

Literaturverzeichnis

- Agosto, D. E. (2002). Bounded rationality and satisficing in young people's Web-based decision making. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53(1), 16–27. <https://doi.org/10.1002/asi.10024>
- Alford, J., & O'Flynn, J. (2009). Making Sense of Public Value: Concepts, Critiques and Emergent Meanings. *International Journal of Public Administration*, 32(3–4), 171–191. <https://doi.org/10.1080/01900690902732731>
- Altmeppen, K.-D. (2013). Marketing, Kosten, Erlöse: Über die (begrüßenswerten) Schwierigkeiten der Institutionalisierung funktionsfremder Praktiken im Journalismus. In M. Künzler, F. Oehmer, M. Puppis, & C. Wassmer (Hrsg.), *Medien als Institutionen und Organisationen: Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* (1. Auflage, S. 133–145). Nomos.
- Anker, H. (2021, Februar 11). «SRF 2024» –Gesellschaftspolitik ohneMandat. Medienwoche. <https://medienwoche.ch/2021/02/11/srf-2024-gesellschaftspolitik-ohne-mandat/> (Abgerufen 01.08.2022).
- Ashforth, B. E., & Gibbs, B. W. (1990). The Double-Edge of Organizational Legitimation. *Organization Science*, 1(2), 177–194.
- BAKOM. (2016). Zwei Verfügungen zum Joint Venture zwischen SRG, Swisscom und Ringier. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/medieninformationen/medienmitteilungen.msg-id-60805.html> (Abgerufen 12.08.2020).
- BAKOM. (2017). *Erläuternder Bericht (DE) zur SRG Konzession*. https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Infos%20%C3%BCber%20Programmveranstalter/SRG%20SSR/erl%C3%A4uterungen-srg-konzession-2019.pdf.download.pdf/Erl%C3%A4uterungen_DE.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- BAKOM. (2020a). *Gebührensplitting: Beiträge 1996 - 2008*. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/abgabe-fur-radio-und-fernsehen/gebuehrenanteile-fuer-private-radio-und-fernsehstationen/gebuehrensplitting.html> (Abgerufen 13.05.2020).
- BAKOM. (2020b). *Radio- und Fernsehabgabe ab 2021 um 30 Franken günstiger*. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/medieninformationen/medienmitteilungen.msg-id-78803.html> (Abgerufen 02.02.2022).
- BAKOM. (2021a). *Abgabe für Radio und Fernsehen*. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/abgabe-fur-radio-und-fernsehen.html> (Abgerufen 01.08.2022).
- BAKOM. (2021b). *Konzessionierung und Technik SRG SSR*. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/informationen-ueber-radio-und-fernsehveranstalter/srg-ssr/konzessionierung-und-technik-srg-ssr.html> (Abgerufen 16.03.2022).
- Barbour, R. S. (2018). *Doing focus groups* (U. Flick, Hrsg.; Second edition). Sage.

- Baur, N., Kelle, U., & Kuckartz, U. (2017). Mixed Methods – Stand der Debatte und aktuelle Problemlagen. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 69(S2), 1–37. <https://doi.org/10.1007/s11577-017-0450-5>
- BBC. (2004a). *Building Public Value: Renewing the BBC for a digital world*. <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/policies/pdf/bpv.pdf> (Abgerufen 01.08.2022).
- BBC. (2004b). *Measuring the Value of the BBC: A Report by the BBC and Human Capital*. <https://www.whatdotheyknow.com/request/18579/response/78001/attach/2/3/RFI20091352%20disclosure%20HC%20report.pdf> (Abgerufen 01.08.2022).
- BBC. (2020). *BBC annual plan 2020/21*. <http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualplan/annual-plan-2020-21.pdf> (Abgerufen 01.08.2022).
- Beck, M., & Jäpel, F. (2019). Migration und Bildungsarmut: Übertrittsrisiken im Schweizer Bildungssystem. In G. Quenzel & K. Hurrelmann (Hrsg.), *Handbuch Bildungsarmut*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19573-1>
- Bengtsson, S., & Johansson, S. (2021). A phenomenology of news: Understanding news in digital culture. *Journalism*, 22(11), 2873–2889. <https://doi.org/10.1177/1464884919901194>
- Benini, F. (2020, Februar 15). *Ringier-Chef Marc Walder zu Admeira, Mobiliar und Blick-TV*. NZZ am Sonntag. <https://nzzas.nzz.ch/schweiz/ringier-chef-marc-walder-zu-admeira-mobiliar-und-blick-tv-ld.1540760>
- Berger, P. L., Luckmann, T., & Plessner, H. (2018). *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit: Eine Theorie der Wissenssoziologie* (M. Plessner, Übers.; 27. Auflage). Fischer Taschenbuch.
- Bernath, J., Suter, L., Waller, G., Külling, C., Willemse, I., & Süss, D. (2020). *Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2020*. <https://www.zhaw.ch/de/psychologie/forschung/medienspsychologie/mediennutzung/james/>
- Bitektine, A. (2011). Toward a theory of social judgments of organizations: The case of legitimacy, reputation, and status. *Academy of Management Review*, 36(1), 151–179.
- Bitektine, A., & Haack, P. (2015). The „Macro“ and the „Micro“ of Legitimacy: Toward a Multilevel Theory of the Legitimacy Process. *Academy of Management Review*, 40(1), 49–75. <https://doi.org/10.5465/amr.2013.0318>
- Boczkowski, P. J., Mitchellstein, E., & Matassi, M. (2018). “News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20(10), 3523–3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Bogner, A., Littig, B., & Menz, W. (2014). *Interviews mit Experten*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19416-5>
- Bonini Baldini, T., Túnñez-López, M., & Barrientos Báez, A. (2021). Public Service Media in the Age of Platformization of Culture and Society. In M. Túnñez-López, F. Campos-Freire, & M. Rodríguez-Castro (Hrsg.), *The Values of Public Service Media in the Internet Society*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-56466-7>
- Bozeman, B. (2007). *Public values and public interest: Counterbalancing economic individualism*. Georgetown University Press.

- Braun, V., & Clarke, V. (2013). *Successful qualitative research: A practical guide for beginners*. SAGE.
- Büchi, J. (2023). *Alternative zur Halbierungsinitiative – So funktioniert Röstis Plan für tiefere SRG-Gebühren*. Tages-Anzeiger. <https://www.tagesanzeiger.ch/fragen-und-antworten-zur-halbierungsinitiative-so-funktioniert-roestis-plan-fuer-tiefere-srg-gebuehren-935068662902> (Abgerufen 03.05.2024).
- Buf, D.-M., & Ștefăniță, O. (2020). Uses and Gratifications of YouTube: A Comparative Analysis of Users and Content Creators. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(2), 75. <https://doi.org/10.21018/rjcpr.2020.2.301>
- Bundesamt für Statistik. (2015). *Das Bildungswesen in der Schweiz (vereinfacht) | Bild*. Bundesamt für Statistik. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken.assetdetail.223674.html> (Abgerufen 30.09.2021).
- Bundesamt für Statistik. (2020). *Fernsehnutzung*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung/fernsehen/fernsehnutzung.html> (Abgerufen 01.08.2022).
- Bundesamt für Statistik. (2021). *Fernsehnutzung in Minuten pro Tag nach Sprachregionen*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung/fernsehen/fernsehnutzung.assetdetail.17744146.html> (Abgerufen 01.08.2022).
- Bundesamt für Statistik. (2022). *Fernsehnutzung in Minuten pro Tag nach Sprachregionen*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung/fernsehen/fernsehnutzung.assetdetail.24785124.html> (Abgerufen 02.02.2024).
- Bundesrat. (2018). *Volksinitiative «Ja zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren (Abschaffung der Billag-Gebühren)»*. <https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/abstimmungen/20180304/initiative-no-billag.html> (Abgerufen 08.06.2020).
- Bundesrat. (2019). *SRG-Konzession_DE_2019.pdf*. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/informationen-ueber-radio-und-fernsehveranstalter/srg-ssr/konzessionierung-und-technik-srg-ssr.html> (Abgerufen 01.08.2022).
- Burri, M. (2015). Contemplating a 'Public Service Navigator': In Search of New (and Better) Functioning Public Service Media. *International Journal of Communication*, 9, 1314–1359. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2364951>
- Carlsson, U. (2014). *Public Service Media and the Young* (S. 16) [Speech - EBU Knowledge Exchange 2014].
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd edition). SAGE.
- Chivers, T., & Allan, S. (2022). What is the Public Value of Public Service Broadcasting?: Exploring challenges and opportunities in evolving media contexts. *Creative Industries Policy and Evidence Centre, Cardiff University*, 29.
- Corbin, J. M., & Strauss, A. L. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (Fourth edition). SAGE.
- Cortesi, S. (2015). Youth Online and News: A Phenomenological View on Diversity. *International Journal of Communication*, 1425–1448.

