SUPRIO

Changements géopolitiques : quelles conséquences sur les hautes écoles ?

Geopolitische Veränderungen: Welche Folgen für die Hochschulen?

« L’expertise scientifique dans un environnement médiatique numérique et saturé (et sous tension) ».

Gilles Marchand

SUPRIO Tagung | Journée SUPRIO
6.11.2025, Berne

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

PART 1. LE CONSTAT

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

A. POLARISATION

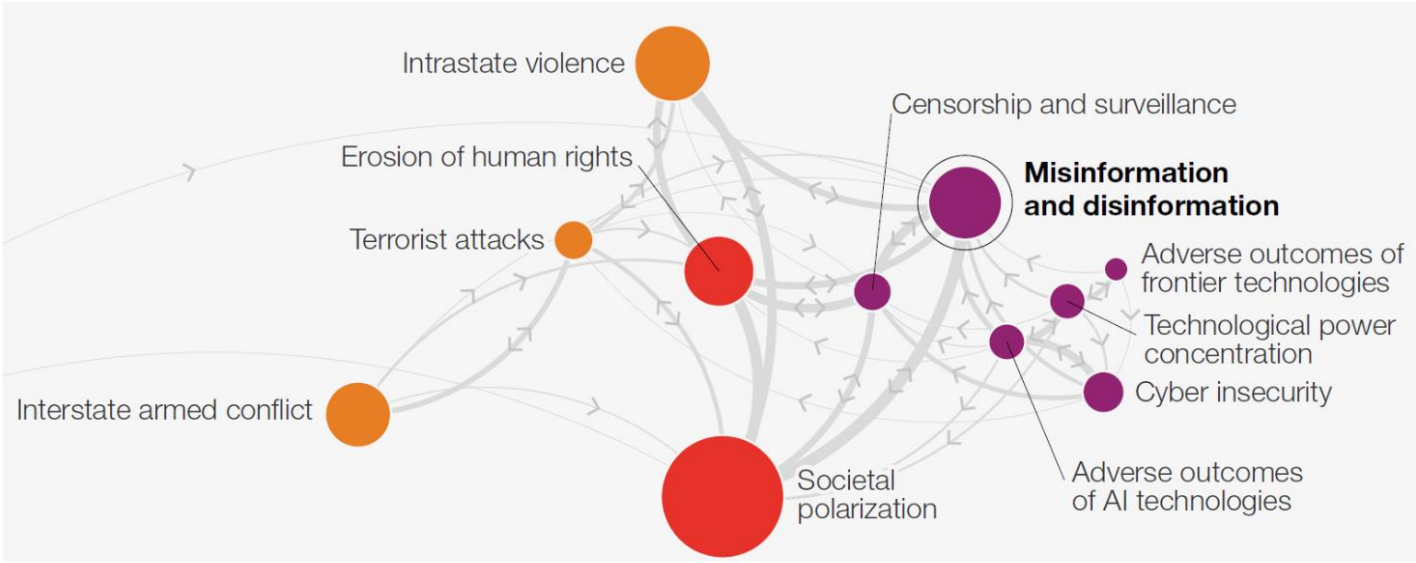
UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

RISKS FROM POLARIZATION

POLARIZATION IS PERCEIVED AS A SEVERE GLOBAL RISK

Global Risks by severity in the next 2 years
(Perceptions, 2023-24)

Global Risk Landscape Map
(Perceptions, 2023-24)



INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

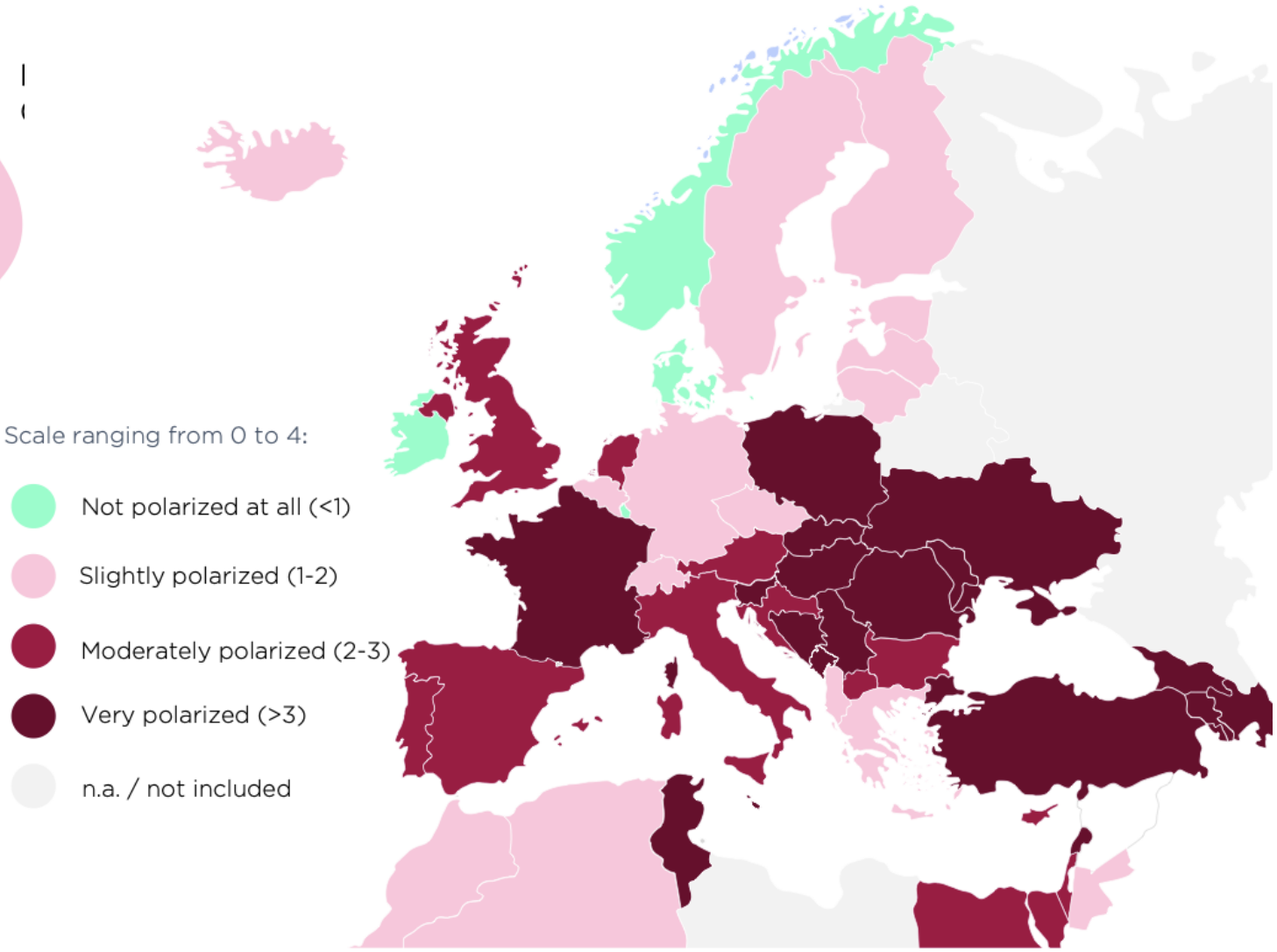
Source; EBU based on WEF Global Risks Report 2024.
EBU Media Intelligence Service – PSM and Polarization

POLARISATION

+61%

increase of political polarization in Europe 2014-2024

Political polarization in the EBU area (2024)

