
Spis treści

Wstęp	7
ROZDZIAŁ I	
Media społecznościowe w świetle badań naukowych	15
1.1. Media społecznościowe – definicje	15
1.2. Typologie mediów społecznościowych	27
1.3. Procesy komunikacyjne w mediach społecznościowych	34
1.4. Przejawy aktywności społecznej w mediach społecznościowych	46
ROZDZIAŁ II	
Organizacje pozarządowe – perspektywa teoretyczna	57
2.1. Uwarunkowania funkcjonowania	57
2.2. Organizacje pozarządowe w Polsce i Unii Europejskiej	76
ROZDZIAŁ III	
Charakterystyka organizacji pozarządowych w województwie lubelskim	89
3.1. Charakterystyka ilościowa	89
3.2. Charakterystyka jakościowa	101
3.3. Deskrypcja wybranych organizacji pozarządowych	118
ROZDZIAŁ IV	
Funkcje mediów społecznościowych w działalności organizacji pozarządowych	131
4.1. Komunikacja	131
4.2. Informowanie	141
4.3. Promocja i kreowanie wizerunku	157

4.4. Wyrażanie aprobaty i dezaprobaty	173
4.5. E-mobilizacja	185
4.6. Pozyskiwanie wsparcia	195

ROZDZIAŁ V

Formy i uwarunkowania wykorzystywania mediów społecznościowych

przez organizacje pozarządowe 209

5.1. Czynniki warunkujące wykorzystywanie mediów społecznościowych przez organizacje pozarządowe	209
5.2. Motywy zakładania profili w serwisach społecznościowych	230
5.3. Metody zarządzania profilami w serwisach społecznościowych	241
5.4. Szanse i zagrożenia związane z wykorzystywaniem mediów społecznościowych przez organizacje pozarządowe	250

Zakończenie 265

Bibliografia 273

Spis ilustracji 281

Spis tabel 285

Spis wykresów 287