- Costera Meijer, I. (2007). 'Checking, Snacking and Bodysnatching' How Young People Use the News and Implications for Public Service Media Journalism. In G. F. Lowe & J. Bardoel (Hrsg.), *From Public Service Broadcasting to Public Service Media: [RIPE@2007]*. Nordicom.
- Costera Meijer, I. (2020). Understanding the Audience Turn in Journalism: From Quality Discourse to Innovation Discourse as Anchoring Practices 1995–2020. *Journalism Studies*, 21(16), 2326–2342. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1847681>
- Costera Meijer, I., & Groot Kormelink, T. (2015). Checking, Sharing, Clicking and Linking: Changing patterns of news use between 2004 and 2014. *Digital Journalism*, 3(5), 664–679. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.937149>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Fifth edition). SAGE.
- D'Arma, A., Raats, T., & Steemers, J. (2021). Public service media in the age of SVoDs: A comparative study of PSM strategic responses in Flanders, Italy and the UK. *Media, Culture & Society*, 0163443720972909. <https://doi.org/10.1177/0163443720972909>
- Deephouse, D. L., Bundy, J., Tost, L. P., & Suchman, M. C. (2017). Organizational Legitimacy: Six Key Questions. In R. Greenwood, C. Oliver, T. Lawrence, & R. Meyer, *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism* (S. 27–52). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446280669.n2>
- Deephouse, D. L., & Suchman, M. (2008). Legitimacy in organizational institutionalism. In R. Greenwood, C. Oliver, K. Sahlin, & R. Suddaby (Hrsg.), *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism* (S. 49–77). SAGE Publications Ltd.
- DiMaggio, P. (1998). The New Institutionalisms: Avenues of Collaboration. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 154(4), 696–705.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- DiMaggio, P., & Powell, W. W. (1991). Introduction. In W. W. Powell & P. DiMaggio (Hrsg.), *The New institutionalism in organizational analysis* (S. 1–28). University of Chicago Press.
- Direito-Rebollal, S., & Donders, K. (2022). Public service media as drivers of innovation: A case study analysis of policies and strategies in Spain, Ireland, and Belgium. *Communications*. <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0003>
- Donders, K. (2012). *Public Service Media and Policy in Europe*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9780230349650>
- Donders, K. (2015). State Aid to Public Service Media: European Commission Decisional Practice Before and After the 2009 Broadcasting Communication. *European State Aid Law Quarterly*, 14(1), 68–87.
- Donders, K. (2019). Public service media beyond the digital hype: Distribution strategies in a platform era. *Media, Culture & Society*, 41(7), 1011–1028. <https://doi.org/10.1177/0163443719857616>
- Donders, K. (2021). *Public Service Media in Europe: Law, Theory and Practice* (1. Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351105569>

- Donders, K., & Moe, H. (Hrsg.). (2011). *Exporting the public value test: The regulation of public broadcasters' new media services across Europe*. Nordicom, University of Gothenburg.
- Donders, K., & Raats, T. (2015). From Public Service Media Organisations to De-centralised Public Service for the Media Sector: A Comparative Analysis of Opportunities and Disadvantages. *Javnost - The Public*, 22(2), 145–163. <https://doi.org/10.1080/13183222.2015.1041227>
- Donders, K., Raats, T., & Tintel, S. (2020). II (Re)defining public service media from an economic perspective: Damned if they do, damned if they don't. In M. B. von Rimscha (Hrsg.), *Management and Economics of Communication* (S. 203–222). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110589542-011>
- Donders, K., & Van den Bulck, H. (2020). Universality of public service media and preschool audiences. The choice against a dedicated television channel in Flanders. In P. Savage, M. Medina, & G. F. Lowe (Hrsg.), *Universalism in public service media: Ripe@2019*. Nordicom.
- Donges, P. (2006). Medien als Institutionen und ihre Auswirkungen auf Organisationen. Perspektiven des soziologischen Neo-Institutionalismus für die Kommunikationswissenschaft. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54(4), 563–578. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2006-4-563>
- Donges, P. (2013). Klassische Medien als Institutionen. In M. Künzler, F. Oehmer, M. Puppis, & C. Wassmer (Hrsg.), *Medien als Institutionen und Organisationen: Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* (1. Auflage, S. 87–96). Nomos.
- EBU. (2012). *Empowering Society*. 8. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Empowering-Society_EN.pdf (Abgerufen 28.07.2020).
- EBU. (2015). *Public Service Media. Contribution to Society*. <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/Restricted/MIS/Documents/EBU-MIS%20-%20PSM%20Contribution%20to%20Society%20-%20Report.pdf> (Abgerufen 13.07.2017).
- Edgerly, S. (2022). Audience Sensemaking: A Mapping Approach. *Digital Journalism*, 10(1), 165–187. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1931388>
- Edgerly, S., & Vraga, E. (2019). News, entertainment, or both? Exploring audience perceptions of media genre in a hybrid media environment. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 20(6), 807–826. <https://doi.org/10.1177/1464884917730709>
- Edgerly, S., & Vraga, E. K. (2020). Deciding What's News: News-ness As an Audience Concept for the Hybrid Media Environment. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(2), 416–434. <https://doi.org/10.1177/1077699020916808>
- Edgerly, S., Vraga, E. K., Bode, L., Thorson, K., & Thorson, E. (2018). New Media, New Relationship to Participation? A Closer Look at Youth News Repertoires and Political Participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), 192–212. <https://doi.org/10.1177/1077699017706928>
- Eichler, H. (2022). Journalismus in sozialen Netzwerken – ARD und ZDF im Bann der Algorithmen? *OBS-Arbeitsheft, Otto Brenner Stiftung*, 110, 116.