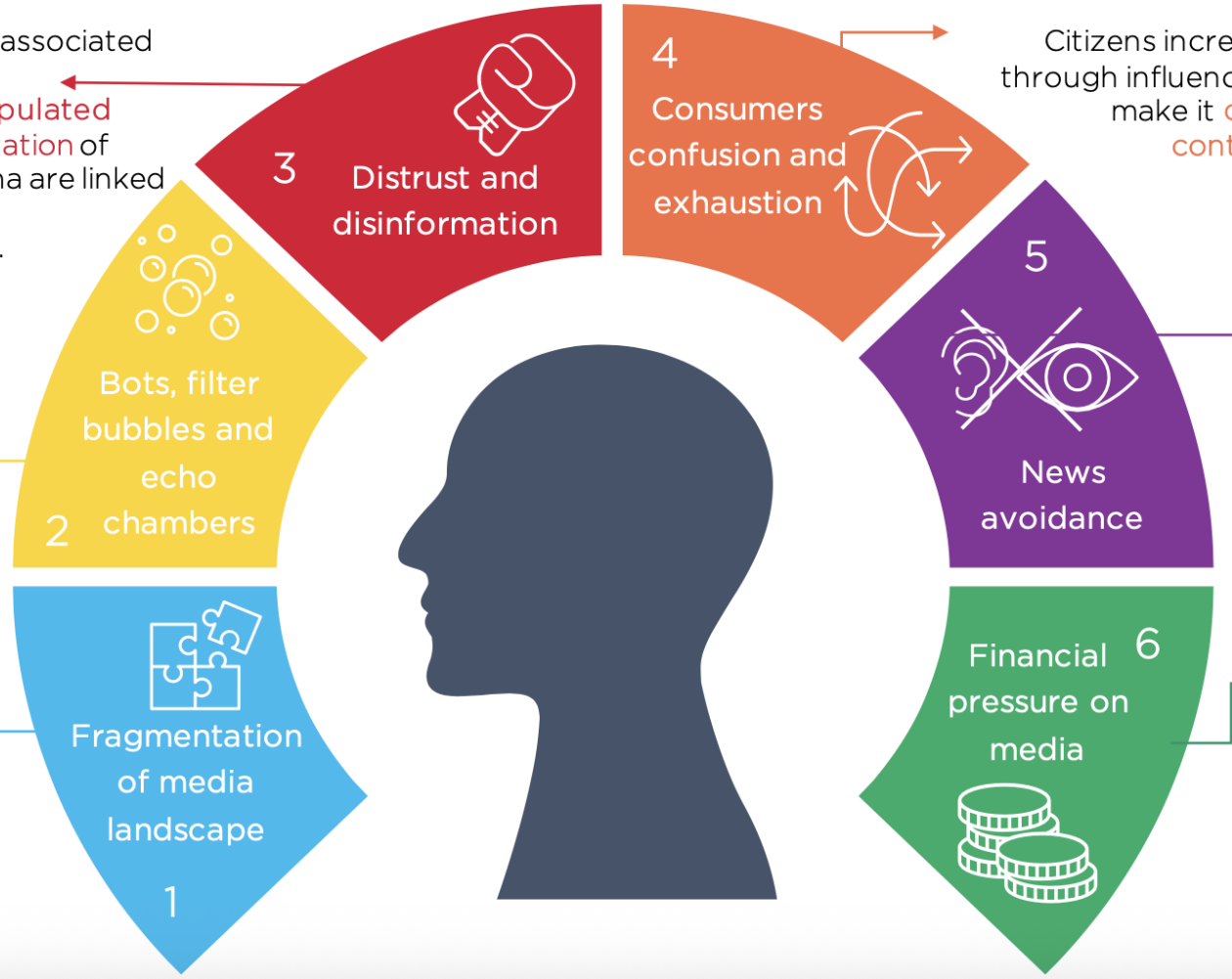


Source: EBU based on V-Dem

EBU Media Intelligence Service – Trust in Media

THE DRIVERS OF POLARIZATION

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE



Falling trust in media is closely associated with polarization. Distrust and circulation of manipulated information affect the interpretation of information. The two phenomena are linked as resilience to disinformation is lower where distrust is higher.

Citizens increasingly consume news through influencers or platforms which make it difficult to source and contextualize information.

Algorithmic news selection traps people in echo chambers and filter bubbles. Besides, bots and algorithms can amplify marginal polarizing voices.

An increasing proportion of citizens stay away from news. Without a consistent understanding of the political, social, and economic context, these people are no longer exposed to cross-cutting ideas and are vulnerable to manipulation.

Due to the proliferation of news media, people enjoy an increased choice, often qualified as hyperchoice. They can select confirming or like-minded sources of news and isolate themselves in enclaves of like-minded opinions.

Economic pressure on media outlets and the online advertising ecosystem prompt profit maximizing strategies, including clickbait and sensationalism, which polarize reporting.

