

ЖУРНАЛИСТИКА

ФОРМАТНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Н.С. Гегелова

Кафедра массовых коммуникаций
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Автор анализирует форматные программы современного российского телевидения, дает научный обзор рейтинговых социальных и культурно-просветительских программ, размышляет о причинах их популярности в эфире федеральных телеканалов.

Ключевые слова: культура, просвещение, образование, формат, рейтинг, информационный рыночный товар, ток-шоу.

В наше время телевидение стало неотъемлемой частью жизни многих людей. Выполняя свои социальные функции, оно информирует, в какой-то степени развивает, но по большей части развлекает. При беглом взгляде на еженедельную телевизионную программу становится ясно, что большинство телепрограмм федеральных каналов носят сегодня развлекательный характер, а их создатели отдают предпочтение форматному телевидению. На современном российском телевидении даже утвердился термин «формат вещания». Этот термин надо понимать как доминирующий в эфире тип телепрограммы, избранный редакцией как приоритетный, ее тематика и стиль подачи. «Формат вещания поддерживается за счет внутреннего стандарта вещательной организации, установленного на основе редакционной политики. Редакционной политикой и форматом вещания задается общее функционально-содержательное направление вещательного канала. На рынке средств массовой информации вещательный канал может позиционировать себя как общественно-политический, информационно-развлекательный, патриотический, научно-познавательный, художественно-развлекательный, просветительский, информационно-спортивный, детский, музыкальный. Зритель, в свою очередь, выбирает тот канал, который наиболее полно удовлетворяет его потребности, информационные, эстетические, познавательные, рекреационные. Итак, стратегия и тактика программирования основаны на программной политике и регулируются форматом вещания» [1. С. 116].

«В мировой практике телеформатом принято называть оригинальную версию фильма / программы, тиражируемую по лицензии в другие страны с последующей адаптацией» [2. С. 52]. Отчасти подобная программная политика соответствует запросу телезрителей. Как говорится, спрос рождает предложения. Однако это утверждение не всегда соответствует действительности. Очень часто телеканалы навязывают зрителям те программы, которые принесут им ощутимую коммерческую выгоду, привлекут рекламодателей, повысят рейтинг телеканала. В наше время, когда выбор телеканалов огромен, что становится причиной жесткой конкуренции, они изошряются в показе развлекательных программ, привлекая тем самым все большее число телезрителей на свою сторону. Следовательно, каналы просто не могут выдавать в эфир передачи, которые не будут пользоваться спросом у массового зрителя, поэтому одна из негативных тенденций современного российского телевидения — ориентация на «среднего зрителя». Такая программная политика, например, федеральных телеканалов, чревата воспитанием у зрителей плохого вкуса, спадом общей культуры. Эта тенденция представляется очень опасной для нашего общества.

Как известно, во все времена люди хотели «хлеба и зрелищ», поэтому на телевидении все большее место заняли программы о насилии и жестокости. В показе программ, содержащих криминальную информацию, насилие и жестокость, «преуспел» канал НТВ, руководители которого таким образом пытаются удержать зрителей у экранов телевизоров.

Если телеканалы будут и в дальнейшем создавать подобную телевизионную продукцию, полагаясь на массовый вкус, то телевидение вскоре может и вовсе утратить свою роль в обществе.

Результаты рейтинга телепрограмм «Топ 100», проведенного компанией TSN за период 7 по 13 февраля 2011 года свидетельствуют о том, что лидерами российского эфира сегодня являются три федеральных канала — Первый, Россия 1 и НТВ. Однако рейтинг — это всего лишь показатель количества просмотров, а не качества содержания программ. Действительно, рыночные отношения внесли свои существенные изменения в деятельность телевидения. Сегодня любая телепередача рассматривается ее создателями как *товар (информационный рыночный продукт)*, который надо выгодно и быстро продать: «Частное (коммерческое) телевидение рассматривает свои передачи и программы как товар и стремится максимизировать прибыль. Нацелено в основном на массовую аудиторию, не заинтересовано в обслуживании интересов меньшинств и специальных аудиторий (например, детей). Получает прибыль от рекламы, цена и объем которой зависят от количества зрителей» [1. С. 108].