- Ellis, P. D. (2010). *The Essential Guide to Effect Sizes: Statistical Power, Meta-Analysis, and the Interpretation of Research Results*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511761676>
- EMEK. (2015). *Service-public-Medien in der Schweiz. Diskussionsbeiträge und Gestaltungsvorschläge*. https://www.emek.admin.ch/inhalte/dokumentation/Service_public/EMEK_Beitrag_zum_Service_public_D.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- EMEK. (2020). *Streamingdienste und Plattformen* (S. 25). https://www.emek.admin.ch/inhalte/D_Streamingdienste_und_Plattformen_FINAL2.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- Evens, T., & Donders, K. (2018). *Platform Power and Policy in Transforming Television Markets*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-74246-5>
- Fehlmann, F. (2023). The legitimacy of public service media: A suggestion for a change of perspective. In M. Puppis & C. Ali (Hrsg.), *Public Service Media's Contribution to Society: RIPE@2021*. Nordicom, University of Gothenburg. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:norden:org:diva-12842>
- Feierabend, S., Plankenhorn, T., & Rathgeb, T. (2016). *JIM-Studie 2016*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- Feierabend, S., Plankenhorn, T., & Rathgeb, T. (2017). *JIM-Studie 2017*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- Feierabend, S., Rathgeb, T., Kheredmand, H., & Glöckler, S. (2021). *JIM Studie 2021 – Jugend, Information, Medien*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- Feierabend, S., Rathgeb, T., & Reutter, T. (2018). *JIM-Studie 2018 – Jugend, Information, Medien*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- Feierabend, V. S., Philippi, P., & Pust-Petters, A. (2018). Funk – das Content- Netzwerk von ARD und ZDF. *Media Perspektiven*, 1, 10–15.
- Fidler, H. (2021). ZDF-Fernsehrat Dobusch: „Das ist fatal, das parteipolitisiert den ORF“. DER STANDARD. <https://www.derstandard.de/story/2000127694191/zdf-fernsehrat-dobusch-das-ist-fatal-das-parteeipolitisiert-den-orf> (Abgerufen 26.07.2022).
- Flick, U. (2018). *Doing grounded theory*. SAGE Publications Ltd.
- fög. (2019). *Jahrbuch Qualität der Medien 2019*. Schwabe Verlag. https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:e6c2d53a-8591-4c98-ba64-f361d6631d85/2019_Gesamtausgabe.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- fög. (2020). *Jahrbuch Qualität der Medien 2020*. Schwabe Verlag. https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:13f6efc8-f9c4-45dd-816c-b6a8356edfe6/2020_Gesamtausgabe.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- fög. (2021). *Jahrbuch Qualität der Medien 2021*. Schwabe Verlag. https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:80fd64b0-c078-4ba7-8bba-e2c79bfla654/2021_Gesamtausgabe.pdf (Abgerufen 01.08.2022).

- fög. (2022). *Jahrbuch Qualität der Medien 2022*. Schwabe Verlag. https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:e38aba0b-4d51-4b89-a087-ec7d346ed317/JB_2022_online_gesamt_2022_0923.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- Freedman, D. (2008). *The politics of media policy*. Polity.
- Freedman, D. (2019). "Public Service" and the Journalism Crisis: Is the BBC the Answer? *Television & New Media*, 20(3), 203–218. <https://doi.org/10.1177/1527476418760985>
- Fretwurst, B., Bonfadelli, H., & Friemel, T. (2018). Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2018. *BAKOM*, 47. https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/nutzung-und-bewertung-schweizer-radio-und-tv-2018-schlussbericht.pdf.download.pdf/Nutzung%20und%20Bewertung%20der%20Schweizer%20Radio-%20und%20TV-Programme%202018%20.%20Schlussbericht.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- Frey, J. H., & Fontana, A. (1991). The group interview in social research. *The Social Science Journal*, 28(2), 175–187. [https://doi.org/10.1016/0362-3319\(91\)90003-M](https://doi.org/10.1016/0362-3319(91)90003-M)
- Friedland, R., & Alford, R. R. (1991). Bringing Society Back In: Symbols, Practices, and Institutional Contradictions. In W. W. Powell & P. DiMaggio (Hrsg.), *The New institutionalism in organizational analysis* (S. 232–263). University of Chicago Press.
- Fuchs, D. (2020, November 12). Schweizer Netflix—Swisscom-Kunden noch ohne «Play Suisse» – hat die SRG ausgerechnet die treuesten Zuschauer vergessen? *St.Galler Tagblatt*. <https://www.tagblatt.ch/kultur/swisscom-kunden-noch-ohne-play-suisse-hat-die-srg-ausgerechnet-die-treuesten-zuschauer-vergessen-ld.1278554>
- Ganter, S. A., & Löblich, M. (2021). Discursive Media Institutionalism: Assessing Vivien A. Schmidt's Framework and Its Value for Media and Communication Studies. *International Journal of Communication*, 15, 2281–2300.
- Gawer, A. (2009). Platforms, Markets and Innovation: An Introduction. In A. Gawer, *Platforms, Markets and Innovation* (S. 1–16). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781849803311.00006>
- Gigerenzer, G., & Selten, R. (2001). Rethinking rationality. In G. Gigerenzer & R. Selten (Hrsg.), *Bounded rationality the adaptive toolbox*. MIT Press. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&AN=78072>
- Gläser, J., & Laudel, G. (2019). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als instrumente rekonstruierender Untersuchungen*. (5. Auflage). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gnach, A., Keel, G., Frei, N. K., Weber, W., Wyss, V., Burger, M., Benecchi, E., Calderara, L., & Mazzoni, P. (2020). *How to Reach Swiss Digital Natives with News. A Qualitative Study* (S. 41). https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/en/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/studie-wie-man-die-digital-natives-der-schweiz-mit-nachrichten-erreicht.pdf.download.pdf/FinalReport_Digital_Natives_Date_En.pdf (Abgerufen 01.08.2022).
- Goffman, E. (2009). *Das Individuum im öffentlichen Austausch: Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung* (R. Wiggershaus, Übers.; 1. Aufl., [Nachdr.]). Suhrkamp.

- Gonser, N. (2018). Zur Bedeutung von Public-Value-Medien für das Publikum: Eine Einleitung. In N. Gonser (Hrsg.), *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien: Public Value aus Publikumssicht*. Springer VS.
- Gonser, N., & Gundlach, H. (2015). Public Value. In J. Krone & T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie* (S. 1563–1583). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_48-1
- Goodman, E. P. (2013). Public service media narratives. In M. E. Price, S. G. Verhulst, & L. Morgan (Hrsg.), *Routledge Handbook of Media Law* (S. 193–317). Routledge. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2182034
- Goodwin, P. (2020). Universal – but not necessarily useful. In P. Savage, M. Medina, & G. F. Lowe (Hrsg.), *Universalism in public service media: Ripe@2019* (S. 37–47). Nordicom.
- Goyanes, M. (2021). Public Service Broadcasting and Democracy: Main Research Topics and Suggestions for the Future. In M. Túnuez-López, F. Campos-Freire, & M. Rodríguez-Castro (Hrsg.), *The Values of Public Service Media in the Internet Society* (S. 3–20). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-56466-7>
- Gransow, C. (2020). A question of value or further restriction? Public value as a core concept. In P. Savage, M. Medina, & G. F. Lowe (Hrsg.), *Universalism in public service media: Ripe@2019* (S. 113–141). Nordicom.
- Groot Kormelink, T., & Costera Meijer, I. (2019). Material and sensory dimensions of everyday news use. *Media, Culture & Society*, 41(5), 637–653. <https://doi.org/10.1177/0163443718810910>
- Gundlach, H. (Hrsg.). (2011a). *Public Value in der Digital- und Internetökonomie*. Halem.
- Gundlach, H. (2011b). Public Value in der Medienökonomie. In H. Gundlach (Hrsg.), *Public Value in der Digital- und Internetökonomie*. Halem.
- Gundlach, H. (2016). Öffentlich-rechtlicher Rundfunk. In J. Krone & T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie* (S. 1–25). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_66-1
- Habermas, J. (1976). Legitimationsprobleme im modernen Staat. In P. G. Kielmansegg (Hrsg.), *Legitimationsprobleme politischer Systeme* (Bd. 7/1976, S. 39–61). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-322-88717-7_2
- Hall, P. A., & Taylor, R. C. R. (1996). Political Science and the Three New Institutionalisms. *Political Studies*, 44(5), 936–957. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1996.tb00343.x>
- Hangartner, S., & Fehlmann, F. (2019). Sprachliches Legitimationsmanagement als Ausweg aus der Krise? Die Wirkung von Legitimationskommunikation auf individuelle Legitimitätsurteile. In J. Krone & A. Gebesmair (Hrsg.), *Zur Ökonomie gemeinwohlorientierter Medien* (1. Auflage, Bd. 15, S. 275–289). Nomos.
- Hasebrink, U. (2009). Lineares und nicht-lineares Fernsehen aus der Zuschauerperspektive: Spezifika, Abgrenzungen und Übergänge. *Hans-Bredow-Institut (Unveröffentlichter Projektbericht)*, 62.

