amber. (Tekrar)
- Jumbo yepyeni modelleri. (Tekrar)
- En iyisi Jumbo.(Tekrar)
- İtalyan Gondola boya fırçaları Necati Ekşioğlunda.
- Yavrularınızı Arı unları ile besleyiniz.
- Akın Tekstilin işlemeli ketenleri İrlanda ipeğindendir. Akın Tekstil.
- Dikişte nakışta Esiera.(Tekrar)
- İsrarla Isakol. (Tekrar)
- Sabit lüks badana boyaları (Tekrar)
- Cannes Hayat'ta (Tekrar)
- Dikkat kredili meskenler Kumburgaz. (Tekrar)
- İhi , Job kullanıyorum, Oho , Job kullanıyorum, Ya siz? Ben de Job kullanıyorum
- Merbolin sentetik ve plastik boyaları. Merbolin boyacının aşkı.

22.30-22.40 Moran Reklam- Orkestralar Geçiti.

- Hayat 200 aileye 1000 lira (Tekrar)
- Ç.B.S plastik boya, yuvanızı güzelleştirir. (Tekrar)
- Bütün hanımlar Hoover. (Tekrar)
- Philips'in namı dünyada. (Tekrar)
- Tazesi Migros'da.
- Yüksek kalite Arı unlarında.

27/May/1965

08.15 Küçük İlanlar

- Motor yağlarında büyük yenilik. Yarının motor yağı bugünden emrinizde. Shell Super motor yağı. Shell Super motor yağı, Shell istasyonlarında.

10.30 Küçük İlanlar

- Motor yağlarında..... Shell (tekrar)

12.35 Küçük İlanlar

- Şimdiye kadar Millî Piyango (tekrar)
- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Pazar günü yapılacak çekilişe kaç kura numarasıyla ve hangi numaralarda gidiğinizi hesabınızın bulunduğu Yapı ve Kredi Bankası şubelerinden öğrenebilirsiniz.
- İhtimalleri tecrübe.....(tekrar)
- 20 Haziran sizlere bir tek şey hatırlatmalı; o da Lüks Ankara Gemisi'nin Avrupa'ya kalkış tarihini. Müracaat: İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Binası.
- Hava Harp Okulu'na giriş için malumat.

17.55 Küçük İlanlar

- Motor yağlarında..... Shell (tekrar)
- Ev kadınının..... Lale hazır çarşafı (tekrar)
- İnanınız ki küçük tesadüfler.... Millî Piyango (tekrar)
- Lüks Ankara Gemisi'nin 20 Haziranda Avrupa limanlarına yapacağı gezide çocuklara %50 tenzilat.
- Dertlerinizin bazılarını Millî Piyango (tekrar)

18.00-18.10 İncili Reklam-Bu sporcuyu tanıdınız mı?

- 4 milyar...Ziraat Bankası (tekrar)
- Besler bisküvileri, Besler çikolataları, Besler şekerlemeleri.
- Kalitede rekor. İshakol boyaları.
- Üç Yıldız Bönövalı Bahtaniyeleri. Üç Yıldız Bönövalı Bahtaniyeleri.
- Büyük yenilik: Çift ökçe kundura yalnız Side'de. Side Beyoğlu.
- Moda Banyoları yeni tesislerle açılmıştır.
- Bozkurt yazlık pantolonları Fincancılar Rıza Eralp'te.
- İyisini seçelim Kocataş Kola içelim.
- Bu kavanozda ne var? Ender zeytin ezmesi.

- Poplin,yazlık pantolonluk kumaştır. Akın Tekstil.
- Dibrom. Sinek,sivrisinek, tahtakurusu ve bütün haşerekere karşı Dibrom.
- Yüksek kalite Arı Unlarında.
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Pirelli (tekrar)
- Sabit Lüks duvar boyaaları, plastikten güzel, badanadan ucuzdur.
- Oralet içiniz. C vitaminli taze portakal özü. Oralet.
- As kunduraları fevkâlade hamle yapıyor. 55-60 liraya yeni tip satışlara başlanıyor. As kunduraları.
- Rahat.....Bozkurt (tekrar)
- Hepimizin plajı MODA plajı.
- Telefunken (tekrar)
- Kredili Meskenler (tekrar)
- Motor yağlarında.... Shell (tekrar)
- Yavrularınızı Arı Unlariyle besleyiniz.
- Vakıflar Bankası..Öğrenci hesabı (tekrar)
-

18.10-18.20 Ergün Reklam

- 102 yıllık ...Ziraat Bankası (tekrar)
- İhtar ediyoruz....Good Year (tekrar)
- Motor yağları (tekrar) Shell
- Ülkü Ticaret (tekrar)
- Tekfen ampulde...(tekrar)
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Side (tekrar)
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- İpana (tekrar)
- As kunduraları (tekrar)
- Ambra buz dolabı (tekrar)
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Side (tekrar)
- Kamil Koç (tekrar)
- Radyoların radyosu Nevtron radyosu. Nevtron, ilk Türk radyosu.
- Ömür boyunca aylık gelir, T.Vakıflar Bankası'nda.

18.20-18.30 Yapı ve Kredi Bankası kültür yayınlarından niçin? nasıl? nerede?
- Pazar günü yapılacak...Yapı ve Kredi Bankası (tekrar)

18.30-18.40 Petek Reklam-Muallâ Mukadder ve saz arkadaşları.

- 4 milyar..Ziraat Bankası (tekrar)
- Çamaşırlarınızı yıpratmıyan, cildinizi bozmıyan saf Ayvalık sabunu Sezai Ömer Madra sabunudur.
- Yazlık terilen kostüm mü yapacaksınız? Arca'nın yazlık terilen kumaşını tercih ediniz.
- Tatlı ve cana yakın.....Tokalon Ruyları (tekrar)
- Millet Yapar kampanyasına siz de katılınız.
- Yeni tip As kunduraları satışa çıkarılıyor. As kunduraları.
- Fay temizleme tozu (tekrar)
- Garanti Bankası (tekrar)
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Tokalon'un gece ve gündüz kremlerinin tertibine ilâve edilen ilmin son buluşu idrokret en küçük hücrelere kadar nüfus ederek cildinizin nemli kalmasını sağlar. Tokalon'la cildiniz daima canlı ve tacedir.
- Antalya Tekstil (tekrar)
- Tokalon pudrası (tekrar)
- Millet Yapar (tekrar)
- Dünya çapında bir şöhret, muamelatında doğruluk ve sürat Osmanlı Bankası'nda. 1 Asırlık mazinin kazandırdığı itimat, bankacılıkta tecrübe ve bilgi Osmanlı Bankası'nda. Her üç ayda bir çekiliş, sık sık kazanma şansı Osmanlı Bankası'nda. Tasarruflarınızı Osmanlı Bankası'nda değerlendiriniz. Osmanlı Bankası.

18.40-18.50 Tunç Reklam- Cem sunar-Mikrofon Dergisi

- 102 yıllıkZiraat Bankası (tekrar)
- Aman ne güzel, yeni mi? Hayır Erar Hoffman'da temizlettim.
- Iskra (tekrar)
- Motor yağlarında....Shell. (tekrar)
- Philishave (tekrar)
- Ece makarnası (tekrar)
- Membadan.... Kocataş Kola (tekrar)
- Tekfen ampulleri....(tekrar)
- 8 Haziran akşamına kadar tasarruflarınızı Emlâk ve Kredi bankasında toplayarak yaz çekilişinde İstanbul Ataköy de apt. daireleri ve diğer muhtelif kıymette

para ikramiyeleri talihlileri arasına girebilirsiniz. Türkiye Emlak ve kredi bankası.

- Telefon ihtiyacınız için tek isim Iskra ,Iskra.
- Plajı, yemek salonları, mevsimde beş çayları servisi ile Turizm Bankası Yeniköy Boğaziçi gazinosu hizmetinizdedir.
- Dünyada rakipsiz Enesu motorlu bisikletleri , Enesu-Enesu.
- Gırgır giren evde dırdır olmaz.
- Ucuzu Migrosta. (tekrar)
- Yeni tip As kundrası satışa çıkarılıyor, As Kundraları.
- Roje Gale (tekrar)
- Ticaret bankası yaz çekilişi (tekrar)
- Philipsin namı dünyada (tekrar)
- Sun restoran Yeniköy
- Yeni bir hizmet,Eskişehir yolunda Kamil Koç.
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Sente poplin ... akın Tekstil (tekrar)
- Besler Bisküileri (tekrar)
- Mevsimlerde 21 Haziranda yaz başlar, Vakıflar Bankası (tekrar)

18.50-19.00 Hürriyet Gazetesi 6 ayda Almanca Dersleri.

19.45 Kısa haberler.

- Motor yağlarında yenilik. Shell (tekrar)

22.00-22.10 Yankı yayınları- Akbank için hazırlanan Türk müziği dinleyici istekli

- Çekilişte kazananların isimleri.

22.10-22.20 Tam Tam REklam - İstanbul Kredili İnşaat ve Turistik Tesisler

İmar Şirketi Programı.-Hediyeli Nasrettin Hoca

- İstanbul Kredili İnşaat ve Turistik tesisler İmar şirketi sayın halkımızın hizmetindedir. Yarısı peşin, 5 sene vade ile Bakırköy, Şirinevler'de sıhhi bir daireye sahip olabilirsiniz. Az peşinat uzun vadeli taksitlerle Umraniye , Çengelköy, Küçükçekmece ve Londra asfaltı üzerinde bir arsa alabilirsiniz. Sigortalı işçiler kooperatifi dar gelirli vatandaşlar; Umraniye de 40 bin nüfuslu bir site kuruluyor. Az peşinat, uzun vadeli bir arsa satınalma imkanlarından istifade ediniz. İstanbul Kredili mesken şirketi hizmetinizdedir.
- Garanti bankası Nişantaşında apt. dairesi...(tekrar)
- Anapa çocuklarınızın bonmarşesi. Anapa.
- Ece makarnası(tekrar)
- İnşaatçılar dikkat! Kerestede damping. Özcan Tuna Beşiktaş.
- Aranana siyah saplı boya fırçaları Necati Ekşioğlunda.
- Merhaba!Ben Job...(tekrar)

- Avrupa'yı şaşırtan model ve renkler Klas'ta. Klas Beyoğlu'nda. Grundig Teyp.....Bak Bak (tekrar)
- Her nevi badana ve boya İstanbul Boya'da. Sirkeci Gar karşısı.
- T.Ticaret Bankası (tekrar)

22.20-22.30 Soley Reklam-Unutulmayan melodiler

- 4 milyar ...Ziraat Bankası (tekrar)
- İpana (tekrar)
- Oralet Mandalin içiniz. Taze C vitaminli Oralet mandalin özü. Oralet. Garanti Bankası (tekrar)
- Fevkâlede..... As kunduraları (tekrar)
- Millet Yapar (tekrar)
- Tekfen ampulde...(tekrar)
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Pamuk Bank 705 bin lira veriyor. Pamuk Bank tahsil bursu veriyor. Pamuk Bank tek kelimeyle 11 yıldır sizlere güven veriyor.
- Oralet portakal (tekrar)
- Millet Yapar (tekrar)
- Dibrom (tekrar)
- Kocataş Fruti (tekrar)
- T.Ticaret Bankası yaz çekilişinde apartman dairesi ve çeşitli para ikramiye-leri veriyor.5 Hazirana kadar paralarınızı T.Ticaret Bankası'nda toplayınız.
- Kredili Meskenler (tekrar)
- Rahat,hafif.....Bozkurt (tekrar)
- T.Vakıflar Bankası öğrenci hesabı (tekrar)

22.30-22.40 Yonca Reklam-Feriha Tunceli'yi dinliyeceksiniz

- Dikiş makinası mı alacaksınız? Zetina.
- Uyumaktan da rahat; Ayaz Turizm'le seyahat.
- Üniversiteler giriş imtihanına hazırlama kursu Bilgi Dersanesi. Cağaloğlu.
- Cennet Bahçesi kamp ve piknik yeri hizmetinizde. Cennet Bahçesi Küçük Çekmece.
- A, salon takımlarına bayıldım! Sihir Mobilya'dan aldım. Sihir,Sihir,Sihir. Sihir Mobilya Kadıköy'de.
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Şaheser İtalya'dan mı? Hayır, Leydi'den.
- Merbolin'in yeni ve ucuz Merbomat duvar boyaları sayesinde kireç boyalarına saydos.

- Roger Gallet (tekrar)
- Harika Paris'ten mi? Leydi'den.
- Zetina bedava dikiş makinası, bedava radyo dağıtıyor. Siz de istifade ediniz.
- Emniyet gömlekleri (tekrar)
- Nereye? Leydi'ye. Ben de Leydi'ye.
- Dani, Dani. Dani Avrupa ayaarında yegane boya fırçasıdır.
- Nato şarapları sıhhat ve neşe yaratır. Her zaman her yerde Nato Şarapları.
- Sevgilim saçların çok güzel olmuş.Tabii Kuaför Şükrü'den geliyorum.
- Tatlıcıların bütün.....(tekrar)
- Millet Yapar (tekrar)
- Oralet portakal (tekrar)
- Steno kursları başladı. Tünel Dersanesi.
- Erko (tekrar)
- Philishave (tekrar)
- Hem ucuz....T.P ve T.P.A.O. (tekrar)
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Erko (tekrar)
- Cannes film ...Hayat Mecmuası (tekrar)
- Binaca (tekrar)
- Akfil merpolin size yakışır.
- Shell (tekrar)
- Yapı ve Kredi Bankası (tekrar)

28/May/1965

08.15 Küçük İlanlar

- Ev kadınının çarşaf dikme derdi Lale hazır çarşafaları ile sona erdi. Lale hazır çarşafaları son moda 5 renktir. Lale hazır çarşafaları bir Santral mensucat mamuludur.
- Shell super yağı...(tekrar)
- Lüks Ankara gemisi ...fiatlar. (tekrar)
- 29-30 Mayıs ... Çocuk esirgeme Kurumu . (tekrar)

10.35 Küçük ilanlar

- Shell Super (tekrar)

12.35 Küçük İlanlar

- Yeni Gazete her Pazar parasız ilave veriyor. Yeni Gazetenin bu ilavesi Yazlık mayo ve kadın elbisesidir.

- Dertlerinizin bir kısmını bir Millî Piyango bileti ile gidermek mümkündür. Bir anda 1 000 000 liranın cebinize doluvermesi, cebinize atacağınız bir Millî Piyango bileti ile mümkündür.
- Denizcilik Bankası (tekrar)
- Lüks Ankara Gemisiİzmir'e de uğrayacak. (tekrar)
- Birçok işlerde sabrın sonu....Millî Piyango (tekrar)
- 29-30 Çocuk Esirgeme Kurumu (tekrar)
- Yeni Gazetemayolar (tekrar)
- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Shell (tekrar)

13.40 Yeni Ajans'ın T.İş Bankası için hazırladığı Doğru mu? Yanlış mı? 13.55

- Kuruluş yılından bu yana halka hizmet yolunda hiçbir fedâkarlıktan kaçınmayan T.İş Bankası'na halkımız artan bir teveccüh gösteriyor, T.İş Bankası'na güveniyor. T.İş Bankası da bu teveccüh ve güvene layık olmak çabası içindedir. 19 Mayıs'ta yapılan 7 milyon liralık dev çekiliş, T.İş Bankası'nın tasarrufu teşvik yolunda yaptığı şeylerden sadece bir tanesidir. T.İş Bankası tasarruf sahipleri için daha nice dev çekilişler hazırlıyacaktır. T.İş Bankası yeni sürprizini, pek yakında öğreneceksiniz. T.İş Bankası'nın dünyada mevcut en modern sistemlere göre kurulmuş servislerinde Her türlü banka işleri menfaatinize uygun şekilde görülür. T.İş Bankası'nın herhangi bir şubesine girişte kendinizi samimi, sıcacık bir hava içinde bulursunuz. Üstelik T.İş Bankasında para biriktirenler, çekilişlere katılıp, cazip ikramiyelerden kazanma şansına sahip olurlar. T.İş Bankası'na güveniniz, T.İş Bankası'nı tercih ediniz sevgili dinleyiciler. T.İş Bankası'na güvenenler daima karlı çıkmışlardır. T.İş Bankası'nın ikramiye çekilişleri halk huzurunda, otomatik makinalarla yapılmaktadır. T.İş Bankası paranızın, istikbalinizin emniyetidir.

17.55 Küçük İlanlar

- Ummadık taş baş yarar, derler sevgili dinleyiciler. Ummadığınız bir zamanda bir Millî Piyango bileti sizi milyoner yapabilir. Çekiliş 7 Haziran'da. Biletiniz varsa 7 Haziran hayatınızın dönüm noktası olabilir.
- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Eğer insanın hayatına istikamet....Millî Piyango (tekrar)

18.00-18.10 Murat Reklam-Tülin Korman'dan size

- 102 yıllık...Ziraat Bankası (tekrar)
- Plastik stor pancurlar Kamping'de. Kamping Elmadağ No:... İmalat Plastik Sanayii Çukurel İzmir.

