

MONOGRAPHIEN

1. Reinemann, C., Maurer, M., Zerback, T. & Jandura, O. (2013). *Die Spätentscheider. Medieneinflüsse auf kurzfristige Wahlentscheidungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
2. Zerback, T. (2013). *Publizistische Vielfalt. Demokratischer Nutzen und Einflussfaktoren*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
3. Jakob, N., Arens, J. & Zerback, T. (2008). *Immobilienjournalismus in Europa. Eine international vergleichende Studie*. München: R. Fischer.

EDITIONEN

1. Jakob, N., Zerback, T., Jandura, O., & Maurer, M. (Hrsg.) (2010). *Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand der Kommunikationswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem.
2. Jakob, N., Schoen, H., & Zerback, T. (Hrsg.) (2009). *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. 1. Aufl. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

AUFSÄTZE IN PEER-REVIEWED JOURNALS

1. Zerback, T. & Peter, C. (2018). Exemplar effects on public opinion perception and attitudes: The moderating role of exemplar involvement. *Human Communication Research*, 44(2), 176-196.
2. Mansini, A., van Aelst, P., Zerback, T., Reinemann, C., Mancini, P., Mazzoni, M., Damiani, M., & Coen, S. (2017). Measuring and explaining the diversity of voices and viewpoints in the news. A comparative study on the determinants of content diversity of immigration news. *Journalism Studies*, online first.
3. Zerback, T. & Fawzi, N. (2017). Can online exemplars trigger a spiral of silence? Examining the effects of exemplar opinions on perceptions of public opinion and speaking out. *New Media and Society*, 19(7), 1034-1051.
4. Peter, C. & Zerback, T. (2017). The role of similarity in exemplar effects. *Studies in Communication / Media*, 6(1), 71-80.
5. Zerback, T., & Holzleitner, J. (2017). Under-cover: The influence of event- and context-traits on the visibility of armed conflicts in German newspaper coverage (1992–2013). *Journalism*, 36(1), 1-18.
6. Zerback, T. (2016). Der Einfluss des Tenors von TV-Nachrichten auf die wahrgenommene öffentliche Meinung. *Publizistik*, 61(3), 267–286.
7. Zerback, T. & Reinemann, C. (2016). Alles eine Frage der Umfragen? Ursachen von Koalitionserwartungen im Bundestagswahlkampf 2013. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*. 46(4), 730-745.
8. Zerback, T., Reinemann, C., & Nienierza, A. (2015). Who's hot and who's not? Factors influencing public perceptions of current party popularity and electoral expectations. *The International Journal of Press/Politics*, 20(4), 458-477.
9. Zerback, T., Koch, T., & Krämer, B. (2015). Thinking of others. Effects of implicit and explicit media cues on climate of opinion perceptions. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 92(2), 421-443.
10. Zerback, T., Reinemann, C., & Nienierza, A. (2013). Die Wahrnehmung des Meinungsklimas im Bundestagswahlkampf 2013. Urteile über die Beliebtheit von Parteien und Erwartungen an deren Abschneiden bei der Wahl. *Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 23 (3), 333–364.
11. Koch, T. & Zerback, T. (2013). Helpful or harmful? How frequent repetition affects perceived statement credibility. *Journal of Communication* 63(6), 993-1010.
12. Koch, T. & Zerback, T. (2013). Das Wiederholungsparadoxon. Warum die Wiederholung einer Aussage ihre Glaubwürdigkeit zugleich erhöht und senkt. *Publizistik* 58 (1), 5-21.

-
13. Kepplinger, H. M. & Zerback, T. (2012). Direct and indirect effects of media coverage. Exploring effects of presumed media influence on judges, prosecutors, and defendants. *Studies in Communication / Media* 1(3-4), 473-492.
 14. Koch, T. & Zerback, T. (2011). Wiederholung und Wahrheit. Wie die mehrmalige Präsentation politischer Slogans die Einschätzung ihrer Glaubwürdigkeit beeinflusst. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 59 (4), 487-504.
 15. Kepplinger, H. M. & Zerback, T. (2009). Der Einfluss der Medien auf Strafverfahren. *Publizistik* 54 (2), 216-239.
 16. Jakob, N., Zerback, T., & Arens, J. (2008). General vs. Special Interest. Ähnlichkeiten und Unterschiede in den Arbeits- und Einstellungsprofilen von Immobilienjournalisten. *Zeitschrift für Immobilienökonomie* (2), 5-21.