- Hasebrink, U. (2010). Quality Assessments and Patterns of Use. Conceptual and Empirical Approaches to the Audiences of Public Service Media. In G. F. Lowe (Hrsg.), *The public in public service media*. (S. 135–150). Nordicom.
- Hasebrink, U., & Hölig, S. (2020). Audience-Based Indicators for News Media Performance: A Conceptual Framework and Findings from Germany. *Media and Communication*, 8(3), 293–303. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3191>
- Hasse, R. (2013). Soziologische Institutionenanalyse: Grundlagen, Schwerpunkte, Perspektiven. In M. Künzler, F. Oehmer, M. Puppis, & C. Wassmer (Hrsg.), *Medien als Institutionen und Organisationen: Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* (1. Aufl., S. 67–86). Nomos.
- Hasse, R., & Krücken, G. (2009). Neo-institutionalistische Theorie. In G. Kneer & M. Schroer (Hrsg.), *Handbuch Soziologische Theorien* (S. 237–251). VS Verlag für Sozialwissenschaften. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-91600-2_12
- Hasse, R., & Krüger, A. K. (Hrsg.). (2020). *Neo-Institutionalismus: Kritik und Weiterentwicklung eines sozialwissenschaftlichen Forschungsprogramms* (1. Aufl.). transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839443026>
- Heise, N., Loosen, W., Reimer, J., & Schmidt, J.-H. (2014). Including the Audience: Comparing the attitudes and expectations of journalists and users towards participation in German TV news journalism. *Journalism Studies*, 15(4), 411–430. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.831232>
- Held, J. (Hrsg.). (2011). *Was bewegt junge Menschen? Lebensführung und solidarisches Handeln junger Beschäftigter im Dienstleistungsbereich* (1. Aufl.). VS Verl. für Sozialwiss.
- Henderson, D. X., & Green, J. (2014). Using Mixed Methods to Explore Resilience, Social Connectedness, and Re-Suspension Among Youth In A Community-Based Alternative-to-Suspension Program. *International Journal of Child, Youth and Family Studies*, 5(3), 423–446. <https://doi.org/10.18357/ijcyfs.hendersondx.532014>
- Hendy, D. (2013). *Public service broadcasting*. Palgrave Macmillan.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
- Hepp, A. (2021). *Auf dem Weg zur digitalen Gesellschaft: Über die tiefgreifende Mediatisierung der sozialen Welt*. Herbert von Halem Verlag.
- Hesmondhalgh, D. (2019). *The cultural industries* (4th edition). SAGE Publications.
- Hofer, R. L., & Green, S. E. (2016). A Rhetorical Model of Institutional Decision Making: The Role of Rhetoric in the Formation and Change of Legitimacy Judgments. *Academy of Management Review*, 41(1), 130–150. <https://doi.org/10.5465/amr.2014.0330>
- Hollenstein, E. (2020). *Ringier kauft Admeira: Nach vier Jahren zurück auf Feld eins*. Personenlich.Com. <https://www.persoendlich.com/marketing/nach-vier-jahren-zuruck-auf-feld-eins> (Abgerufen 13.08.2020).
- Holt, J., & Sanson, K. (2014). *Connected viewing: Selling, streaming & sharing media in the digital era*. <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=1575959>
- Holtmannspötter, V. E., & Breunig, C. (2018). Massenkommunikation Trends 2018: Öffentlich-rechtliche und private Programm-angebote im Leistungs-vergleich. *Media Perspektiven*, 7/8, 348–365.

- Hopf, C. (2017). Qualitative Interviews—Ein Überblick. In U. Flick, E. von Kardorff, & I. Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung: Ein Handbuch* (12. Auflage, S. 349–360). rowohlt's enzyklopädie im Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Hughes, E. C. (1936). The Ecological Aspect of Institutions. *American Sociological Review*, 1(2), 180–189. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/2084476>
- Hwang, H., & Colyvas, J. A. (2011). Problematising Actors and Institutions in Institutional Work. *Journal of Management Inquiry*, 20(1), 62–66. <https://doi.org/10.1177/1056492610387705>
- IGEM (2023). *Zusammenfassung IGEN Digimonitor 2023*. [https://www.igem.ch/download/Zusammenfassung-Studie-IGEM-Digimonitor-2023_Mediennutzung-Schweiz.pdf?v=1709228498&d=1709289645046] (Abgerufen 20.02.24).
- IGEM (2021). *Zusammenfassung IGEN Digimonitor 2021*. <https://www.igem.ch/digimonitor-studie-mediennutzung/> (Abgerufen 01.08.2022).
- Jarren, O. (2019). Öffentliche Medien als neue Intermediäre der Gesellschaft. Von der Notwendigkeit der Neuinstitutionalisierung öffentlicher Medien. *Jahrbuch für christliche Sozialwissenschaften*, 60(Öffentlich-rechtliche Medien), 63–85.
- Jarren, O., & Donges, P. (2005). Der öffentliche Rundfunk in der Gesellschaft. Begründung, Wandel und Konflikte um eine Leitidee am Beispiel Schweiz. In C.-M. Ridder, W. R. Langenbacher, U. Saxer, & C. Steininger (Hrsg.), *Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer*. (S. 177–195). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenner, M. (2016). Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. *New Media & Society*, 18(2), 257–273. <https://doi.org/10.1177/1461444814541523>
- Jepperson, R. L. (1991). Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism. In W. W. Powell & P. DiMaggio (Hrsg.), *The New institutionalism in organizational analysis* (S. 143–163). University of Chicago Press.
- Johnson, C. (2019). *Online television*. Routledge.
- Jones, B., Jones, R., & Luger, E. (2022). AI 'Everywhere and Nowhere': Addressing the AI Intelligibility Problem in Public Service Journalism. *Digital Journalism*, 10(10), 1731–1755. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2145328>
- Just, N. (2020). Public Perceptions of Public Service in European Media. In J. F. Nussbaum (Hrsg.), *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.894>
- Just, N., Büchi, M., & Latzer, M. (2017a). A Blind Spot in Public Broadcasters' Discovery of the Public: How the Public Values Public Service. *International Journal of Communication*, 11, 20.
- Just, N., Büchi, M., & Latzer, M. (2017b). A Blind Spot in Public Broadcasters' Discovery of the Public: How the Public Values Public Service. *International Journal of Communication*, 11, 992–1011.

- Just, N., & Latzer, M. (2011). Medienpolitik durch Europäische Wettbewerbspolitik: Druck auf öffentlichen Rundfunk durch Beihilfenpolitik—Public-Value-Konzept als Lösungsansatz. In H. Gundlach (Hrsg.), *Public Value in der Digital- und Internetökonomie* (S. 70–100). Halem.
- Just, N., & Latzer, M. (2017). Governance by algorithms: Reality construction by algorithmic selection on the Internet. *Media, Culture & Society*, 39(2), 238–258. <https://doi.org/10.1177/0163443716643157>
- Katzenbach, C. (2018). *Die Regeln digitaler Kommunikation*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19337-9>
- Kelle, U. (2017). Die Integration qualitativer und quantitativer Forschung – theoretische Grundlagen von „Mixed Methods“. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 69(S2), 39–61. <https://doi.org/10.1007/s11577-017-0451-4>
- Kiefer, M.-L. (2010). *Journalismus und Medien als Institutionen*. UVK Verlagsgesellschaft.
- Klopfenstein Frei, N., Wyss, V., Gnach, A., & Weber, W. (2022). “It’s a matter of age”: Four dimensions of youths’ news consumption. *Journalism*, 1(22). <https://doi.org/10.1177/14648849221123>
- Kuckartz, U. (2014). *Mixed Methods: Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren*. Springer VS.
- Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Auflage). Beltz Juventa.
- Kühn, T., & Koschel, K.-V. (2018). *Gruppendiskussionen: Ein Praxis-Handbuch* (2. Auflage). Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Külling, C., Waller, G., Suter, L., Willemse, I., Bernath, J., Skirgaila, P., Streule, P., & Süss, D. (2022). *JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. <https://www.zhaw.ch/de/psychologie/forschung/medienpsychologie/mediennutzung/james/#c205113>
- Kümpel, A. S. (2020). Nebenbei, mobil und ohne Ziel? Eine Mehrmethodenstudie zu Nachrichtennutzung und -verständnis von jungen Erwachsenen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 68(1–2), 11–31. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2020-1-2-11>
- Kümpel, A. S. (2021). Social Media Information Environments and Their Implications for the Uses and Effects of News: The PINGS Framework. *Communication Theory*, 1–20. <https://doi.org/10.1093/ct/qtab012>
- Küng, L. (2013). Innovation, Technology and Organisational Change. Legacy Media’s Big Challenges. In T. Storsul & A. H. Krumsvik (Hrsg.), *Media innovations: A multidisciplinary study of change*. Nordicom : Univeristy of Gothenburg.
- Künzler, M. (2009). *Die Liberalisierung von Radio und Fernsehen: Leitbilder der Rundfunkregulierung im Ländervergleich*. UVK.
- Künzler, M. (2013). *Mediensystem Schweiz*. UVK Verlagsgesellschaft.