Как оценить качество телепрограммы, ее полезность и эффективность? Для начала можно воспользоваться Интернетом и ознакомиться с отзывами рядовых телезрителей о той или иной программе либо с результатами исследований социологических служб. Нередко мнения телезрителей расходятся с показателями рейтингов и содержат конструктивную критику в адрес создателей телепрограмм.

Безусловно, в деятельности каждого из названных выше телеканалов есть сильные и слабые стороны. Например, на Первом канале есть очень качественные

программы, которые зрители с удовольствием смотрят уже на протяжении многих лет: «Жди меня», «Непутевые заметки», «Познер», «Здоровье», «Слово пастыря», «Пока все дома», «Умники и умницы» и т.д. Однако наряду с качественной журналистикой есть программы, рейтинг которых довольно высок, а оценка телезрителей на форуме по большей части негативная. Рассмотрим ниже несколько рейтинговых программ современного российского телевидения.

Ток-шоу «Пусть говорят»

В соответствии с рейтингом «Пусть говорят» — популярное ток-шоу на российском телевидении. Эта передача выходит в эфир с 31 августа 2005 года.

Ток-шоу «Пусть говорят» выходит в так называемый прайм тайм, и это является одной из причин ее огромной популярности у зрителей (рейтинг 9,3%). Программа не является новаторской. Ранее существовали передачи практически аналогичного формата с тем же ведущим — «Большая стирка» и «Пять вечеров». Очевидно и ее сходство с известными американскими «Шоу Опры Уинфри» и «Шоу Джерри Спрингера», известными своими скандальными темами из жизни американских обывателей и разного рода меньшинств. Тематика программы «Пусть говорят» также привлекает среднестатистического российского зрителя. В студии гости, зрители и эксперты обсуждают житейские проблемы, острые конфликтные ситуации, например, лишение родителей родительских прав, громкие бракоразводные процессы, социальные и психические аномалии (преступность, наркомания, суицид и т.д.). В программе обсуждаются и проблемы общегосударственной важности: теракты, миграция, проблемы межнациональных отношений. В ток-шоу в качестве экспертов, а иногда и героев принимают участие известные люди, теле- и кинозвезды. Безусловно, присутствие медийных лиц только усиливает интерес к программе. Однако, несмотря на результаты рейтинга, свидетельствующего о популярности у зрителей, ее нельзя назвать качественной в полном смысле этого слова. Она имеет ряд видимых недостатков, которые мешают воспринимать содержание.

Во-первых, смотреть ток-шоу психологически сложно. Быстрый темп речи ведущего А. Малахова, привычка перебивать гостя, не выслушав его до конца, быстро переключаться с одной темы на другую затрудняет просмотр и раздражает зрителя.

Во-вторых, присутствующие на программе герои, эксперты и зрители в студии говорят на повышенных тонах, часто переходя на крик, нередко ситуация доходит до скандалов и рукоприкладства. Поразительно, но именно эти кульминационные моменты привлекают к программе определенную категорию зрителей, им, видимо, интересны скандальные зрелища, активное действие на экране. Эти эмоциональные моменты учитывают авторы программы, создавая подобные ток-шоу и тем самым зарабатывая себе высокие рейтинги.

В-третьих, «явным недостатком программы „Пусть говорят“ является минимальное высказывание тех, кто решает проблему в рамках специальной общественной или профессионально-должностной деятельности — 3,4—7,6% суждений соответственно. Просвещение аудитории по заявленной проблеме невозможно

без участия профессионалов, имеющих большой опыт в ее решении на любом уровне. В противном случае происходит дезинформирование в студийной и более широкой аудитории, вызванное некомпетентностью участников, самонадеянностью и самоуверенностью журналистов. И само обсуждение выхолащивается, не получает подпитки. Таким образом, можно сделать вывод, что полноценным участником коммуникации аудитория не является...» [3. С. 199]. Действительно, не совсем понятно, с какой целью в студии присутствует такая большая аудитория, ведущий почти не работает с ней, изредка лишь слышны со стороны зрителей некорректные выкрики из зала в адрес героев ток-шоу. Драматургия программы в основном строится на активном телевизионном общении ведущего с героями и экспертами.

«Что касается программы „Пусть говорят“, то в ней декларируется переход обсуждения с личного уровня на более общий, затрагивающий серьезную социальную проблематику (неуставные отношения в армии, проблемы образования и т.д.) Поэтому отсутствие возможностей у широкой аудитории высказать свою точку зрения можно отнести к бесспорным недостаткам передачи» [3. С. 195].

