

المعلومات الشخصية المتاحة على الويب : دراسة فى إمكانية الوصول وأخلاقيات الاستخدام

د. ريهام عاصم غنيم

مدرس علوم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب - جامعة المنوفية

Reham_ghoneem@yahoo.com

مستخلص البحث :

ان الدراسات التى سَمَّ حول الموضوعات الشخصية فى الواقع التقليدى عادة ما تتطلب وقتاً وجهداً بالاضافة الى انها مكلفة نسبياً حيث لا يوجد مصدر تقليدى او الكترونى محدد لتلك القضايا مقارنة بالاحصاءات الوطنية عبر غيرها من القضايا الاجتماعية الاخرى. وحتى وقت قريب كانت المنهجية الرئيسية للحصول على تلك المعلومات هو اجراء المقابلات الشخصية وتوزيع الاستبيانات و مثل هذه الوسائل تمثل تحدياً مهيناً لعلماء الاجتماع فى جمع مادتهم العلمية لما تفرضه تلك الوسائل من معايير خاصة فى التعامل مع المبحوثين سواء كانت معايير اخلاقية او معايير سلوكية وتسعى هذه الدراسة الى تقنين منهجيات بحثية خاصة تساعد فى الوصول الى المعلومات الشخصية المتاحة على مواقع الويب العام كذلك القاء الضوء وتحديد حجم المعلومات التى يتم الافصاح عنها من قبل

الافراد وذلك بالاعتماد على منهجيات بحثية ثلاث هى:

- 1- البحث المباشر على محركات البحث التجارية commercial search engine العامة والمتخصصة وعلى الشبكات الاجتماعية والتدريزر
- 2- البحث على محركات بحث المدونات blogs .search engines
- 3- استخدام البرمجيات المتخصصة المفتوحة الوصول المتاحة على الويب.

هذا مع الاشارة الى المعايير الاخلاقية التى تحكم استخدام مثل هذه المعلومات فى الدراسات الاجتماعية المختلفة.

رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس:

منهجيات البحث على الويب web research methods . المعلومات الشخصية personal information . أخلاقيات البحث على الويب web research ethics .

٠/ تمهيد

الوصول الى مثل تلك المعلومات - ربما باستثناء مشتركى الشبكة - نجد ان العديد من المواقع العامة مثل MySpace، و YouTube، و Twitter يتيحون ملفات المشتركين بصورة عامة سواء كان ذلك برغبة المشارك نفسه او من خلال موافقته الافتراضية على اعدادات لخصوصية اثناء استكمال اجراءات التسجيل في الموقع.

من الناحية النظرية هذا يعطى الفرصة للعلماء والاكاديميين وباحثى التسويق للوصول الى معلومات شخصية حول الاتجاهات والميول من حيث الذوق الشخصى ، علاقات الزواج والانفصال ، العلاقات الشخصية... الخ وذلك بسهولة تامة وبتكلفة لا تذكر مقارنة بالطرق التقليدية المتبعة للحصول على تلك المعلومات، ومن هنا كان يمكن الوصول الى مثل تلك المعلومات والعمل على دراستها وتحليلها ، وبجاء دور اخصائى المعلومات كباحث عن المعلومات المتجددة او الحية حيث يضطلع بمهمة إرشادية وهى البحث عن المعلومات المتصلة بموضوع معين استجابة لطلبات المستفيدين ومحل هذه المعلومات بهدف الربط والتخليق والخروج بمعلومات وحقائق جديدة^(٢) وهو الامر الذى يضعه كوسيط لتوفير منهجيات الوصول الى المعلومات واتاحتها لمستخدميها.

هذا وتسعى هذه الدراسة الى ايجاد آلية (سلسلة من الاجراءات) تمكن الباحثين والعلماء من تتبع المعلومات الشخصية على الويب من خلال دراسة لنماذج متعددة من تلك المعلومات، كما تسعى الدراسة ايضا الى مناقشة الاعتبارات الاخلاقية لوصول الى تلك المعلومات، وما يترتب عليها من تجاوز لآخلاقيات المهنة.

كان للانترنت اثرها على الدراسات الاجتماعية المختلفة مما جنح البعض الى اطلاق مسمى علم الاجتماع الالى^(١) على الدراسات التى تتم على مجتمع الويب حيث يمكن ان تغير الانترنت من نظره المجتمعات الى القضايا الشخصية فهناك العديد من الدراسات الشخصية والاجتماعية التى يصعب مناقشتها وتبعتها فى المجتمع الشرقى على مستوى عام مثل العلاقات الشخصية كالحب والانفصال وحتى علاقات الصداقة بين الجنسين والادمان والمرضى وعلى الرغم من صعوبة المناقشة العلنية لتلك الموضوعات نجد ان الويب يفتح مجالا واسعا للتداول والتناقش بين الاطراف المعنية بتلك الموضوعات بصورة مباشرة وصريحة سواء من خلال المنتديات العامة او المتخصصة او من خلال المدونات الشخصية والشبكات الاجتماعية الامر الذى مثل تحدى جديدا لعلماء الاجتماع ولاخصائى المعلومات لايجاد منهجية توضح كيفية تتبع مثل هذه المعلومات على الويب فى اطار اخلاقى يتناسب مع المجتمع الشرقى^(٢).

فكثير من الناس يقومون الآن بوضع بيانات شخصية عن أنفسهم وعن حياتهم من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية أو المدونات. فنجد الملفات الشخصية النموذجية تحتوي على الاسم والعمر والجنس والموقع الجغرافي وكذلك تحديد هوايات، والمصالح والمواقف والآراء الاتجاهات الشخصية والسياسية وحتى الميول الجنسية. وعلى الرغم من ان معظم الشبكات الاجتماعية على الخط المباشر تفرض سياسات خصوصية تمنع غير الاصدقاء من

١/ مشكلة الدراسة:

يُجنح العديد من مستخدمي الإنترنت الى عرض كم هائل من البيانات الشخصية سواء على مواقع الويب العامة او من خلال الشبكات الاجتماعية والمدونات المختلفة، ويقصد بالمعلومات الشخصية هنا ليس فقط المعلومات التعريفية مثل الاسم والسن والعنوان وطبيعة الدراسة، وانما تلك المعلومات التي تتناول امورهم الحياتية والعملية والعاطفية... وغيرها من المعلومات التي عادة ما يُخجلون من التصريح بها في الواقع التقليدي والتي تمثل كترا للباحثين والدراسين الاجتماعيين حيث يمكن من خلال استقراء تلك المعلومات الوصول الى مؤشرات معلوماتية واجتماعية هائلة، وعلى هذا ونظرا لما تتمتع به هذه المعلومات من اهمية علمية واجتماعية تأتي مشكلة الدراسة، في محاولة استخدام المنهج اليوميترى في تتبع تلك الفئة من المعلومات والوقوف على امكانية الوصول اليها واخلاقيات استخدامها والتعامل معها.

٢/ أهمية الدراسة:

يقف علم المعلومات مع علم الاجتماع في الحاجة الى دراسة الويب بوصفه مجتمع معلوماتي يحمل العديد من مقومات التفاعل الاجتماعي والثورة المعلوماتية التي سمحت بتبادل وتنقل المعلومات بسهولة ويسر، الا ان علم المعلومات يزيد عن علم الاجتماع في دوره الوظيفي في تقييم وعرض مصادر المعلومات المختلفة وتوفير سبل استرجاعها والاستفادة منها والوقوف على الاستراتيجيات البحثية اللازمة للوصول الى فئات المعلومات المختلفة المتاحة على الويب.

وتأتي المعلومات الشخصية المتاحة على الويب كواحدة من البيانات الاساسية التي يسعى علماء الاجتماع والباحثين الاجتماعيين الى الوصول اليها والوقوف على اسباب ودوافع اتاحتها وعرضها بل ودراسة المشكلات الشخصية التي تثيرها تلك المعلومات وبالتالي يمكن بلورة اهمية الدراسة ومبرراتها فيما يلي:-

- انما تقدم لباحثي ودارسي العلوم الاجتماعية مجموعة من المنهجيات التي يمكن الاستعانة بها في الدراسات الاجتماعية المختلفة على الويب ولعل تلك الدراسة هي باكورة الدراسات التي تعرض لمثل تلك المنهجيات.