- Künzler, M., Oehmer, F., Puppis, M., Wassmer, C., & Symposium zum Thema „Der Institutionenbegriff in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ (Hrsg.). (2013). *Medien als Institutionen und Organisationen: Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*; [... im Frühjahr 2011 ein Symposium zum Thema „Der Institutionenbegriff in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“] (1. Auflage). Nomos.
- Kupferschmitt, V. T., & Müller, T. (2020). ARD/ZDF-Massenkommunikation 2020: Mediennutzung im Intermediavergleich. *Media Perspektiven*, 7–8, 390–409.
- Lamnek, S. (2005). *Gruppendiskussion: Theorie und Praxis* (2., überarb. und erw. Aufl.). Beltz.
- Larsen, H. (2014). The Legitimacy of Public Service Broadcasting in the 21st Century: The Case of Scandinavia. *Nordicom Review*, 35(2), 65–76. <https://doi.org/10.2478/nor-2014-0015>
- Latzner, M., Büchi, M., & Festic, N. (2020). *Internet Use in Switzerland 2011-2019: Trends, Attitudes, Effects. Summary Report from the Word Internet Project—Switzerland*. University of Zurich. https://www.mediachange.ch/media//pdf/publications/SummaryReport_WIP-CH_2019.pdf
- Lepsius, M. R. (2013). *Institutionalisierung politischen Handelns: Analysen zur DDR, Wiedervereinigung und Europäischen Union*. Springer VS.
- Lilleker, D., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2021). Women learn while men talk?: Revisiting gender differences in political engagement in online environments. *Information, Communication & Society*, 24(14), 2037–2053. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1961005>
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. New York: University Press.
- Lotz, A. D. (2017). *Portals: A treatise on internet-distributed television*. Maize Books, an imprint of Michigan Publishing.
- Lowe, G. F. (2016). *PSM in the 21st Century—What Value and Which Values.pdf*. European Broadcast Union.
- Lowe, G. F., & Bardoel, J. (2007). From Public Service Broadcasting to Public Service Media. The Core Challenge. In *From Public Service Broadcasting to Public Service Media: [RIPE@2007]* (S. 9–26). Nordicom.
- Lowe, G. F., & Berg, C. E. (2013). The Funding of Public Service Media: A Matter of Value and Values. *International Journal on Media Management*, 15(2), 77–97. <https://doi.org/10.1080/14241277.2012.748663>
- Lowe, G. F., & Maijanen, P. (2019). Making sense of the public service mission in media: Youth audiences, competition, and strategic management. *Journal of Media Business Studies*, 16(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1553279>
- Lowe, G. F., & Martin, F. (Hrsg.). (2014). *The Value of Public Service Media @Ripe2013*. Nordicom.
- Lowe, G. F., & Savage, P. (2020). Universalism in public service media. Paradoxes, challenges, and development. In P. Savage, M. Medina, & G. F. Lowe (Hrsg.), *Universalism in public service media: Ripe@2019* (S. 11–24). Nordicom.

- Luhmann, N. (1993). *Gibt es in unserer Gesellschaft noch unverzichtbare Normen?* Müller, Jurist. Verl.
- Lüthje, C. (2014). Die Gruppendiskussion in der Kommunikationswissenschaft. In S. Averbek-Lietz & M. Meyen (Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 1–14). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-05723-7_10-1
- Mäder, L. (2020, August 28). Die Politik hat es nicht geschafft, das Profil der SRG entscheidend zu schärfen. Darin hat sie versagt. *NZZ*, 10.
- Marschlich, S., & Ingenhoff, D. (2021). The role of public relations in corporate diplomacy: How relationship cultivation increases organizational legitimacy. *Journal of Public Relations Research*, 21.
- Martin, F., & Lowe, G. F. (2014). The Value and Values of Public Service Media. In G. F. Lowe & F. Martin (Hrsg.), *The Value of Public Service Media* (S. 19–40). Nordicom.
- Mayer, H. O. (2013). *Interview und schriftliche Befragung: Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung* (6., überarbeitete Auflage). Oldenbourg Verlag.
- Mazzucato, M., Conway, R., Mazzoli, E. M., Knoll, E., & Albala, S. (2020). *Creating and measuring dynamic public value at the BBC* [Policy Report]. UCL Institute for Innovation and Public Purpose (IIPP). <https://www.ucl.ac.uk/bartlett/public-purpose/publications/2020/dec/creating-and-measuring-dynamic-public-value-bbc> (Abgerufen 09.02.2021).
- McKittrick, B. (2020). „Let’s Play“ Communities: Definitions, Evolution, and Economies. *Extended Abstracts of the 2020 Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, 8–9. <https://doi.org/10.1145/3383668.3419952>
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. Sage Publications.
- Medienwoche. (2021). *Warum sich die Online-Werbung neu erfinden muss*. <https://medienwoche.ch/2021/07/01/warum-sich-die-online-werbung-neu-erfinden-muss/> (Abgerufen 18.07.2022).
- Meyer, J. W. (2017). Reflections on Institutional Theories of Organizations. In R. Greenwood, C. Oliver, T. Lawrence, & R. Meyer, *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism* (S. 831–852). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446280669.n33>
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340–363. JSTOR.
- Meyer, R. E. (2019). A Processual View on Institutions A Note from a Phenomenological Institutional Perspective. In T. Reay, T. B. Zilber, A. Langley, & H. Tsoukas (Hrsg.), *Institutions and Organizations: A process view* (S. 33–41). Oxford University Press. mit
- Meyer, R. E., Jancsary, D., & Höllerer, M. A. (2020). Sinnprovinzen, Leitideen, institutionelle Logiken. Regionalisierte Bedeutungszonen in der neo-institutionalistischen Organisationsforschung. In R. Hasse & A. K. Krüger (Hrsg.), *Neo-Institutionalismus: Kritik und Weiterentwicklung eines sozialwissenschaftlichen Forschungsprogramms* (1. Aufl., S. 101–136). transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839443026>