BUCHKAPITEL

1. Zerback, T. (2013). Untersuchungsdesign, Methoden und Analysestrategie. Kapitel 3 in C. Reinemann, M. Maurer, T. Zerback, & O. Jandura: *Die Spätentscheider. Medieneinflüsse auf kurzfristige Wahlentscheidungen* (S. 36-51). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
2. Zerback, T. (2013). Die Wähler zu Beginn der heißen Wahlkampfphase - Eine Entscheidertypologie. Kapitel 6 in C. Reinemann, M. Maurer, T. Zerback, & O. Jandura: *Die Spätentscheider. Medieneinflüsse auf kurzfristige Wahlentscheidungen* (S. 113-138). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
3. Zerback, T. (2013). Einflüsse des Umfangs der Medienberichterstattung auf Urteilskriterien und Wahlentscheidung (Priming). Kapitel 10 in C. Reinemann, M. Maurer, T. Zerback, & O. Jandura: *Die Spätentscheider. Medieneinflüsse auf kurzfristige Wahlentscheidungen* (S. 251-273). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

BEITRÄGE IN LEXIKA UND HANDBÜCHERN

1. Zerback, T. (2017). Interaction effects. In J. Matthes (Hrsg.), *International Encyclopedia of Communication Research Methods* (o.S.). Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.
2. Zerback, T. & Maurer, M. (2014). Repräsentativität in Online-Befragungen. In: B. Batinic, N. Jakob, J. Schmidt, M. Taddicken, & M. Welker (Hrsg.), *Handbuch Onlineforschung. Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und -auswertung in digitalen Netzen* (S. 76-103), Bd. 12. Köln: Von Halem.
3. Reinemann, C. & Zerback, T. (2013). Grundlagen: Politische Kommunikation. In: A. Fahr & W. Schweiger (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungen* (S. 339-462). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

BEITRÄGE IN SAMMELBÄNDEN

1. Karadas, N., & Zerback, T. (erscheint 2019). Politisch integrierte Migranten? Medieneinflüsse auf die politische Partizipation von Personen mit und ohne Migrationshintergrund in Deutschland. In I. Engelmann & M. Legrand (Hrsg.), *Politische Partizipation im (Medien-)Wandel*. Tagungsband zur Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Kommunikation und Politik 2017 in Jena.
2. Reinemann, C. & Zerback, T. (2016). Wishful thinking und Fallbeil-Effekt? Umfragen, Medien und Wählerwartungen bezüglich FDP und AfD in der Endphase des Bundestagswahlkampfes 2013. In: T. Moerschel & D. Molthagen (Hrsg.), *Demokratie und Demoskopie* (S. 121-150). Springer VS.
3. Zerback, T., Reinemann, C., & Nienierza, A. (2015). Meinungsklimawahrnehmung im Bundestagswahlkampf 2013. Urteile über die Beliebtheit von Parteien und Erwartungen an deren Abschneiden bei der Wahl. In U. Münch & H. Oberreuter (Hrsg.), *Die neue Offenheit. Wahlverhalten und Regierungsoptionen im Kontext der Bundestagswahl 2013* (S. 249-268). Frankfurt am Main: Campus.
4. Baugut, P., Fawzi, N., & Zerback, T. (2014). Themenfeld politische Kommunikation. In H. Pürer (Hrsg.), *Publizistik und Kommunikationswissenschaft* (S. 427-435). 2. Aufl. Konstanz und München: UVK.