POLARISATION

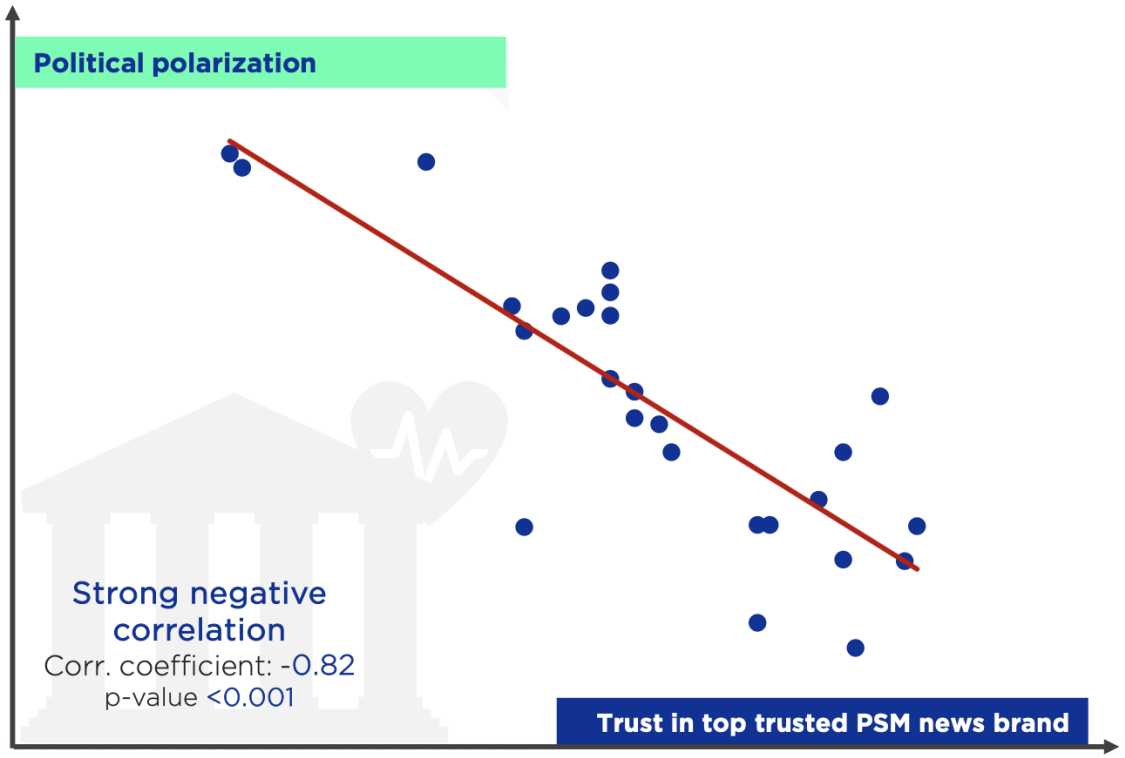
TOOLS TO COMBAT POLARIZATION

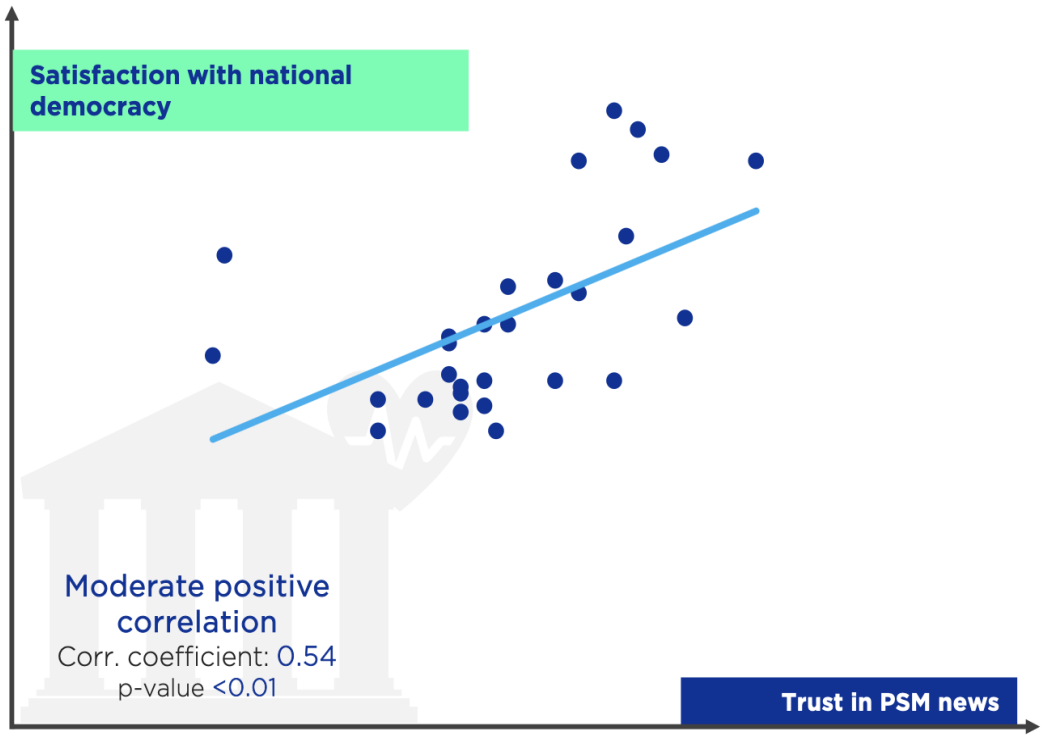
UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

PSM CAN SERVE AS AN ANTIDOTE TO POLARIZATION





Source: EBU based on Reuters Institute Digital News Report 2025 and V-Dem 2025

EBU Media Intelligence Service – Trust in Media

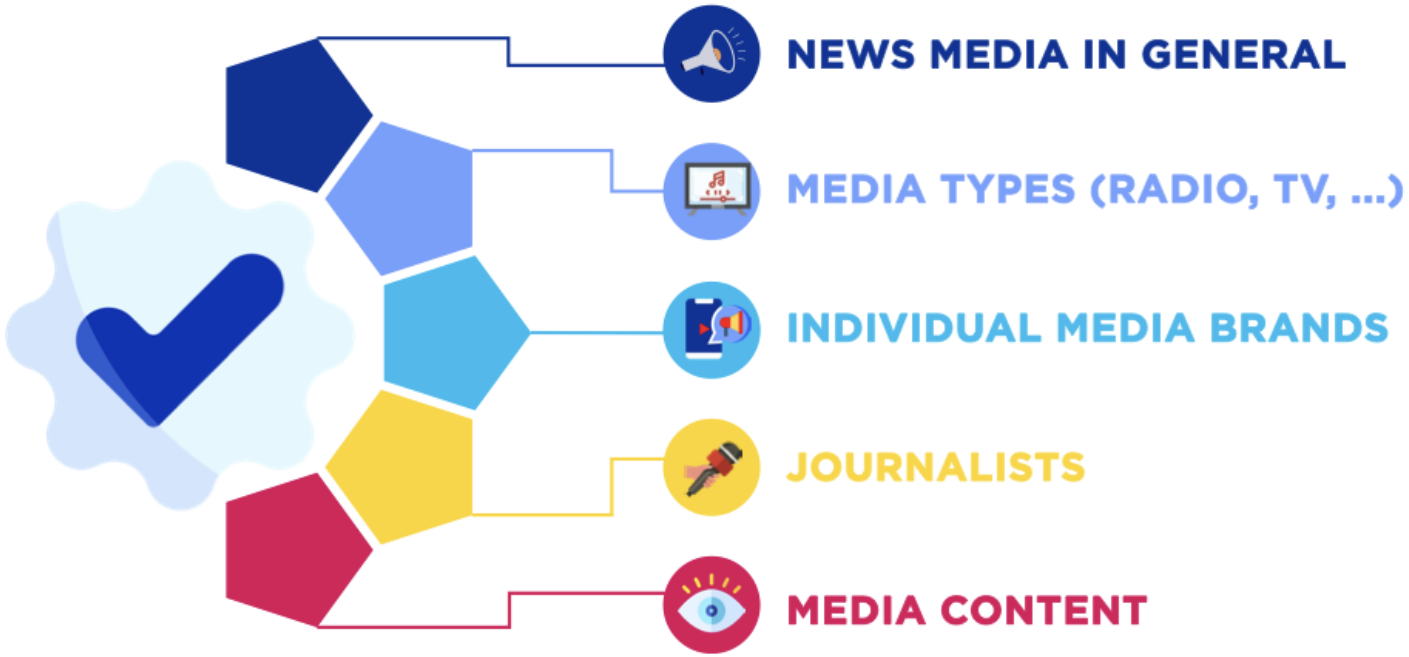
INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

