



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

روابط عمومی، اصول اخلاق و رسانه اجتماعی: مطالعه بین امللی
کارگزاران روابط عمومی

عنوان انگلیسی مقاله :

Public relations, ethics, and social media: A cross-national
study of PR practitioners



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. Discussion and conclusions

The research presented in this article suggests a certain gap between attitudes of public relations practitioners in New Zealand and Israel toward specific ethical practices on social media. The small sample does not allow us to claim this definitively; however, the gap was evident in the way that Israeli practitioners consistently scored below New Zealander practitioners in responses to ethical statements. Further support can be found in the t-test showing significant differences in specific questions. The gap was especially evident in relation to the following: publishing a disclaimer about sponsored messages, negative campaigns on social media, payment to bloggers, and the use of social media for the creation of front groups. Although the gap was not dramatic, Israeli practitioners were consistently lower in their level of knowledge and commitment to ethical practices compared to the New Zealand practitioners. In line with our research assumption, the findings indicate that a specific nation's position on international ranking indexes of democratic values, freedoms, and transparency are compatible with the commitments of specific national public relations practitioners to ethical practices. The findings also point to the utility of using international indices as a tool for distinguishing between different features of different countries and their relevance to public relations research (e.g., for identifying similarities and differences in local practices compare to universal ones).

5- مباحثه و نتایج

تحقیقات ارائه شده در این مقاله یک اختلاف واضح بین نگرش‌های کارگزاران روابط عمومی در نیوزیلند و اسرائیل به سمت عملکردهای اخلاقی معلوم در رسانه اجتماعی نشان می‌دهد. نمونه کوچک به ما اجازه می‌دهد تا ادعا کنیم که این امر قطعی است؛ با این حال، اختلاف در مسیری که کارگزاران اسرائیلی همواره کمتر از کارگزاران نیوزیلندی در پاسخ به بیانیه‌های اخلاقی هستند، مشاهده شد. دلایل بیشتر را می‌توان در اختلافات چشمگیر نمایش آزمون t در سوالات مشخص پیدا کرد. اختلاف به خصوص در روابط زیر مشاهده شد: انتشار سلب مسئولیت درباره پیام‌های حمایتی، انتقادات منفی در رسانه اجتماعی، پرداخت به وبلاگ‌نویسان و استفاده از رسانه اجتماعی برای ایجاد گروه‌های پیشرو. اگرچه اختلاف خیلی دراماتیک نیست، اما کارگزاران اسرائیلی همواره در سطح دانشی و تعهد به عملکرد اخلاقی در مقایسه با کارگزاران نیوزیلندی کمتر بودند. با توجه به فرضیات تحقیق ما، یافته‌ها نشان می‌دهد که موقعیت ملت خاص در شاخص‌های رتبه‌بندی بین‌المللی از ارزش‌های دموکراتیک، آزادی و شفافیت با تعهدات مخصوص کارگزاران روابط عمومی به عملکردهای اخلاقی سازگار می‌باشد. یافته‌ها همچنین به کاربرد استفاده از شاخص‌های بین‌المللی به عنوان یک ابزار برای تمایز بین ویژگی‌های مختلف از کشورهای متفاوت و ارتباط آنها با تحقیقات روابط عمومی نیز اشاره می‌کند (برای مثال، شناسایی تشابهات و تفاوت‌ها در عملکردهای کلی در مقایسه با موارد جهانی).



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.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.