Эффективна ли эта программа? С одной стороны, ток-шоу «Пусть говорят» не удовлетворяет большую часть аудитории уровнем обсуждения проблемы, с другой — героям программы нередко все же оказывается юридическая помощь, медицинские консультации, депутатская защита и т.д. Но, несмотря на эти, несомненно, положительные стороны ток-шоу, отзывы зрителей в Интернете содержат критику, а это значит, что программа не столь хороша, как об этом свидетельствует рейтинг, многим она не нравится и вызывает желание незамедлительно выказать свое отношение к ней. Возможно, это и есть залог успеха. Цель — не столько понравиться зрителю, сколько «зацепить» его, вызвать у него эмоции, пусть даже отрицательные. Думается, что это не самая правильная программная политика, но, к сожалению, она работает и на сегодняшний день ток-шоу «Пусть говорят» не теряет своей популярности.

Психологическое шоу «Детектор лжи»

Программа выходит в эфир как составная часть вечернего развлекательного воскресного блока. Она оставляет удручающее впечатление. Ее участники соглашаются на публичную исповедь в обмен на призрачный денежный приз. Негативный фон программы, на наш взгляд, никак не согласуется с развлечением, так как в программе ведущий задает некорректные вопросы, а герои публично обнажают неприглядные стороны их личной жизни. Программа рассчитана на обывателя, получающего удовольствие от смакования безнравственных поступков героев — участников этого ток-шоу.

Ток-шоу «Давай поженимся»

Программа «Давай поженимся» на сегодняшний день вторая по популярности на современном российском ТВ. Она в эфире с 1 августа 2008 года на Первом канале. Время выбрано удачно — по будням в 19.00. Программа имеет высокий рейтинг (8%). Что же привлекает в ней зрителей? Программа позиционирует себя как

«проект для людей, которые хотят найти свою вторую половинку». Сразу возникает вопрос: во что же превратилось современное общество, если даже вопросы такой тонкой субстанции, как любовь, превращают в шоу, похожее на торги на рынке?

Ведут программу актриса Лариса Гузеева, профессиональная сваха Роза Сябитова и психолог Василиса Володина. На современном телевидении профессиональных ведущих крайне мало, но есть случаи, когда непрофессионализм настолько откровенен и нескрываем, что из-за этого страдает качество передачи в целом. Программа «Давай поженимся» яркий тому пример. В целом, от программы остается такое впечатление, что присутствуешь на разговоре простых обывателей. Нередки также язвительные замечания ведущей, словесные уколы ведущей Л. Гузеевой в адрес участников программы, а иногда и откровенный сарказм.

К очевидным недостаткам ток-шоу «Давай поженимся» можно отнести речевое поведение ведущей в эфире, которая часто использует в своей речи сниженную лексику, например, такие слова как «гонит», вместо «говорит», «классно», вместо «отлично», «ни фигя», «нафигачить рукой по столу», вместо «ударить», «вы нафармачили все техникой» (эфир программы «Давай поженимся», 17 февраля 2011 г.), «абсолютный плебс» т.е. плебей (эфир программы «Давай поженимся» 1 февраля 2011 г.). Хотелось бы слышать из уст известной актрисы, а теперь и телеведущей нормативную лексику, а не упрощенную и сниженную речь.

Отзывы телезрителей о программе «Давай поженимся», как и в случае с программой «Пусть говорят», больше отрицательные. Аудиторию возмущает поведение ведущих, избитые фразы, в отзывах даже фигурируют слова «лицемерие», «унижение», «безвкусие». Многие телезрители отмечают, что смотрят программу исключительно, чтобы посмеяться, и не воспринимают все происходящее всерьез. В программе, к сожалению, ни разу не прозвучала информация о том, скольким участникам все же удалось пожениться, какова эффективность ток-шоу.

«Призрачное счастье» — может быть, так правильнее было бы назвать эту программу?