- تؤكد امكانية الوصول الى المعلومات الشخصية باستخدام متصفحات الويب التقليدية وهو الامر الذي ربما لا يفطن اليه الكثيرين من مستخدمي الويب مما قد يسبب شئ من الارتباك في التعامل الاجتماعي مع الويب

- تدلل على دور اخصائي المعلومات في البيئة الرقمية من حيث تتبع المعلومات وتأكيده دوره في الوصول الى المعلومات المتاحة على الويب وتقديمها للباحثين والدارسين.

- الاهمية النسبية للمعلومات الشخصية المتاحة على الويب ودورها في تغيير ودعم النشاط الاجتماعي على الويب.

٣/ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى :

- التاكيد على امكانية الوصول الى المعلومات الشخصية المتاحة على الويب كوسيلة لجمع البيانات الخاصة بالابحاث الاجتماعية.

يذهب إليها، والمعلومات الصحية الخاصة به، وصوره الشخصية... الخ^(٣) ويقصد بها في هذه الدراسة المعلومات التي يصرح بها الشخص عن نفسه (حالته العاطفية والاجتماعية والنفسية واتجاهاته الجنسية و... الخ)

٢/٥ الويب العام Public web

صفحات الويب المتاحة في متناول مستخدمى الشبكة العنكبوتية دون اية حماية وعادة ما يطلق عليها الويب المفتوح open web^(٤) وهى تحتوى على عدد هائل من النصوص غير الرسمية التى تعتمد على الاتصال العام فى المنتديات وغرف الدردشة والمدونات وتعليقات الشبكات الاجتماعية.... وهذه النماذج المتنوعة من انماط الاتصال والنشر على الويب تتضمن العديد من المعلومات الشخصية والشخصية جدا التى لا يصرح بها المرء فى المجتمع التقليدى ولكنه يجد الشجاعة لعرضها على الويب ناسيا او متناسيا انما بذلك اصبحت متاحة للعامة .. ومثل هذه المعلومات موضع لهذه الدراسة.

٦/ منهج الدراسة:

تعرض الدراسة الى مجموعة من عمليات الوصف والتحليل ، هذا بالاضافة الى اعتماد الباحثة على الويب كمصدر رئيسى لجمع البيانات وعلى هذا فقد تم الاعتماد على كل من:-

- المنهج الوصفى التحليلي: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفى التحليلي لرصد وتجميع وتحليل البيانات والمعلومات الشخصية على الويب ووصف الطرائق المختلفة للوصول الى تلك الفئة من المعلومات .. كذلك رصد

- الوقوف على الوسائل والاساليب المنهجية المختلفة للوصول الى المعلومات الشخصية المتاحة على الويب.
- عرض المشكلات والمعوقات التى تواجه الباحثين فى الوصول الى تلك الفئة من المعلومات واساليب مواجهة تلك المعوقات.
- دراسة الاعتبارات الاخلاقية التى تتحكم فى استخدام تلك الفئة من المعلومات وتعوق الاستفادة الكاملة منها.

٤/ تساؤلات الدراسة:

- هل من الممكن الوصول الى المعلومات الشخصية المتاحة على الويب العام؟
- ما الوسائل المختلفة التى يستخدمها اخصائى المعلومات او الباحث الاجتماعى فى تتبع المعلومات الشخصية على الويب؟
- ما المنهجيات المختلفة واساليب البحث التى يجب اتباعها فى الوصول الى المعلومات الشخصية؟
- ما المشاكل والمعوقات التى تواجهه ، وكيفية التغلب عليها؟
- هل هناك اية اعتبارات اخلاقية تتحكم فى اتاحة واستخدام هذه المعلومات؟، وماتلك الاعتبارات؟

٥/ مصطلحات الدراسة

١/٥ المعلومات الشخصية Personal information .
هى اية معلومات او اراء يمكن ان تحدد هوية الشخص ما بين الاسم، والعنوان، ورقم الهاتف، والوظيفة، والنوع الاجتماعى، والحالة الاجتماعية، والاشياء التى يشتريها والاماكن التى

٧/ حدود الدراسة :

- الحدود الموضوعية : تسعى هذه الدراسة الى الوقوف على عدد من المنهجيات التقنية اللازمة للوصول الى المعلومات الشخصية المتاحة على الويب ورصد اساليب جمع هذه المعلومات واخلاقيات التعامل معها.
- الحدود الزمنية : جمعت بيانات الامثلة التطبيقية في الفترة من ابريل ٢٠١١ الى يونيو ٢٠١١.
- الحدود المكانية : اقتصرت الدراسة على مواقع الويب العامة التي لا تخضع لاي حماية من اي نوع، وذلك ما بين مواقع عامة مفتوحة الوصول وبين مندبات ومدونات وشبكات اجتماعية.
- الحدود اللغوية: تم تجريب المنهجيات البحثية المقترحة بالاعتماد على اللغة العربية الفصحى والعامية المصرية.
- الحدود الفئوية: المعلومات الشخصية التي يصرح بها الشخص عن نفسه (حاله العاطفية والاجتماعية والنفسية واتجاهاته ميوله الجنسية و... الخ)

٨/ الدراسات السابقة :

مما لا شك فيه ان الويب خضع للعديد والعديد من الدراسات سواء من قبل علماء المعلومات او من قبل علماء الاجتماع وباحثي العلوم الانسانية على اختلافها لمعرفة كيف ولماذا ومتى ومن يستخدم الويب، وتقع الدراسة الحالية بين فئتين من الدراسات المثيلة حول الويب واساليب البحث فيه واستخدامه كمصدر من مصادر المعلومات ومن هذه الدراسات :

الاعتبارات الاخلاقية اللازمة للتعامل مع هذه المعلومات.

- المنهج الويومتري Webometrics : ويعرف

بأنه مجموعة من الاساليب الرياضية والكمية يمكن من خلالها القاء الضوء على مصادر المعلومات المتاحة على الويب، وهياكلها، وتقنياتها، وذلك بهدف تقييمها وترتيبها، وهو يعد بمثابة المقابل الرقمي للمنهج البليومتري في البيئة الورقية، وقد تم استخدامه في تقنين استراتيجيات البحث على الويب للوصول الى المعلومات المطلوبة. وقد اعتمدت الدراسة على ثلاثة منهجيات بحثية لاستنباط المعلومات الشخصية المتاحة على الويب وهي

١- البحث المباشر على محركات البحث التجارية commercial search engine العامة والمتخصصة وعلى الشبكات الاجتماعية والمنتديات واجراء فرز يدوي للنتائج لاستبعاد النتائج بعيدة الصلة .

٢- البحث في محركات بحث المدونات blogs

search engines فمع انتشار المدونات الالكترونية وتعدد فئاتها انتشرت محركات بحث خاصة تبحث في المدونات المختلفة مثل محرك جوجل للبحث في المدونات Google blogs search.

٣- استخدام البرمجيات المتخصصة المفتوحة

الوصول المتاحة على الويب.

عملية البحث والحصر باستخدام محركات البحث التجارية.

٢/٨ دراسات اعتمدت على استخدام الويب كمصدر غير مباشر للبيانات بهدف التحقق من قضايا ليست على الخط المباشر- بمعنى ان الويب في هذه الحالة- مكون ثانوي للدراسة او هو غير مكون اصلا -بل مجرد اداة لجمع البيانات.

دراسة Barbara J. McMorris^(٨) وهى دراسة مقارنة تعتمد الى المقارنة بين الانترنت وبين المسوح الشخصية في جمع المعلومات من المراهقين حول قضايا الجنس وتعاطى المخدرات وتحاول الدراسة الاجابة على تساؤلات خاصة بايهما اكثر تكلفة واي من الوسيلتين يتطلب وقتا اطول من الاخر وقد خلصت الدراسة الى ان استخدام الانترنت في جمع البيانات يوفر في التكلفة الا انه يتطلب وقتا اطول والكثير من الحذر للتأكد من شخصية الباحثين.