-
5. Reinemann, C., Maurer, M., Zerback, T., & Jandura, O. (2013). Wähler unter Medieneinfluss. Bericht-erstellung, Meinungswandel und Medienwirkungen auf unterschiedlich involvierte Wählergruppen. In: B. Weißels, O. W. Gabriel & H. Schoen (Hrsg.), *Wahlen und Wähler: Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2009* (S. 291-314). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
 6. Kepplinger, H. M. & Zerback, T. (2012). Der Einfluss der Medien auf Richter und Staatsanwälte. In: T. Hestermann (Hrsg.), *Von Lichtgestalten und Dunkelmännern. Wie die Medien über Gewalt berichten* (S. 153-176). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
 7. Reinemann, C., Jandura, O., Maurer, M., & Zerback, T. (2011). Wer sind die Spätereentscheider? Erste Befunde einer Mehr-Methoden-Studie zur Bundestagswahl 2009. In: H. Oberreuter (Hrsg.), *Am Ende der Gewissheiten. Wähler, Parteien und Koalitionen in Bewegung* (S. 247-270). München: Olzog.
 8. Zerback, T., Jakob, N., Schoen, H., & Schlereth, S. (2010). Anwendungsmodalitäten und Qualität von Online-Befragungen in der Kommunikationswissenschaft. In: N. Jakob, T. Zerback, O. Jandura und M. Maurer (Hrsg.): *Das Internet als Forschungsinstrument und -gegenstand der Kommunikationswissenschaft* (S. 50-67). Köln: Von Halem.
 9. Zerback, T., Schoen, H., Jakob, N., & Schlereth, S. (2009). Zehn Jahre Sozialforschung mit dem Internet. Eine Analyse zur Nutzung von Online-Befragungen in den Sozialwissenschaften. In: N. Jakob, H. Schoen und T. Zerback (Hrsg.), *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung* (S. 15-31). 1. Aufl. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
 10. Lamp, E., Maurer, M., & Zerback, T. (2008). Kontexteffekte in persönlich-mündlichen und telefonischen Befragungen: Ursachen und Lösungen. In: J. Matthes, W. Wirth, G. Daschmann und A. Fahr (Hrsg.), *Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft* (S. 217-235). Köln: Von Halem.

ONLINE PUBLIKATIONEN

1. Jakob, N. & Zerback, T. (2006). *Improving quality by lowering non-response: A guideline for online surveys*. WAPOR Seminar Quality Criteria in Survey Research VI, 2006.
2. Jakob, N., Arens, J., & Zerback, T. (2005). *Sampling procedure, questionnaire design, online implementation*. WAPOR/ISSC Conference on International Social Surveys 2005.

AUFsätze IN BRANCHEN- UND SONSTIGEN ZEITSCHRIFTEN / ZEITUNGEN

1. Walsh, J., Math, M.-C., Breitzkreutz, J., Zerback, T., & Wachtel, H. (2015, peer reviewed). Devices for oral and respiratory paediatric medicines: What do healthcare professionals think? *International Journal of Pharmaceutics* 492(1-2), S. 304-315.
2. Jakob, N., Zerback, T., & Arens, J. (2009). Von Informationsnotdurft und Kommunikationsmacht. Die prekäre Situation von Immobilienjournalisten. *Journalistik Journal* 1, S. 26-27.
3. Jakob, N., Zerback, T., & Arens, J. (2009). Fachjournalisten und Wirtschaft – eine problematische Beziehung am Beispiel des Immobilienjournalismus. *Fachjournalist* 9 (2), S.8-16.
4. Gerhardt, R., Zerback, T., & Kepplinger, H. M. (2008). Wir Richter sind auch nur Menschen. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 11.01.2008.

WISSENSCHAFTLICHE VORTräge

1. Peter, C., & Zerback, T. (2018). *Who breaks the silence? Linking perception of German media coverage on refugees to willingness to speak out*. Paper presented at the ICA preconference "Refugees, religious threats, and political radicalization: Theoretical and empirical perspectives" at the 68th annual conference of the International Communication Association (ICA), Prague, Czech Republic.
2. Zerback, T. (2017). *Exemplar effects on public opinion perception, attitudes, and behavioral intentions: The moderating role of exemplar involvement*. Paper presented at the 67th annual conference of the International Communication Association (ICA), San Diego, USA.