- Halı Sarayı, halıların sarayıdır.
- Sabit Lüks duvar boyaları (tekrar)
- Zevkler ve renkler Coşkun'da buluştular. Coşkun.
- Yavrulanızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Aygaz (tekrar)
- Öylesine iç açıcı, o kadar sağlam Prescold buz dolapları. 1965 Prescold buz dolapları.
- Kemancı Mensucat bahtaniyelerine daima tercih ediniz.
- Pirelli (tekrar)
- Kamil Koç (tekrar)
- Besler Bisküvileri, Besler çikolataları herkesi besler.
- Eren Triko'nun mevsim yeniliklerini görünüz.Eren Triko.
- Güngör'de buluşalım, en güzelini, en zarifini alalım. Güngör.
- Emniyet Sandığı'nın1/2 milyonluk yaz ikramiyeleri çekilişine katılabilmek için bütün tasarruflarınızı 7 Haziran akşamına kadar Emniyet Sandığı'na yatırınız. Emniyet Sandığı.
- Coşkun (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Akfil merpolin size yakışır, Akfil merpolin sizi güzelleştirir.
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Merhaba, ben Job. Açık altın sarısı renkte, hakiki İsveç çeliğindenim. Aman taklitlerimden sakının. Job, Job, Job traş bıçakları.
- BeTeBe (tekrar)
- Halı sarayı Cağaloğlu Nuri Osmaniye'de.
- Kundurada Güngör. Çantada Güngör. Güngör, Harbiye'de.
- Israrla.İshakol (tekrar)

18.10-18.20 Ateş Reklam-Uğurlugil Ailesi

- Sana şarkısı
- Kahvaltıda Sana...(tekrar)
- Akbank (tekrar)
- Ece makarnası (tekrar)
- ÇBS plastik boyaları yuvanızı güzelleştirir.
- Nasıl yapıldığını tarif eder misin?Tad (tekrar)
- Herşey Migros'ta.
- Binaca (tekrar)
- Shell (tekrar)
- Evde, sokakta, plajda Tokyo Ginza.
- Tekin Erer.....Son Havadis.. (tekrar)

- Erko (tekrar)
- Ender zeytin ezmesi her yaştaki insanın gıdasıdır. Ender.
- Akfil merpolin size yakışır, Akfil merpolin sizi güzelleştirir.
- Extra Vim pırıl pırıl yapar, Extra Vim mis kokuludur.
- T.Ticaret Bankası. (tekrar)

18.20-18.30 Teleks Reklam-Sevim Tanürek ve bir istek

- Yeni bir rekor...Ziraat Bankası (tekrar)
- Müjde, Fenerbahçe plaj ve gazinosu pazar günü açılıyor.
- İpana (tekrar)
- Ece makarnası (tekrar)
- Türkiye Halk Bankası halkın bankası. Tasarruflarınızı Halk Bankası'nda toplayınız.
- Kores saatleri..
- Roger Gallet (tekrar)
- İyisini seçelim Kocataş Kola içelim.
- Yemek odası harika. Sihir Mobilya'dan aldım. Sihir.
- Ambra buz dolapları..(tekrar)
- Ülku Ticaret (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Türkiye'de terylene...Bozkurt (tekrar)
- Afiyetle....Kulüp Kola (tekrar)
- Emniyet gömlekleri (tekrar)
- Türkiye Halk Bankası 27 yıllık tecrübe, 77 şube ile emrinizdedir.
- 26 sene garantili İsviçre saatleri. Kores, Kores.
- Yatak odası fevkalade. Sihir Mobilya'dan aldım. Sihir.
- Shell (tekrar)
- Merbolin sentetik, plastik boyaları. Boyacının aşkı.
- Kores saatleri (tekrar)
- Bir genç için...Java (tekrar)
- Kulüp Meyva Suları (tekrar)
- A, salon takımlarına bayıldım. Sihir Mobilya'dan aldım. Sihir.

18.30-18.40 Lir Reklam-Ahmet Sezgin'in sesinden

- 102 yıllık...Ziraat Bankası (tekrar)
- İmper ve Selka suya karşı. İmper ve Selka rutubete karşı. İmper ve Selka tecrit maddelerini kullanınız.
- Shell Super (tekrar)

- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Afiyetle....Kulüp Kola (tekrar)
- Tekin Erer...Son Havadis.(tekrar)
- Senta poplin..(tekrar)
- Hem ucuz...P.O. ve T.P.A.O. (tekrar)
- Eti Bisküvileri (tekrar)
- Şehrin en yakın arsalari Ziya Özden'de satılmaktadır. Ziya Özden Beyazıttadır.
- Kopuz gömlekleri (tekrar)
- Ucuz, daha ucuz, daima şık. Dilberler.
- Shell Super (tekrar)
- Roger Gallet (tekrar)
- Membadan....Kocataş Kola. (tekrar)
- Alaturka yataklara veda. Sıhhi, rahat, 5 sene garantili Oya somyalı yatakları.

18.40-18.50 Gençler Reklam

- Dünyanın dört bucağında tanınan tek marka AEG. Buz dolabı, çamaşır makinesinde en üstün kalite AEG. Sizde, herkesin tercih ettiği marka, AEG'yi tercih ediniz.
- Philips (tekrar)
- En güzel tatil.....Java (tekrar)
- Yenilik ve kalite İpek İş kumaşlarında.
- Hakikat, Tatlıcılarının bütün mamûlleri(tekrar)
- Aygaz fırını (tekrar)
- Kredili Meskenler (tekrar)
- Yarın Ses Mecmuası sinema çevrelerinde büyük akisler yapacak bir yazı yayınlanıyor. Sinema artistlerinin ihtirasları. Yarın Ses Mecmuası'nda.

19.45 Küçük İlanlar

- Ummadık taş....Millî Piyango (tekrar)
- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Ankara Devlet Operası (tekrar)
- Shell Super (tekrar)
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- Yapı ve Kredi Bankası (tekrar)
- Türk Yurdu Dergisi (tekrar)
- Küçük tesadüfler....Millî Piyango (tekrar)
- İpana (tekrar)
- Pehlivanlar dikkat, bileğinize güveniyorsanız 5-7 Haziranda Tekirdağ Kiraz Festivali güreşlerine katılınız.

- Yeni Gazete ...yazlık mayo (tekrar)
- Kondor radyosu (tekrar)
- 7 Haziran piyngosunda 100 000 beğenmiyorsanız....Millî Piyango (tekrar)
- Yenilik üzerine yenilik. Sancak Tül'ün muhterem müşterilerini bir külfet-ten daha kurtarıyor. Tül için dikiş parası vermeğe paydos. Sancak Tül ek fi-at almadan, ambalajdan alınıp pencereye takılacak tül imal ediyor. Tafsilat Sirkeci Doğu İş Hanı.
- Yeni Gazete ...yazlık mayo..(tekrar)
- 29-30 Çocuk Esirgeme Kurumu (tekrar)
- Ankara Devlet Operası (tekrar)
- Akbank (tekrar)
- Sanayici ve tacirler .. Lüks Anakara Gemisi (tekrar)
- İstikbalin size neler hazırladığını....Millî Piyango (tekrar)
- 8 Haziran akşamına kadar tasarruflarınızı Emlâk ve Kredi Bankası'nda toplı-yarak, yaz çekilişinde Ataköy'de apartman dairesi ve muhtelif kıymette para ikramiyeleri talihlileri arasına girebilirsiniz. Emlâk ve Kredi Bankası.

-

22.00-22.10 Karamani Reklam-Nefeslerini tuttular

- 102 yıllıkZiraat Bankası. (tekrar)
- Ece Makarnası (tekrar)
- Yazın en iyi günlerini Beykoz Karakulak Dağ Restoran'da geçiriniz.
- Afiyetle...Kulüp Kola (tekrar)
- Philips (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- Philishave (tekrar)
- Kulüp Meyva Kokteyli (tekrar)
- Aygaz fırını (tekrar)
- Telefunken (tekrar)
- Java varsa otomobilim yok diye....(tekrar)
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Kredili Meskenler (tekrar)
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Sıhhatimi ...Kocataş Fruti (tekrar)

22.10-22.20 Güven Reklam-Gönlünüze göre

- Ne kadar fazla.....Pamuk Bank (tekrar)
- Gençlik, dinçlik, huzur Balana'da. Balana.

- Türkiye'de terylene...Bozkurt (tekrar)
- Temizlikte Teksin, çamaşırdaki Teksin, bulaşıktaki Teksin.
- Fırsat önünüzde, şans elinizde, İstanbul Bankası hizmetinizde.
- Jumbo yepyeni modellerle sofranızda. En iyi çatal, kaşık, bıçak Jumbo.
- Şehre yakın kredili meskenler Büyük Postane karşısında Kredili İnşaat Şirketi.
- En güzel tatilJava (tekrar)
- Akbank (tekrar)
- Hem ucuz... P.O ve T.P.A.O. (tekrar)
- 200 liranızla 100 000 lirayı Pamuk Bank'tan kazanabilirsiniz. 100 000 lira ile de 50 000 liralık iki apartman dairesi alabilirsiniz. Pamuk Bank .
- Balana (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Nevtron radyosu (tekrar)
- T.Vakıflar Bankası öğrenci hesabı (tekrar)
-
- 22.20-22.30 Güney Reklam- Şiir ve melodi
- 4 milyarZiraat Bankası (tekrar)
- Misafirlerinize Konak Viyana Karamela.
- Fay temizleme tozu (tekrar)
- Canlı ve teninize uygun dudaklara sahip olmak istiyorsanız Tokalon'un çeşitli renkteki rujlarını kullanınız.
- Komili zeytin yağları 82 yıldır mutfağınızda. Komili zeytin yağları.
- Aygaz fırını (tekrar)
- Balvit yaşlılık ve çeşitli sebeplerden meydana gelen yorgunlukları bertaraf eder. Bal-Vit
- Paranızın yurttaki....T.P.A.O. (tekrar)
- İpana (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Tokalon pudrasının fatilasyon serisine dahil renkler her tene her yüze en uygun havayı verir.
- Güneş ve tarih şehri Antalya.Şimdi de poplinleri, pantolonlukları ile Antalya Tekstil.
- Bal-Vit zinde bir çalışma gücü sağlar.
- En kaliteli Ayvalık zeytin yağı Komili zeytin yağları

22.30-22.40 Uğur Reklam-Altıyı bil,şeytana uyma

- En ekonomik,en en emin gaz Aygaz.
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Erko (tekrar)
- Max Factor hanımları davet eder. Max Factor'ın makyaj mütehassısı, cilt bakımı, modern makyaj ve güzellik tavsiyelerini ücretsiz göstermektedir.
- müracaat: Elhamra Parfümeri Mağazası.
- Zarif erkeğin gömleği Paksoy nylon tekstir. Paksoy nylon teks gömleği.
- Rahat, hafif....Bozkurt (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Yüksek kalite Ara Unları'nda.
- Güzel kadının kremi Debak acı badem yağı. Debak.
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Akfil size yakışır.
- Misafirlerinize Konak Viyana Karamela.

22.40-22.45 Yayla Makarnası- İsteyin çalalım, bilin verelim.

- Reklam hakikati söylemezse kıymetten düşer. Yayla ırmık makarnasından şaşmayınız. Yayla ırmık makarnasının nefasetini anlamak için tek çare tecrübe etmenizdir.
- Midesini koruyanların ömrü uzun olur. Midesini sevenler yemeğe Yayla ırmık makarnasıyla başlarlar. Saf ırmık Yayla makarnası, lezzeti ve nefasetiyle baştadır.
- Görüp beğendiler, pişirip tecrübe ettiler; Yayla makarnası harikadır, dediler. Yayla makarnasını siz de tecrübe ediniz. Yayla makarnasının ikramiyesi makarnasının kalitesidir.

Saturday/May 1965

08.15 Küçük İlanlar

- Türk Yurdu Dergisi (tekrar)
- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Sahayici ve tacirler..Lüks Ankara Gemisi..(tekrar)
- Maden, enerji ve bankacılık faaliyetleriyle memleket ekonomisine üç ayrı yönden hizmet eden Eti Bank'ın milyarları aşan varlığı, mevduatınızın teminatıdır.
- Çocuk Esirgeme Kurumu İl Merkezinin hazırladığı İstanbul Festivali bu akşam ve yarın Gülhane Parkı'nda. Sevim Tanürek, Öztürk Serengil.....Gülhane Parkı'nda.

12.35 Küçük İlanlar

- Yeni Gazete ..yazlık mayo (tekrar)
- Shell Super (tekrar)
- Yeni Gazete ..yazlık mayo (tekrar)
- Lüks Ankara Gemisi...fiatlar (tekrar)
- İnsanın dostlarındanMillî Piyango (tekrar)
- Shell Super (tekrar)
- Ankara'da Kavaklıdere'de, Kaloriferli, parkeli, tam konforlu apartman daireleri, zengin ve çeşitli para ikramiyeleri; Tasarruflarınızı Eti Bank'ta toplayanlarıdır.
- Çocuk Esigeme Kurumu....Sevim Tanürek...(tekrar)

14.00-14.10 Sevil Reklam- Saz ve sözle değişler dede Fatma Türkan,Saim Uygun

- Bankacılıkta sürat Demir Bank'ta. Yüksek isabet şansı Demir Bank'ta. Her çekilişte apartman dairesi Demir Bank'ta.
- İpana (tekrar)
- Viper, iki deterjan, iki çamaşır suyu yerine otomobil, çamaşır makinası, bisiklet, radyo veriyor. Viper.
- Senenin kumaşı Moda Tekstil kumaşı.
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Emniyet gömlekleri (tekrar)
- Kores saatleri (tekrar)
- Turan Oğuzbaş'ın beklenen kitabı,"Yaşanmamış Mektuplar" çıktı.
- Teksin (tekrar)
- Ooo..Job kullanıyorum.
- Modelde yenilik, kalitede üstünlük Akın Mobilya'da. Akın Mobilya Rumeli Caddesinde.
- Merbolin sentetik ve plastik boyaları. Merbolin boyacının aşkı.
- Müjdeliyoruz, şöhretli Crosley buz dolapları hizmetinizdedir. Hemen bir Crosley buz dolabı almakta acele ediniz. Crosley, Crosley.
- Kalite, zerafet, desen Moda Tekstil kumaşlarında.
- Erdem kahveli karamelaları kahve zevkini verir. Erdem.
- Danfil (tekrar)
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Evet, artık kullanacağınız kaliteli ve ucuz duvar boyası merbomat. Merbolin boyacının aşkı.
- Radyolin dişleri temizler.

- Rahat, hafif...Bozkurt (tekrar)
- Lezzet ve rayihasına herkesin hayran kaldığı Hindistan cevizli Arı Koko bisküvileri yeniden satışa arz edilmiştir.
- Dar gelirli vatandaşlara Umraniye'de 3 000 parsellik yeni bir site kuruluyor.
- Anneciğim, ekmeğime Ender zeytin ezmesi sürer misiniz?
- Mevsimlerde 21 Haziranda yaz başlar. İkramiyede 21 Haziranda öğrenciye imkan sağlar. Mevsimlerde yaz, güneş ve sıhhatin misali, ikramiyede tahsil bursu, istikbalin misalidir. T.Vakıflar Bankası. T.Vakıflar Bankası.

14.20-14.30 Aşkın Reklam-Hafta sonunda Türk müziği,Safiye Filiz-BülentOral

- İskra (tekrar)
- Moda Tekstil kumaşı zerafetin sembolüdür.
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Türkiye'de terylene ...Bozkurt..(tekrar)
- Darvaş Restoran Hisar'da.
- Akfil size yakışır, Akfil sizi güzelleştirir.
- Kopuz gömlekleri.(tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Senta poplin ..Akın Tekstil (tekrar)
- Çocuklarınıza müjde, Moda'da kamp açılıyor. Bu kampa iki yaşından itibaren ana ve ilk okul çağındaki çocuklarınız faydalanacaktır. Sabah 08.00 den akşamları 18.00 e kadar çocuklarınız okuyacak, gezecek, eğlenecek,denize girecek ve istirahat edecektir. Çocuklarınızın sağlığı özel kamp doktoru tarafından kontrol edilecektir. Kamp gündüzlü ve yatılıdır. Her semt için servis arabaları hizmetinizde ve servisinizdedir. Okulda ikmale kalmış çocuklarınız, kampta tecrübeli öğretmenler tarafından yetiştirilecektir.
- Bale mi, dediniz? Moda İlk Bahar Ana ve İlk Okulunda. Piano mu,dediniz? Moda İlk Bahar Ana ve İlk Okulunda. Mandolin mi?.....Resim mi?..... Bütün dersler Moda İ.B.Ave İ.O.'nda, Kampta. İngilizce desler tecrübeli İngiliz öğretmenler tarafından verilir. Kamp kayıtlarına başlanmıştır. Kamp 7 Hazirandan 7 Eylül'e kadar devam edecektir. Tekrar ediyoruz, kamp kayıtlarına başlanmıştır. Tel: 36 34 87
- Kauçuklu Beatles çantalarının yegane toptancısı Aydan ticaret.Mustafa Tünel.
- Çapalılara müjde, Lizbon Pastanesi, her çeşit pasta, dondurma, şekerlemele-riyle hizmetinizdedir. Lizbon Pastanesi.
- Bayanlar dikkat, mevsim yenilikleriyle Hayati Bilge-Mehmet Nasır Nasır Han'da Nasır Han Fincancılarda.