دراسة Karmer^(٩) وهى دراسة تقوم على تحليل الكلمات العاطفية لمستخدمى الفيس بوك face book (نحو ١٠٠,٠٠٠,٠٠٠) مستخدم من الولايات المتحدة الامريكية في الفترة من سبتمبر ٢٠٠٧ الى سبتمبر ٢٠١٠ ومن خلا دراسة وتحليل الكلمات والمدخلات الايجابية والسلبية لهؤلاء المستخدمين تحاول الدراسة رصد تقرير يومية عن الرضا الذاتى للأفراد وتوضح حالات السعادة والتعاسة ومدى تثرها بالاحداث الاجتماعية والثقافية مجملًا تحاول هذه الدراسة استكشاف الصحة النفسية للامه- على حد قول المؤلف- من خلال دراسة توجهات مستخدمى الفيس بوك face book.

١/٨ دراسات حول اساليب البحث على الويب سواء استخدمت تلك الاساليب لتتبع القضايا المتعلقة بالويب نفسة او لتيسير البحث في الموضوعات الاخرى المتاحة على الويب.

دراسة حميد الهاشمي^(٥) التى تسعى الى التعرف على تقنيات وبرامج شبكة الانترنت المتنوعة التى يمكن ان توظف في عملية البحث العلمي، وآليات ذلك التوظيف.

دراسة Couper^(٦) تقدم هذه الدراسة نظرة عامة على بعض الانواع الرئيسية من الدراسات المسحية على الويب وذلك من خلال دراسة التصاميم المختلفة لإجراءات المسح والاستقصاء على الويب وذلك بهدف تقييم وتحسين عمليات الاستقصاء على الويب وتتناول الدراسة مزايا وعيوب استطلاعات الويب واخطاء المسح ومصادر الخطأ وتشمل اخذ العينات والتغطية وعدم الاجابة واخطاء القياس وتخلص الدراسة الى انه من خلال الفهم الكامل لكلا من مزايا وعيوب المسح من خلال شبكة الانترنت يمكن للباحثين الاستفادة الكاملة من امكانيات المسح على الشبكة. وغيرهم من الدراسات التى تسعى الى استكشاف اساليب البحث على الويب.

دراسة Mike thelwell^(٧) حيث تتعرض هذه الدراسة لاستخدام محركات البحث المختلفة في جمع البيانات الخاصة بمعامل تأثير الويب وذلك لتحديد إمكانية استخدام محركات البحث التجارية حيث جاءت النتائج لتؤكد عدم اكتمال التغطية في أى من محركات البحث التجارية ، وتحاول الدراسة عرض مجموعة من الحلول البديلة لمساندة

البيانات مع التركيز على المعلومات الشخصية وذلك في اطار اخلاقي عام يوضح المعايير الاخلاقية لجمع مثل هذا النوع من المعلومات.

٩/ منهجيات جمع البيانات.

هناك ثلاثة وسائل مقترحة للحصول على المعلومات الشخصية المتاحة على الويب.

الاولى : البحث المباشر على محركات البحث

التجارية commercial search engine العامة والمتخصصة وعلى الشبكات الاجتماعية والمنتديات واجراء فرز يدوي للنتائج لاستبعاد النتائج بعيدة الصلة ، وقد تطلب هذه الوسيلة وقتا وجهدا اذا اشتملت على نتائج كثيرة غير مرغوب فيها او غير ذات صلة.

الثانية: محركات بحث المدونات blogs

search engines فمع انتشار المدونات الالكترونية وتعدد فئاتها انتشرت محركات بحث خاصة تبحث في المدونات المختلفة مثل محرك جوجل للبحث في المدونات Google blogs search.

الثالثة: استخدام البرمجيات المتخصصة

المفتوحة الوصول والمتاحة على الويب وهذه الوسيلة تشابه الى حد بعيد مع الوسيلة الاولى الا انها توفر الوقت اللازم لعمليات الفرز والاستبعاد.

١/٩ البحث في محركات البحث التجارية :

تعتمد هذه الطريقة على تصميم وتجميع مجموعة من مصطلحات ومعادلات البحث المختلفة وتطبيقها على محركات البحث التجارية المختلفة، وينتج عن هذه الطريقة مجموعة من

دراسة Hookway^(١٠) تسلط هذه المقالة

الضوء على اهمية المدونات كإضافة جديدة لأدوات الباحث الاجتماعي النوعية .مستعرضا مجموعة من القضايا العلمية والنظرية والمنهجية التي تنشأ من وراء استخدام المدونات كوسيلة للحصول على المعلومات في القضايا الاجتماعية التي تنشأ من استخدام البيانات المتاحة على المدونات.

دراسة Snee^(١١) تستكشف هذه الدراسة

الويب ٢ واستخدام تطبيقاته كأداة من ادوات جمع البيانات للابحاث الاجتماعية مع التركيز على الاستفادة من المدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية والويكي وذلك من خلال تقديم تقرير عن الممارسات الحالية والتخطيط لتفعيل استخدام تقنيات الويب ٢ في البحوث الاجتماعية.

وهذا وبينما معظم الدراسات السابقة تناولت

الويب استخدام الويب كمصدر للمعلومات وكوسيلة لجمع البيانات الا ان الدراسة الحالية تنتمي الى النوع الاخير من الدراسات السابقة والمناقشة فيما سبق حيث تعتمد الى استخدام الويب كمصدر للبيانات في قضية غير متعلقة بالويب حيث تسعى الى مناقشة اساليب جمع المعلومات على الويب من وجهه نظر المعلومات والبيانات الشخصية في محاولة لتقدم مفهوم أكثر عمومية حول هذا الموضوع ولعل اكثر الدراسات السابقة صلة بالدراسة الحالية هي دراسة Hookway^(١٢) حيث يعتمد على تحليل

المعلومات من منظور عام ويركز على المدونات كوسيلة لجمع البيانات في حين تعتمد الدراسة الحالية الى استخدام الويب ككل كوسيلة لجمع

- عدم اكتمال التغطية في محركات البحث التجارية حيث ان محركات لبحث المختلفة لا تضمن تغطية شاملة لكل مواقع وصفحات الويب .

- عادة ما تقوم محركات البحث التجارية بإخفاء نتائج البحث المتماثلة^(١٣) وهي النتائج المسترجعة من مصطلحات بحثية قريبة او مرادفة للمصطلحات البحثية المستخدمة.

- ان استخدام طريقة البحث بالكلمات المفتاحية يواجه عدة مشاكل وخاصة في اللغة العربية وذلك نتيجة للقضايا المختلفة التي تواجه اللغة العربية على الويب ما بين غموض المصطلح وتعدد المعاني والمترادفات والاختفاء الشائعة في الكتابة ما بين الهمزات والمدات وغيرها وكذلك اشكالية تطابق اللفظ والحرف واختلاف المعنى واختلاف حروف الكلمة مع اختلاف حركاته الاعرابية وغيرها من المعوقات اللغوية التي تفرضها اللغة نظرا لطبيعتها الخاصة.

- كما ان البحث بالكلمات المفتاحية يتطلب مهارات بحثية خاصة منها الفهم الجيد لقواعد الجبر البوليني وامكانيات البحث المتقدم في محركات البحث المختلفة وهو الامر الذي يمكن من بناء استراتيجية بحثية تمكن من استرجاع كافة النتائج المطلوبة.

الا انها جميعا معوقات مقبولة تواجه مستخدمى الويب والباحثين بصورة عامة.

وكما اشرنا من قبل تعتمد هذه المنهجية على تخطيط استراتيجية بحثية للبحث والتنقيب على الويب والمنتديات والمدونات والشبكات الاجتماعية من خلال استخدام الاوامر البحثية التالية:

صفحات الويب العامة ما بين مواقع ومدونات ومنتديات وشبكات اجتماعية حيث يمكن بسهولة من خلال تصفح هذه النتائج القاء نظرة ثاقبة على الموضوع المراد استكشافه.