- Meyer, R. E., Jancsary, D., & Höllerer, M. A. (2021). Zones of Meaning, Leitideen, Institutional Logics – and Practices: A Phenomenological Institutional Perspective on Shared Meaning Structures. In M. Lounsbury, D. A. Anderson, & P. Spee (Hrsg.), *On Practice and Institution: Theorizing the Interface* (Bd. 70, S. 161–186). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S0733-558X20200000070005>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis a methods sourcebook*.
- Mitschka, K., & Unterberger, K. (Hrsg.). (2018). *Public Open Space: Zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien. 55 Beiträge aus österreichischer und internationaler Wissenschaft zur Medienzukunft* (1. Auflage). Facultas.
- Moe, H. (2011). Defining public service beyond broadcasting: The legitimacy of different approaches. *International Journal of Cultural Policy*, 17(1), 52–68. <https://doi.org/10.1080/10286630903049912>
- Moe, H., & Van den Bulck, H. (2014). Comparing „Public Value“ as a Media Policy Term in Europe. In G. F. Lowe & F. Martin (Hrsg.), *The Value of Public Service Media* (S. 57–66). Nordicom.
- Moe, H., & Ytre-Arne, B. (2022). The Democratic Significance of Everyday News Use: Using Diaries to Understand Public Connection over Time and beyond Journalism. *Digital Journalism*, 10(1), 43–61. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1850308>
- Molyneux, L. (2018). Mobile News Consumption: A habit of snacking. *Digital Journalism*, 6(5), 634–650. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1334567>
- Moore, M. H. (2000). *Creating public value: Strategic management in government* (5. print). Harvard Univ. Press.
- Moore, M. H. (2013). *Recognizing public value*. Harvard University Press.
- Münter Lassen, J. (2020). Multichannel strategy, universalism, and the challenge of audience fragmentation. In P. Savage, M. Medina, & G. F. Lowe (Hrsg.), *Universalism in Public Service Media: Ripe@2019* (S. 91–112). Nordicom.
- Napoli, P. M. (1999). Deconstructing the diversity principle. *Journal of Communication*, 49(4), 7–34. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02815.x>
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
- Neuberger, C. (2014). Die Identität und Qualität des Journalismus im Internet aus der Sicht des Publikums. In W. Loosen & M. Dohle (Hrsg.), *Journalismus und (sein) Publikum* (S. 229–251). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19821-7_13
- Neuhaus, C. (2022, Juli 6). Die SRG muss sparen, doch sie spart nicht wirklich. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/schweiz/die-srg-muss-sparen-doch-sie-spart-nicht-wirklich-ld.1692130>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. *Reuters Digital News Report*, 156.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Digital News Report 2022* (11th Editionn). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf

- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 20 20*. 112.
- Newman, N., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021* (10th Edition). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf
- Nissen, C. S. (2006). *Public service media in the information society* [Report prepared for the Group of Specialists on Public Service Broadcasting in the Information Society (MC-S-PSB)]. <https://rm.coe.int/1680483b2f>
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance*. Cambridge University Press. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&AN=510978>
- Ofcom. (2017a). *OFCOM - PSB Data Tables 2017*. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/112506/psb-2017-data-tables.pdf (Abgerufen 15.06.2020).
- Ofcom. (2017b). *OFCOM Adult Media Questionnaire 2017*. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0017/102770/adult-media-lit-questionnaire-2017.pdf (Abgerufen 30.07.2018).
- ORF. (2019). *ORF Jahrestudie—Allianzen, Kooperationen, Plattformen. Gemeinwohl-orientierte Medienqualität in der Netzwerkgesellschaft*. ORF. https://zukunft.orf.at/rte/upload/download/2019/jahresstudie_1819.pdf (Abgerufen 08.10.2019).
- Parsons, T. (1956). Suggestions for a Sociological Approach to the Theory of Organizations-I. *Administrative Science Quarterly*, 1(1), 63–85. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/2390840>
- Parsons, T. (1990). Prolegomena to a Theory of Social Institutions. *American Sociological Review*, 55(3), 319–333. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/2095758>
- Persönlich. (2018). *Abstimmungssonntag No Billag: SRG will 100 Millionen Franken sparen*. <https://www.persoendlich.com/medien/srg-will-100-millionen-franken-sparen> (Abgerufen 09.03.2022).
- Persönlich. (2020). *MediaBrand-Studie: Vor allem SRG-Medien punkten in der Coronakrise*. Persoendlich.Com. <https://www.persoendlich.com/medien/vor-allem-srg-medien-punkten-in-der-coronakrise> (Abgerufen 12.05.2021).
- Persönlich. (2022). *Gebühren: SVP macht ernst mit Initiative gegen SRG*. Persoendlich.Com. <https://www.persoendlich.com/medien/svp-macht-ernst-mit-initiative-gegen-srg> (Abgerufen 07.02.2022).
- Picard, R. G. (2006). Journalism, Value Creation and the Future of News Organizations. *Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy. Research Paper Series. Harvard University., Research Paper R-27*. https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/r27_picard.pdf (Abgerufen 02.12.2021).
- Picard, R. G. (2010). *Value creation and the future of news organizations: Why and how journalism must change to remain relevant in the twenty-first century*. Media XXI.
- Picone, I., & Vandenplas, R. (2022). Windows to the World: Imagining Flemish News Audiences and Their Views on Society through the Lens of News Repertoires. *Digital Journalism*, 10(1), 87–108. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1972323>
- Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>

- Price, M. E., & Raboy, M. (2003). *Public Service Broadcasting in Transition A Documentary Reader*. Wolters Kluwer Law International. <http://public.eblib.com/choice/PublicFullRecord.aspx?p=6490820>
- Puppis, M. (2010). Modelle der Medienregulierung. In *Einführung in die Medienpolitik* (2., überarb. Aufl.). UVK Verl.-Ges.
- Puppis, M., & Ali, C. (2023a). Introduction. Contribution to society and public service media's neoliberal dilemma. In M. Puppis & C. Ali (Hrsg.), *Public Service Media's Contribution to Society: RIPE@2021*. Nordicom, University of Gothenburg. <http://urn.n.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:norden:org:diva-12837>
- Puppis, M., & Ali, C. (2023b). *Public Service Media's Contribution to Society: RIPE@2021*. <https://doi.org/10.48335/9789188855756>
- Reckwitz, A. (2018). Die Gesellschaft der Singularitäten. In H. Busche, T. Heinze, F. Hillebrandt, & F. Schäfer (Hrsg.), *Kultur—Interdisziplinäre Zugänge* (S. 45–62). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21050-2_2
- Reiter, G., Gonser, N., Grammel, M., & Gründl, J. (2018). Young Audiences and their Valuation of Public Service Media. In G. F. Lowe, K. Donders, & H. Van den Bulck (Hrsg.), *Public service media in the networked society: RIPE@2017* (S. 211–226). Nordicom.
- Robinson, O. C. (2014). Sampling in Interview-Based Qualitative Research: A Theoretical and Practical Guide. *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), 25–41. <https://doi.org/10.1080/14780887.2013.801543>
- Rodríguez-Castro, M., Noonan, C., & Ramsey, P. (2021). Public Service Media Interventions: Risk and the Market. In M. Túniz-López, F. Campos-Freire, & M. Rodríguez-Castro (Hrsg.), *The Values of Public Service Media in the Internet Society* (S. 173–192). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-56466-7>
- Ruoff, R. (2020). *Total digital: SRF will sich innert drei Jahren neu erfinden*. Medienwoche. <https://medienwoche.ch/2020/08/26/total-digital-srf-will-sich-in-drei-jahren-n-eu-erfinden/> (Abgerufen 25.08.2020).
- Sandhu, S. (2012). *Public Relations und Legitimität: Der Beitrag des organisationalen Neo-Institutionalismus für die PR-Forschung*. Springer VS.
- Savage, P., Medina, M., & Lowe, G. F. (Hrsg.). (2020). *Universalism in public service media: Ripe@2019*. Nordicom.
- Saxer, U. (1980). Grenzen der Publizistikwissenschaft. Wissenschaftliche Reflexionen zur Zeitungs-/Publizistik-/Kommunikationswissenschaft seit 1945. *Publizistik*, 25(4), 525–543.
- Saxer, U. (2005). Bauvorhaben, Bausteine und Rohbau einer Theorie des öffentlichen Rundfunks. In M.-L. Kiefer & C.-M. Ridder (Hrsg.), *Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Festschrift für Marie Luise Kiefer* (1. Aufl., S. 13–38). VS, Verlag für Sozialwissenschaften.