- Alacağınız Heyko saati size İstanbul'u görme şansını kazandırabilir.
- Şimdi her yerde Akın Tekstil yazlıkları. Akın Tekstil.
- Kopuz gömlekleri. (tekrar)
- Emlâk alım satım işlerinde müşterilerinin takdirini kazanmış yegane müesse Önder Emlâk. Tel:... Arsa, apartman, kat ~~veya~~ almak veya satmak istiyor-sanız Kadıköy, Altı yol Çilek sokak 12/1 de Önder Emlâk. Dikkat unutmayınız, Ferhat Önder.

14.30-14.40 Hareket Reklam-Sesli Mecmua

- Philishave (tekrar)
- Sünnet çocuklarına ne lazımsa Esin Altın top'da.
- Hakiki terylene, Arca'nın yün terylene kumaşıdır.
- Aman ne güzel yeni mi diktirdin? Hayır Erar Hoffman'da temizlettim.
- Şahâser çok beğendim, İtalya'dan mı? Hayır, Leydi'den.
- Sincap ağzıda tad, kalitede itimat., kuruyemişte tek ad.
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Taklit edilmeğe başladı. Kumaş kenarındaki Akın Tekstil yazılarına dikkat. Akın Tekstil.
- Harika, ne kadar güzel, Paris'ten mi? Hayır, Leydi'den.
- Uzun vadeli taksitlerle sıhhi tesisler Büyük Postane karşısında Kredili Meskenler İnşaat Şirketi.
- Philips (tekrar)
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Esin Altıntop Büyük Postane karşısı.
- İffet Butik, Nişantaşı, İffet Butik.
- Tekin Erer...Son Havadis..(tekrar)
- Nereye? Leydi'ye. Aaa... ben de Leydi'ye.
- 10 000 lerin sevgilisi günlük Adalet Gazetesi her sabah İstanbul'da. Adalet Gazetesi İstanbul'da.
- Müjde, Bahar piring unlarını bakkalınızdan arayınız.
- Uzun vadeli....Kredili Meskenler İnşaat Şirketi. (tekrar)
- İskra (tekrar)
- Bütün radyolar toptan Osman Okuroğlu'nda. Bayileri: Uzunköprü'de Burhan, Özdimetokalı, Yüksek Kaldırım'da İshak ve Momo Tanfranko, Hareke'de Akif Metin.
- İdealistlerin Gazetesi Zafer her sabah İstanbul'da. Zafer Gazetesi her sabah her yerde. Bütün meselelerin iç yüzü Zafer'de. Zafer tiryakisi olacağınız gazetedir. Zafer idealistlerin gazetesidir, okuyunuz. Ankara'nın günlük gazetesi Zafer'i bundan böyle her sabah İstanbul'da, bütün semt ve bayilerinde bulabilirsiniz. Zafer idealistlerin gazetesidir, okuyunuz.

- İtalyan Gondola boya fırçaları Necati Eksioğlu'nda. Kalite Gondola boya fırçalarında.
- Kalitede Uskan, Ucuzlukta Uskan. Uskan gömlekleri.
- İsrarla...İshakol (tekrar)
- Çatakda Ar Yıldız, bıçakta Ar Yıldız, modelde yenilik, kalitede üstünlük Ar Yıldız'da.
- Tekin Erer...Son Havadis(tekrar)
- Paslanmaz Kurt bıçakları.
- Sabit Lüks duvar boyaları (tekrar)
- Hergün, Hergün Gazetesi okuyunuz.

14.40-14.50 Huzur Reklam-Alpay'la 10 dakika

- Akbank (tekrar)
- Zetina (tekrar)
- Alkom daima pırıl pırıl.
- Hakikat, Tatlıcılarının....(tekrar)
- Her evde Aksu Bahtaniyeleri var. Aksu.
- Evlerinizde krem Silon bulundurunuz?.Krem Silon.
- Marangozlar, kalınlık makinalarında Nihat Aslan. Rabıta makinalarında Nihat Aslan. Türkiye'de rakipsizdir. Arap Camii.
- Nereye? Leydi (tekrar)
- Kuaför Şükrü, Rumeli Caddesi.
- Mutuk şarapları Paris'te altın madalya aldı. Mutuk.
- Dani fırçaları (tekrar)
- Tünel Dersanesinde pratik Almanca. Pratik Almanca Tünel Dersanesi'nde. Tünel Dersanesi Tünel'de.
- Zetina (tekrar)
- Harika.....Leydi'den (tekrar)
- Ayaz Turizm (tekrar)
- Alkom mutfak eşyaları. Alkom.
- Huzur. Huzur. Huzra kavuşmak mı istiyorsunuz? o halde Huzur yataklarında yatınız. Huzur yatakları Taşkasap. Huzur yatakları.
- Merbolin'in yeni Merbomat duvar boyalarının fiyatını boyacıınızdan sordunuzmu?
- Pazar günü nereye gideceğinizi düşünmeyiniz. Bayramoğlu Sahil Gazinosu'na gidiyoruz. Bayramoğlu.
- Saylav (tekrar)
- Şaheser.....Leydi'den (tekrar)
- Roger Gallet (tekrar)

- Sun Restoran, Yeniköy.
- Tünel Dersanesi'nde steno kursları. Steno kursları Tünel Dersanesinde. Tünel Dersanesi Tünel'de.
- Sevgilim, saçların çok güzel olmuş. Tabii, Kuaför Şükrü'den geliyorum. Kuaför Şükrü, Rumeli Caddesi.
- Emniyet gömlekleri (tekrar)
- T.Vakıflar Bankası öğrenci hesabı (tekrar)

14.50-14.60 Rektaş sunar- Sporda bilmediklerimiz.

- Paramızın yurttta....T.P.A.O. (tekrar)
- Kaliteli mobilya Yavuz Mobilya'da. Yavuz Mobilya Beşiktaş'ta.
- Poplin yazlık, pantolonluk kumaştır. Akın Tekstil.
- Super Filiz dikişsiz kadın çorabı. Super Filiz.
- Besler (tekrar)
- Beatle pantolonları Yeni Melek sokağında.
- Rahat, hafif.. Bozkurt (tekrar)
- Sabreden derviş muradına ~~ermiş~~. Crosley buz dolabını beklemekle en isabetli yolu seçtiniz.Bir Crosley buz dolabına sahip olan onunla her zaman iftihar eder.
- İsrarla...İshakol (tekrar)
- Senta poplin...Akın Tekstil (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Üç Yıldız Bornovalı bahtaniyeleri, Üç Yıldız Bornovalı gorsövaları.
- Binanızı sudan, rutubetten korumak istiyorsanız Emülzer tecrit maddesi kullanınız. Emülzer.
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Beatle pantolonları Yeni Melek sokağında.
- Moda banyoları yeni tesislerle açılmıştır.
- Ucuz, daha ucuz, en ucuz. Daima sık, dayanıklı giyim eşyası yalnız Dilberler Dilberler'in Mahmut Paşa'daki daimi ucuz eşya dairesine mutlaka uğrayınız.
- Akbank (tekrar)
- Pirelli (tekrar)
- Hepimizin plajı Moda plajı.
- İpana(tekrar)
- Beatles pantolonları Yeni Melek sokağında.
- Besler (tekrar)
- Sabit Lüks (tekrar)
- Şimdi her yerde Akın Tekstil yazlakları. Akın Tekstil.

- Super Filiz (tekrar)
- İyisini seçelim Kocataş Kola içelim.
- Bozkurt altın poplin pantolonlukları (tekrar)
- Yavrularınızı Arı Unları'yle besleyiniz.
- T.Vakıflar Bankası öğrenci hesabı (tekrar)

17.57 Küçük İlanlar

- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Aksini kimsenin...Millî Piyango (tekrar)
- Shell Super (tekrar)
- Sayın İstanbul'lular, Bomonti bahçesi soğuk fıçı biralariyle hizmetinizdedir. Bahçemize yameklerinizle gelebilirsiniz. Bomonti bahçesi, Şişli Abide-i Hürriyet caddesinde.
- Bahtiyar olmanın bir.....Millî Piyango (tekrar)
- Shell Super (tekrar)
- T.Emlâk Kredi Bankası tarafından tesis edilen Ataköy plajı açılmıştır. Tesislerin 3 günlük hasılatı Donanama Cemiyetine verileceği sayın halkımıza duyurulur.

18.00-18.10 Bakera Reklam- Yıldız Tezcan ve istekleriniz.

- Shell Super (tekrar)
- İpana (tekrar)
- Aş kunduraları fevkalade hamle.....(tekrar)
- Millet Yapar (tekrar)
- Jumbo (tekrar)
- Ambra buz dolapları (tekrar)
- Mükemmel kalite, hakiki değer Ziyet dikiş makinelerinde.
- İyisini seçelim Kocataş Kola içelim.
- Aygaz fırını (tekrar)
- Yüksek Kalite Arı Unları'nda.
- Misafirlerinize Konak Viyana Karamela.
- Kalitede İtalyan Gondola boya fırçaları.
- Dikişte, nakışta Esiera en başta. Esiera Eliaçıklar.
- Millet Yapar (tekrar)
- Mühassih eleman, tam randuman Doğan lastik kaplama fabrikası.
- Besler (tekrar)
- Türkiye'de terylene...Bozkurt (tekrar)
- Ah, gene perde yırtıldı..Feyzan perde rayı (tekrar)
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.

- En güzel tatil...Java (tekrar)
- Krem Amber (tekrar)
- İtalyan Gondola boya fırçaları Necati Ekşioğlu'nda.
- Yeni tip As kunduraları satışa çıkarılıyor.
- T.Vakıflar Bankası öğrenci hesabı (tekrar)

18.10-18.20 İş Reklam-Aşk ve melodi

- 4 milyar ...Ziraat Bankası (tekrar)
- Pamuk Bank Sultan Hamam'da. Pamuk Bank Galata'da. Pamuk Bank Beyoğlu'nda, Pangaltı'da, Nişantaşı'nda, Beşiktaş'ta, Kadıköy'de. Pamuk Bank 20 şubesiyle bütün bankacılık işlerinizde hizmetinizdedir. Pamuk Bank.
- Balana (tekrar)
- Tekfen ampulde...(tekrar)
- Sıhhatimi seviyorum Kocataş Fruti içiyorum.
- İskra (tekrar)
- Millet Yapar (tekrar)
- Türkiye'de terylene ...Bozkurt (tekrar)
- Kredili Meskenler (tekrar)
- Giyim eşyasında 70 yıl önder, Dilberler. Dilberler.İşte, Dilberler'in halka yeni bir hizmeti: daima ucuz eşya dairesi Mahmut Paşa'da Açıldı.
- İstanbul Bankası yarına güvenle bakmanızı sağlar.
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- Balana(tekrar)
- Bozkurt Altın poplin pantolonlukları Fincancılar..(tekrar)
- Aygaz fırını (tekrar)
- Jumbo (tekrar)
- Shell Super (tekrar)
- Neutron radyosu (tekrar)
- Ömür boyunca aylık gelir, paranızın devamlı gelir kaynağı, tahsil bursu ikramiyesi, çocuğunuzun istikbalinin dayanağı Y.Vakıflar Bankası.

18.20-18".30 Kervan Reklam-Orhan Boran ve acaip rekorlar

- 102 yıllık...Ziraat Bankası (tekrar)
- İpana (tekrar)
- As kunduraları fevkalade ...(tekrar)
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Birinci sınıf terzi İpek İş kumaşlarını tercih ediyor.
- Millet Yapar (tekrar)
- Eski lastik ..Good Year (tekrar)

- Geceler Tekfen'le (tekrar)
- T. Halk Bankası (tekrar)
- Millet Yapar (tekrar)
- Telefunken (tekrar)
- Shell Super (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Kulüp Meyva Suları (tekrar)
- Yeni tip As kunduraları (tekrar)
- Mevsimlerde 21 Haziran...T.Vakıflar Bankası (tekrar)

18.30-18.35 Akbank 208. programını sunar-Erol Büyükburç ve arkadaşları
- Sayın dinleyiciler, memleketimizde ilk defa sayın tasar uf sahiplerinin hizmetine alınan elektronik beyin, bugünlerde yaz çekilişine katılacak bil-
umum hesap numaralarını kontrolünden geçirmektedir. Hesap sahiplerine ait
hakların titizlikle korunduğu ve elektronik beyinin şaşmaz hafızasının işlet-
tiği bu sistem içinde siz de Akbank'ın yaz çekilişine katılabiliyorsunuz.
Bu çekilişte İstanbul Yeşilyurt'ta tam konforlu apartman dairesi, 3 633
kişiye çeşitli para ikramiyeleri verilmektedir. Hesap açtırmakta lütfen ace-
le ediniz. Akbank.

- 18.35-18.45 Bant Reklam- Zeki Müren'le baş başa
- Doşge motor parçaları Nadir'de. Nadirler Taksim'de.
- İçi zarif, dışı zarif, içi sağlam dışı sağlam,1964 Prescola buz dolarlarını
nı görünüz.
- Üstün kalite, uygun fiyatla her yuvaya bir Thomson radyosu. Thomson net ve
gür sesli radyodur.
- Afiyetle..Kulüp Kola (tekrar)
- Anneler çocuklarınızı Paro ile besleyiniz. Paro,Paro.
- Su böreğinde, baklavada nefaset Karaköy'de Güllüoğlu'nda.
- Geçen sene kapışılan Altın Yıldız kumaşları (tekrar)
- Fay temizleme tozu (tekrar)
- Gözüpü kapa,ver parasını düşünme,al en âlâsını. Eti Bisküvileri.
- Ece makarnası (tekrar)
- Kredili Meskenler (tekrar)
- En iyi kaliteli zeytin yağı Komili zeytin yağı. Komili.
- Yenilik üzerine yenilik..Sancak Tül...(tekrar)
- Aygaz fırını (tekrar)
- Bir genç için ...Java (tekrar)
- Avrupa ayarında Arca yün terylene kumaşları.

- Anneler çocuklarınıza Paro yedininiz.
- Arçelik alan memnun kalır. Arçelik alan rahat eder. Arçelik sizin Öz malınız.
- Saylav (tekrar)
- Tekfen ampulde..(tekrar)
- Kamil Koç (tekrar)
- Komili zeytin yağları 82 yıldır..(tekrar)
- Kulüp Meyva Kokteyli..(tekrar)
- Philips (tekrar)
- Oyal çikolata, şekerlemeleri emsallerinden üstündür. Oyal.