وتقوم هذه الطريقة على تشكيل سلسلة من المصطلحات البحثية المعيرة عن موضوع الدراسة وتطبيق هذه المصطلحات والمعادلات البحثية على محركات البحث التجارية المختلفة مثل Yahoo، و Google..... وغيرهم من محركات البحث وذلك باستخدام اوامر البحث المباشر بالكلمات المفتاحية وذلك لاسترجاع نتائج من الويب العام او استخدام الامر: Forum لاسترجاع نتائج المدونات، واستخدام الامر: Blogger لاسترجاع نتائج من المدونات والامر: Site لاسترجاع نتائج من موقع محدد ويمكن استخدام هذا الامر الاخير في استرجاع نتائج من على شبكات اجتماعية محددة مثل Face book، او My Space او من على مدونات او منتديات محددة حيث ان الشبكات الاجتماعية تقصر عمليات البحث داخلها على الاسم وعنوان البريد الالكتروني فالهدف الاول لمثل تلك الشبكات هو اكتشاف الاصدقاء المحتملين على الشبكة وبالتالي فان البحث المباشر بالكلمات المفتاحية داخل الشبكات الاجتماعية غير مجدى حيث انه لا ينتج عنه نتائج تفصيلية عن المعلومات الشخصية.

وعلى الرغم من ان مثل هذه المنهجية تبدو من السهولة بمكان بحيث يمكن تطبيقها على كافة المواقع العامة والمنتديات والمدونات والشبكات الاجتماعية الا ان هناك مجموعة من المعوقات التي تقف عقبة ضد اكتمال نتائج البحث وجودة تلك النتائج ومن هذه المعوقات:

جدول رقم (١)

الصيغ البحثية المختلفة المستخدمة في عمليات البحث على الويب

الهدف منها	الصيغة
استرجاع النتائج من مواقع الويب المختلفة	الكلمات المفتاحية
استرجاع النتائج من موقع الـ facebook	الكلمات المفتاحية + Site: www.faceook.com
استرجاع النتائج من المنتديات	الكلمات المفتاحية + Forum:
استرجاع النتائج من المدونات	الكلمات المفتاحية + Blogger:

يعد من الموضوعات الحرجة التي يصعب الحديث عنها وخاصة مع باحث غير معروف، الا انه من الملاحظ انه من السهل الحديث عن مثل تلك الموضوعات عبر المنتديات وفي مداخلات الشبكات الاجتماعية وهو الامر الذى يعطى امكانية رصد عينة من هذه المناقشات كنواة للدراسات الاجتماعية حول تلك الموضوعات.

وفي سبيل ذلك عمدت الباحثة الى بناء استراتيجية بحثية حول المداخلات والمناقشات الخاصة بالتهيار العلاقة العاطفية بادئة باعداد قائمة من المصطلحات تمثل الكلمات المفتاحية للبحث، وقد وضع في الاعتبار استخدام اللغة العربية في اعداد القائمة مكثفة باللهجة المصرية في صياغة مصطلحات القائمة التي تنوعت بين العربية الفصحى والعامية المصرية، وفيما يلي قائمة من التعبيرات المعيارية التي جرى اختبارها للتأكد من مدى قدرتها على استرجاع النتائج المطلوبة وقد جمعت هذه القائمة من الواقع الفعلي لمداخلات الشبكات الاجتماعية والمنتديات.

وعادة ما تشكل نتائج كل امر بحثى منهم تداخلا هائلا مع الاوامر البحثية الاخرى الامر الذى يتطلب شكل من اشكال الفرز اليدوى لحذف التكرار والنتائج الغير مرغوبة لانتفاء صلتها بموضوع البحث.

مثال تطبيقي:

يقدم هذا القسم دراسة حالة موجزة لتوضيح المنهجية السابقة من خلال عرض نموذج للمعلومات الشخصية المتاحة على الويب مثل المعلومات حول حالات (الانفصال العاطفى) او اتهيار العلاقة العاطفية بين الافراد، وكيفية الوصول الى مثل هذه المعلومات.

فالعلاقات الشخصية بين الافراد لها طابعها الخاص في المجتمعات العربية ويقصد بالعلاقة الشخصية هنا علاقات الحب والخطوبة والزواج بين الافراد، واهيار مثل هذه العلاقة يمثل في العادة صدمة قاسية في حياة الافراد، وكحدث اجتماعى يرتبط اولاً واخيراً بالعواطف التي تتغير مع مرور الوقت يكون من الصعب البحث عن اسبابه ودوافعه بأثر رجعى، كما ان اتهيار العلاقة العاطفية

سببت خطيبي	سببت خطيبي	سببت مراتي	سابتني
فسخت خطوبي	سابتني	سببتها	تركتني
تركتها	تركته	تركتني	سببته
جوزي طلقتني	طلقتها	اطلقت	طلقت مراتي
زوجي طلقتني	خلعته	انفصلنا	رمى علي اليمين
رمى عليها اليمين	رمى لها الدبلة	حذفت الدبلة في وشه	رمى له الدبلة
غار في داهية			

وهو الاستعلام الذي ندخله للبحث و تحسينه قوية جدا كذا يعتمد الى ترتيب النتائج حسب مدى علاقتها بالاستعلام بالاضافة الى انه يدعم اللغة العربية^(١٤).

وفيما يلي عرض نتائج البحث للصفحات التي عرضت لمداخلات الافراد حول اهميار علاقتهم العاطفية

جدول رقم (٢)

نتائج البحث عن صفحات مناقشة اهميار العلاقة العاطفية

الناتج المطابقة	حجم العينة ^(١٥)	النتائج	بمجال البحث
217	376	18.000	الويب Web
369	382	83.400	المنتديات Forums
301	383	98.000	Facebook
278	375	15.580	المدونات Bloggers

باعداد الذكور حيث تميل الاناث فطريا الى التعبير عن مشاكلهم وطرحها للحوار فهن اكثر تعبيراً وتصريحاً عن مثل هذه الامور وقد يرجع ذلك ايضا الى الفراغ النسبي للمرأة العربية حيث تشير الاحصاءات^(١٦) الى ان مايقرب من ٦٠% من نساء دول الشرق الاوسط لا يعملن وبالتالي تتوفر لهن الوقت للدراسة والمداخلات على الويب. كما انه واضح من الجدول التالي ان الزوجات اقل تصريحاً عن مشاكلهن الزوجية واسبابا الانفصال مقارنة بالصدقات والخطيبات.

هذا مع اضافة الضمائر المختلفة لاستكمال العبارات في بعض الاحيان مثل (انا اطلقت- هو سابتني- وغير ذلك.

وقد اجري البحث باستخدام محرك البحث Google باعتباره واحدا من اكبر محركات البحث تغطية حيث يحظى بقاعدة بيانات هي الاكبر على الاطلاق وهو الافضل في عدد النتائج المسترجعة كما ان قدرته على معالجة ال query

ومن الجدول السابق يتضح ارتفاع نتائج البحث في المنتديات بشكل ملحوظ وربما يرجع ذلك الى سهولة تكوين صداقات من خلال المنتديات وفتح بابا النقاش على اتساعه فيما يطرح من موضوعات.

