



Плагиат и научная этика

Москва, 2018

DISCUSSION

- Эго и суперэго в жизни и в исследованиях
- Что такое научная этика?
- Стоит ли этический вопрос в социальных науках?
- Проблема низкой информированности о последствиях и сути эксперимента
- Как вы считаете, следует ли НИУ ВШЭ основным принципам научной этики?

- В каких ситуациях вы можете обратиться к «кодексу этики» в своей исследовательской карьере? (red code situations)
- Интервью и работа с респондентами

- Как научная этика может различаться в разных странах (есть ли зависимость от культурного контекста?)
- Список Джеффри Билла
<https://scholarlyoa.com/publishers/>



CATS ON MY MIND

mare johns

Структура занятия

- **Плагиат** – что такое и как с ним бороться
 - **Обобщение**
 - **Парафраз**
 - **Цитирование**

- **Самоплагиат и самоцитирование**



He preferred running.

ПЛАГИАТ



Что такое плагиат и что мне за него будет

- Плагиатом считается любое заимствование, без ссылки на первоисточник
- **Плагиат = отчисление из университета**
- Все курсовые/дипломные работы проверяются в системе антиплагиат. **Допустимый процент заимствований – 20%**



Это плагиат, или нет?

- Изменение нескольких слов в параграфе, который написал кто-то другой
 - Изменение нескольких слов в параграфе, который написал кто-то другой с указанием на автора
 - Использование чужой идеи, как собственной (напр. Маша во время перерыва рассказала интересный пример про этику исследователя, а вы решили использовать это в эссе)
 - Использование материалов без ссылки на первоисточник
 - Ошибка в оформлении ссылки
 - Дословный перевод текста, например с английского, или белорусского языка
 - Использование общеизвестной информации без ссылки на источник (напр. Человек на 80% состоит из воды)
 - Использование туманных размышлений соседа, которые тот опубликовал в твиттере, или на FB

 - Тест 2 - <http://www.lib.usm.edu/legacy/plag/acceptuse1.php>
-

DEAL WITH IT!

- Три пути борьбы с плагиатом:
 - Обобщение
 - Парафраз
 - Цитирование

Трехминутное видео о том, как избежать
плагиата:

<https://vimeo.com/76997342>



*It's amazing we're able to get through the day
With no seagulls on bicycles, leading the way.*

Обобщение

- **Главные, ключевые идеи вашими словами**
 - Было - страница. Стало – 3 предложения
 - Было – исследование/книга. Стало – 4 предложения
- ? Когда мы используем обобщение?
- **ВАЖНО!** Нет смысла просто перечислять известную вам/прочитанную информацию. Вытащите суть, или попытайтесь объяснить, зачем этот текст здесь есть.
- **Не забываем ссылку!**

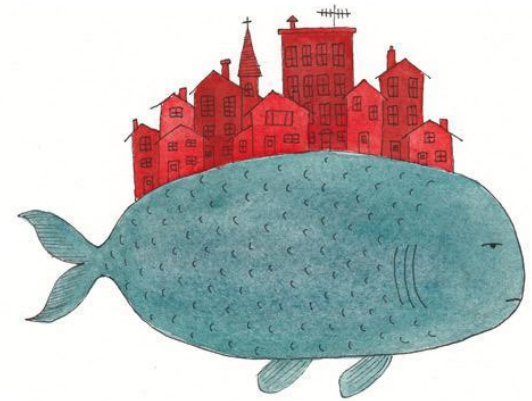


fugitive sock
wearing a disguise

Парафраз

- Максимально близко по смыслу к оригинальному тексту
- Обычно той же длины, что и оригинал
- NB Ваши слова, а не слова из источника

- Не забываем ссылку!



Обобщение VS Парафраз?

- 5 причин использовать обобщение
- 5 причин использовать парафраз
 - BRAINSTORM!



We now have legs. We shall use them to dance.

mark jahn

THE CASE



His large head allowed him
to wear two headbands at
once. He saw it as a
distinct advantage.

marc johns

THE CASE

Online social networking sites have revealed an entirely new method of self-presentation. This cyber social tool provides a new site of analysis to examine personality and identity. The current study examines how narcissism and self-esteem are manifested on the social networking Web site [Facebook.com](https://www.facebook.com). Correlation analyses revealed that individuals higher in narcissism and lower in self-esteem were related to greater online activity as well as some self-promotional content. Gender differences were found to influence the type of self-promotional content presented by individual Facebook users.