Source: EBU based on Reuters Institute Digital News Report 2025 and Standard Eurobarometer 102 2024

EBU Media Intelligence Service – Trust in Media

B. TRUST

Levels of analysis of people's trust in the media (Strömbäck et al., 2020)



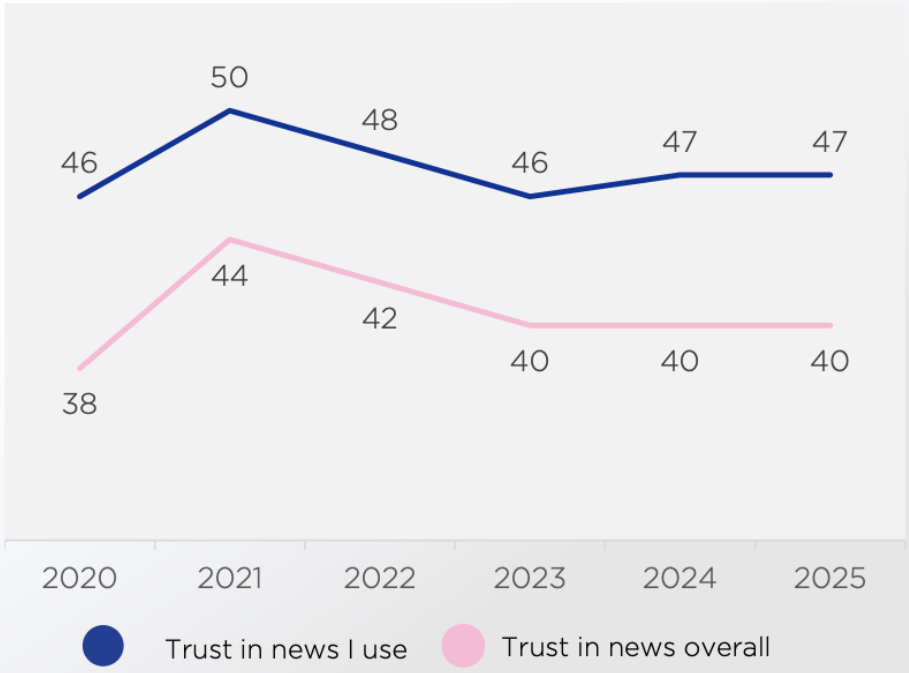
EBU
OPERATING EUROVISION AND EURORADIO

Source: EBU. Icon by Freepik, BZZRINCANTATION, kliwir_art, surang
EBU Media Intelligence Service – Trust in Media

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

GLOBALLY SEEN, TRUST IN NEWS STAGNATES

Trust in news worldwide: Five-year-evolution
(in % of online population, 2020-2025)



only 4 in 10
people trust most of the news most of the time

From a global perspective, trust in news overall has fallen slightly after peaking in 2021 at the height of the COVID-19 pandemic, but remained stable at 40% over the last three years. Also, trust in news people themselves use has remained rather stagnant over the past years. However, compared to five years ago, both trust in news overall as well as trust in news people themselves use have increased slightly.

Worldwide, Finland is the country with the highest levels of trust in news (67%) according to the Reuters Institute Digital News Report, whereas Greece and Hungary (22% each) score at the bottom.

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

EBU
OPERATING EUROVISION AND EURORADIO

Source: EBU based on Reuters Institute Digital News Report
Note: Number of worldwide markets included grew from 40 in 2020 to 48 in 2025.