والجدول التالي يوضح النوع الاجتماعي (ذكر - انثى) للافراد الذين يناقشون موضوع الانفصال او اهميار العلاقة العاطفية على الويب ويتضح من خلاله ارتفاع اعداد الاناث مقارنة

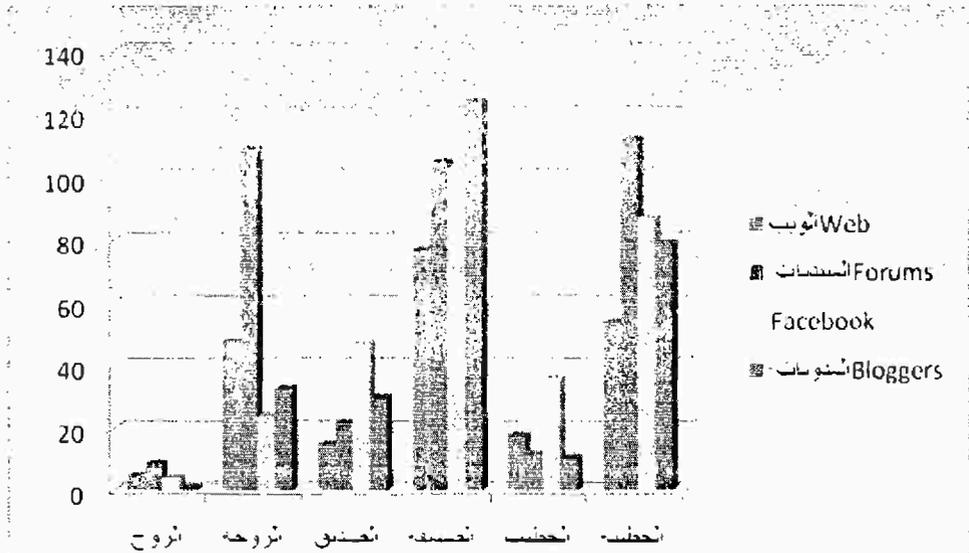
جدول رقم (٣)

النوع الاجتماعي للأفراد الذين يناقشون موضوع الانفصال أو انهيار العلاقة العاطفية على الويب

مج	الخطيب	الخطيبة	الصديقة	الصديق	الزوجة	الزوج	مجال البحث
٢١٧	١٨	٥٤	٧٧	١٥	٤٨	٥	الويب Web
٣٦٩	١٢	١١٢	١٠٥	٢٢	١٠٩	٩	المنتديات Forums
٣٠١	٣٦	٨٧	١٠٣	٤٧	٢٤	٤	Facebook
٢٧٨	١١	٧٩	١٢٤	٣٠	٣٣	١	المدونات Bloggers
١١٦٥	٧٧	٣٣٢	٤٠٩	١١٤	٢١٤	١٩	مج
							مجموع الذكور ٢١٠ (١٨,٠٣٥%)
							مجموع الاناث ٩٥٥ (٨١,٩٧٤%)

شكل رقم (١)

النوع الاجتماعي للأفراد الذين يناقشون موضوع الانفصال أو انهيار العلاقة العاطفية على الويب



ويبين الجدول التالي الاسباب والدوافع الى نشر المعلومات الشخصية الخاصة بأهتبار العلاقة العاطفية على

الملا.

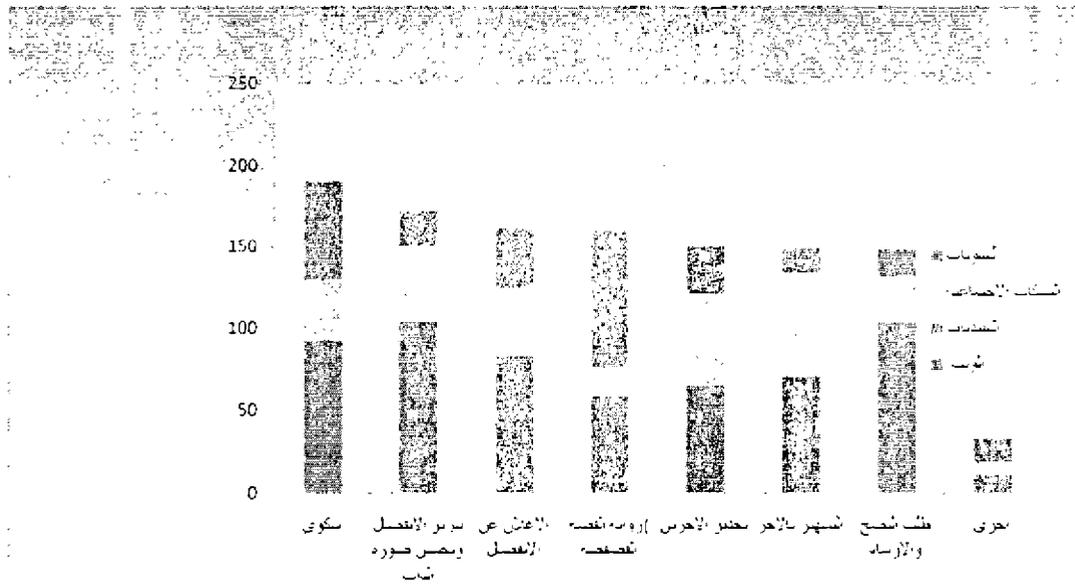
جدول رقم (٤)

اسباب دوافع الى نشر المعلومات الشخصية الخاصة بأهتبار العلاقة العاطفية على الملا

مج	شكوى	تبرير الانفصال وتحسين صورة الذات	الاعلان عن الانفصال	رواية القصة (الفضفضة)	تعليق الاخرين	التشهير بالآخر	طلب النصح والارشاد	اخرى	مج
الويب Web	١٦	٣٣	٢٨	١٩	٢٣	٤٣	٤٤	١١	٢١٧
المنتديات Forums	٧٦	٧١	٥٥	٣٩	٤٢	٢٧	٥٩	٠	٣٦٩
Facebook	٣٨	٤٦	٤٢	١٨	٥٦	٦٤	٢٩	٨	٣٠١
المدونات Bloggers	٦١	٢٢	٣٧	٨٤	٢٩	١٥	١٦	١٤	٢٧٨
مج	١٩١	١٧٢	١٦٢	١٦٠	١٥٠	١٤٩	١٤٨	٣٣	١١٦٥

شكل رقم (٢)

اسباب دوافع الى نشر المعلومات الشخصية الخاصة بأهتبار العلاقة العاطفية على الملا



الدافعية الى رواية القصة وعرضها والاعلان عن الانفصال واشهاره والتشهير باطرف الآخر وغيرها من الاسباب التي يمكن الوقوف عليها لرصد دافعية النشر.

حيث يتضح من الجدول والشكل السابقين ان هناك اسبابا متعددة تدفع بالاشخاص الى نشر اخبارهم العاطفية الخاصة على الويب ما بين الشكوى مما اصابهم او تبرير موقفهم او مجرد

ومن محركات بحث المدونات google blog search وتعتمد هذه الوسيلة على البحث في المدونات فقط للتفتيش عن المعلومات الشخصية حيث تستخدم محركات بحث المدونات في تحديد عملية البحث عن المصطلحات لتقتصر على المدونات فقط ، كما ان هناك تقنية أخرى تعتمد على استخدام محركات البحث التجارية مثل Google للبحث في مدونات بعضها من خلال استخدام الامر : inurl عن طريق اضافة عنوان المدونة حيث يتم البحث المباشر داخل المدونة المقصودة، كذلك يمكن استخدام هذه الاستراتيجية مع المنتديات.

فـسخت خطـوبتي + inurl:
<http://www.ghram-a7baab.com/vb>

مثال تطبيقي:

العنف الاسرى هو كل سلوك مؤذي موجه ضد (شريك الحياة) الزوج أو الزوجه سواء كان جسدي أو نفسي أو غيره.ومن المثير فعلا للدهشة انه في الواقع التقليدي يحرص الأزواج على تحميل العنف الاسرى بين الأزواج واخفائه تماما حتى عن المقربين الا انه على الواقع الافتراضى نجد ان الامر يختلف تماما فتصرح الزوجات بكل تفاصيل العنف الذى يمارسه الأزواج على زوجاتهم والاكثر اثاره للدهشة ان الأزواج يصرحون بسهولة وبوضوح شديد عن تعرضهم للضرب من قبل الزوجات.... وتعمد الدراسة في هذه المثال الى استخدام محركات بحث المدونات في انتقاء مجموعة من المدونات والمنتديات حيث يتم البحث المباشر داخلهم عن مداخلات العنف الاسرى، كذلك الاعتماد على محرك البحث Google في البحث

اجمالا يتضح انه من السهولة بمكان الوصول الى بيانات كافية للتحليل الكمي والنوعي حول موضوعات ومعلومات شخصية متاحة على الويب تمثل محتوى نموذجي للابحاث الاجتماعية يسهل تتبعه واكتشافه مع الاشارة الى ضرورة الحذر في التعامل مع تلك المعلومات التى قد تتطلب قدر غير قليل من المراجعة والتصفية لاستبعاد النتائج الزائفة او غير المرغوب فيها مثل كلمات الاغان والاحكام الشرعية والاشعار وغيرها. وعلى كل فان الحصول على تحليل كامل لعلاقات الانفصال على الويب نحتاج الى مزيد من العمل وذلك من خلال الجمع بين نتائج عمليات البحث المختلفة واستخدام اكثر من وسيلة واداة لجمع البيانات والحرص على تنوع عمليات البحث للمساعدة في تقليل فرص الحصول على نتائج منحازة او غير مرغوب فيها.

