11-дәріс **Электронды БАҚ және журналист этикеті**

Журналистика – өмір айнасы. Ол өмірді сипаттап қана қоймай, онда болып жатқан іс-әрекеттер жөнінде ой тастайды, қоғамға жол сілтейді, бағыт-бағдар алуына көмек етеді. Осылайша журналистика маңызды қоғамдық-саяси рөл атқарып, жұртшылыққа әлеуметтік белсенділік туғызып, шындықты ашып береді. Журналистік қызмет халықтың керегіне жауап беріп, әлеуметтік дамудың жолдарын жариялап отырады. Журналист бұл салада қоғамдық-саяси қызмет жасаудың өнерін игере біліп, әлеуметтік процестерге өз еңбегімен белсене араласады.
Журналистика – халықтық болып саналады. Өйткені, журналистика – халықтың қамын ойлайтын, соның қажетін қарастыратын сала. Қандай мәселені көтермесін журналистика соның бәрін халықтық тұрғыда қозғауға, халықтың сөзін сөйлеуге күш салады. Әрқашан халықтың жағында болып, халықтық позиция ұстайды.
Бүгінгі қоғамдағы бұқаралық ақпарат құралдарының басты парызы бұқараның санасын билеу, оларға уақыт кезеңдерінің міндеттерін жан-жақты түсіндіру, жас ұрпақты тәрбиелеу т.б. толып жатқан сан-саладағы көкейкесті міндеттерді бойларына сіңіру болуға тиісті. Осы сан-саладағы көкейкесті мәселелерді қоғамға жеткізуде бұқаралық коммуникация құралдарының ішінде болжам

Журналистика – өмір айнасы. Ол өмірді сипаттап қана қоймай, онда болып жатқан іс-әрекеттер жөнінде ой тастайды, қоғамға жол сілтейді, бағыт-бағдар алуына көмек етеді. Осылайша журналистика маңызды қоғамдық-саяси рөл атқарып, жұртшылыққа әлеуметтік белсенділік туғызып, шындықты ашып береді. Журналистік қызмет халықтың керегіне жауап беріп, әлеуметтік дамудың жолдарын жариялап отырады. Журналист бұл салада қоғамдық-саяси қызмет жасаудың өнерін игере біліп, әлеуметтік процестерге өз еңбегімен белсене араласады.
Журналистика – халықтық болып саналады. Өйткені, журналистика – халықтың қамын ойлайтын, соның қажетін қарастыратын сала. Қандай мәселені көтермесін журналистика соның бәрін халықтық тұрғыда қозғауға, халықтың сөзін сөйлеуге күш салады. Әрқашан халықтың жағында болып, халықтық позиция ұстайды.
Бүгінгі қоғамдағы бұқаралық ақпарат құралдарының басты парызы бұқараның санасын билеу, оларға уақыт кезеңдерінің міндеттерін жан-жақты түсіндіру, жас ұрпақты тәрбиелеу т.б. толып жатқан сан-саладағы көкейкесті міндеттерді бойларына сіңіру болуға тиісті. Осы сан-саладағы көкейкесті мәселелерді қоғамға жеткізуде бұқаралық коммуникация құралдарының ішінде болжам бойынша жетекші орынға ие болатын – интернет.
Интернеттің бірқатар коммуникация мен ақпараттық ерекшеліктеріне байланысты интернетке сүйене отыра жаңа бұқаралық ақпарат құралының түрі интернет-БАҚ дүниеге келді. Дәстүрлі БАҚ-тан айырмашылығы бірден байқалды. Ол ақпаратты тарату оперативтілігі мен интерактивтілігі еді. Сондықтан көптеген елдердің ғалымдары жаңа бұқаралық ақпарат құралын зерттеу нысаны ретінде таңдауда. Интернет-БАҚ-тың алғашқы нұсқасы 1987 жылы АҚШ-та пайда болған. “The San Jose Mercury News” газеті тұңғыш рет көпшілік қауымға электронды нұсқасын ұсынған. Қазіргі таңда, АҚШ-тағы күнделікті басылымдардың тиражы жарты жылда қазан айынан наурыз айына дейінгі аралықта 2,5%, ал апталық (жексенбілік) газеттердің тиражы 3,1% азайған. Керісінше, онлайн БАҚ күннен-күнге қарқынды түрде даму үстінде. Сауалнаманы Американың газет ассоциациясы (Newspaper Association of America, NAA) 770 күнделікті, 610 апталық газеттер бойынша жүргізген. Ассоциация мәліметтеріне сүйенсек, АҚШ-та газет сайттарын пайдаланушылар тоқсан ішінде 56 млн. немесе интернетке кіретін адамдардың 37% құраған.