Информационно-развлекательная программа «Прожекторперисхилтон»

Премьера «Прожекторперисхилтона» состоялась 17 мая 2008 года. Ведущие программы — Иван Ургант, Гарик Мартиросян, Сергей Светлаков и Александр Цекало — медийные лица, которые, безусловно, вызывают интерес и доверие у зрителей. Иван Ургант — самый остроумный и обаятельный ведущий на нашем телевидении. Г. Мартиросян и С. Светлаков — ведущие, бывшие КВНщики. В программе «Прожекторперисхилтон» они ведут себя порой слишком свободно, их шутки не всегда бывают остроумными и уместными. Но, несмотря на отдельные погрешности, в общем программа была хорошо воспринята аудиторией и сразу же привлекла на свою сторону разные категории зрителей, от молодежи до пожилых людей, стала самой популярной телепрограммой первого канала. По результатам исследования «Топ 100», проведенного компанией TSN, ее рейтинг нельзя назвать высоким, он составил 4,9%, намного ниже рейтинга программ

«Пусть говорят» и «Давай поженимся». Видимо, программа в жанре пресс-клубшоу немного сложна для некоторых категорий телезрителей, например зрителей пожилого возраста.

Один из секретов успеха программы у зрителей — это здоровый юмор, ироничный взгляд на самих себя. Вообще юмор на нашем телевидении необходим. Мы живем в достаточно непростое время, когда нужно, чтобы кто-то помогал нам, заражал легким отношением к происходящему, давал надежду, просто поднимал настроение. С этими задачами программа «Прожекторперисхилтон» справляется на все сто процентов, о чем красноречиво свидетельствуют многочисленные отзывы на форуме программы. Ведущие весело информируют нас, они не просто смеются, но и обсуждают новости, события, произошедшие за неделю. Они словно учат нас легко относиться к тому, что со страниц газет кажется таким мрачным и сложным. Наверное, такой подход не лишен смысла. Многие люди сегодня живут в страхе. Их запугивают в новостях с экрана телевизора, по радио, со страниц газет. СМИ сегодня — мощное информационное орудие для управления людьми. И нужно, чтобы был кто-то, кто отвлечет, покажет реальность с другой стороны, заставит посмотреть на происходящее другими глазами. Программа, безусловно, обладает определенной эффективностью для зрителей, так как она задает оптимистичный настрой, поднимает настроение, а значит, достигает той цели, которую ставят перед собой ее создатели.

Однако наряду с целым рядом положительных сторон у программы «Прожекторперисхилтон» есть некоторые недоработки профессионального характера.

Во-первых, некорректное поведение по отношению к гостю или к гостье программы. Ведущие должны понимать, что с того момента, когда в студию входит приглашенный на программу гость, именно он должен стать центральной фигурой в программе, занимать доминирующее положение, ведь его слова и реакции представляют интерес для зрителей. Ведущие программы не всегда понимают это. В программе, куда в качестве гостьи была приглашена Мила Йовович, ведущий Сергей Светлаков, перебивая и забывая ее речь своими неостроумными репликами, не уступил ей эфир, не дал возможности высказаться, выдвинув свою фигуру на первый план. Подобное поведение ведущего яркое подтверждение недостатка общей культуры и культуры поведения ведущего в эфире. Из-за этого Мила Йовович стала всего лишь приятным фоном программы, а не активным ее участником.

Во-вторых, очень часто ведущие соревнуются в остроумии друг перед другом, смеются над шутками, понятными лишь им, забывая о зрителе и тем самым обижая его.

В-третьих, стало уже обычным делом перебивать друг друга, повышать голос и перекрикивать соведущего. Все перечисленные выше недоработки снижают качество программ, мешают восприятию сообщаемой информации.

В-четвертых, очень часто приглашенный на программу герой не может ментально влиться в беседу и чувствует себя неловко, как «инородное тело», пытаясь соответствовать развлекательному характеру программы. В тех случаях, когда гостей на программе по какой-то причине нет — она смотрится более динамично и интересно, не нарушается темпоритм программы.

Как следует из проведенного выше научного обзора высокорейтинговых телепрограмм, каждая из которых требует «шлифовки» с профессиональной точки зрения в силу видимых недоработок, они все же пользуются популярностью по большей части у нетребовательного зрителя, который либо не замечает, либо все прощает своим любимым ведущим. Более продвинутые зрители нуждаются в другом телевидении — культурно-просветительском, образовательном, авторском.