٢/٩ محركات بحث المدونات.

مع النمو الهائل لاعداد المدونات ظهرت محركات بحث متخصصة للبحث في تلك الفئة من المواقع حيث تعطى وصول مباشر لعدد هائل من المدونات وعادة ما يكون استخدامها اكثر كفاءة من البحث العام في المدونات باستخدام محركات البحث التجارية، كما انها تتيح امكانيات البحث وفقا لتاريخ محدد وهو الامر الذى يمكن ان يكون مفيدا في تحديد فترات زمنية محددة سابقة او لاحقة للبحث.

الا ان محركات بحث المدونات لها نفس عيوب محركات البحث التجارية، حيث تفتقر الى اكتمال التغطية كما انها علاوة على ذلك لا تحظى بنفس شهرة محركات البحث التجارية.

داخل المدونات ، وفي سبيل جمع المداخلات حول العنف الاسرى من المدونات والمتسديات فقد عمدت الباحثة الى بناء قائمة مصطلحات خاصة لاجراء عمليات البحث المختلفة

حوزى ضربى	حوزى شتمى	حوزى مد ايدده عليا	حوزى ضربى
زوحى مد ايدده عليا	زوحى اهني وضربى	زوحى شتمى	زوحى مد ايدده عليا
زوحى ضربتى	مراتى مدت ايددها عليا	زوحى يتمد ايددها عليا	زوحى ضربتى
ابو عبالى ضربى	حوزى طردن برة البيت	ابو عبالى طردن	ابو عبالى ضربى
حوزى بيشتمى	زوحى يسبى	زوحى طردن	حوزى بيشتمى

"قصتي <http://www.mycstory.com>" وذلك لانهما اكثر المدونات ترددا في النتائج العشر الاولى على [Google blogs search](http://www.google.com).

هذا وقد اجري البحث باستخدام محرك البحث [Google blogs search](http://www.google.com) كذلك استخدم محرك البحث العام [google](http://www.google.com) مع مدونتي "مشاكل <http://mashakel.masreat.com/> ومدونة

جدول رقم (٥)

نتائج البحث عن المصطلحات المقترحة حول العنف الاسرى

الناتج المطابقة	حجم العينة ^(١٧)	الناتج	مجال البحث
٣٥٦	٣٧٣	١٢,٣٦٠	Google blogs search
٩٢	٩٢	١٢٠	مدونة مشاكل
١٣٧	١٣٧	٢١٢	مدونة قصتي

٢/٩ استخدام البرمجيات المتخصصة المفتوحة الوصول والمتاحة على الويب.

هناك العديد من البرمجيات المتخصصة التي تطورت لجمع وتحليل البيانات من مواقع الويب المختلفة سواء على المستوى الفردي للموقع الواحد او على المستوى الجماعي لمجموعات متجانسة من المواقع.

وهذه المنهجية تتيح امكانيات البحث والاسترجاع على نطاق واسع خاصة عند تحديد مجال البحث على مستوى دولة ما او نطاق جغرافي محدد كذلك عند تحديد مجال البحث بفترة معينة من المواقع او حتى بفترات زمنية محددة، ومثل هذه البرامج متوفرة على الويب متوفرة على الويب حيث تتيح عمليات البحث والتحليل

وكما هو واضح من الجدول السابق امكانية الحصول على نتائج شبه مكتملة مطابقة لمصطلحات البحث الامر الذي يؤكد سهوله الوصول وتتبع المعلومات الشخصية على الويب سواء بصورة عامة او في موقع محدد، كذلك من السهولة بمكان وباستخدام عمليات تحليل المحتوى دراسة اسباب العنف الاسرى ودوافعه في البيئات المختلفة كذلك دوافع كل من الأزواج والزوجات الى الافصاح عن تلك المعلومات وهي الامور التي تبنى عليها العديد من الدراسات الاجتماعية والتي يصعب تجميع بياناتها في الواقع التقليدي.

performances^(٢١) حيث عمدت هذه الدراسة على تحليل الاتجاهات الذوقية في الموسيقى والافلام والكتب والبرامج التلفزيونية على My space معتمدة على اعداد برنامج تحليلي خاص للوقوف على التعليقات المختلفة للمشاركين.

اجمالا ينبغي الاشارة الى ان استخدام البرامج الآلية في عمليات البحث تعطى نتائج اكثر وضوحا حيث يتم تحديد البيانات المطلوبة والعينة اللازمة لاجراء واتمام الدراسة مسبقا قبل الشروع في البحث عنها وبالتالي فالها تتجنب الى حد بعيد النتائج الزائدة والغير مرغوبة او الغير مطابقة مما يوفر عمليات الفرز اليدوي والتصفية التي تستغرق في العادة الكثير من الوقت والجهد.

هذا وينبغي الاشارة الى انه للحصول على تحليل كامل للمعلومات الشخصية المتاحة على الويب نحتاج الى المزيد من العمل للحصول على بيانات كافية او شبه مؤكدة وذلك من خلال الجمع بين نتائج المنهجيات البحثية المختلفة والتيقن من تنوع واكتمال مصطلحات البحث.

١٠/ اخلاقيات استخراج وتحليل المعلومات الشخصية:

هناك ثلاثة قواعد اخلاقية في التعامل مع المعلومات الشخصية للمبحوثين وهي موافقة المبحوثين على اجراء الدراسة، والحفاظ على خصوصية المبحوثين، وانخفاء هويتهم، وقد اجتذبت اخلاقيات التعامل مع الويب العديد من الدراسات العلمية التي حاولت وضع مبادئ اخلاقية لانماط البحث على الويب ولغات الحوار المستخدمة على البريد الالكتروني وبرامج الدردشة المختلفة^(٢٢).

للمواقع المختلفة وذلك مثل برنامج web analyst الذي يعرف باسم lexiurl حيث يعمل هذا البرنامج المتاح مجاناً على الويب^(١٨) على تحليل المواقع وتحليل تأثيرها على الشبكة العنكبوتية وانشاء خرائط للعلاقات بين المواقع على الشبكة، وبرنامج SocSciBot^(١٩) وهو زاحف ومحلل للروابط يختص بالدراسات الاجتماعية وهو زاحف خاص لتحليل الروابط الفائقة لموقع واحد او مجموعة من المواقع للبحث داخل النص وتحليل النصوص الخاصة بالمواقع كما يعمل على اعداد احصاءات حول العلاقات والارتباطات بين المواقع.

كذلك يمكن لعلماء الاجتماع والباحثين الاستعانة باحد البرمجيات مفتوحة المصدر المتاحة على الويب والمعدة لتحليل المواقع الا انه من المفيد في هذه الحالة الاستعانة باحد خبراء الحاسب الالى للتعاون في تحديد استراتيجية البحث المناسبة وتحديد البرمجية المطلوبة لاجراء العمليات البحثية اللازمة لاجراء الدراسة.

هذا ويجب الاشارة الى ان هناك العديد من الدراسات التي اعتمدت فعليا على استخدام البرمجيات المختلفة في تحليل البيانات المتاحة على الويب وذلك مثل دراسة Thelwall التي تحمل عنوان Homophily in MySpace^(٢٠) حيث تعتمد هذه الدراسة الى الوقوف على الميل المثلي بين الاصدقاء على my space وذلك باستخدام برنامج SocSciBot حيث كشفت الدراسة عن وجود شكل من اشكال التماثل العمري والسديني والسياسي بين الاصدقاء على Myspace .