18.45-18.55 Kıvılcım Reklam-Filveli-Hüsmen Aga

- 4 milyar...Ziraat Bankası (tekrar)
- ÇBS plastik boyaları yuvanızı güzelleştirir.
- Binaca (tekrar)
- Shell Super (tekrar)
- Erko (tekrar)
- Haftanın plakları Dedefon'da. Tel:24 22 00
- Tayfun çocuk bisikletleri.
- Çok güzel olmuş...Tad..(tekrar)
- Çin işi Japon işi Türkiye'de bunu yapan bir kişi. Tokyo Ginza.
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- İyisi Migros'ta.
- Erko (tekrar)
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- Elbiselik, treçkotluk Akfil Sanfor terylene.
- Pikniğe, işe..Java (tekrar)
- Şahlan ütü ve avizeleri, Şahlan ekmek kızartıcıları, Şahlan elektrik ocakları yurdun her köşesinde. Şahlan.
- T.Vakıflar Bankası (tekrar)

19.45 Küçük İlanlar

- Emlâk ve Kredi Bankası tarafından tesis edilen....(tekrar)
- Kondor radyosu (tekrar)
- Yeni gazete her pazar bir ilave veriyor. Yeni Gazete'nin yarınki ilavesi yazlık kadın kıyafetleri ve mayolarıdır.
- Ankara Devlet Operası (tekrar)
- Shell motor yağı (tekrar)
- T.Ticaret Bankası (tekrar)

- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Singer dikiş makinası (tekrar)
- Yapı Kredinin aile cüzdanı (tekrar)
- Millî Piyango'dan kazanamadınız mı?..(tekrar)
- Ankara Devlet Operası (tekrar)
- Akbank (tekrar)
- Lüks Ankara Gemisi (tekrar)
- Yalnız Eti Bank'ta bir müşterinin 76 ikramiye, yalnız Eti Bank'ta bir müşterinin 2 apartman dairesi kazandığı görülmüştür. İkramiye isabet bakımından bu bir rekordur. Siz de bundan istifade için tasarruflarınızı Eti Bank'ta toplayınız.
- Sevgili dinleyiciler, ihtimalleri tecrübe...Millî Piyango (tekrar)
- Yeni Gazete'nin ilavesi (tekrar)
- İpana (tekrar)

22.00-22.10 Güney Reklam

- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Sinolin plastik boyaları evinizi güzelleştirir.
- Ruh ve M adde 1 Haziranda çıkıyor.
- Aygöz fırını (tekrar)
- Afiyetle...Kulüp Kola (tekrar)
- En zengin renk çeşitleri Sinolin sentetik boyalarında.
- Besler (tekrar)
- Java (tekrar)
- Radyolin diş macunu (tekrar)
- Ayda 50 lira taksitle arsalar. Büyük Postane karşısı Kredili Meskenler İnşaat Şirketi.
- Kulüp Meyva Kokteyli (tekrar)
- Sinolin plastik boyaları evinizi güzelleştirir.
- Yeni tip As kunduraları (tekrar)
- P.O.ve T.P.A.O. (tekrar)
- En iyi kaliteli plastik boyası Sinolin.
- Senta poplin Akın Tekstil (tekrar)

22.10-22.20 Kalpten kalbe- Şiir ve Melodi

- 102 yıllık... Ziraat Bankası (tekrar)
- Kredili Meskenler (tekrar)
- Erko (tekrar)

- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Merhaba ben Job...(tekrar)
- Roger Gallet (tekrar)
- Afiyetle.. Kulüp Kola (tekrar)
- ÇBS yuvanızı güzelleştirir.
- Akın Tekstil taklit edilmez, patentlidir.
- Kulüp Meyva Suları (tekrar)
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Aygaz (tekrar)
- Membadan... Koçataş Kola (tekrar)
- Mobilya çeşitlerinde Happel radyo.
- T.Vakıflar Bankası öğrenci hesabı (tekrar)

22.20-22.30 Ankara Reklam- Nesrin Sipahi sizler için söylüyor

- Tekin Erer.....Son Havadis (tekrar)
- Tam vaktinde iş başında Java.
- Imm.. Ne kadar lezzetli olmuş. Tabii Sancak marka düdüklü tencerede pişirdim. Ohh.. Bu da enfes olmuş. Onu da Sancak marka düdüklü tencerede pişirdim.
- Yeni formülle imal edilen Paklar çamaşır tozunu mutlaka tecrübe ediniz. Palkar üstün kalitedir.
- Çikolata, şekerleme, Ender yoksa sakın yeme. Ender yemeli, tatlı söylemeli.
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Yeni tip As kunduraları..(tekrar)
- İyisini seçelim Kocataş Kola içelim.
- Otomobilim yok diye ...Java (tekrar)
- T. Vakıflar Bankası (tekrar)

22.30-22.45 Grafika

- 4 milyar ...Ziraat Bankası (tekrar)
- Erko (tekrar)
- Rahat, hafif...Bozkurt (tekrar)
- Tercüman, Tercüman. Tercüman fikirde, ropörtaajda.
- Zerafet-Emin.
- Mutfak gaz kullanınız.
- Tercüman Türkiye'nin tek tarafsız gazetesi. Türkiye'nin, dış münasebetlerinde müspet olan gazetesi.
- Saylav (tekrar)
- Merbomat (tekrar)
-

- İnşaatçılara, Sozer Taşel boruları standarttır.
- Amerikan Neşriyat Bürosu müzik severlerin hizmetinde.
- Tercüman Gazetesi (tekrar)
- Emniyet Sandığı (tekrar)

Sunday/May 1965

12.25 Küçük İlanlar

- Bomonti Bahçesi (tekrar)
- Lüks Ankara Gemisi....İzmir'e de uğrayacak..(tekrar)
- Yeni Gazeteyazlık mayo (tekrar)
- Dertlerinizin bir kısmını...Millî Piyango (tekrar)
- Türk Yurdu Dergisi (tekrar)
- Öğretmenler Tüketim Kooperatifinde her şey daha ucuzdur. Laleli Saray Pasajı.
- Yeni Gazete mayo (tekrar)
- Lale hazır çarşafı (tekrar)
- Eti Bank maden, enerji ve bankacılık.....(tekrar)
- Sanayici ve tacirler....Ankara Gemisi (tekrar)
- Yeni Gazete (tekrar)
- İnanınız ki, bazen küçük tesadüfler ..Millî Piyango (tekrar)
- Memleketimizin yegane altın ve gümüş müstahsiliEti Bank'ın milyonları aşan varlığı tasarruflarınızın teminatıdır.
- Yeni Gazete (tekrar)
- T.Ticaret Bankası (tekrar)

13.30 Renk Reklam-Rodi sunar-Erdem Buri soruyor, bu hafta ben kimim?

- Rahat,hafif...Bozkurt (tekrar)
- AEG teknik uzmanları satıştan önce olduğu kadar satıştan sonra da sizin emrinizdedir. AEG garantisi bütün dünyaya şamildir.
- Çamaşırlarınız yıpranmadan temizlensinimi istiyorsunuz?Paklar kullanınız. Paklar çamaşır tozu.
- Ornamin, Ornamin.
- Giyim eşyasında 90 yıl önder...Dilberler (tekrar)
- Yalı Çiftliğinin, Yalı tereyağı, Yalı yoğurdunu tecrübe ediniz.
- İpana (tekrar)
- Tekin Erer....Son Havadis (tekrar)

- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Bozkurt altın poplin yazlık pantolonları Fincancılar Rıza Eralp'te.
- Ömür Boyunca gelir, paranızın gelir kaynağı...T.Vakıflar Bankası (tekrar)
- Bayanlar, cilt bakımında tek marka Dr. Renaud Paris. Cilt bakımında tam bir netice elde etmek istiyorsanız: askâri 15 gün müddetle Dr. R.P.meyvalı gündüz kremi, geceleri Dr. R.P. Siliko gece kremi kullanınız. Dr. R.P.
- Yağlı, sivilceli, ergenlikli ciltler için salatalık yağsız kremi kullanınız. Dr. R.P.
- İmalâtının %30 Avrupa'ya ihraç edilen BeTeBe mozaikleri, binaların cephe, duvar, mutfak ve banyolarında muvaffakiyetle kullanılmaktadır. BeTeBe.
- ÇBS plastik boyaları yuvanızı güzelleştirir.
- Milyonlarca çekilişlerde dahi en yüksek ikramiye 100 000 liradır. Pamuk Bank iki kişiye 100 000 lira veriyor. Pamuk Bank.
- Ender zeytin ezmesini bakkalınızdan isteyiniz.
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Erko (tekrar)
- Super Filiz (tekrar)
- Aygaz (tekrar)
- Yeni tip As kunduraları (tekrar)
- Bayanlar, Dr. Renaud Paris (tekrar)

13.40-13.50 Mikrofon Reklam-Mikrofonda 7 gün

- 102 yıllık...Ziraat Bankası (tekrar)
- Bisküvide Ülker, çikolatada Ülker, şekerlemede Ülker. Büyük, küçük herkesin sağlığı ve ağız tadı.Ülker.
- Talisman'dan iyisi ancak Talisman'dır.
- Galeri Protex (tekrar)
- Altın Yıldız kumaşları şimdi de....(tekrar)
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Yılın romanı Kukla Kadın. Çeviren Adnan Tahir.
- Geceler Tekfen'le (tekrar)
- Aradığınız fiat Arçelik'te, aradığınız rahat Arçelik'te, aradığınız garanti Arçelik'te. Arçelik aradığınızı verebilecek tek markadır.
- En güzel bağlama, ud ve tambur imalatı Şemsi Yastıman saz evinde.Beşiktaş.
- Türkiye'de terylene...Bozkurt (tekrar)
- İpana (tekrar)
- Kredili Meskenler (tekrar)

- Hakiki Ayvalık zeytin yağı Kırılmağıç Zeytin Yağlarıdır.
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Kukla Kadın (tekrar)
- Radyolin diş macunu ağızdaki sigara kokusunu yok eder.
- Necmi Onur'un yeni kitabı Telsiz Duvaksız Anadolu. Kitapçılardan isteyiniz.
- Başel kilitleri malınızın bekçisidir. Başel, Başel.
- Yılın ikinci çekilişinde Yapı ve Kredi Bankası 5 kişiye 100 000lira 5 kişiye 50 000 lira, 965 kişiye de çeşitli para ikramiyeleri dağıtacaktır. Yapı ve Kredi Bankası'na bırakacağınız paralar sizi de talihlileri arasına katabilir.

13.50-14.00 Şahap Balcıoğlu'nun programı-Kaç kaç bitecek?

- Telefunken bu hafta da sizlere rakipsiz tiplerinden birini sunuyor. Bandola 9W.Çok zarif bir ceviz mobilya içinde hazırlanan Bandola 9W hoparlörü, ayar tuşu ile harikulade 6 Telefunken lambası, terit antenini ile elektronik sanayinin bir şaheseridir. Evinizde evlâdiyelik bir almak için iki kelime söyleyin. Telefunken Bandola.
- 4 milyar...Ziraat Bankası (tekrar)
- Milano ve Münih'e yalnız Bosfor Otobüsleri. Tuvaletli, yatar koltukludur. P.O ve T.P.A.O yakıtını kullanır.
- MembadanKocataş Kola (tekrar)
- Şansınızı Tercüman'da neden denemiyorsunuz? Tecüman bu ay 27. apartman dairesini veriyor. Siz de Tercüman okuyarak dayalı, döşeli apartman dairesine sahip olabilirsiniz. Tercüman.
- Eski lastik ... Good Year (tekar)
- Saylav (tekrar)
- Amiral saatleri, saatlerin generalidir. 30 sene garantili Amiral saatleri Mehmet Kocaalioglu.
- Anapa çocuklarınızın bonmarşesidir. Anapa Tünel'de.
- İskra (tekrar)
- Ülkü Ticaret (tekrar)
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- İpana (tekrar)
- Aygaz fırını (tekrar)
- Yılın bir hafta değil, bir ay değil, bütün bir yıl ucuzluk Dilberler'de. Dilberler Mahmut Paşa'da.
- Çelik eşyada kalite ve zerafeti bir araya getiren tek marka Teknik Çelik.

- Anneler mama devresindeki çocuklarınızın mamasını Arı Bebe bisküvileriyle hazırlayınız.
- Huzuru Ruh Dünyası'nda bulabilirsiniz.
- Radyolin diş macunu ile hem dişlerinizi gürümeden hem de nefesinizi müziç kokulardan karumuş olursunuz.
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Ömür boyunca.....T.Vakıflar Bankası (tekrar)

14.00-14.10 Gün Reklam-Pazar faslı-Zeki Müren

- Komili zeytin yağları (tekrar)
- Anneler yavrularınızı Paro ile besleyiniz. Paro,Paro.
- Paramızın yurтта....P.O ve T.P.A.O. (tekrar)
- Seylav (tekrar)
- Fay temizleme tozu (tekrar)
- Babacığım bu kavanozda ne var? Ender zeytin ezmesi.
- Aygaz fırını (tekrar)
- Zerafette eşsiz, sağlamlıkta emsalsiz Öğretmen çorapları.
- Tekfen ampulde..(tekrar)
- Çemberlitaş Baharatçısının tarçın ve somatasını arayınız.
- Philishave (tekrar)
- Salıteks, Mahsende yıllanan Mahsen Şarapları.
- Afiyetle...Kulüp Kola. (Tekrar)
- Komili zeytin yağları 82 yıldır....(tekrar)
- Anneler çocuklarınızı Paro ile besleyiniz. Paro, Paro.
- Ece makarnası (tekrar)
- Kamil Koç (tekrar)
- Ambra buz dolapları (tekrar)
- Kulüp Meyva Kokteyli (tekrar)
- Bir genç için ...Java (tekrar)
- Sancak Tül'ün teşhir salonları devam ediyor.
- Philips (tekrar)
- Tokyo Ginza nedir? Kauçuklu sünger sandalettir.
- Kopuz gömlekleri (tekrar)
- Poplin yazlık pantolonluk...Akın Tekstil (tekrar)
- Kredili Meskenler (tekrar)

14.10-14.20 Özger Reklam-İlden ile programında Fatma Türkan ve arkadaşları

- 102 yıllıkZiraat Bankası (tekrar)

- Güvenal'ın yeşil ve siyah zeytinleri emsalsizdir. Güvenal zeytinleri.
- Altın Yıldız Avrupa da...(tekrar)
- Geceler Tekfen (tekrar)
- Fay (tekrar)
- Senenin kumaşı Moda Tekstil kumaşı.
- Yaz geliyor Arçelik alarak rahat ediniz.
- Danfil (tekrar)
- Hakiki terylene Arca'nın...(tekrar)
- Java varsa ...(tekrar)
- Eti bisküvileri (tekrar)
- Tasarruflarınızı İstanbul Bankası'nda toplayınız.
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Merbolin sentetik plastik boyaları(tekrar)
- İpana (tekrar)
- Yaz geliyor Arçelik (tekrar)
- Kalite, zerafet, desen Moda Tekstil kumaşlarında. Moda Tekstil Kumaşları.
- Ece makarnası (tekrar)
- Oooo... Job (tekrar)
- Senta poplin ..Akın Tekstil (tekrar)
- Emniyet gömlekleri (tekrar)
- İnşaatçılar dikkat, kerestede damping. Özcan Turna Beşiktaş.
- Evde, büroda, okulda Haylayf bisküvileri.
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Misafirlerunize Konak Viyana Karamela.
- Neutron radyosu (tekrar)
- T.Vakıflar Bankası Öğrenci hesabı (tekrar)

14.20-14.30 Doğu Reklam-Bilin kazanın. (Arca)

- 4 milyar..Ziraat Bankası (tekrar)
- İskra (tekrar)
- Şahaser...Leydi (tekrar)
- Besler (tekrar)
- Sincap (tekrar)
- Polyester yazlık yegane buruşmaz elbiseliktir. Akın Tekstil.
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Sünnet çocukları için ne lazımsa Esin Altıntop'ta.
- Alpaga elbiselikte Mithat. Terylene pantolonda Mithat, Keten kanadyende Mithat.

- Akbank (tekrar)
- Philips (tekrar)
- İffet Butik. Nişantaşı.
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- Zafer idealistlerin gazetesidir okuyunuz.
- İsrarla..İshakol (tekrar)
- Kalite Gondola boya fırçalarında.
- Uskan (tekrar)
- Çelik saplı Kurt bıçakları.
- Sabit Lüks boyaları. (tekrar)
- Gondola boya fırçaları Necati Eksioğlu'nda.
- Çatalda Ar Yıldız (tekrar)
- Garanti Bankası (tekrar)
- Philishave (tekrar)
- Esin Altıntop Bonmarşesi Büyük Postane karşısında.
- Bahar piring unları (tekrar)
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- Yazlık tergal kostüm mü yaptıracaksınız? O halde hiç düşünmeden Arca'nın yün terylene kumaşını alınız.
- Unutmayınız, hakiki yün terylene Arca'nın yün terylene kumaşdır.. Kumaşların kenarındaki Arca Yün Terylene markasına dikkat ediniz.

14.30-14.40 Tunç Reklam-Muzaffer Akgün'le Edirne'den Ardahan'a.