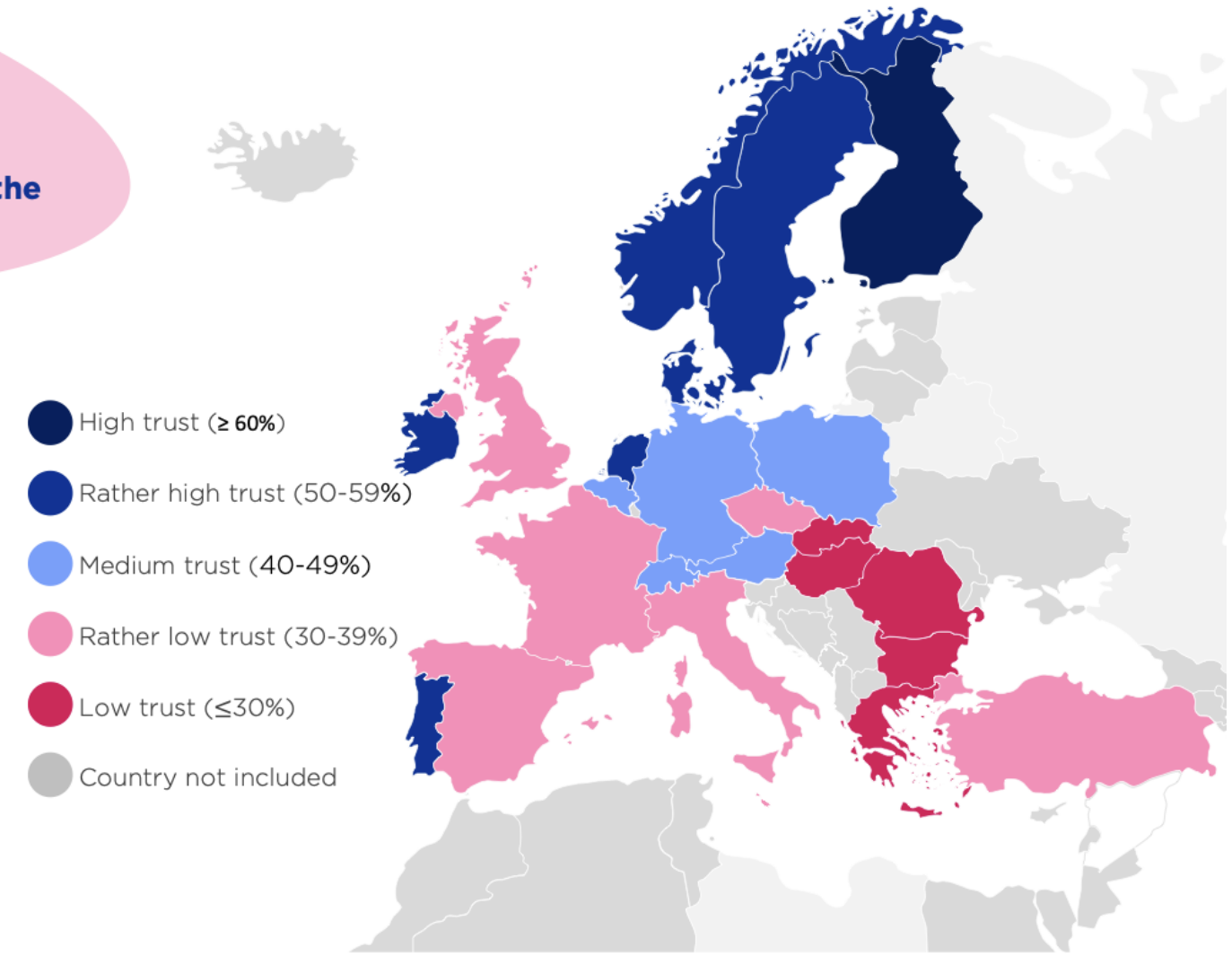
TRUST

Trust in news overall
(2025, in % of online population)

On average, only

40%

of Europeans trust the news in general



f

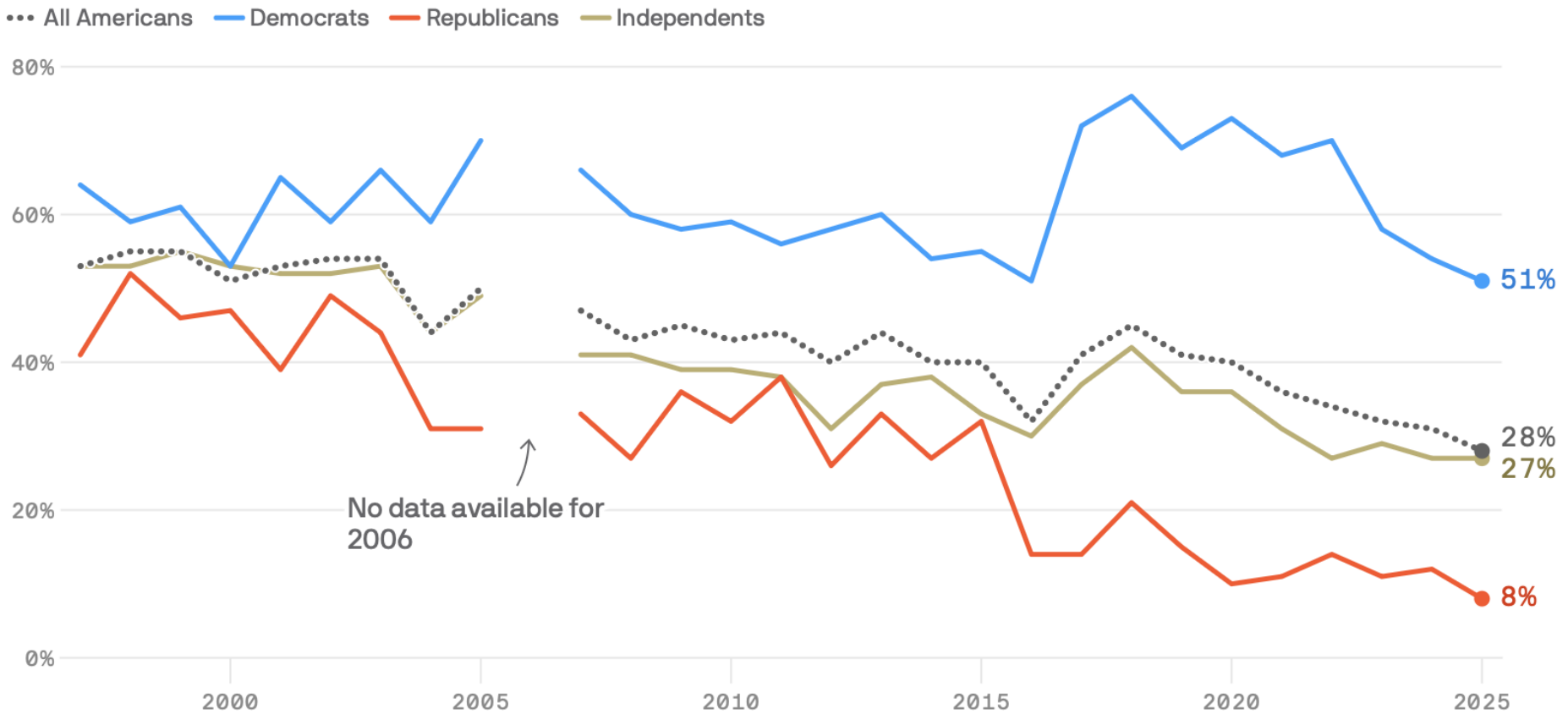
Source: EBU based on Reuters Institute Digital News Report 2025
EBU Media Intelligence Service – Trust in Media