كذلك هناك دراسة Liu تحت عنوان Social network profiles as taste

مشاكل اخلاقية فهي في هذه الحالة مصدر مفتوح متاح مجاناً للاستخدام العام.

اما الكائنات الرقمية مثل مواقع الويب، و مواقع الشبكات، والمدونات، والمدخلات، والصور..... الخ جميعها من حيث المبدأ يمكن النظر اليها باعتبارها وثائق الكترونية^(٢٣) وبالتالي فمن الممكن استخدامها دون الاتصان بمؤلفيها او الرجوع اليهم وهناك سابقة بحثية عتمدت على معلومات طبية متاحة في وثائق مفتوحة دون الحصول على موافقة مسبقه من المبحوثين^(٢٤).

اما اذا نظرنا الى هذه المعلومات على انها تجسد افراد بعينهم ففي هذه الحالة يجب حماية هؤلاء الافراد من خلال مجموعة من الاجراءات الاخلاقية ، الا انه من منظور العلوم الانسانية عادة ما ينظر الى نصوص الويب كمنتج ثقافي اكثر من كونه واجهه للافراد مما يبعدها عن تشخيص وتجسيد المعلومات المتاحة على الويب^(٢٥).

ووفقا لما سبق فان الموافقة المسبقة للمبحوثين ليست ضرورية، ويجب ان نشير الى ان اهم فائدة للحوار عبر الويب هو شعور الافراد بانهم غير مراقبين وبالتالي فهم عادة ما يصرحون بما لا يستطيعوا التصريح به في الواقع التقليدي، فاذا ما حاول الباحث التدخل في الحوار وطلب الاذن لاستخدام مثل تلك المحاورات والمناقشات فان الافراد قد ينجحون الى تقليص نشاطهم لمجرد الشك في احتمال انهم مراقبين من قبل الباحث او غيره.

٢- الخصوصية .

على الرغم من ان النصوص المتاحة على الويب يمكن التعامل معها على انها مصادر وثائقية

وفي الواقع الافتراضي لا توجد اي مبادئ اخلاقية محددة لاستخراج المعلومات الشخصية المتاحة على الويب والتعامل معها، هذا وتعرض المناهج الثلاثة المقترحة فيما سبق تقنيات خاصة للوصول الى المعلومات الشخصية المتاحة على الويب وبالتالي فان لها مجموعة من الاثار الاخلاقية التي تحاول الدراسة ان تعرضها في السياق التالي حيث تناقش المبادئ الاخلاقية الثلاثة للبحوث الاجتماعية في الواقع التقليدي وامكانية تطبيق نفس المبادئ الاخلاقية على الويب.

١- الحصول على موافقة المبحوثين قبل اعداد الدراسة.

هل يجب على الباحث الحصول على اذن مسبق من المبحوثين لاستخدام معلوماتهم الشخصية المتاحة على الويب العام من اجل اهداف بحثية؟؟ ان المبدأ الاخلاقي الاول للدراسات البحثية هو الحصول على اذن من المبحوث قبل اجراء الدراسة وعادة ما يكون ذلك اتفاق مكتوب من قبل المشاركين يسمحون فيه باستخدام المعلومات التي يدلون بها طواعية في البحوث الاجتماعية.

في البيئة الرقمية فإن الاجراء الاخلاقي المناسب يعتمد على كيفية تصور المعلومات الشخصية المتاحة على الويب (هل يتم التعامل معها على انها وثائق منشورة ، ام كائنات رقمية، ام هي واجهه للافراد)

فاذا حاولنا النظر الى تلك المعلومات على اعتبار انها وثائق متاحة للنشر على الويب فهي عادة ما تستخدم بصورة طبيعية دون وجود اية

ولا يطلعوا على مثل هذه البيانات، وهو امر قد يكون منطقيا ويحتوى على نظرة مثالية للواقع الا انه للاسف غير حقيقى ولا يطبق في الواقع الفعلى ، فعرض المعلومات على الويب دون حماية هو بمثابة تحلى عن الحق في الخصوصية وهو شسكل من اشكال الاتاحة التي تسمح للجميع باستخدام مثل هذه المعلومات.

٢- اخفاء الهوية.

من الضروري ان تخضع البحوث في الموضوعات الانسانية لضمان عدم الكشف عن هوية المشاركون حيث يتعهد الباحث بذلك لمبحوثه، حيث ان استخدام المعلومات الشخصية للمبحوثين تمكن في بعض الحالات من كشف هويتهم او ادلة على هويتهم، وعلى هذا فيجب الباحثين سواء في الواقع التقليدى او الافتراضى وعند استخدام اى من منهجيات البحث السابقة تجنب الاقتباسات والحرص على تغيير المسميات والعبارات بحيث لا تكون قابلة للتحقق واكتشاف هوية اصحابها.

وبصورة عامة يجب على الباحثين مراعاة الاطر القانونية والمعايير الثقافية والاخلاقية المطبقة او المعمول بها في المجتمع الذى يتم نشر واتاحة المعلومات فيه.

١١/ نتائج الدراسة :

ان القضية الرئيسية في هذه الدراسة هو اثبات انه من الممكن تقنيا واخلاقيا الوصول الى المعلومات الشخصية والآراء والمواقف والمداخلات المتاحة على الويب العام واستخدامها لاغراض بحثية.

مفتوحة للبحث الا اننا يجب ان نراعى انما تشتمل على معلومات شخصية وبالتالي فان الامر يتعلق بالخصوصية اكثر منه بالموافقة المسبقة من قبل المبحوثين، والسؤال الذى يطرح في هذا الاطار هو هل يحق للباحثين تتبع معلومات الاخرين الشخصية على الويب العام وهل يعد هذا انتهاك للخصوصية؟

ان القضية الرئيسية هنا ان العديد من الاشخاص الذين ينشرون معلومات على الويب قد لا يدركون امكانية الوصول اليها من قبل الاخرين وربما يتصورون انما معلومات خاصة بينهما هي ليست كذلك^(٢٦).

واستخدام المعلومات الشخصية الصريحة والضمنية على الويب من قبل بعض الشركات هو امر شائع لاغراض تسويقية واعلانية، وGoogle مثال صريح على ذلك لانه يحتفظ بكمية هائلة من المعلومات عن جمهور المستخدمين منه مثل مصطلحات البحث المستخدمة، والمواقع التي تمت زيارتها، والبريد الالكتروني، والشبكات^(٢٧)، ويمنح Google الحق لنفسه في استخدام هذه البيانات لاغراض دعائية، كذلك هناك العديد من المؤسسات التي تقوم بصورة روتينية بالتقاط المعلومات حول زوار موقعها واستخدام هذه المعلومات في تحديد الاعلانات التي تستهدف شخصيات ذات اهتمامات محددة.

اجمالا يمكننا الاشارة الى اننا في الواقع الافتراضى نحن امام نوعين من الاشخاص - شخص يحمى بياناته الشخصية ويحرص على تقنين مداخلاته المختلفة على الويب، و - الاخر يعرض بياناته ويتوقع من الاخرين ان يحترموا خصوصيته

من اللازم ادراك قيمة المعلومات الشخصية التي يتم الافصاح عنها على الويب العام حيث يمكن لاختصائي المعلومات استخدامها في اعداد ملفات المستخدمين وفي عمليات الاختيار والتزويد كذلك في تقديم الخدمات المرجعية المختلفة الا ان الامر يحتاج الى مزيد من الدراسات التي تقوم على امكانية توظيف مثل هذه المعلومات.

من الضروري اجراء المزيد من الدراسات التحريية لتطوير المنهجيات المقترحة مع التاكيد على افضلية استخدام المنهجيات الثلاثة مجتمعة لتأكد من صحة ودقة نتائج الدراسات المطروحة للبحث.

وقد اثبتت الدراسة انه من الممكن بسهولة شديدة ومن خلال منهجيات بحثية محددة تعتمد على محركات البحث التجارية العامة والمتخصصة بالاضافة الى برمجيات بحثية متخصصة الوصول الى تلك المعلومات وتحليلها.