- Philishave (tekrar)
- Shell Super (tekrar)
- İskra (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Ucuz, daha ucuz...Dilberler (tekrar)
- Gır Gır giren evde dır dır olmaz.
- Membadan...Kocataş Köla (tekrar)
- Erko (tekrar)
- Roger Gallet (tekrar)
- Marangozlar, Türkiye'de ilk kalınlıklı rabıta makinasını Nihat Aslan yaptı.
- Tafsilat Hürriyet'te.
- Sultan Vermut'u, Sultan Şarapları.
- Gençlerin Java (tekrar)
- Mithat Giyim'in mevsim çeşitleri mükemmeldir.
- Philips (tekrar)

- İpana (tekrar)
- İyisi Migros'ta, tazesı Migros'ta, ucuzu Migros'ta, temizi Migros'ta. Her şey Migros'ta. Daima Migros'ta.
- Saylav (tekrar)
- Binaca (tekrar)
- Akfil merpolin size yakışır.
- Kulüp Meyva Kokteyli (tekrar)
- Besler (tekrar)
- Yeni bir hizmet, Kamil Koç otobüsleri şimdi de Eskişehir yolunda. Kamil Koç.
- Mobilya kilitlerinde Hassel. Gardrop, piyano, dolap menteşelerinde Hassel. Sürgü çeşitlerinde Hassel.
- Taklit edilmeğe başlandı... Akın Tekstil (tekrar)
- Mevsimlerde 21 Haziran... T.Vakıflar Bankası (tekrar)

14.40-14.50 Prodüksiyon Poyraz Reklam-Eti Bank sunar-Untutulmayan hatıralar

- Eti Bank halk hizmetinde.
- Henüz Eti Bank şubelerinde bir hesabınız yoksa ... hayatınıza bir renk verecek büyük fırsatları kaçırmak üzere olduğunuzun farkında mısınız? Sevgili dinleyiciler, Eti Bank 1965 yılında yapılacak fevkalâde zengin keşidelelerinde yer alan Ankara'nın en mutena semti olan Kavaklıdere'de kaloriferli, parkeli her türlü konforu haiz mükellef apartman daireleri, çeşitli zengin para ikramiyeleri, hayatınızın seyrini değiştirebilecek kuvvettedir. Eti Bank şubelerine yatıracağınız vadesiz hesapların her 200 lirası, vadeli mevduatın her 100 lirası bu zengin ikramitelerden birine kuvvetle namzettir. Fırsatlarından tam zamanında istifade etmesini biliniz sevgili dinleyiciler.
- Memleketimizin yegane altın, gümüş.....Eti Bank (tekrar)

14.50-15.00 Tay Reklam

- Ömür boyunca zevkle kullanacağınız emayeli Vezüv 402 fırınlı ocaklarıdır. Bütan ve havagaziyle çalışır. Az gaz yakar, çabuk yemek pişilir. Emayeli Vezüv 402 fırınlı ocakları.
- Kalite, zerafet, sağlamlık yalnız Paşabahçe cam mamüllerinde.
- Altın Yıldız kumaşları Avrupa'da...(tekrar)
- Emniyet gömlekleri (tekrar)
- İpana (tekrar)
- Hanımlar, mutfağınızda rahatlık, yemeğinizde tad ancak Vezüv 402 fırınlı ocakları ile temin edebilirsiniz.
- Saçsız başa şımşır tarak, saçlı başa Lüksor tarak. Selüloit Lüksor taraklarının taklitlerinden sakınınız.

- Cam mamulü eşya alırken, Paşabahçe Cam Fabrikalarında imâl edilen züccacıye çeşitlerini görmeden karar vermeyiniz.
- İnşaatçılar dikkat, ...Özcan Turna (tekrar)
- Emniyet Sandığı (tekrar)
- Nefis mezeler, nefis servis, stereo müzik Restoran 212 de. Restoran212 Pendik Kaynarca'da.
- Kalite, zerafet, sağlamlık yalnız Paşabahçe cam mamullerinde.
- Anneler mama devresindeki...Arı Bebe bisküvileri (tekrar)
- Her yeni badana ve boya İstanbul Boya'da. Sirkeci Gar karşısı.
- Evde yemek pişirme derdi emayeli 402 Vezuv fırınlı ocakları ile sona erdi.
- Hanımlar, Karmen çamaşırlarını tercih ediniz.
- As kunduraları hamle...(tekrar)
- Unutmayınız sevgili dinleyiciler, Paşabahçe'nin Beykoz satış mağazası pazar günleri de sayın müşterilerinin hizmetindedir.
- T.Vakıflar Bankası öğrenci hesabı (tekrar)

17.57 Küçük İlanlar

- Sabrın sonu....Millî Piyango (tekrar).
- Ev kadınının...Lale hazır ça şafları (tekrar)
- Ummadık taş ...Millî Piyango (tekrar)

18.00-18.10 Yurt Reklam-Beni tanıdınız mı?

- Hem ucuz...P.O ve T.P.A.O (tekrar)
- As kunduraları hamle...(tekrar)
- İhtar ediyoruz...Good Year (tekrar)
- Sıhhatimi seviyorum Kocataş Fruti içiyorum.
- Tekfen ampulde...(tekrar)
- Millet Yapar (tekrar)
- Telefunken (tekrar)
- Evet, artık kullanacağınız ucuz ve kaliteli tek duvar boyası Merbomattır.
- Giyim eşyasında 90 yıl önder...Dilberler (tekrar)
- Kredili Meskenler (tekrar)
- Yeni tip As kunduraları (tekrar)
- T.Vakıflar Bankası öğrenci hesabı (tekrar)

18.10-18.20 Türk Pirelli takdim eder-Dümbüllü,Nuri Sesigüzel,Celâl Şahin

- Türk Pirelli sayın kamyon sahiplerine harikulade bir lastiği piyasaya arz ettiğini müjdelar. Pirelli PE 57 uzun araştırmalar ve denemeler neticesi

imal edilen Pirelli PE 57 tip lastiklerimiz her türlü yol ve iklim şartlarında muvaffakiyetle çalışmaktadır. Pirelli PE 57 lastiği asfalt ve stabilize yollarda olduğu kadar karlı, çamurlu ve ham yollarda da üstün randıman temin eder. Pirelli PE 57 fazla yük taşımağa elverişlidir. Vasitanızı gönül rahatlığı ile Pirelli PE 57 lastiği ile donatabilirsiniz. Türk Pirelli'nin gururla hizmetinize sunduğu PE 57 lastiği vasitanızın randımanını bir kat daha arttıracaktır. Pirelli PE 57. Pirelli PE 57. Pirelli çok çalışır.....

18.20-18.30 Orhan Reklam

102 yıllık...Ziraat Bankası (tekrar)

- Saluteks, Mahsen şarapları (tekrar)

- İyisini içelim Kocataş Kola içelim.

B Besler (tekrar)

- Yıldız bir hafta değil...Dilberler (tekrar)

- Kamil Koç (tekrar)

- Altın Yıldız kumaşları Avrupa'da...(tekrar)

- Afiyetle Kulüp Kola (tekrar)

- Shell Super (tekrar)

- Şeker Bank 1965 yılında tasarruf sahiplerine 1 milyon 100 bin lira dağıtıyor. Her çekilişte 100 binlerce kişiye para ikramiyeleri. Şeker Bank.

- Bozkurt.....Necatî Ekşioğlu (tekrar)

- Bir genç için...Java (tekrar)

- Misafirlerinize Konak Viyana Karamela.

- Kredili Meskenler (tekrar)

- Kulüp Meyva Suları (tekrar)

- Türkiye'de terylene ...Bozkurt (tekrar)

- T.Vakıflar Bankası öğrenci hesabı (tekrar)

18.30-18.40 Özden Reklam

- 4 milyar ...Ziraat Bankası (tekrar)

- Yolları güvenle aşan vasıtalar pirelli'den güven alırlar. Pirelli çok çalışır..

- Roger Gallet (tekrar)

- Geçen sene kapışılan Altın Yıldız kumaşları (tekrar)

- Kuaför Figaro 1 Hazirandan itibaren Hilton Salonlarında.

- Üstün motopompları, traktör arabaları, viska ve batozlar, görülmemiş kolaylıklar Bayhanlar'da. Bayhanlar, Keşan, Uzunköprü, Tekirdağ, Malkara'da.

- Shell Super (tekrar)

- Emniyet Sandığı (tekrar)

- Ece makarnası (tekrar)

- Prescold buz dolapları (tekrar)
- Akbank (tekrar)
- Şimdi her yerde Akın Tekstil yazlıkları. Akın Tekstil.
- Philips (tekrar)
- Ömür boyunca...T.Vakıflar Bankası (tekrar)

18.40-18.50 Ziraat Bankası takdim eder.

- Muhterem dinleyiciler, birikmiş paranızı ve her türlü banka muamelelerinizi T.Ziraat Bankası'nda toplamakla daima karlı çıkarsınız. Aradığınız emniyeti, sürat ve alakayı T.Ziraat Bankası'nda bulacaksınız. Tasarruflarınız için azami faiz ve milyonlar tutarında ikramiye çekilişleri T.Ziraat Bankası'ndadır. Siz de tasarruflarınızı T.Ziraat Bankası'nda toplıyarak büyük imkanlardan faydalanma şansını elde ediniz. Her yerde her zaman T.Ziraat Bankası.
- Muhterem dinleyiciler, siz de tasarruflarınızı T.Ziraat Bankası'nda toplıyarak büyük imkanlardan faydalanma şansını elde ediniz. T.Ziraat Bankası'nın ikramiye çekilişleri halk önünde ve Türkiye'nin en modern otomatik makinalarıyla yapılmaktadır. 7,5 milyonluk rekor çekilişe katılmak için T.Ziraat Bankası'nda topladığınız tasarruflarınızı mutlaka muhafaza ediniz. T.Ziraat Bankası 7,5 milyon rekor çekilişinde ve devam edecek çekilişlerde sayın hesap sahiplerine bol şanslar diler. Her yerde, her zaman T.Ziraat Bankası.

18.50-18.60 Hürriyet Reklam-Güzide Kasacı aramızda

- 102 yıllıkZiraat Bankası (tekrar)
- En güzel tatil ..Java (tekrar)
- Saylav (tekrar)
- Yüksek kalite Arı Unları'nda.
- ÇBS plastik boyaları yuvanızı güzelleştirir.
- Tam vaktinde...Java (tekrar)
- Bütün otomobil camları Şehzade Başı'ndı. Lord, Yegane müessili Cevat Ulubaşğ
- Shell Super (tekrar)
- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- Akfil merpolin size yakışır.
- Java varsa... (tekrar)
- Değirmen taşında güvenebileceğiniz tek marka Yalın Kartallar. Yalın Kartallar İstanbul'da Gazi Osman Paşa'da.
- Yavrularınızı Arı Unları ile besleyiniz.
- Bir genç için Java (tekrar)
- Neutron radyosu (tekrar)
- Mevsimlerde 21 Haziran....T.Vakıflar Bankası (tekrar)

9.45 Küçük İlanlar

- T.Ticaret Bankası (tekrar)
- Eğer insan hayatına..Millî Piyango (tekrar)
- Kondor radyosu (tekrar)
- İstikbalin size...Millî Piyango (tekrar)
- Lale hazır Çarşafı (tekrar)
- Singer dikiş makinesi (tekrar)
- Yılın ikinci çekilişinde.....Yapı ve Kredi Bankası (tekrar)
- Yeşilyurt'ta 100 000 liralık apartman dairesiAkbank (tekrar)
- İpana (tekrar)
- 8 Haziran akşamına kadar tasarruflarınızı T.Emlâk Kredi Bankası'nda toplıyarak büyük yaz çekilişinde dağıtılacak İstanbul Ataköy'de apartman daireleri ve muhtelif kıymette paraikramiyeleri talihlileri arasına girebilirsiniz. T.Emlâk Kredi Bankası .
- Yurt kalkınmasında enerji, dünya ekonomisinde maden. En mode n imkanlarla bankacılık faaliyetlerinde Eti Bank. Daima hizmetinizdedir.
- Ankara Gemisi fiyatlar (tekrar)

22.00-22.15 İpana-İlsoru yarışması

- İpana (tekrar)

22.15-22.25 Eko Reklam-Geçen sene bu hafta

- As kunduraları hamle..(tekrar)
- İpana (tekrar)
- En iyi tatil ..Java (tekrar)
- 102 yıllık ...T.Ziraat Bankası.(tekrar)
- Erko (tekrar)
- Akfil merpolin size yakışır.
- Philips (tekrar)
- Ömür boyunca...T.Vakıflar Bankası (tekrar)
- Bozkurt yazlık pantolon (tekrar) .
- Tekfen ampulde (tekrar)

22.25-22.40 Millî Piyango-Ansiklopediden sayfalar

- Bir Millî Piyango biletine vereceğiniz...(tekrar)

A P P E N D I X I I

Radio Advertisement Agencies in İstanbul

Name of the Agency

Time

Monday:

Tel Reklam	18.00-18.10
Kamera Reklam	18.10-18.20
Radar Reklam	18.20-18.30
Ses Reklam	18.30-18.40
Kahraman Reklam	18.40-18.50
Pan Reklam	22.00-22.10
Sedef Reklam	22.10-22.20
Umit Reklam	22.20-22.30
Gençlik Reklam	22.30-22.40

Tuesday:

Alpagut Yayınları	13.30-13.40
Seza Reklam	18.00-18.10
Band Reklam	18.10-18.25
Dünyanın Sesi Ajansı	18.25-18.35
Televizyon Reklam	18.35-18.50
Tempo Reklam	18.50-18.60
Yapı ve Kredi Bankası	22.00-22.10
Nur Reklam	22.10-22.20
Tam Tam Reklam	22.20-22.30
Hürriyet Gazetesi	22.30-22.40

Wednesday:

Super	18.00-18.10
Deniz Reklam	18.10-18.20
Tayfun Reklam	18.20-18.30
Anten Reklam	18.30-18.45
Filiz Reklam	18.45-18.55
Çetin Reklam	22.00-22.10
Bateş Reklam	22.10-22.20
Santral Reklam	22.20-22.30
Moran Reklam	22.30-22.40

Thursday

<u>Name of Agency</u>	<u>Time</u>
İncili Reklam	18.00-18.10
Ergün Reklam	18.10-18.20
Yapı ve Kredi Bankası	18.20-18.30
Petek Reklam	18.30-18.40
Tunç Reklam	18.40-18.50
Hürriyet Gazetesi	18.50-19.00
Yankı Yayınları	22.00-22.10
Tam Tam Reklam	22.10-22.20
Soley Reklam	22.20-22.30
Yonca Reklam	22.30-22.40

Friday

Yeni Ajans	13.40-13.55
Murat Reklam	18.00-18.10
Ateş Reklam	18.10-18.20
Teleks Reklam	18.20-18.30
Lir Reklam	18.30-18.40
Gencer Reklam	18.40-18.50
Karamani Reklam	22.00-22.10
Güven Reklam	22.10-22.20
Güney Reklam	22.20-22.30
Uğur Reklam	22.30-22.35
Yayla Makarnası	22.35-22.40

Saturday

Sevil Reklam	14.00-14.10
Aşkın Reklam	14.20-14.30
Hareket Reklam	14.30-14.40
Huzur Reklam	14.40-14.50
Rektaş Reklam	14.50-15.00
Bakera Reklam	18.00-18.10
İş Reklam	18.10-18.20
Kervan Reklam	18.20-18.30
Akbank	18.30-18.35
Bant Reklam	18.35-18.45
Kıvılcım Reklam	18.45-18.55

Name of AgencyTime

Sunday

Güney Reklam	22.00-22.10
Selçuk Yayınları	22.10-22.20
Ankara Reklam	22.20-22.30
Grafika	22.30-22.40
Renk Reklam	13.30-13.40
Mikrofon Reklam	13.40-13.50
Şahap Balcıoğlu	13.50-14.00
Gün Reklam	14.00-14.10
Özger Reklam	14.10-14.20
Doğu Reklam	14.20-14.30
Tunç Reklam	14.30-14.40
Prodüksiyon Poyraz Reklam	14.40-14.50
Tay Reklam	14.50-15.00
Yurt Reklam	18.00-18.10
Türk Pirelli	18.10-18.20
Orhan Reklam	18.20-18.30
Özden Reklam	18.30-18.40
Ziraat Bankası	18.40-18.50
Hürriyet Reklam	18.50-18.58
İpana	22.00-22.15
Eko Reklam	22.15-22.25
Millî Piyango	22.25-22.40

A P P E N D I X I I I

<u>Commercials</u>	<u>M</u>	<u>Tu</u>	<u>W</u>	<u>Th</u>	<u>F</u>	<u>Sa</u>	<u>Su</u>	<u>Fre.</u>
Bayramoğlu	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Beagle	.	.	.	.	.	3	.	1 (3)
Besler	.	.	.	2	1	4	3	4 (10)
BeTeBe	1	.	.	.	1	.	1	3 (3)
Bilgi Dersanesi	.	.	.	1	.	.	.	1 (1)
Binaca	1	1	.	1	1	1	1	6 (6)
Birben Çikolataları	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Bomonti Bahçesi	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
Bosfor	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Bozkurt Kumaşları	5	.	4	3	3	8	6	6 (29)
Cennet Bahçesi	.	.	.	1	.	.	.	1 (1)
Cevat Ulubaş	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Coşkun	.	.	.	.	2	.	.	1 (2)
Crosley Buzdolabı	.	.	.	.	.	2	.	1 (2)
Cutex	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
ÇBS Boyaları	2	1	1	.	1	2	2	6 (9)
Çemberlitaş Baharatçısı	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Çocuk Esirgeme Kurumu	.	.	2	.	3	2	.	3 (7)
Dağ Restoran	.	.	1	.	.	.	.	1 (1)
Danfil	1	.	.	.	1	1	1	4 (4)
Dani Fırçaları	1	.	.	1	1	1	.	3 (3)
Debak Kremi	.	.	.	.	1	.	.	1 (1)
Dedefon	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Demir Bank	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Denizcilik Bankası	1	.	1	.	1	.	.	3 (3)
Dibrom	.	.	.	2	.	.	.	1 (2)
Dilberler	.	.	.	.	1	3	5	3 (9)
Doğan Lastik Kaplama	.	.	1	.	.	1	.	2 (2)
Dr. Renault Paris	.	.	.	.	.	.	3	1 (3)
Ece Makarnası	1	1	1	2	3	1	3	7 (12)
Eğilmez	.	.	2	.	.	.	.	1 (2)
Emin	.	.	1	.	.	1	.	2 (2)
Emlâk ve Kredi Bankası	.	.	.	1	1	2	1	4 (5)
Emniyet Gömlekleri	1	.	1	1	1	2	2	6 (8)
Emniyet Sandığı	4	.	.	6	4	6	3	5 (23)
Emülzer	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Ender Şekerleme	2	;	.	.	.	1	.	2 (3)