TRUST

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

Share of Americans who say they have a great deal or a fair amount of trust in mass media, by party

Survey of at least 1,000 U.S. adults; Annually, 1997 to 2025



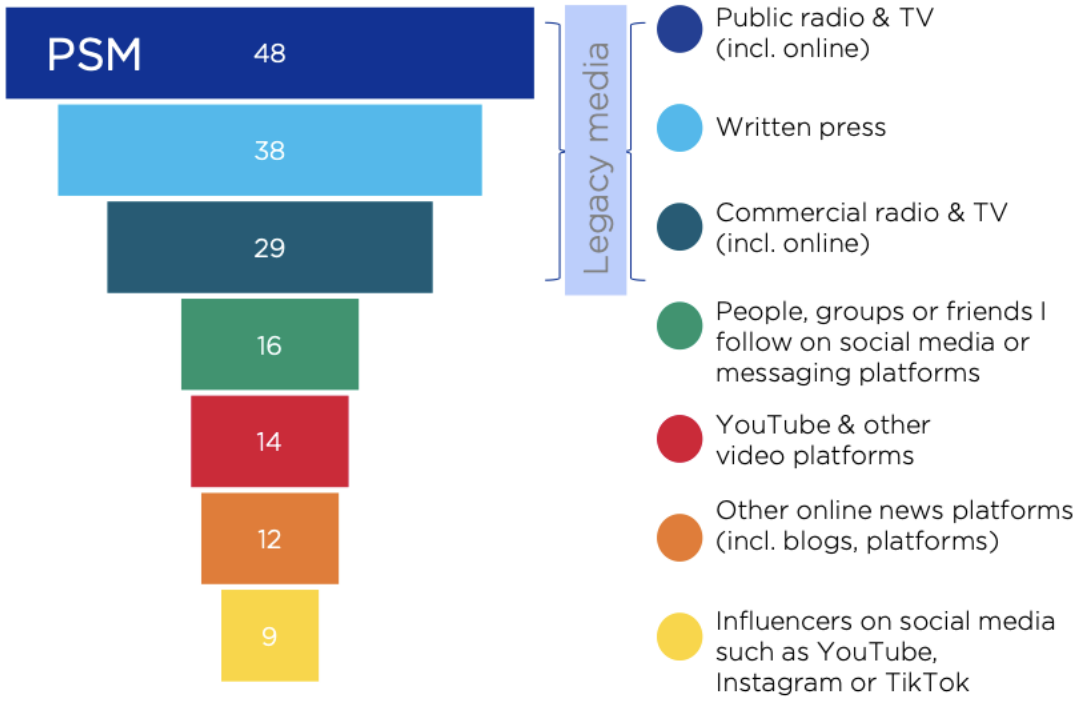
Data: Gallup poll; Chart: Erin Davis/Axios Visuals