Культурно-просветительские программы

Положительные сдвиги в этом направлении последнее время можно наблюдать и на Первом канале, где стала выходить в эфир новая развлекательная программа «Достояние Республики», безусловно выполняющая культурно-просветительскую миссию. Ее ведут Ю. Николаев («Утренняя почта») и Д. Шепелев. Создатели музыкального ток-шоу, к счастью, позаботились о том, чтобы эта передача была одинаково интересна как молодому поколению, так и зрителям зрелого возраста и помимо развлекательной функции выполняла культурно-просветительскую и образовательную. Действительно, в программе интересно рассказывается об истории создания той или иной песни, авторы программы приглашают в студию известных эстрадных певцов и экспертов, которые после исполнения эстрадной песни обсуждают ее достоинства и недостатки. Программа «Достояние Республики» удачно сочетает в себе рекреацию и просвещение, вызывает положительные эмоции. Юрий Николаев, профессиональный ведущий с хорошим музыкальным вкусом, сумел найти свое место на постсоветском телевидении и привнести в программу культурно-просветительскую струю, повысить полезность и эффективность этой передачи для телезрителей. Сожаление вызывает тот факт, что не все создатели развлекательных передач считают нужным усилить «познавательный коэффициент» телепрограмм, тем самым потакая «умонастроениям сиюминутной публики» и оставляя «за кадром» более важную развивающую информацию.

Ток-шоу «Жить здорово»

«Коэффициент полезности» этой программы очень высок, она пронизана заботой о зрителях, желанием поделиться с ними полезной информацией. Особо следует отметить высокий профессионализм ведущей Е. Малышевой и как врача, и как телеведущей. Она в доходчивой и лаконичной форме обрисовывает проблему, ясно и понятно объясняет зрителям, как правильно вести себя в той или иной ситуации, дает нужные советы домохозяйкам. Ток-шоу «Жить здорово» — одна из немногих телепрограмм, которая предоставляет участникам передачи пройти полное обследование у лучших врачей страны. Однако наряду с полезной информацией, нетрудно заметить в программе «Жить здорово» скрытую, а иногда и явную рекламу различных продуктов и товаров народного потребления. Это невольно заставляет задуматься и «фильтровать» предложенную ведущей информацию.

На Первом канале, безусловно, есть достойные программы и документальные фильмы, подготовленные высокими профессионалами В. Познером, Д. Крыловым, Ю. Вяземским, И. Квашой, Т. Кизяковым. Но при внимательном просмотре еже-

дневной телепрограммы вывод напрашивается сам собой: на современном российском телевидении с каждым днем становится все меньше журналистских авторских программ и все больше всевозможных зрелищных шоу и инфотеймента. Доля журналистских произведений по сравнению с развлекательными и юмористическими шоу в последнее время значительно уменьшилась. А те программы, которые представляют интерес для продвинутого зрителя либо выдаются в эфир ближе к полуночи («Познер»), либо занимают небольшое эфирное время («Непутевые заметки»).

Культурно-просветительский цикл телепрограмм в жанре путевого очерка **«Непутевые заметки»** — один из лучших на Первом канале. Несмотря на небольшой хронометраж, программа знакомит зрителей с достопримечательностями, традициями и культурой зарубежных стран. Речь ведущего безупречна, насыщена познавательной и развивающей информацией, окрашена юмором, легко и с интересом воспринимается зрителями. Необходимо увеличивать долю таких культурно-просветительских программ, предоставлять их авторам лучшее время для эфира, увеличивать долю подобных программ в сетке ежедневного вещания.

Программа **«Пока все дома»** с ведущим Тимуром Кизяковым одна из программ-долгожителей, выходит в эфир с 1992 года по воскресеньям в 10.30. Ее формат — развлекательная программа для семейного просмотра. Телезрителям интересна не только та часть передачи, в которой основное место отводится общению с семьей актера, музыканта, певца или общественного деятеля, но и рубрики «ОчУмелые ручки», а также рубрика «У Вас будет ребенок». За время существования программы в эфире съемочная группа побывала во многих известных семьях. Таким образом, у телезрителей появилась возможность наблюдать за семейной жизнью героев, причем при добровольном согласии последних. По оценкам телезрителей, телепрограмма «Пока все дома» — один из самых «добрых проектов» на телевидении, проповедующий ценность семейного очага, взаимной любви и преданности. Ведущий Тимур Кизяков неизменно доброжелателен, остроумен и тактичен к участникам программы.