- Scannel, P. (2005). The Meaning of Broadcasting in the Digital Era. In G. F. Lowe & P. Jauert (Hrsg.), *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting: Ripe@2005* (S. 129–143). Nordicom. https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/ripe_2005_cultural_dilemmas_in_public_service_broadcasting.pdf?file=1&type=node&id=10243&force=0
- Schäfer, B. (2017). Gruppendiskussion. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch* (2., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage). UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Schmidt, J.-H., Merten, L., Hasebrink, U., Petrich, I., & Rolfs, A. (2019). How Do Intermediaries Shape News-Related Media Repertoires and Practices? Findings From a Qualitative Study. *International Journal of Communication*, 13, 853–873.
- Schmidt, J.-H., Sørensen, J., Dreyer, S., & Hasebrink, U. (2018). Wie können Empfehlungssysteme zur Vielfalt von Medieninhalten beitragen? *Media Perspektiven*, 11, 522–531.
- Schulz, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2019). *Old, Educated, and Politically Diverse: The Audience of Public Service News*. 38.
- Schwaiger, L., Vogler, D., & Eisenegger, M. (2022). Change in News Access, Change in Expectations? How Young Social Media Users in Switzerland Evaluate the Functions and Quality of News. *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612211072787>
- Schwarz, S. H. (2007). Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. In R. Jowell & Centre for Comparative Social Surveys (Great Britain) (Hrsg.), *Measuring attitudes cross-nationally: Lessons from the European Social Survey* (S. 169–203). SAGE.
- Schweizer, C. (2019). Öffentliche Rundfunkorganisationen als Media Commons?: Vorschlag eines neuen Leitbegriffs und vergleichende Analyse in 16 Ländern. *Nomos*. <https://doi.org/10.5771/9783748901471>
- Schweizer, C., & Puppis, M. (2018). Public Service Media in the ‘Network’ Era. A Comparison of Remits, Funding, and Debate in 17 countries. In G. F. Lowe, H. Van den Bulck, & K. Donders (Hrsg.), *Public service media in the networked society: RIPE@2017* (S. 16).
- Scott, W. R. (2014). *Institutions and Organizations: Ideas, Interests, and Identities* (Fourth edition). SAGE.
- Sehl, A. (2020). Public Service Media in a Digital Media Environment: Performance from an Audience Perspective. *Media and Communication*, 8(3), 359–372. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3141>
- Sehl, A., Fletcher, R., & Picard, R. G. (2020). Crowding out: Is there evidence that public service media harm markets? A cross-national comparative analysis of commercial television and online news providers. *European Journal of Communication*, 35(4), 389–409. <https://doi.org/10.1177/0267323120903688>
- Selznick, P. (1957). *Leadership in Administration: A Sociological Interpretation*. Harper & Row.
- Selznick, P. (1996). Institutionalism „Old“ and „New“. *Administrative Science Quarterly*, 41(2), 270–277. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/2393719>

- Siegert, G., Rimscha, M. B. von, & Sommer, C. (2013). Unterhaltung als öffentlich-rechtlicher Auftrag. *ORF Jahresstudie 2013*, 90.
- Simon, H. A. (1956). Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review*, 63(2), 129–138. <https://doi.org/10.1037/h0042769>
- Sørensen, J. K. (2020). Personalised universalism in the age of algorithms. In P. Savage, M. Medina, & G. F. Lowe (Hrsg.), *Universalism in public service media: Ripe@2019* (S. 191–205). Nordicom.
- Sørensen, J. K., & Van den Bulck, H. (2020). Public service media online, advertising and the third-party user data business: A trade versus trust dilemma? *Convergence*, 26(2), 421–447. <https://doi.org/10.1177/1354856518790203>
- SRF (2020a). *Clip «SRF 2024»*. <https://www.srf.ch/play/tv/srf-unternehmen/video/clip-srf-2024-zum-herunterladen-auf-play-srf-oeffnen?id=852c7bd5-67fe-40ec-8a9a-d5c492b4c4eb>
- SRF (2020b). «SRF 2024»—Aufbruch in die digitale Zukunft. Schweizer Radio und Fernsehen (SRF). <https://www.srf.ch/unternehmen/unternehmen/srf-2024-aufbruch-in-die-digitale-zukunft> (Abgerufen 15.02.2022).
- SRG Aargau Solothurn. (2022). *SRF 2024: Die Trägerschaft begleitet und schaut hin*. Newsletter Off the record. <https://www.srgd.ch/de/regionen/srg-aargau-solothurn/newsletter-uebersicht/off-the-record/record-newsletter-12/> (Abgerufen 28.03.2022)
- SRG SSR. (2019a). *Beitrag an die Gesellschaft—Bericht über den Austausch zum «Public Value» (Phase 1)*. https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/publikationen/Public_Value/2019-09-19_Bericht-Public_value-Phase_1_de.pdf (Abgerufen 30.09.2019).
- SRG SSR. (2019b). *Tpc zurück unter dem SRF-Dach*. <https://www.srgd.ch/de/aktuelles/news/2019/07/04/tpc-zuruck-unter-dem-srf-dach/> (Abgerufen 19.07.2022).
- SRG SSR. (2020). *SRG SSR Unternehmensstrategie 2019—2020* [Strategiepapier]. https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/Organisation/SRG_SSR_Unternehmensstrategie.pdf (Abgerufen 20.05.2020).
- SRG SSR. (2022a). *Organisation | SRG SSR*. Organisation. <https://www.srgssr.ch/de/wer-wir-sind/organisation> (Abgerufen 15.02.2022).
- SRG SSR. (2022b). *Tochtergesellschaften und Beteiligungen der SRG SSR*. <https://www.srgssr.ch/de/wer-wir-sind/organisation/tochtergesellschaften-und-beteiligungen> (Abgerufen 15.02.2022).
- SRG SSR. (2024a). *Public Value*. <https://publicvalue.srgssr.ch/> (Abgerufen 02.03.2024).
- SRG SSR. (2024b). *Über Public Value*. SRG SSR. <https://publicvalue.srgssr.ch/ueber-public-value/> (Abgerufen 02.03.2024).
- Stadler, R. (2015). Fernsehabgabe wird die SRG mit einem härteren Gegenwind. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/meinung/kommentare/schuss-vor-den-srg-bug-1.18562085> (Abgerufen 11.08.2020).
- Stadler, R. (2020). Interview Gilles Marchand. *Neue Zürcher Zeitung*. <https://www.nzz.ch/feuilleton/medien/gilles-marchand-wenn-es-drauf-ankommt-wollen-sich-die-leute-bei-uns-versammeln-ld.1556325> (Abgerufen 12.08.2020).

- Steemers, J. (2015). Broadcasting is Dead. Long Live Television. Perspectives from Europe. In J. Trappel, J. Steemers, & B. Thomass (Hrsg.), *European media in crisis: Values, risks and policies* (S. 64–81). Routledge.
- Strangelove, M. (2015). *Post-TV: Piracy, cord-cutting, and the future of television*. University of Toronto Press.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571–610.
- Suddaby, R., Bitektine, A., & Haack, P. (2017). Legitimacy. *Academy of Management Annals*, 11(1), 451–478. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0101>
- Süssenbacher, D. (2011). Public Value als Selbstdarstellung und Inszenierung. In M. Karmasin, D. Süssenbacher, & N. Gonser (Hrsg.), *Public Value: Theorie und Praxis im internationalen Vergleich* (1. Auflage, S. 155–169). VS Verlag.
- Suter, L., Waller, G., Bernath, J., Külling, C., Willemse, I., & Süss, D. (2018). *Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2018* (S. 83). Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften.
- Sveningsson, M. (2015). “It’s Only a Pastime, Really”: Young People’s Experiences of Social Media as a Source of News about Public Affairs. *Social Media + Society*, 1(2), 2056305115604855. <https://doi.org/10.1177/2056305115604855>
- Swart, J. (2021). Tactics of news literacy: How young people access, evaluate, and engage with news on social media. *New Media & Society*, 14614448211011447. <https://doi.org/10.1177/14614448211011447>
- Swart, J., Groot Kormelink, T., Costera Meijer, I., & Broersma, M. (2022). Advancing a Radical Audience Turn in Journalism. Fundamental Dilemmas for Journalism Studies. *Digital Journalism*, 10(1), 8–22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2024764>
- Syvertsen, T. (2020). *Digital detox: The politics of disconnecting*. Emerald Publishing.
- Taddicken, M. (2013). Online-Befragung. In W. Möhring & D. Schlütz (Hrsg.), *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-18776-1>
- Taipale, S., Oinas, T., & Karhinen, J. (2021). Heterogeneity of traditional and digital media use among older adults: A six-country comparison. *Technology in Society*, 66, 101642. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101642>
- Tamboer, S. L., Kleemans, M., & Daalmans, S. (2020). ‘We are a neeeew generation’: Early adolescents’ views on news and news literacy. *Journalism*, 1464884920924527. <https://doi.org/10.1177/1464884920924527>
- Taylor, G., & Thomass, B. (2017). Sports rights and public service media/public broadcasting: Case studies on economic and political implications. *International Communication Gazette*, 79(2), 111–119. <https://doi.org/10.1177/1748048516689190>
- Thornton, P. H., Ocasio, W., & Lounsbury, M. (2012). *The institutional logics perspective: A new approach to culture, structure, and process*. Oxford University Press.
- Tost, L. P. (2011). An Integrative Model of Legitimacy Judgments. *Academy of Management Review*, 36(4), 686–710. <https://doi.org/10.5465/amr.2010.0227>