-
3. Zerback, T. & Holzleitner, J. (2017). *Under-cover: The influence of event- and context-traits on the visibility of armed conflicts*. Paper presented at the 67th annual conference of the International Communication Association (ICA), San Diego, USA.
 4. Zerback, T., Reinemann, C., van Aelst, P., & Mansini, A. (2017). *Was Lampedusa a key event for immigration news?* Paper presented at the 67th annual conference of the International Communication Association (ICA), San Diego, USA.
 5. Zerback, T. (2017). *Von Bürger zu Bürger. Betroffenheit als Moderator von Fallbeispieleffekten*. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationsforschung (DGPUK). Düsseldorf.
 6. Karadas, N. & Zerback, T. (2017). *Einflüsse auf die politische Partizipation deutscher Bürger mit und ohne Migrationshintergrund im Vergleich*. Jahrestagung der Fachgruppe Kommunikation und Politik der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationsforschung (DGPUK). Jena.
 7. Naab, T. & Zerback, T. (2016). *Die Meinungsklimadarstellung in der Printberichterstattung*. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationsforschung (DGPUK). Leipzig.
 8. Masini, A., Van Aelst, P., Mazzoni, M., Damiani, M., Coen, S., & Zerback, T. (2015). *Actor and viewpoint diversity in the news: A comparative perspective*. ECREA Political Communication Conference. Odense.
 9. Zerback, T. & Reinemann, C. (2015). *Who's ahead? Accuracy and origins of poll recall during an election campaign*. WAPOR Annual Conference. Buenos Aires.
 10. Zerback, T. & Reinemann, C. (2015). *Who will win? Examining the origins of party-related public opinion perceptions and electoral expectations*. WAPOR Annual Conference. Buenos Aires.
 11. Zerback, T., Reinemann, C., & Van Aelst, P. (2015). *Does the national context matter? Analyzing international differences in content diversity*. ICA Annual Conference. San Juan.
 12. Masini, A., Mazzoni, M., Zerback, T., Mancini, P., Coen, S., Reinemann, C., & Van Aelst, P. (2015). *Actor and viewpoint diversity in immigration-related news*. ICA Annual Conference. San Juan.
 13. Nienierza, A., Reinemann, C., & Zerback, T. (2015). *Ghost light or light house? Investigating poll reporting, subjective assessments and media bias in public opinion coverage in an election context*. ICA Annual Conference. San Juan.
 14. Zerback, T., Reinemann, C., & Nienierza, A. (2014). *How media coverage influences individual assumptions about the opinions and behavior of other voters*. Conference of the Center for Advances Studies: "Election Studies: Reviewing the Bundestagswahl 2013". Munich.
 15. Zerback, T. & Peter, C. (2014). *Fallbeispiele als Auslöser von Schweigespiralprozessen? Wirkungen von Anzahl und Tenor individueller Meinungsäußerungen auf Meinungsklimawahrnehmung, Isolationsfurcht und Redebereitschaft*. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationsforschung (DGPUK). Passau.
 16. Zerback, T., Reinemann, C., & Nienierza, A. (2014). *Meinungsklimawahrnehmung im Bundestagswahlkampf 2013: Urteile über die Beliebtheit von Parteien und Erwartungen an deren Abschneiden bei der Wahl*. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationsforschung (DGPUK). Passau.
 17. Zerback, T., Fawzi, N., & Peter, C. (2014). *Can Exemplars Trigger a Spiral of Silence? The effects of exemplar distribution on opinion climate perception, fear of isolation, and speaking out*. ICA Annual Conference. Seattle.
 18. Zerback, T. (2014). *Auftraggeber oder Nutzer? Medien und Demoskopie*. Tagung der Friedrich-Ebert-Stiftung "Demokratie und Demoskopie. Wechselverhältnis und Einflussfaktoren". Berlin.
 19. Reinemann, C., Zerback, T., & Nienierza, A. (2013). *Meinungsklimawahrnehmung im Bundeswahlkampf 2013. Urteile über die Beliebtheit von Parteien und Wahlerwartungen*. Tagung der Akademie für Politische Bildung Tutzing: "Entscheidungen und Perspektiven: Das Wahljahr 2013". Tutzing.
 20. Zerback, T., Koch, T., & Krämer, B. (2013). *Thinking of others. Effects of implicit and explicit media cues on climate-of-opinion perceptions*. Annual Conference of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR), Dublin.