<u>Commercials</u>	<u>M</u>	<u>Tu</u>	<u>W</u>	<u>Th</u>	<u>F</u>	<u>Sa</u>	<u>Su</u>	<u>Fre.</u>
Ender Z. Ezmesi	2	.	.	1	1	1	2	5 (7)
Erar Hoffman	.	.	.	1	.	1	.	2 (2)
Erdem Şekerleme	1	.	.	1	.	1	.	2 (2)
Eren Triko	.	.	.	.	1	.	.	1 (1)
Erguvan	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Erko Eşarpları	2	1	2	2	2	4	3	7 (16)
Eser Deterjan	.	.	1	.	.	.	.	1 (1)
Esiera	.	.	2	.	.	1	.	2 (3)
Esin Altıntop	.	.	.	.	.	2	2	2 (4)
Eti Bank	.	.	.	.	.	3	6	2 (9)
Eti Bisküvileri	1	1	1	.	1	1	1	6 (6)
Fay Temizleme Tozu	1	.	1	1	1	1	2	6 (7)
Fenerbahçe Plajı	.	.	.	.	1	.	.	1 (1)
Feyzan Perde Rayı	.	.	1	.	.	1	.	2 (2)
Finfinis	2	.	.	.	.	.	.	1 (2)
Galeri Proteks	.	1	1	.	.	.	1	2 (2)
Garanti Bankası	2	1	2	3	.	.	1	5 (9)
Gır Gır Süpürgesi	.	.	.	1	.	.	1	2 (2)
Gondola Fırçaları	.	.	2	.	.	3	2	3 (7)
Good Year	2	1	2	1	.	1	2	6 (9)
Grapet, Sunburst, Mr. Kola	2	.	.	.	.	.	.	1 (2)
Grundig Teyp	.	1	.	1	.	.	.	2 (2)
Güllüoğlu	.	.	1	.	.	1	.	2 (2)
Güngör Mağazası	.	.	.	.	2	.	.	1 (2)
Güvenal Zeytinleri	.	.	2	.	.	.	1	2 (3)
Halı Sarayı	.	.	.	.	2	.	.	1 (2)
Halk Bankası	2	.	2	.	2	1	.	4 (7)
Happet Radyo	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Hassel Kilitleri	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Hava Harp Okulu	.	.	.	1	.	.	.	1 (1)
Hayat Ansiklopedisi	.	.	1	.	.	.	.	1 (1)
Hayat Mecmuası	.	4	8	1	.	.	.	3 (13)
Hayati Bilge	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Haylayf Bisküvileri	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Hergün Gazetesi	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Heyko Saatleri	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Hisar Restoran	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Hoover Çamaşır Makinası	1	1	2	.	.	.	.	3 (4)

Commercials	M	Tu	W	Th	F	Sa	Su	Fre.
Adalet Gazetesi	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Adil Yağcı Z. Yağları	1	1	.	.	.	.	.	2 (2)
AEG Buzdolabı	.	.	.	.	1	.	1	2 (2)
Akbank	4	4	2	1	3	4	3	7 (21)
Akfil Kumaşları	3	1	1	1	3	2	3	7 (14)
Akın Mobilya	1	.	.	.	.	1	.	2 (2)
Akın Tekstil	1	3	3	2	1	8	5	7 (23)
Aksu Bahtaniyeleri	1	.	.	.	.	1	.	2 (2)
Alkom	2	.	.	.	.	2	.	2 (4)
Altın Yıldız	3	3	3	.	.	1	5	5 (15)
Ambra Buzdolabı	.	1	.	1	1	1	1	5 (5)
Amerikan Neşriyat Burosı	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Amiral Saatleri	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Anapa	.	.	.	1	.	.	1	2 (2)
Ankara Devlet Operası	2	2	2	.	2	2	.	5 (10)
Antalya Tekstil	1	.	.	1	1	.	.	3 (3)
Arca Kumaşları	1	.	1	1	.	2	2	5 (7)
Arçelik	.	.	.	.	.	1	3	2 (4)
Arı Bebe	.	.	.	.	.	.	2	1((2)
Arı Koko	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Arı Unları	4	2	3	5	6	10	12	7 (42)
Armenak	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Aryıldız	..	.	.	.	.	1	1	2 (2)
As	.	.	.	5	.	6	5	3 (16)
Aslanlı	.	.	1	.	.	.	.	1 (1)
Ayaz Turizm	.	.	.	1	.	1	.	2 (2)
Aydan Ticaret	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Aygaz	1	.	1	.	2	2	1	5 (7)
Aygaz Fırını	3	2	2	.	3	4	2	6 (16)
Bahar Piring Unları	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
Bak Bak	.	1	.	1	.	.	.	2 (2)
Balana	.	.	.	.	2	2	.	2 (4)
Bal-Vit	.	.	.	.	2	.	.	1 (2)
Başel Kilitleri	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Bateş Bayilik	1	.	1	.	.	.	.	2 (2)
Bayhanlar	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)

<u>Commercials</u>	<u>M</u>	<u>Tu</u>	<u>W</u>	<u>Th</u>	<u>F</u>	<u>Sa</u>	<u>Su</u>	<u>Fre.</u>
Huzur Yatakları	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Hürriyet Gazetesi	.	1	.	1	.	.	.	2 (2)
IBAK	.	.	1	.	.	.	.	1 (1)
İffet Butik	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
İmper ve Selka	1	1	.	.	1	.	.	3 (3)
İpana Diş Macunu	5	4	4	2	3	5	11	7 (34)
İpek İş	1	1	1	.	1	1	.	5 (5)
İshakol Boyaları	1	1	1	1	1	2	1	7 (8)
İskra Telefonları	1	1	1	2	.	3	3	6 (11)
İstanbul Bankası	.	.	.	.	1	1	1	3 (3)
İstanbul Boya	1	.	.	1	.	.	1	3 (3)
İstanbul Bölge Ziraat Mücadele Reisliği	5	2	.	.	.	.	.	2 (7)
İstanbul Kredili İnşaat Şir.	.	3	3	1	.	4	.	4 (11)
İstanbul Reklam	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
İş Bankası	.	6	7	.	1	.	.	3 (14)
Java Motosikletleri	2	2	5	.	4	7	9	6 (29)
Jet Telefonları	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Job Traş Bıçağı	.	.	1	1	1	2	1	5 (6)
Jumbo Çatal Kaşık	.	.	2	.	1	2	1	3 (5)
Kamil Koç Otobüsleri	1	.	1	2	1	1	3	6 (9)
Karanlıkta Uyananlar	4	.	.	.	.	.	.	1 (4)
Karmen Çamaşırları	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Kemancı Mensucat	.	.	.	.	1	.	.	1 (1)
Kırlangıç Z. Yağları	1	.	.	.	.	.	1	2 (2)
Klas Mağazası	.	.	.	1	.	.	.	1 (1)
Kocataş Fruti	1	.	1	1	.	1	1	5 (5)
Kocataş Kola	2	2	2	2	2	4	3	7 (17)
Komili Z. Yağları	.	.	.	.	2	1	2	3 (5)
Konak Viyana Karamela	4	.	.	.	2	1	2	4 (9)
Kondor Radyosu	1	.	1	.	1	1	1	5 (5)
Kopuz Gömlekleri	5	2	.	.	1	2	1	5 (11)
Kores Saatleri	.	.	.	.	3	1	.	2 (4)
Kral Mobilya	2	.	.	.	.	.	.	1 (2)
Kredili Meskenler	1	1	2	2	2	4	4	7 (16)
Krem Amber	.	.	2	.	.	1	.	2 (3)
Krem Silon	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Kuaför Figaro	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)

<u>Commercials</u>	<u>M</u>	<u>Tu</u>	<u>W</u>	<u>Th</u>	<u>F</u>	<u>Sa</u>	<u>Su</u>	<u>Fre.</u>
Kuaför Şükrü	.	.	.	1	.	2	.	2 (3)
Kukla Kadın	.	.	.	.	.	.	2	1 (2)
Kulüp Kola	3	2	1	.	3	3	2	6 (14)
Kulüp Meyva Kokteyli	1	2	1	.	1	2	2	6 (9)
Kulüp Meyva Suları	2	1	2	.	1	2	1	6 (9)
Kurt Bıçakları	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
Lale Çarşafı	3	3	3	2	4	3	3	7 (21)
Leydi	2	.	.	3	.	6	1	4 (12)
Limbo	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Lizbon Pastanesi	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Lüks Ankara Gemisi	3	3	3	2	3	3	4	7 (21)
Lüks Tuvalet Sabunu	.	1	.	.	.	.	.	1 (1)
Lüksor Tarakları	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Mahsen Şarapları	.	.	.	.	.	.	2	1 (2)
Maya Okulu	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Max Factor	.	.	.	.	1	.	.	1 (1)
Merbolin Boyaları	1	.	1	1	1	4	2	6 (10)
Migros	1	1	1	1	1	1	1	7 (7)
Millet Yapar	.	1	.	5	.	5	1	4 (12)
Millî Piyango	.	6	10	4	8	6	7	6 (41)
Milliyet Atatürk Filmi	3	3	.	.	.	.	.	2 (6)
Minas Dekorasyon	.	.	1	.	.	.	.	1 (1)
Mithat	.	.	1	.	.	.	2	2 (3)
Moda Banyoları	.	.	.	1	.	1	.	2 (2)
Moda İlk Bahar Okulu	.	.	1	.	.	1	.	2 (2)
Moda Plajı	.	.	.	1	.	1	.	2 (2)
Moda Tekstil	2	.	1	.	.	3	2	4 (8)
Moral Organizasyon	2	.	.	.	.	.	.	1 (2)
Mor Defter	.	.	3	.	.	.	.	1 (3)
Mutfak Gaz	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Mutuk Şarapları	1	.	.	.	.	1	.	2 (2)
Nadir	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Nato Şarabı	.	.	.	1	.	.	.	1 (1)
Necati Ekşioğlu	.	.	.	1	.	.	1	2 (2)
Nevtron Radyosu	1	.	1	1	1	1	2	6 (7)
Nihat Aslan	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
Okuroğlu	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Oralet Mandalin	.	.	.	1	.	.	.	1 (1)

<u>Commercials</u>	<u>M</u>	<u>Tu</u>	<u>W</u>	<u>Th</u>	<u>F</u>	<u>Sa</u>	<u>Su</u>	<u>Fre.</u>
Oralet Portakal	.	.	.	3	.	.	.	1 (3)
Ornamin	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Orta Doğu Teknik Üniversitesi	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Osmanlı Bankası	1	.	.	1	.	.	.	2 (2)
Oya Somyalı Yatakları	.	.	.	.	1	.	.	1 (1)
Oyal Şekerleme	.	2	.	.	.	1	.	2 (3)
Öğretmen Çorapları	2	.	.	.	.	.	1	2 (3)
Öğretmenler Tüketim Kooperatifi	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Ömer	.	1	.	.	.	.	.	1 (1)
Önder Emlâk	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Özcan Turna	.	.	.	1	.	.	2	2 (3)
Özkur Ocakları	.	1	.	.	.	.	.	1 (1)
Paklar Sabun Tozu	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
Paksoy Gömlekleri	.	.	.	.	1	.	.	1 (1)
Pamuk Bank	1	1	1	1	2	1	1	7 (8)
Parkojel	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Paro Çocuk Maması	.	.	.	.	.	2	2	2 (4)
Paşabahçe	.	.	.	.	.	.	4	1 (4)
Pate Plakları	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Penguen Plakları	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
P.O ve T.P.A.O.	1	2	1	1	3	2	3	7 (13)
Philips	1	1	2	1	2	2	5	7 (14)
Philishave	2	1	.	1	1	1	3	6 (9)
Piknik Şarapları	.	.	1	.	.	.	.	1 (1)
Pirelli Lastikleri	1	1	1	1	1	1	2	7 (8)
Plastik Sanayii	.	.	.	.	1	.	.	1 (1)
Poker Play	.	.	1	.	.	.	.	1 (1)
Prescold Buzdolabı	1	1	.	.	1	1	1	5 (5)
Profil İş	1	.	.	.	.	.	.	1 (1)
Radyolin Diş Macunu	2	1	1	.	.	2	2	5 (8)
Restoran 212	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Roger Gallet	2	1	1	2	2	2	2	7 (11)
Ruh ve Madde	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
Sabit Lüks Boyaları	1	.	1	1	1	2	1	6 (7)
Sana Margarini	1	2	2	.	2	.	.	4 (7)
Sancak Tencere	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Sancak Tül	1	1	.	.	.	1	1	4 (4)

<u>Commercials</u>	<u>M</u>	<u>Tu</u>	<u>W</u>	<u>Th</u>	<u>F</u>	<u>Sa</u>	<u>Su</u>	<u>Fre.</u>
Saylav Mamülleri	5	2	3	.	6	6	5	6 (27)
Semih Tuğlu	.	.	1	.	.	.	.	1 (1)
Ses Mecmuası	.	.	.	.	1	.	.	1 (1)
Sezai Ömer Madra	1	.	.	1	.	.	.	2 (2)
Sezer Tekel Boruları	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Shell	4	.	8	9	9	9	4	5 (39)
Shelltox	2	2	.	.	.	.	.	2 (4)
Side	.	.	.	3	.	.	.	1 (3)
Sihir	.	.	.	1	3	.	.	2 (4)
Sincap Kuru Yemişleri	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
Singer Dikiş Makinası	1	1	1	.	.	1	1	5 (5)
Sinolin Boyaları	.	.	.	.	.	4	.	1 (4)
Son Havadis	1	.	.	.	2	3	1	4 (7)
Sultan Şarapları	.	.	1	.	.	.	1	2 (2)
Sun Restoran	.	.	.	1	.	1	.	2 (2)
Super Filiz Çorapları	.	.	1	.	.	2	1	3 (4)
Şahlan Ütü,Avize	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Şeker Bank	.	.	1	.	.	.	1	2 (2)
Şemsi Yastıman	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Tad Margarini	1	1	1	.	1	1	.	5 (5)
Talisman	.	1	1	.	.	.	1	3 (3)
Tam Sigorta	3	.	.	.	.	.	.	1 (3)
Tatlıcılar	1	1	1	1	1	1	.	6 (6)
Tayfun Çocuk Bisikletleri	.	.	1	.	.	1	.	2 (2)
Tekfen Ampulleri	.	3	.	3	.	3	5	4 (14)
Tekirdağ Kiraz Festivali	1	1	1	.	1	3	.	4 (4)
Teknik Çelik	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Teksin Sabun Tozu	.	.	.	.	1	1	.	2 (2)
Telefunken Radyoları	.	1	1	1	1	1	2	6 (7)
Telsiz Duvaksız Anadolu	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Tercüman Gazetesi	.	.	.	.	.	3	1	2 (4)
Thomson Radyo	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Ticaret Bankası	3	3	3	4	3	3	4	7 (23)
Tokalon Krem	1	.	.	1	.	.	.	2 (2)
Tokalon Pudra	1	.	.	1	1	.	.	3 (3)
Tokalon Ruj	1	.	3	1	1	.	.	3 (3)
Tokyo Ginza	3	.	.	.	1	1	1	4 (6)

<u>Commercials</u>	<u>M</u>	<u>Tu</u>	<u>W</u>	<u>Th</u>	<u>F</u>	<u>Sa</u>	<u>Su</u>	<u>Fri.</u>
Tomurcuk	.	4	.	.	.	.	.	1 (4)
Turizm Bankası Yeniköy Restoran	.	.	.	1	.	.	.	1 (1)
Tünel Dersanesi	.	.	.	1	.	2	.	2 (3)
Türk Yurdu Dergisi	.	.	1	.	1	1	1	4 (4)
Uskan Gömlekleri	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
Uyar Halı Mağazası	2	.	.	.	.	.	.	1 (2)
Uç Yıldız Bahtaniyeleri	.	.	.	1	.	1	.	2 (2)
Ulker Bisküvileri	.	1	.	.	.	.	1	2 (2)
Ülkü Ticaret	1	.	1	1	1	.	2	5 (6)
Vakıflar Bankası	1	.	.	4	1	9	10	5 (25)
Vezüv 402 Fırınlı Ocakları	.	.	.	.	.	.	3	1 (3)
Vim Temizleme Tozu	1	1	1	.	1	.	.	4 (4)
Vinileks	.	2	.	.	.	.	.	1 (2)
Viper Çamaşır Suyu	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Vita Margarini	.	2	.	.	.	.	.	1 (2)
Yalı Çiftliği	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Yalın Kartallar	.	.	.	.	.	.	1	1 (1)
Yapı ve Kredi Bankası	1	4	2	3	1	1	2	7 (14)
Yaşanmamış Mektuplar	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Yavuz Mobilya	.	.	.	.	.	1	.	1 (1)
Yayla Makarnası	.	.	.	.	3	.	.	1 (3)
Yelpaze Mecmuası	8	5	2	.	.	.	.	3 (15)
Yeni Gazete	.	.	4	.	4	4	4	4 (16)
Zafer Gazetesi	.	.	.	.	.	1	1	2 (2)
Zetina Dikiş Makinası	2	.	.	2	.	2	.	3 (5)
Ziraat Bankası	7	4	6	5	5	5	10	7 (42)
Ziya Özden	.	.	1	.	1	.	.	2 (2)
Ziynet Dikiş Makinası	.	1	.	.	.	1	.	2 (2)