- Trappel, J. (2014). What Media Value? Theorising on Social Values and Testing in Ten Countries. In G. F. Lowe & F. Martin (Hrsg.), *The Value of Public Service Media* (S. 127–144). Nordicom.
- Trappel, J., & Tomaz, T. (2021). *The Media for Democracy Monitor 2021 (Vol. 1): How Leading News Media Survive Digital Transformation*. 520. <https://doi.org/10.48335/9789188855404>
- Tresch, A., Lauener, L., & Scaperrotta, L. (2018). *VOTO-Studie zur eidgenössischen Volks- abstimmung vom 4. März 2018*. 38.
- Tsfati, Y., Meyers, O., & Peri, Y. (2006). What is good journalism? Comparing Israeli public and journalists' perspectives. *Journalism*, 7(2), 152–173. <https://doi.org/10.1177/1464884906062603>
- Turner, G., & Tay, J. (Hrsg.). (2009). *Television studies after TV: Understanding television in the post- broadcast era*. Routledge.
- UVEK, E. D. für U., Verkehr, Energie und Kommunikation. (2016, Oktober 6). *UVEK - Admeira: UVEK nimmt Urteile des Bundesverwaltungsgerichts zur Kenntnis*. Medienmitteilungen. <https://www.uvek.admin.ch/uvek/de/home/uvek/medien/medienmitteilungen.msg-id-64049.html> (Abgerufen 13.08.2020).
- UVEK, E. D. für U., Verkehr, Energie und Kommunikation. (2018a). «No Billag»-Initiative (Volksinitiative «Ja zur Abschaffung der Radio- und Fernsehgebühren»). <https://www.uvek.admin.ch/uvek/de/home/uvek/abstimmungen/no-billag-initiative.html> (Abgerufen 08.06.2020).
- UVEK, E. D. für U., Verkehr, Energie und Kommunikation. (2018b). *Service public bei Radio und Fernsehen*. <https://www.uvek.admin.ch/uvek/de/home/uvek/abstimmungen/no-billag-initiative/service-public-radio-fernsehen.html> (Abgerufen 27.07.2022).
- Van den Bulck, H., & Moe, H. (2018). Public service media, universality and personalisation through algorithms: Mapping strategies and exploring dilemmas. *Media, Culture & Society*, 40(6), 875–892. <https://doi.org/10.1177/0163443717734407>
- Van den Bulck, H., & Tambuyser, S. (2013). Collisions of convergence: Flemish news workers' and management's perceptions of the impact of PSB newsroom integration on journalistic practices and identities. *the International Communication Gazette*, 75(1), 54–75.
- Van Dijck, J. (2020). Seeing the forest for the trees: Visualizing platformization and its governance. *New Media & Society*, 1461444820940293. <https://doi.org/10.1177/1461444820940293>
- van Dijck, J., & Poell, T. (2015). Making Public Television Social? Public Service Broadcasting and the Challenges of Social Media. *Television & New Media*, 16(2), 148–164. <https://doi.org/10.1177/1527476414527136>
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society*. Oxford University Press.
- Van Eimeren, B. (2019). *EBU Core Values und ARD-Wertesystem*. 11.
- Van Eimeren, V. B., & Egger, A. (2018). Die ARD aus Sicht der Bevölkerung: Reichweiten und Wert des ARD-Medienverbunds. *Media Perspektiven*, 10, 462–475.

- Vanhaeght, A.-S. (2019). The need for not more, but more socially relevant audience participation in public service media. *Media, Culture & Society*, 41(1), 120–137. <https://doi.org/10.1177/0163443718798898>
- Vanhaeght, A.-S., & Donders, K. (2021). Audience participation in public service media. From an instrumental to a purposeful vision. *adComunica*, 45–70. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.4>
- Vaterlaus, J. M., & Winter, M. (2021). TikTok: An exploratory study of young adults' uses and gratifications. *The Social Science Journal*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/03623319.2021.1969882>
- Vester, H.-G. (2009). *Kompodium der Soziologie. 1: Grundbegriffe* (1. Aufl.). VS Verl. für Sozialwiss.
- Villi, M., Aharoni, T., Tenenboim-Weinblatt, K., Boczkowski, P. J., Hayashi, K., Mitchellstein, E., Tanaka, A., & Kligler-Vilenchik, N. (2022). Taking a Break from News: A Five-nation Study of News Avoidance in the Digital Era. *Digital Journalism*, 10(1), 148–164. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1904266>
- von Wyl, B. (2022). *SRF setzt auf lineares Jugendlradio*. Medienwoche. <https://medienwoche.ch/2022/03/31/srf-setzt-auf-lineares-jugendlradio/> (Abgerufen 31.03.2022).
- Walgenbach, P., & Meyer, R. E. (2008). *Neoinstitutionalistische Organisationstheorie*. Verlag W. Kohlhammer.
- Waller, G., Willemse, I., Genner, S., Suter, L., & Süss, D. (2016). *Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2016* (S. 80). Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften.
- Ward, D. (2008). The European Commission's state aid regime and PSB. In D. Ward (Hrsg.), *The European Union and the culture industries: Regulation and the public interest* (S. 59–80). Ashgate.
- Webb, J. W., Tihanyi, L., Ireland, R. D., & Sirmon, D. G. (2009). You Say Illegal, I Say Legitimate: Entrepreneurship in the Informal Economy. *Academy of Management Review*, 34(3), 492–510. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40632826>
- Weik, E. (2020). Was ist eine Institution? Der organisationale Institutionenbegriff zwischen Pornographie und Fußball. In R. Hasse & A. K. Krüger (Hrsg.), *Neo-Institutionalismus: Kritik und Weiterentwicklung eines sozialwissenschaftlichen Forschungsprogramms* (1. Aufl., S. 35–52). transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/978383839443026>
- Woodstock, L. (2014). The news-democracy narrative and the unexpected benefits of limited news consumption: The case of news resisters. *Journalism*, 15(7), 834–849. <https://doi.org/10.1177/1464884913504260>
- Wunderlich, L., Hölig, S., & Hasebrink, U. (2022). Does Journalism Still Matter? The Role of Journalistic and non-Journalistic Sources in Young Peoples' News Related Practices. *The International Journal of Press/Politics*, 19401612211072547. <https://doi.org/10.1177/19401612211072547>
- Yle. (2020). *For all of us, for each of us – Yle's strategy* [Text]. Yle. <https://yle.fi/aihe/strategy>

Zillich, A. F., Riesmeyer, C., Magin, M., Müller, K. F., Pfaff-Rüdiger, S., Rothenberger, L., & Sehl, A. (2016). Werte und Normen als Sollensvorstellungen in der Kommunikationswissenschaft: Ein Operationalisierungsvorschlag. *Publizistik*, 61(4), 393–411. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0286-4>