«Есть такие передачи, которые доказывают, что популярность без эпатажа и скандала — возможна. Есть такие телеведущие, которых трудно представить задающими провокационные вопросы и сообщающими жареные факты из личной жизни своих героев. Такая передача — „Пока все дома“. Такой ведущий — Тимур Кизяков. Создатели передачи определяют ее как „народно-развлекательную и душевно-успокоительную“. С 1992 года Тимур стучится в дома к звездам и беседует с ними о жизни, о творчестве, но — в первую очередь — о семье. „Пока все дома“ — передача семейная, в ней нет места помпезным заявлениям, лозунгам, спорам и конфликтам; только доброе домашнее общение, уют и радость. За чайным столом собирается вся семья — дети, родители, бабушки и дедушки; улыбки больших и маленьких членов семьи, истории знакомства героев, забавные случаи из жизни, которые обязательно дополнит кто-то из присутствующих, уточняя или опровергая; Тимур разрешает беседе вестись неприхотливо, не перебивает героев, только направляет разговор, не давая ему затихнуть, а зрителям — заскучать» [4].

Телевикторина

Программа «Умники и умницы» известного телеведущего, профессора, заведующего кафедрой мировой литературы и культуры факультета международной журналистики МГИМО МИД России Ю. Вяземского сделана в жанре телевикторины (телеолимпиады) и является телевизионной версией конкурса поступления в МГИМО. Тематика программы касается вопросов всемирной истории и культуры. Выходит в эфир с 18 сентября 1991 года по субботам в 9.00. «Умники и умницы» одна из немногих программ, созданная с заботой о будущих абитуриентах, желающих поступить в один из престижнейших вузов страны. Что привлекает к передаче повышенное внимание зрителей? Прежде всего сама тематика. Программа построена на вопросах, касающихся мировой истории и культуры, носит ярко выраженный культурно-просветительский характер. Однако тот факт, что это все же телевикторина и всю программу на наших глазах идет интеллектуальный «поединок» за победу, а в конце выявляется победитель, придает ей интригу и привлекает внимание зрителей. Интересно и финальное интервью ведущего Ю. Вяземского с приглашенным в ареопаг арбитром.

Жаль, что программа выходит в неподходящее время (эфир в субботу в 9.00), когда ее может посмотреть малое количество зрителей. Речь ведущего и участников викторины грамотна и чиста. Телевизионную олимпиаду «Умники и умницы» можно отнести к разряду программ, рассчитанных на интеллектуальную молодежь. Для зрителей она, без сомнения, полезна и эффективна, поскольку расширяет интеллект, дает много интересной развивающей и познавательной информации. Программа «Умники и умницы», хоть и не имеет высокого рейтинга, является ярким примером того каким может и должно быть наше телевидение.

Появление в эфире федеральных телеканалов, новых, интересных проектов подтверждает нашу мысль о том, что телевидение, выполняя свои важнейшие социальные функции, не должно идти на поводу усредненных вкусов зрителей, ориентируясь только на форматное телевидение, а наоборот, не забывать о своей культурно-просветительской миссии и постоянно увеличивать долю авторских культурно-просветительских программ, способствуя тем самым интеллектуальному росту зрителей и адекватному, а не приукрашенному и уводящему от действительности восприятию «картин» окружающего мира.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Грабельников А.А., Волкова И.И., Гегелова Н.С.* Организация информационного производства на телевидении. — М.: РУДН, 2008.
- [2] *Цвик В.Л.* Классическая теория жанров и современные телеформаты // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. «Журналистика». — 2010. — № 6. — С. 52—56.
- [3] *СМИ в меняющейся России: Монография / Под ред. Е.Л. Варгановой.* — М.: Аспект Пресс, 2010.
- [4] URL: http://www.vokrug.tv/product/show/Poka_vse_doma

TV FORMATS

N.S. Gegelova

Department of Mass Communication
Peoples Friendship University of Russia
Mikluho-Maklaya Str., 6, Moscow, Russia, 177198

The article analyses different TV formats of Russian modern television, its social and cultural programs. They should broaden our intellect and knowledge. In this aspect, we try to compare their content and genres.

Key words: cultural, education, format. talk show. market, goods.