A P P E N D I X I V

<u>Commercials</u>	<u>Frequency</u> <u>(1 Week)</u>
Arı Unları	41
Ziraat Bankası	41
Millî Piyango	39
Shell	37
İpana Diş Macunu	34
Bozkurt Kumaşları	32
Saylav Mamülleri	27
Java Motosikletleri	26
Vakıflar Bankası	25
Emniyet Sandığı	22
Ticaret Bankası	22
Lüks Ankara Gemisi	21
Akbank	20
Akın Tekstil	20
Lale Hazır Çarşafı	20
Kocataş Kola	17
As Kunduraları	16
Aygaz Fırını	16
Kredili Meskenler	16
Yeni Gazete	16
Erko Eşarları	15
Philips Radyo	15
Tekfen Ampulleri	15
Yelpaze Mecmuası	15
İş Bankası	14
Kulüp Kola	14
Yapı ve Kredi Bankası	14
Altın Yıldız Kumaşları	13
P.O ve T.P.A.O	13
Tatlıcılar	13
Akfil Kumaşları	12
Hayat Mecmuası	12
Leydi Mağazası	12
Millet Yapar	12
İskra Telefonları	11
İstanbul Kredili İnşaat Şirketi	11
Roger Gallet	11
Ankara Devlet Operası	10

Frequency

(1 Week)

Commercials

Besler Bisküvileri	10
Ece Makarnası	10
Kopuz Gömlekleri	10
ÇBS Boyaları	9
Eti Bank	9
Garanti Bankası	9
Good Year Lastikleri	9
Kamil Koç Otobüsleri	9
Kulüp Meyva Kokteyli	9
Kulüp Meyva Suları	9
Merbolin Boyaları	9
Philishave	9
Pirelli Lastikleri	9
Dilberler	8
Emniyet Gömlekleri	8
Ishakol Boyaları	8
Moda Tekstil Kumaşları	8
Arca Kumaşları	7
Aygaz	7
Çocuk Esirgeme Kurumu	7
Gondola Boya Fırçaları	7
Halk Bankası	7
İstanbul Bölge Ziraat Mücadele Reisliği	7
Konak Viyana Karamela	7
Migros	7
Nevtron Radyoları	7
Pamuk Bank	7
Sabit Lüks Boyaları	7
Sana Margarini	7
Son Havadis	7
Telefunken Radyoları	7
Binaca Diş Macunu	6
Ender Zeytin Ezmesi	6
Eti Bisküvileri	6
Fay Temizleme Tozu	6
Job Traş Bıçağı	6
Radyolin	6
Tokyo Ginza	6
Zetina Dikiş Makinası	6
Ambra Buz Dolabı	5
Dr. Renault Paris	5
İş Bankası	5
Kocataş Bruti	5
Komili Zeytin Yağları	5
Milliyet Atatürk Filmi	5
Mithat	5
Paro Çocuk Maması	5
Prestcold Buz Dolabı	5
Singer Dikiş Makinası	5
Tad Margarini	5
Ülkü Ticaret	5

Frequency

(1 Week)

Commercials

Alkom Mutfak Eşyası	4
Arçelik Buz Dolabı	4
Balana	4
Danfil Deterjan	4
Emlak ve Kredi Bankası	4
Esin Altıntop	4
Hürriyet Gazetesi	4
Kondor Radyosu	4
Kores Saatları	4
Paşabahçe	4
Sancak Tül	4
Shelltox	4
Sihir Mobilya	4
Tekirdağ Kiraz Festivali	4
Tercüman Gazetesi	4
Tomurcuk	4
Türk Yurdu Dergisi	4
Vim Temizleme Tozu	4
Zafer Gazetesi	4
Antalya Tekstil	3
Beatle	3
Betebe Mozaikleri	3
Dani Fırçaları	3
Denizcilik Bankası	3
Emin	3
Ender Şekerleme	3
Esiera	3
Galeri Proteks	3
Güvenal Zeytinleri	3
Hoover Çamaşır Makinası	3
İmper ve Selka	3
İstanbul Bankası	3
İstanbul Boya	3
Karanlıkta Uyananlar	3
Krem Amber	3
Krem Silon	3
Kuaför Şükrü	3
Mor Defter	3
Oralet Portakal	3
Oyal Şekerleme	3
Özcan Turna	3
Side Mağazası	3
Sinolin Boyaları	3
Sultan Şarapları	3
Super Filiz Çorapları	3
Talisman	3
Tam Sigorta	3
Tokalon Pudra	3
Tokalon Ruj	3
Tünel Dersanesi	3
Vezüv Ocakları	3
Yayla Makarnası	3
Adil Yağcı Zeytin Yağları	2
AEG Buz Dolabı	2

Frequency

(1Week)

Commercials

Akın Mobilya	2
Aksu Bahtaniyeleri	2
Arı Bebe	2
Ar Yıldız Çataları	2
Ayaz Turizm	2
Bahar Pirinç Unları	2
Bak Bak	2
Bal-Vit	2
Başel Kilitleri	2
Bomonti Bahçesi	2
Coşkun	2
Crosley Buz Dolabı	2
Dibrom	2
Doğan Lastik Kaplama	2
Eğilmez	2
Erar Hoffman	2
Feyzan Perde Rayı	2
Finfinis Balık Ağları	2
Gır Gır Süpürgesi	2
Grapet, Sunburst, Mr. Cola	2
Grunçig	2
Güllüoğlu	2
Güngör	2
İffet Butik	2
Jet Telefonları	2
Kral Mobilya	2
Kukla Kadın	2
Kurt Bıçakları	2
Mahsen Şarapları	2
Moda İlk Bahar Okulu	2
Moda Plajı	2
Moral Organizasyon	2
Mutuk Şarapları	2
Necati Eksioğlu	2
Nihat Aslan	2
Osmanlı Bankası	2
Öğretmen Çorapları	2
Paklar Sabun Tozu	2
Paksoy Gömlekleri	2
Ruh ve Madde	2
Sezai Ömer Madra Sabunu	2
Sincap	2
Şeker Bank	2
Tayfun Çocuk Bisikleti	2
Teksin Sabun Tozu	2
Tokalon Krem	2
Uskan Gömlekleri	2
Uyar Halı Mağazası	2
Üç Yıldız Bornovalı Bahtaniyeleri	2
Ülker Bisküvileri	2
Vinileks	2
Vita Margarin	2
Ziya Özden	2
Ziynet Dikiş Makinası	2

Frequency

(1 Week)

Commercials

Adalet Gazetesi	1
Amerikan Neşriyat Bürosu	1
Amiral Saatleri	1
Anapa	1
Arı Koko	1
Armenak	1
Aslanlı Çatalları	1
Aydan Ticaret	1
Bateş Bayilik	1
Bayhanlar	1
Bayramoğlu Gazinosu	1
Bilgi Dersanesi	1
Birben Çikolataları	1
Bosfor Otobüsleri	1
Cennet Bahçesi	1
Cevat Ulubaş	1
Cutex	1
Çemberlitaş Baharatçısı	1
Dağ Restoran	1
Debak Krem	1
Dedefon Plakları	1
Demir Bank	1
Emülzer Tecrit Maddesi	1
Enesü Motorlu Bisikletleri	1
Erdem Şekerleme	1
Eren Triko	1
Eser Deterjan	1
Fenerbahçe Plajı	1
Halı Sarayı	1
Happet Radyo	1
Harp Okulu	1
Hassel Kilitleri	1
Hayat Ansiklopedisi	1
Hayati Bilge	1
Haylayf Bisküvileri	1
Hergün Gazetesi	1
Heyko Saatları	1
Hisar Restoran	1
Huzur Yatakları	1
Ibak Oluklu Mukavvaları	1
İstanbul Reklam	1
Karmen Çamaşırları	1
Kemancı Mensucat	1
Klas Mobilya	1
Kuaför Figaro	1
Limbo	1
Lizbon Pastanesi	1
Lüks Tuvalet Sabunu	1
Lüksor Tarkları	1
Maya İlk-Ana Okulu	1
Max Faktor	1
Minas Dekorasyon	1
Moda Banyoları	1
Mutfak Gaz	1
Nadirler	1

Frequency

(1Week)

Commercials

Kato Şarapları	1
Okuroğlu	1
Oralet Mandalin	1
Ornamin	1
Orta Doğu Teknik Üniversitesi	1
Oya Somyalı Yatakları	1
Öğretmenler Tüketim Kooperatifi	1
Ömer	1
Önder	1
Özkar Ocakları	1
Parkojel	1
Pate Plakları	1
Penguen Plakları	1
Piknik Şarapları	1
Plastik Sanatı	1
Poker Play Traş Bıçakları	1
Profil İş	1
Restoran 212	1
Sancak Döğüklü Tenceresi	1
Semih Tuğlu	1
Ses Mecmuası	1
Sezer Tekel Boruları	1
Şahlan	1
Şemsi Yastıman	1
Teknik Çelik	1
Telsiz Duvaksız Anadolu	1
Thomson Radyo	1
Turizm Bankası Yeniköy Restoran	1
Viper Çamaşır Suyu	1
Yalı Çiftliği	1
Yalın Kartallar	1
Yaşanmamış Mektuplar	1
Yavuz Mobilya	1

A P P E N D I X

V

dalet Gazetesi	P	W	A	P	C	.	P I	-	-
il Yağcı Z.Yağları	P	W	A	P	C	N	I	-	+
EG buz dolabı	P	W	A	P	C	S	P	-	+
kbank	S	SW	A	P	.	.	I	-	+-
kfil	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	+
kın Mobilya	P	W	A	P	C	S	P	-	-
kın Tekstil	P	W	A	P	C	Sh	P	+	-
ksu Bahtaniyeleri	P	W	A	P	C	N	P	-	-
lkom	P	W	A	P	C	Sh	P	++	-
ltın Yıldız	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
mbra Buz Dolabı	P	W	A	P	C	S	P	-	-
merikan Neşriyat Büro.	S	W	A	.	.	.	I	-	-
niral Saatleri	P	W	A	P	C	S	PI	-	-
napa Bonmarşesi	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
nkara Devlet Operası	S	S	.	.	.	.	I	-	-
ntalya Tekstil	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
rca Kumaşları	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	+
rçelik Buz Dolabı	P	W	A	P	C	S	PI	+	-
ri Unları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
ri Bebe	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
ri Koko	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
rmenak	S	W	A	.	.	.	PI	-	-
r Yıldız	P	W	A	P	C	Sh	P	+	-
s Kunduraları	P	W	A	P	C	Sh	I	-	+
slanlı Çatalları	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	+
yaz Turizm	S	W	A	.	.	.	P	+	-
ydan Ticaret	P	W	A	A	C	Sh	I	-	4
ygaz	P	W	A	P	C	S	PI	-	+
ygaz Fırını	P	W	A	P	C	S	PI	-	-
ahar Piring Unları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
alana	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
alvit	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	-
aşel Kilitleri	P	W	A	P	PC	N	P	+	7
ateş Bayilik	S	W	A	.	.	.	I	-	-
ayhanlar	P	W	A	P	C	S	PI	-	-
ayramoğlu Gazinosu	S	W	A	.	.	.	P	-	-
eatle Pantolonları	P	W	A	P	C	Sh	I	-	-
esler Disküvileri	P	W	A	P	C	Sh	P	+	+
etebe	P	W	A	P	PC	S	PI	+	-
ilgi Deshanesi	S	W	A	.	.	.	I	-	-
inaca Diş Macunu	P	W	A	P	C	N	P	-	+
irben Çikolataları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
omonti Bahçesi	S	S	.	.	.	.	PI	-	-
osfor Otobüsleri	S	W	A	.	.	.	PI	-	-
ozkurt Kumaşları	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	+
ennet Bahçesi	S	W	A	.	.	.	I	-	-
evat Ulubaş	P	W	A	A	CP	Sh	PI	-	-
oskun Mağazası	P	W	A	A	C	Sh	P	-	-
rosley Buz Dolabı	P	W	A	P	C	S	P	-	-
utex	P	W	A	A	C	Sh	P	-	-
BS Boyaları	P	W	A	P	CP	S	P	-	+
emberlitaş Baharatçısı	P	W	A	A	C	C	P	-	-
ocuk EsirgemeKurumu	S	S	.	.	.	.	I	-	-
ağ Restoran	S	W	A	.	.	.	I	-	+
anfil Deterjan	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
ani Fırçaları	P	W	A	.	CP	N	P	-	-
ebak Kremleri	P	W	A	.	C	Sh	PI	-	-

Telefon Plakları	P	W	A	.	C	Sh	PI	-	-
İmir Bank	S	W	.	.	.	.	P	-	-
İzmircilik Bankası	S	SW	A	P	.	.	I	-	-
İzmir	P	W	A	.	C	Sh	PI	-	-
İzmirli	P	W	A	P	C	sh	PI	-	-
İzmir Lastik Kaplama	S	W	A	.	.	.	P	-	+
İzmir Renault Paris	P	W	.	.	C	Sh	P	-	+
İzmir Makarnası	P	W	A	P	C	Sh	P	+	+
İzmir İlmezi Mağazası	P	W	A	.	C	S	I	-	-
İzmir Mağazası	P	W	A	.	PC	Sh	I	-	-
İzmir Kredi Bankası	S	SW	.	.	.	.	I	-	-
İzmir Niyet Gönlekleri	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İzmir Niyet Sandığı	S	W	.	.	.	.	I	-	+
İzmir Ülzer	P	W	A	.	PC	S	P	-	-
İzmir Şekerlememeri	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
İzmir Z.Ezmesi	P	W	A	P	C	sh	P	-	+
İzmir Bisikletleri	P	W	A	A	C	S	P	-	-
İzmir Hoffman	S	W	A	.	.	.	P	-	-
İzmir Şekerleme	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
İzmir Triko	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
İzmir Guvan Mağazası	P	W	A	.	C	Sh	PI	-	-
İzmir Eşarpları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İzmir Deterjan	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
İzmir İera	P	W	A	.	C	S	P	-	+
İzmir Altıntop	P	W	A	.	C	Sh	PI	-	-
İzmir Bank	S	SW	.	.	.	.	PI	-	+
İzmir Bisküvileri	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İzmir Temizleme Tozu	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	+
İzmir Nerbahçe Plajı	S	W	A	.	.	.	I	-	-
İzmir Yılan Perde Rayı	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
İzmir İnfinis Ağları	P	W	A	P	PC	S	PI	+	-
İzmir leri Proteks	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İzmir ranti Bankası	S	W	.	.	.	.	I	-	-
İzmir r Gır	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
İzmir ndola Fırçaları	P	W	A	A	PC	N	I	-	+
İzmir od Year	S	W	A	P	.	.	P	-	+
İzmir apet Sunburst Mr.Cola	P	W	A	P	C	Sh	P	+	+
İzmir undig	P	W	A	A	C	S	I	-	-
İzmir llüoğlu	P	W	A	.	C	Sh	PI	-	-
İzmir ngör Mağazası	P	W	A	.	C	Sh	PI	-	-
İzmir venal Zeytinleri	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İzmir lı Sarayı	P	W	A	.	C	Sh	P	+	-
İzmir lk Bankası	S	W	.	.	.	.	P	-	-
İzmir ppet Radyo	P	W	A	.	C	S	P	-	-
İzmir ssel Sürgü	P	W	A	.	PC	N	P	-	-
İzmir va Harp Okulu	S	S	.	.	.	.	I	-	-
İzmir yat Ansiklopedisi	P	W	A	P	C	S	P	-	-
İzmir yat Mecmuası	P	W	A	P	C	.	I	-	+
İzmir yati Bilge	P	W	A	.	C	Sh	I	-	-
İzmir ylayf Bisküvileri	P	W	A	.	C	Sh	P	-	-
İzmir rgün Gazetesi	P	W	A	.	C	.	P	-	-
İzmir yko	P	W	A	.	C	S	I	-	-
İzmir sar Restoran	S	W	A	.	.	.	I	-	-
İzmir over Çamaşır Makinası	P	W	A	A	C	S	P	-	+
İzmir zur Yatakları	P	W	A	P	C	S	PI	-	-
İzmir rriyet Gazetesi	P	W	A	P	C	.	P	-	-
İzmir ak	P	W	A	.	PC	N	P	-	-

