

Assistant Editor-in-Chief

prof. UAM dr hab. Szymon Ossowski

Positions:

- Vice-Dean for Students Affairs (Faculty of Political Science and Journalism)

Publications (selected):

- S. Ossowski, Strategie wyborcze Ryszarda Grobelnego i Jacka Jaśkowiaka w ponownym głosowaniu w świetle badań exit poll, in: „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2016, nr 3, p. 163 – 176.
- S. Ossowski, Wpływ ruchów miejskich na wynik poznańskiej samorządowej kampanii wyborczej w 2014 roku, in: „Wpływ społeczny. Konteksty i zastosowania badawcze”, ed. B. Patkowskiej – Pająk, Poznań 2016, p. 133 – 143.
- S. Ossowski, D. Piontek, Wprowadzenie. Nowe media i zmiany w naturze komunikowania, in: „Komunikowanie społeczne w dobie nowych technologii”, pod. red. D. Piontek i S. Ossowskiego, Poznań 2017, p. 9-19.
- S. Ossowski, A Civic Budget as a form of civil participation, or an institutional PR tool. The Civic Budget in the City of Poznań, “Przegląd Politologiczny” 2017, nr 4, p. 159 – 172.
- S. Ossowski, The issue of surreptitious advertising in Polish media. Analysis in the scope of media studies and legal issues, in: „Media Law In The Time Of Liquid Modernity. Hot Topics In The European And Polish Media Law”, ed. by J. Sobczak, J. Skrzypczak, K. Kakareko, Logos Verlag Berlin 2017, p. 175-184.
- S. Ossowski, Podwójne wybory w 2015 roku. Spójność strategii komunikacyjnych podczas prezydenckiej i parlamentarnej kampanii wyborczych, in: „Polskie wybory 2014-2015. Kontekst krajowy i międzynarodowy - przebieg rywalizacji - konsekwencje polityczne”, Vol 1, ed. M. Kolczyńskiego, Katowice 2017, p. 66-81.
- S. Ossowski, W. Dopierała, Polityzacja audycji informacyjnych w Polsce na przykładzie „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN, Com.press 2018, no. 2 (1), p. 4-25.