-
21. Koch, T. & Zerback, T. (2013). *The repetition paradox. Why the repetition of a statement both increases and decreases its credibility*. ICA Annual Conference, London.
 22. Zerback, T., Koch, T., & Krämer, B. (2013). *Die Meinung der Anderen. Effekte impliziter und expliziter Hinweise auf die Wahrnehmung des Meinungsklimas*. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationsforschung (DGPK), Mainz.
 23. Zerback, T., Koch, T., & Krämer, B. (2012). *Doubts and uncertainty in judgments about the climate of opinion*. 4th European Communication Conference (ECREA). Istanbul, Türkei.
 24. Koch, T., Zerback, T., & Fawzi, N. (2012). *Repetition and truth. How repeated political slogans affect judgments of credibility*. ICA Annual Conference. Phoenix, AZ.
 25. Koch, T. & Zerback, T. (2012). *Wiederholung und Wahrheit. Warum die Wiederholung einer Aussage ihre Glaubwürdigkeit zugleich erhöht und senkt*. 57. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Berlin.
 26. Maurer, M., Reinemann, C., Zerback, T. & Jandura, O. (2012). *Spätentscheider unter Medieneinfluss. Die Berichterstattung der Berliner Medien und das Wahlverhalten im Bundestagswahlkampf 2009*. 57. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Berlin.
 27. Reinemann, C., Jandura, O., Maurer, M., & Zerback, T. (2012). *Demoskopie oder Journalismus? Meinungsklima und Medienwirkungen auf Berliner Wähler im Bundestagswahlkampf 2009*. 57. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Berlin.
 28. Koch, T. & Zerback, T. (2011). *Wer dreimal lügt dem glaubt man? Wie die mehrmalige Präsentation die Einschätzung des Wahrheitsgehalts von Wahlplakatslogos beeinflusst*. Neue Medienumgebungen, neue Rezeptionssituationen, andere Wirkungen? Theoretische Herausforderungen für die Rezeptions- und Wirkungsforschung. Tagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, München.
 29. Zerback, T., Reinemann, C., Maurer, M., & Jandura, O. (2011). *Lasting or vanishing? Short and longer term priming effects of televised debates*. ICA Annual Conference. Boston, 2011.
 30. Reinemann, C., Jandura, O., Maurer, M., & Zerback, T. (2011). *Die Konstruktion von Unsicherheit. Die Berichterstattung über Umfragen, das Meinungsklima und mögliche Koalitionen im Vorfeld der Bundestagswahl 2009 sowie ihre Wirkung auf die Wähler*. Dreiländerkongress "Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit" der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, der Österreichischen Gesellschaft für Soziologie und der Schweizerischen Gesellschaft für Soziologie, Innsbruck.
 31. Zerback, T. (2010). *Late deciders: Predispositions and media use*. Annual Conference of the European Communication Research and Education Association (ECREA), Hamburg.
 32. Kepplinger, H. M. & Zerback, T. (2010). *On trial: effects of media reports on judges and prosecutors*. Annual Conference of the International Association for Media and Communication Research (IAMCR), Braga.
 33. Reinemann, C. & Zerback, T. (2009). *Die Spätentscheider. Wer sind sie und wie entscheiden sie sich?* Vortrag auf der Tagung "Bundestagswahl 2009 eine Bilanz" der Akademie für politische Bildung und der Deutschen Vereinigung für Parlamentsfragen e.V. Tutzing, Tutzing.
 34. Zerback, T., Jakob, N., Schoen, H., & Schlereth, S. (2009). *Anwendungsmodalitäten und Qualität von Onlinebefragungen in der Kommunikationswissenschaft*. Tagung der DGPK-Fachgruppe Methoden, Mainz.
 35. Arens, J., Jakob, N., & Zerback, T. (2006). *Benchmarking in real estate journalism. A multi-national online survey*. ERES-Conference, Weimar.
 36. Arens, J., Jakob, N., & Zerback, T. (2006). *Immobilienjournalismus in Europa - Befunde einer multi-nationalen Journalistenbefragung*. EXPO REAL, München.
 37. Jakob, N. & Zerback, T. (2006). *Improving quality by lowering non-response – A guideline for online-surveys*. WAPOR-Seminar "Quality Criteria in Survey Research VI", Cadenabbia.
 38. Zerback, T., Lamp, E., & Maurer, M. (2006). *Kontexteffekte in persönlich-mündlichen und telefonischen Befragungen: Ursachen und Lösungen*. Tagung der DGPK-Fachgruppe Methoden, Zürich.

-
39. Jakob, N. & Zerback, T. (2005). *Sampling procedure, questionnaire Design, online implementation and survey response in a multi-national online journalist survey*. WAPOR/ISSC-Conference "Conducting International Social Surveys", Ljubljana.