İffet Butik	S	W	A	.	.	.	P	-	-
İper ve Selka	P	W	A	.	PC	S	PI	-	-
İvana	P	SW	SA	P	C	Sh	PI	-	+
İpek İş	P	SW	A	P	C	Sh	P	-	-
İshakol Boyaları	P	W	A	P	PC	S	I	-	+
İskra Telefonları	P	W	A	A	.	S	P	+	+
İstanbul Bankası	S	W	A	.	.	S	P	-	-
İstanbul Boya	P	W	A	P	PC	S	PI	-	+
İst.Bölge Ziraat Reis.	S	S	.	.	.	.	I	-	-
İstanbul Reklam	S	W	A	.	.	.	I	-	-
İ Bankası	S	W	.	.	.	.	PI	+	+
İva Motosikletleri	P	WS	A	A	C	S	P	+	+
İt Telefonları	P	W	A	.	C	S	P	-	-
İb Traş Bıçağı	P	W	A	P	C	N	PI	-+	+
İumbo Çatalları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İmil Koç	S	W	A	.	.	.	I	-	-
İranlıkta Uyananlar	S	W	A	.	.	.	I	-	-
İrmen Çamaşırları	P	W	A	P	C	N	P	-	-
İrmancı Mensucat	P	W	A	.	C	Sh	P	-	-
İrslangıç Z.Yağları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
İsas Mağazası	P	W	A	.	C	Sh	PI	-	-
İccataş Fruti	P	W	A	P	C	Sh	P	+	+
İccataş Kola	P	W	A	P	C	Sh	P	+	+
İmili Z.Yağları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İonak Viyana Karamela	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
İondor Radyosu	P	SW	A	.	C	S	P	-	-+
İopuz Gömlekleri	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İpres Saatları	P	W	A	A	C	S	PI	-	-
İsal Mobilya	P	W	A	P	C	S	PI	-	+
İredili Meskenler	P	W	A	.	C	.	I	-	+
İrem Amber	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	+
İrem Silon	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
İsaför Figaro	S	W	A	.	.	.	PI	-	-
İsaför Şükrü	S	W	A	.	.	.	PI	-	-
İskla Kadın	P	W	A	.	C	.	PI	-	-
İlüp Kola	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İlüp Meyva Kokteyli	P	SW	A	P	C	Sh	P	-	-
İlüp Meyva Suları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İrt Bıçakları	P	W	A	P	C	.	P	-	-
İsale Çarşafı	P	SW	A	P	C	Sh	I	-	-
İeydi Mağazası	P	W	A	.	C	Sh	P	-	+
İimbo Mobilya	P	W	A	P	C	S	PI	-	-
İizbon Pastanesi	S	W	A	.	.	.	I	-	-
İks Ankara Gemisi	S	S	.	P	C	.	I	-	-
İks Tuvalet Sabunu	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İksor Tarakları	P	W	A	P	C	N	P	-	-
İhsen Şarapları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
İaya Okulu	S	W	A	.	.	.	PI	-	-
İax Factor	P	W	A	A	C	Sh	I	-	-
İerbolin	P	W	A	P	PC	S	PI	+	+
İgros	P	W	A	.	C	Sh	P	-	-
İllet Yapar	S	W	A	.	.	.	P	-	-
İilli Piyango	S	SW	.	.	.	.	P	-	-+
İilliyet Atatürk Filmi	S	W	A	.	.	.	I	-	+
İnas Dekorasyon	P	W	A	P	C	S	P	-	-
İthat Mağazası	P	W	A	.	C	Sh	P	-	+
İoda Banyoları	S	W	A	.	.	.	I	-	-
İoda İlk Bahar Okulu	S	W	A	.	.	.	I	-	-

la Plajı	S	W	A	.	.	.	P	-	-
la Tekstil	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
al Organizasyon	S	W	A	.	.	.	I	-	-
Defter	P	W	A	.	C	.	I	-	-
tfak Gaz	P	W	A	P	C	S	P	-	-
uk Şarapları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
hirler	P	W	A	.	C	S	I	-	-
so Şarapları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
cati Eksioglu	P	W	A	.	PC	S	PI	-	-
atron Radyoları	P	SW	A	P	C	S	P	-	+
nat Aslan	P	W	A	.	P	S	PI	-	-
uroglu	P	W	A	.	C	S	I	-	-
ilet Mandalin	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
ilet Portakal	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	+
namin	P	W	A	.	C	S	P	-	-
manlı Bankası	S	W	A	.	.	.	P	-	+
a Somyalı Yatakları	P	W	A	P	C	S	PI	-	-
al Şekerleme	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
retmen Çorapları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
retmenler Tüketim Koo.	P	S	.	.	S	N	P	-	-
er Mağazası	P	W	A	.	C	Sh	PI	-	+
der Emlak	P	W	A	.	C	.	PI	-	-
can Turna	P	W	A	.	P	S	I	-	-
kur Ocakları	P	W	A	P	C	N	P	-	+
klar Sabunları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
ksoy Gömlekleri	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
ruk Bank	S	W	A	P	.	.	P	-	+
rkojel	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
ro Çocuk Maması	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
şabânçe	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	-
te Plakları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
nguen Plakları	P	W	A	A	C	Sh	I	-	-
O ve T.P.A.O.	P	W	A	P	C	N	P	-	+
ilips	P	W	A	P	C	S	P	+	+
ilishave	P	W	A	P	C	S	I	-	+
knik Şarapları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
relli Lastikleri	P	W	.	P	PC	S	P	-	+
astik Sanayii	P	W	A	P	PC	S	I	-	-
ker Play	P	W	A	P	C	N	P	-	+
estcold	P	W	A	A	C	S	P	+	+
ofil İş	P	W	A	P	P	S	P	-	-
dyolin Diş Macunu	P	W	A	P	C	N	P	-	+
storan 212	S	W	A	.	.	.	PI	-	-
ger Gallet	P	W	.	.	C	Sh	I	-	+
h Ve Madde	S	W	A	.	.	.	P	-	-
bit Lüks Boyaları	P	W	A	P	PC	S	P	-	+
na Margarini	P	W	A	P	C	N	P	+	+
ncak Tül	P	SW	A	P	C	Sh	PI	-	+
ncak Tencere	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
ylav Mamülleri	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
mih Tuğlu	S	W	A	P	.	.	I	-	-
s Mecmuası	P	W	A	P	C	.	I	-	-
zai Ömer Madra	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
zer Tekel Boruları	P	W	A	P	P	S	I	-	-
ell	P	SW	A	P	C	N	PI	-	+
elltox	P	SW	SA	P	C	N	P	-	-
de Mağazası	P	W	A	A	C	Sh	PI	-	+

ir Mobilya	P	W	A	P	C	S	PI	-	+
cap	P	W	A	A	C	C	P	+	-
ger Dikiş Makinası	P	SW	A	P	C	S	P	+	+
olin Boyaları	P	W	A	P	CP	S	P	-	-
Havadis	P	W	A	P	C	.	I	-	-
taş Şarapları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
Restoran	S	W	A	P	.	.	P	-	+
er Filiz Çorapları	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
lan	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
er Bank	SW	W	A	.	.	.	P	-	-
asi Yastıman	P	W	A	P	C	S	PI	-	-
l Margarin	P	W	A	P	C	N	P	-	+
isman	P	SW	A	P	C	N	P	-	+
n Sigorta	S	W	A	.	.	.	PI	-	-
tlıcılar	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
yfun Çocuk Bisikleti	P	W	A	P	C	S	P	-	+
kfen Ampulleri	P	W	A	P	C	N	P	+	+
kirdağ Festivali	S	S	.	.	.	.	PI	-	-
knik Çelik	P	W	A	P	PC	S	P	-	-
ksin Sabun Tozu	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
lefunkenRadyosu	P	W	A	A	C	S	P	+	+
lsiz Duvaksız Anadolu	P	W	A	.	C	.	P	-	-
rcüman Gazetesi	P	W	A	P	C	.	P	-	-
omson Radyosu	P	W	A	A	C	S	P	-	-
icaret Bankası	S	SW	A	.	C	.	I	-	-
kalon Krem	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
kalon Pudra	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
kalon Ruj	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
kyo Ginza	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
murcuk Mağazası	P	W	A	.	C	S	I	-	+
rizm Bankası Yeniköy	S	W	A	.	.	.	I	-	-
nel Dessanesi	S	W	A	.	.	.	I	-	-
rk Yurdu	P	S	.	.	C	.	PI	-	-
kan Gömlekleri	P	W	A	P	C	Sh	P	-	-
er Halı	P	W	A	P	C	Sh	PI	-	-
Yıldız Bahtaniyeleri	P	W	A	P	C	N	P	-	+
ker Bisküvileri	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
kü Ticaret	P	W	A	.	P	S	I	-	+
kıflar Bankası	S	SW	A	.	.	.	PI	+	+
zöv Fırınları	P	W	A	P	C	N	P	+	+
m Temizleme tozu	P	W	A	P	C	Sh	P	-	+
nileks	P	W	A	P	C	S	PI	-	+
per Çamaşır Suyu	P	W	A	P	C	Sh	I	-	-
ta Margarin	P	W	A	P	C	N	P	+	+
lı Çiftliği	P	W	A	.	C	N	P	-	-
lin Kartallar	P	W	A	P	P	S	PI	-	-
pi ve Kredi Bankası	S	SW	A	.	.	.	I	-	+
şanmamış Mektuplar	P	W	A	.	C	.	I	-	-
vuz Mobilya	P	W	A	P	C	S	PI	-	-
yla Makarnası	P	W	A	P	C	N	P	+	-
lpaze Necmuası	S	SW	A	P	C	.	PI	-	-
ni Gazete	P	SW	A	P	C	.	I	-	-
fer Gazetesi	P	W	A	P	C	.	PI	+	-
tina Dikiş Makinası	P	W	A	A	C	S	P	-	+
raat Bankası	S	SW	A	.	.	.	PI	+	+
ya Özden	P	W	A	A	CP	.	I	-	-
ynet Dikiş Makinası	P	W	A	P	C	S	I	-	+
k Bak	P	W	A	P	C	S	I	-	+

A P P E N D I X V I

Commercials

[illegible]

Commercials

Monday		Tuesday	
Commercials		Commercials	
Tam Sigorta	8.15 Spot Announcement	Adil Yağcı Zeytin Yağı	08.15 Spot Announcement
Tatlıcılar	10.30 Spot Announcement	Akbank	10.30 Spot Announcement
Tekirdağ Kiraz Festivali	12.35 Spot Announcement	Ambrabuz Dolabı	12.35 Spot Announcement
Ticaret Bankası	13.30	Ankara Devlet Operası	13.30 Alpagut Yayınları
Tokalon Krem	17.50 Spot Announcement	Arı Unları	17.50 Spot Announcement
Tokalon Pudra	18.00 Tel Reklam	Arı Gaz Fırını	18.00 Seza Reklam
Tokalon Ruj	18.10 Kamera Reklam	Bak Bak	18.10 İş Bankası
Tokyo Ginza	18.20 Radar Reklam	Biraca Diş Macunu	18.25 Dünyanın Sesi Ajansı
Uyar Hali Mağazası	18.30 Ses Reklam	CBS Boyaları	18.35 Televizyon Reklam
Ülkü Ticaret	18.40 Kahraman Reklam	Ece Makarnası	18.45 Tempo Reklam
Vakıflar Bankası	19.45 Spot Announcement	Erko Eşarpları	19.45 Spot Announcement
Vim Temizleme Tozu	22.00 Pan Reklam	Eti Bisküvileri	22.00 Yapı ve Kredi Bankası
Yapı ve Kredi Bankası	22.10 Sedef Reklam	Galeri Protex	22.10 Nur Reklam
Yelpaze Mecmuası	22.20 Ümit Reklam	Garanti Bankası	22.20 Tam Tam Reklam
Zetina Dikiş Makinası	22.30 Gençlik Reklam		22.30 Hürriyet Gazetesi
Ziraat Bankası	Total		Total

Wednesday

Commercials

Commercials	08.15 Spot Announcement	10.30 Spot Announcement	12.35 Spot Announcement	17.50 Spot Announcement	18.00 Süper Reklâm	18.10 Deniz Reklâm	18.20 Toyfun Reklâm	18.30 Anten Reklâm	18.45 Filiz Reklâm	19.45 Spot Announcement	22.00 Çetin Reklâm	22.10 Bates Reklâm	22.20 Santral Reklâm	22.30 Moran Reklâm.	Total
Akbank															
Akfil Kumâşları															
Ahın Yıldız Kumâşları															
Ankara Devlet Operası															
Arca Kumâşları															
Arı Unları															
Aslanlı Çatal, Bıçakları															
Ayoaz															
Aygaz Fırını															
Bates Bayilik															
Bozkurt Kumâşları															
ÇBS Boyaları															
Çocuk Esirgeme Kurumu															
Dağ Restoran															
Denizcilik Bankası															
Doğan Lastik Kaplama															
Ece Makarnası															
Foilemez Mağazası															
Emin															
Emniyet Gömlekleri															
Erko Eşarpları															
Eser Deterjan															
Esicra															
Eti Bisküvileri															
Fay Temizleme Tozu															
Feyzan Perde Rayı															
Galeri Protex															
Garanti Bankası															
Gondola Fırçaları															
Good Year Lastikleri															
Güllüoğlu															
Güvenli Zeytinleri															
Halk Bankası															
Hayat Ansiklopedisi															
Hayat Mecmuası															
Hoover Caması Makinesi															
IBAK (oluklu Mukavva)															
İpana Diş Macunu															
İpek İş Kumâşları															
İshakol Boyaları															
İskra Telefonları															
İt Kredili İnşaat A.O															

A P P E N D I X

VII

OTHER DAYS	8.15	10.30	12.35	13.30	13.40	17.57	18.00	18.10	18.20	18.25	18.30	18.35	18.40	18.45	18.50	19.45	22.00	22.10	22.20	22.30	SATURDAY
1 Akbank								2			1	2				4	2	1	2	1	1
2 Akfil Kumastları							1	2					1				1			3	2
3 Aken Tekstil							2				1		1	1				1	1		3
4 Ari Unları							5	1					1	1			2		2	5	4
5 Aygaz Firini							1				1		1	1			1	2	1	1	5
6 Binaca Dis Macunu								1				1	1							1	6
7 CBS Boyaları								2				1	1							1	7
8 Ece Makarnası								2	2				1				1	2			8
9 Emniyet Gömlekleri							3													1	9
10 Erko Esarpaları								3				1	2							3	10
11 Eri Bisküvileri							1		2		1										11
12 Fay Temizleme Tozu									1		2								1		12
13 Good Year							1	1	1	1							1			1	13
14 Ipana Dis Macunu							3	1	4	1	1				1	3	1		2	1	14
15 Iskol Boyaları							2												1		15
16 Iskra Telefonları								1				1	2				1				16
17 Jara Motorikletleri							1		3		3		1				2	3			17
18 Kamil Koc Otokusleri							1	1	1				1				1				18
19 Kocataz Kola							3		2	1	1		1				1			1	19
20 Kredi Meskenler							1		1		1		1	1			1		2		20
21 Kulup Kola								1	2		1			1			2	2			21
22 Kulup Meyve Koktayı									1	1	1						1	1			22
23 Kulup Meyve Suları								1	2					1			1	1			23
24 Lale Çarşafı	2			4		6										4					24
25 Lüks Ankara Jemisi	4		5													4					25
26 Merbelin Boyaları									1										2	1	26
27 Migros								1					1	2						1	27
28 Milli Piyango			10			10										8					28
29 Neutron Radyolu							1	1			1							1			29
30 Pamuk Bank							1			1							1	2	1		30
31 P.O ve T. P. A.O							2				1							2	1	1	31
32 Philips											1						1	1	1	1	32
33 Philipsave								1					2				1	1	1	1	33
34 Pirelli Lastikleri							2	1					1	1							34
35 Roger Gallet									1		3		1				1		1		35
36 Sabit Lüks							2		1		2								1		36
37 Saylow							2	1	2	1	2						2	1	3	2	37
38 Tatlıcılar											2		1					1			38
39 Telefunken							1			1							2				39
40 Ticaret Bankası								2			1		2	1		4	1	4	1		40
41 Yapı ve Kredi B.				1					1		1					4	3			1	41
42 Ziraat Bankası							3	2	3	1	4		1	2			3	2	5	1	42
TOTAL	6	-	20	-	-	16	39	28	33	9	30	8	24	10	-	31	34	28	28	30	TOTAL

[illegible]

A P P E N D I X

VIII

[illegible]

75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100

This image shows a page of musical notation on a five-line staff. The notation is composed of vertical stems and horizontal beams, creating a complex rhythmic pattern. The notation is dense and fills most of the staff space. The notation is written in a style that is characteristic of early 20th-century musical notation, possibly for a specific instrument or voice part. The notation is organized into measures, with vertical bar lines separating them. The notation is written in a way that suggests a specific rhythm and melody, although the exact notes and intervals are not clearly defined by the image quality.