اخلاقيا يمكن استخدام هذه المعلومات طالما تؤخذ ضمانات كافية للتأكد من اخفاء هوية كاتب النص ، كما انه يمكن اعتبار هذه البيانات وثائق مفتوحة الوصول وبالتالي لا يشترط الحصول على موافقة مسبقة عند استخدامها.

تأكيد دور اختصائي المعلومات في البيئة الرقمية في الوصول الى المعلومات وتحليلها وتنظيمها وعرضها للمستخدمين.

- 25(3), 159-168.
www.scienceofinformationinstitute.com/documents/SolI-SB-nov2009.pdf.
- 6- Ess, C., & Committee, A. E. W. (2002). Ethical decision-making and Internet research. Recommendations from the aoir ethics working committee. Retrieved April 17, 2008 from: <http://www.aoir.org/reports/ethics.pdf>.
- 7- Eysenbach, G., & Till, J. E. (2001). Ethical issues in qualitative research on internet communities. *British Medical Journal*, 323(7321), 1103-1105.
www.socialworker.com/jswvc/content/view/46/50/
- 8- Helene Snec.(2008). WEB 2.0 AS A SOCIAL SCIENCE RESEARCH TOOL. The British Library. www.bl.uk/socialsciences
- 9- Hookway, N. (2008). Entering the 'blogosphere': some strategies for using blogs in social research. *Qualitative Research*, 8(1), 91-113.
www.uk.sagepub.com/jamesandbushcr/HOOKWAY.pdf.
- 10- Kramer, A. D. I. (2010). An unobtrusive behavioral model of "Gross National Happiness. *Proceedings of CHI 2010*, 287-290.
dmrussell.net/CHI2010/docs/p287.pdf.
- 11- Liu, H. (2007). Social network profiles as taste performances.
- ١٢ / مصادر الدراسة :
- 1- Barbara J. McMorris. (2009) . Use of Web and In-Person Survey Modes to Gather Data From Young Adults on Sex and Drug Use: An Evaluation of Cost, Time, and Survey Error Based on a Randomized Mixed-Mode Design *Evaluation Rev* .33(2): 138-15.
<http://erx.sagepub.com/search?author1=Barbara+J.+McMorris&sortspec=date&submit=Submit>.
- 2- Bassett, E. H., & O'Riordan, K. (2002). Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model. *Ethics and Information Technology*, 4(3), 233-247. philpapers.org/rec/BASEOI.
- 3- Benedict, G., & Thomas, S. B. (2003). Detecting query-specific duplicate documents. USPTO Online, Retrieved January 6, 2009 < <http://patft.uspto.gov/nctacgi/nph-Parser?Sect2001=PTO2002&Sect2002=HITOFF&u=%2002Fnetahhtml%2002FPTO%2002Fsearchadv.htm&r=2001&p=2001&f=G&l=2050&d=PTXT&S2001=6615209.PN.&OS=pn/6615209&RS=PN/6615209>>.
- 4- Couper, M. P. (2000). Web surveys: A review of issues and approaches. *Public Opinion Quarterly*, 64(4), 464-494.
- 5- Ess, C. (2009). Floridi's philosophy of information and information ethics: Current perspectives, future directions. *The Information Society*,

- 19- What is personal information?. privacy MSW <
http://www.ipc.nsw.gov.au/lawlink/privacynsw/ll_pnsw.nsf/pages/PNSW_04_faqpersoinalinfo>
- 20- Zimmer, M. (2008). The gaze of the perfect search engine: Google as an infrastructure of dataveillance. In A. Spink & M. Zimmer (Eds.), Web search: Multidisciplinary perspectives (pp. 77-99). Berlin: Springer
www.springerlink.com/index/r6125508g8308k12.pdf.
- ٢١- حميد الهاشمي . (٢٠٠٧) فرص توظيف برامج الانترنت في البحث العلمي .
www.ejtemay.com/showthread.php?p=3684#post3684
- ٢٢- علي محمد ميلاد بن رحومة . (٢٠٠٨) . علم الاجتماع الالى . سلسلة عالم لمعرفة . الكويت : المجلس الوطني للثقافة والاداب .
- ٢٣- مميزات محرك البحث جوجل . اجابات جوجل . متاح (على الخط المباشر) >
<http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=68690250a8e6dbec>
- ٢٤- مهال فؤاد إسماعيل عوض . (٢٠٠٩) . التنمية المهنية لأخصائي المكتبات في البيئة الرقمية . >
http://librariansinmenofia.blogspot.com/2008/03/blog-post_4620.html
- Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), Retrieved June 5, 2008 from: <http://jcmc.indiana.edu/vol2013/issue2001/liu.html>.
- 12- Mike Thelwall. Web impact factors and search engine coverage . journal of documentation .- vol 56, no 2(march 2000) p.p. 185-198.
- 13- Open web.(2009). <http://www.answers.com/topic/surface-web>.
- 14- Sample Size Calculator .The Survey System .available(online)<
<http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>>
- 15- SocSciBot :Link crawler for the social sciences. socscibot.wlv.ac.uk/
- 16- Tavani, H. T. (2005). Search engines, personal information, and the problem of protecting privacy in public. International Review of Information Ethics, 3, 40-45.
www.i-r-i-e.net/inhalt/003/003_tavani.pdf.
- 17- Thelwall, M. (2009). Homophily in MySpace. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 60(2), 219-231.
www.scit.wlv.ac.uk/~cm1993/papers/MySpaceHomophilypreprint.doc.
- 18- Webometric Analyst.
lexiurl.wlv.ac.uk

- ethics working committee. Retrieved April 17, 2008 from:<http://www.aoir.org/reports/ethics.pdf>.
- (24) Eysenbach. G., & Till, J. E. (2001). Ethical issues in qualitative research on internet communities. *British Medical Journal*, 323(7321), 1103-1105. www.socialworker.com/jswve/content/view/46/50/
- (25) Bassett, E. H., & O'Riordan, K. (2002). Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model. *Ethics and Information Technology*, 4(3), 233-247. philpapers.org/rec/BASEOI. & Hookway, N. (2008). Entering the 'blogosphere': some strategies for using blogs in social research. *Qualitative Research*, 8(1), 91-113. www.uk.sagepub.com/jamesandbusher/HOOKWAY.pdf.
- (26) Tavani, H. T. (2005). Search engines, personal information, and the problem of protecting privacy in public. *International Review of Information Ethics*, 3, 40-45. www.i-r-i-e.net/inhalt/003/003_tavani.pdf
- (27) Zimmer, M. (2008). The gaze of the perfect search engine: Google as an infrastructure of dataveillance. In A. Spink & M. Zimmer (Eds.), *Web search: Multidisciplinary perspectives* (pp. 77-99). Berlin: Springer www.springerlink.com/index/r6125508g8308k12.pdf
- (15) Sample Size Calculator .The Survey System .available(online)<
<http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>>
- (16) Laborasta internet. International labor organization. ILO Department of Statistics < <http://laborsta.ilo.org/STP/guest>>
- (17) Sample Size Calculator .The Survey System .available(online)<
<http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>>
- (18) Webometric Analyst. lexiurl.wlv.ac.uk
- (19) SocSciBot :Link crawler for the social sciences. socscibot.wlv.ac.uk/
- (20) Thelwall, M. (2009). Homophily in MySpace. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(2), 219-231. www.scit.wlv.ac.uk/~cm1993/papers/MySpaceHomophilypreprint.doc
- (21) Liu, H. (2007). Social network profiles as taste performances. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), Retrieved June 5, 2008 from: <http://jcmc.indiana.edu/vol2013/issue2001/liu.html>.
- (22) Ess, C. (2009). Floridi's philosophy of information and information ethics: Current perspectives, future directions. *The Information Society*, 25(3), 159-168. www.scienceofinformationinstitute.com/documents/SoII-SB-nov2009.pdf.
- (23) Ess, C., & Committee, A. E. W. (2002). Ethical decision-making and Internet research. Recommendations from the aoir