



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

رسانه های اجتماعی، علل اجتماعی، رفتار های خاص، مشارکت مالی

عنوان انگلیسی مقاله :

Social media, social causes, giving behavior and money contributions



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

بخشی از ترجمه مقاله

5.1. Limitations and recommendations for future research

Our results are the outcome of a secondary data analysis and are limited by the lack of information that could contribute to better understanding of the link between social media, voluntary engagement, and contributions. We were unable to identify the reason why different social causes have different effects on donations. Thus the study would benefit from an additional source of data that would enable combining individual-level information provided by the PEW survey with information about the attitudes and socioeconomic characteristics of individuals supporting a cause, and extent of organizational use of social media to promote such causes (Jones, 2006). Increasing voluntary engagement and monetary contributions may suggest missed marketing strategies (Mano, 2009). Finally, we suggest that future research should be extended to examination of whether individual motivation behind online monetary contributions is related to trust in the type of communication.

5.1. محدودیت ها و توصیه هایی برای تحقیقات آینده

نتایج مان پیامد یک تحلیل و تجزیه ی داده ای ثانویه است و بوسیله ی فقدان اطلاعاتی که می توانست به درک بهتری از ارتباط بین رسانه اجتماعی، تعامل داوطلبی، و مشارکت ها منجر شود، محدود می شود. ما می توانیم دلیل اینکه چرا عوامل اجتماعی مختلف تأثیرات مختلفی بر کمک های خیرخواهانه دارند را تشخیص دهیم. بنابراین این تحقیق از یک منبع داده ای اضافی کمک می گیرد که می تواند اطلاعات در سطح فردی ارائه شده بوسیله ی تحقیق PEW را با اطلاعاتی در مورد نگرش ها و ویژگی های اقتصادی اجتماعی افرادی که از یک عامل پشتیبانی می کنند، و میزان استفاده ی سازمانی از رسانه های اجتماعی را برای ترویج چنین عواملی، (Jones, 2006) ترکیب کند. افزایش تعاملات و مشارکت های مالی ممکن است نشان دهند ه ی استراتژی های بازاریابی ناقص باشد (Mano, 2009). سرانجام، ما پیشنهاد می کنیم که تحقیق آینده باید به بررسی اینکه آیا انگیزه ی فردی مآورای کمک های مالی آنلاین به اعتماد به نوع این ارتباط وابسته است یا نه، بپردازد.



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

همچنین برای جستجوی ترجمه مقالات جدید [اینجا](#) کلیک نمایید.