Psychological research on gender differences in self-presentation has already revealed that women place higher priority on creating a positive self-presentation, while men are less concerned about the image they present in face-to-face (ftf) communication. Nowadays, with the extensive use of new media, self-presentation is no longer so closely tied to ftf situations, but can also take place in the online world. Specifically, social networking sites (SNS), such as Facebook or MySpace, offer various features such as profile pictures, groups, and virtual bulletin boards with which users can create elaborated online representations of themselves.

THE CASE

Online social networking sites have revealed an entirely new method of self-presentation. This cyber social tool provides a new site of analysis to examine personality and identity. The current study examines how narcissism and self-esteem are manifested on the social networking Web site [Facebook.com](https://www.facebook.com). Self-esteem and narcissistic personality self-reports were collected from 100 Facebook users at York University. Participant Web pages were also coded based on self-promotional content features. Correlation analyses revealed that individuals higher in narcissism and lower in self-esteem were related to greater online activity as well as some self-promotional content. Gender differences were found to influence the type of self-promotional content presented by individual Facebook users. Implications and future research directions of narcissism and self-esteem on social networking Web sites are discussed

THE CASE

There is no straightforward definition of feminism today. In spite of this, scholars and researchers who describe themselves as ‘feminist’ continue to produce work that both interrogates the specific and general conditions of women's lives and explores the more ubiquitous construct of ‘gender’, and in social work, feminist understandings remain central to practice, theory and research. This may, in large part, be reflective of the continuing over-representation of women as providers and users of social work services. It may also echo social work's broader emancipatory, ‘social justice’ aspirations

Recent developments in information technology have created new opportunities for marketers to target consumers more precisely. The advent of the information superhighway, for example, has begotten the intriguing possibility of identifying and serving very narrow segments of consumers (“micro marketing”) on the basis of interests and preferences reflected in their Internet usage.

Домашнее задание

- Читать:
 - ch.2 – что такое research ethics
 - ch. 7 - нас интересуют пункты Data & Sampling
 - ch.10 - этнография (хотя бы стр.133- 138)
 - ch. 11 - интервью (стр. 155-159)
 - ch.15 - опросы (полностью)
 - ch. 12 - фокус-группы (стр. 174-175)
 - ch. 14 - контент-анализ (полностью)
- Дополнительная литература на русском:
 - Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы (разделы:Методология Методы, техника, процедуры; методы сбора данных)

 - Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология: Методы исследования (разделы: опрос, интервьюирование), есть на русском в электронной библиотеке Михаила Грачева

 - И. Ф. Девятко Методы социологического исследования (Глава 1)



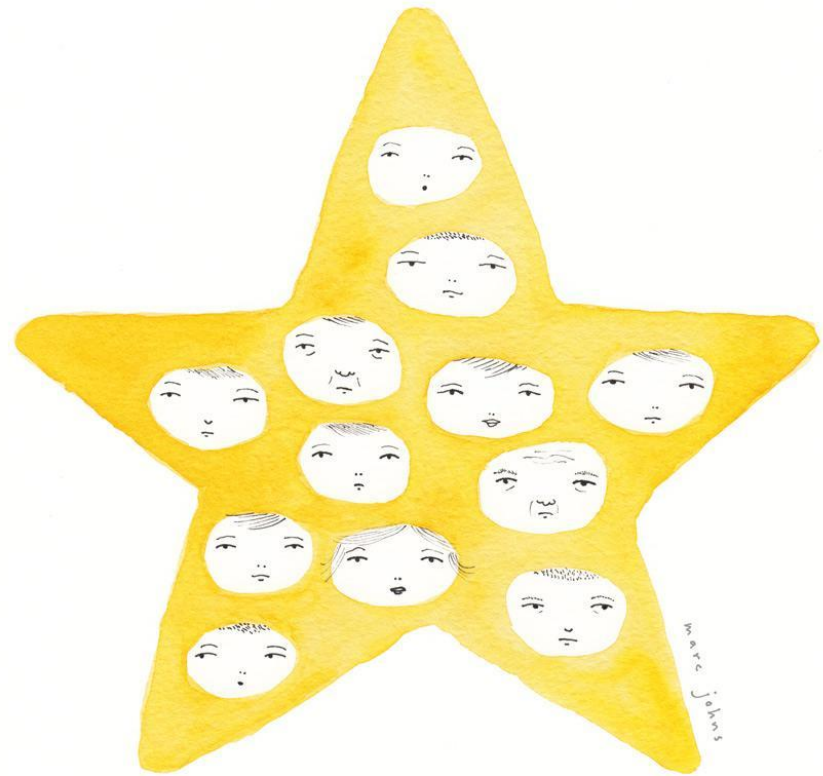
ENJOY!

Контакты

По всем вопросам вы можете обращаться:

tdsokolova@hse.ru

Соколова Татьяна



We are all in this together