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

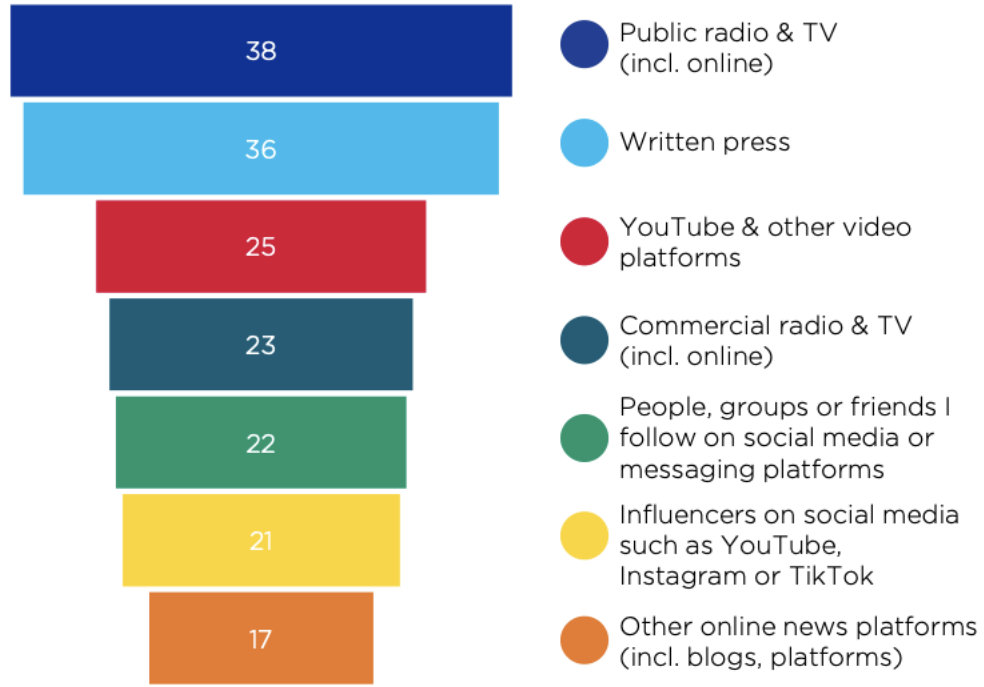
TRUST

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

Trust in different news sources
(2023, EU average)



Trust in different news sources
(2023, Youth 15-24, in %, EU average)



INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

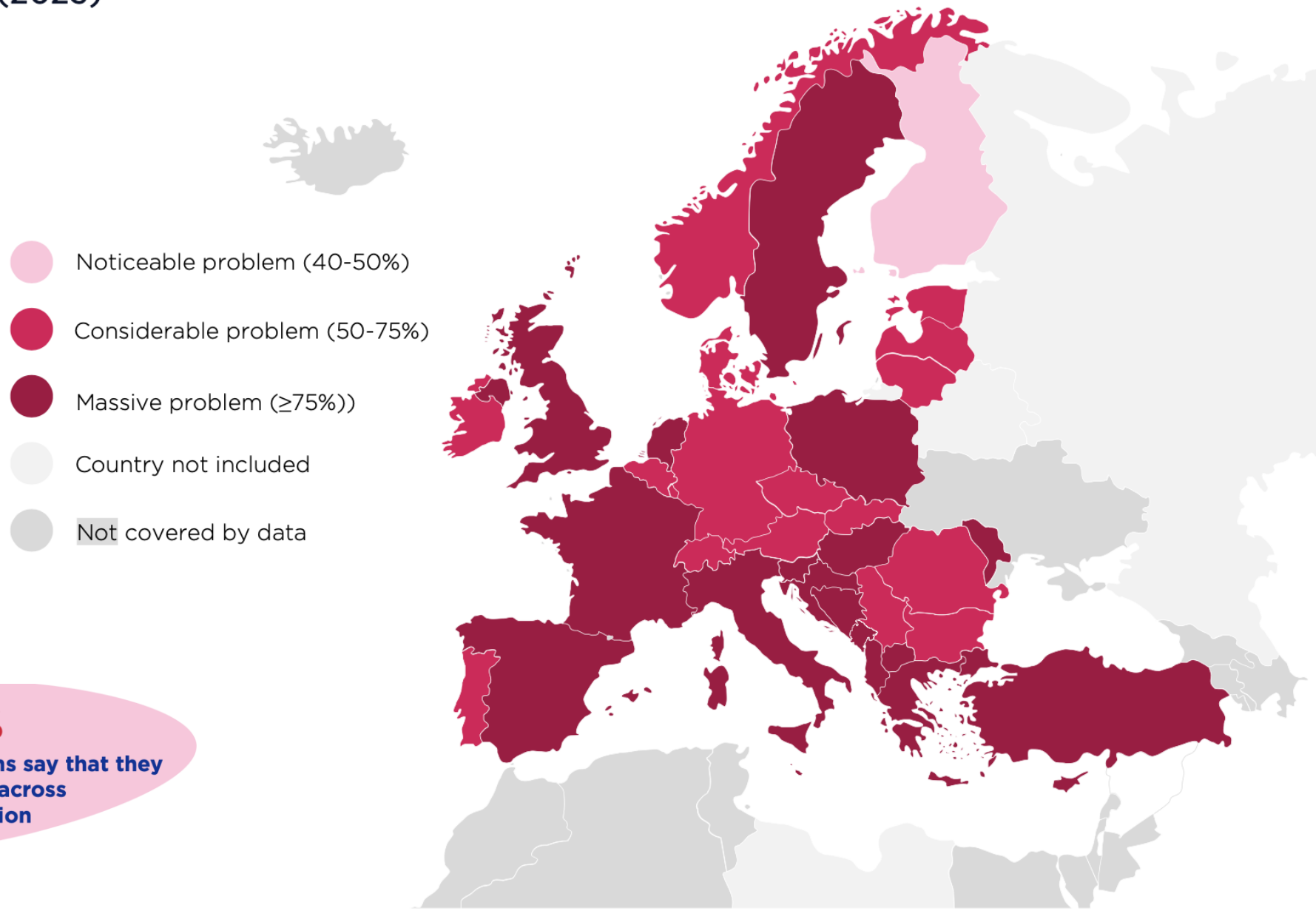
EBU
OPERATING EUROVISION AND EURORADIO

Source: EBU based on Flash Eurobarometer Media & News Survey 2023 covering 28 EU markets. Icons by Freepik
Note: Based on question "Which news sources do you trust the most?". Respondents could give up to three answers. No update of the Flash Eurobarometer data since 2023.

TRUST

Share of population perceiving misinformation as a problem in their country (2023)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE



FAKE

68%

of EU citizens say that they often come across misinformation

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

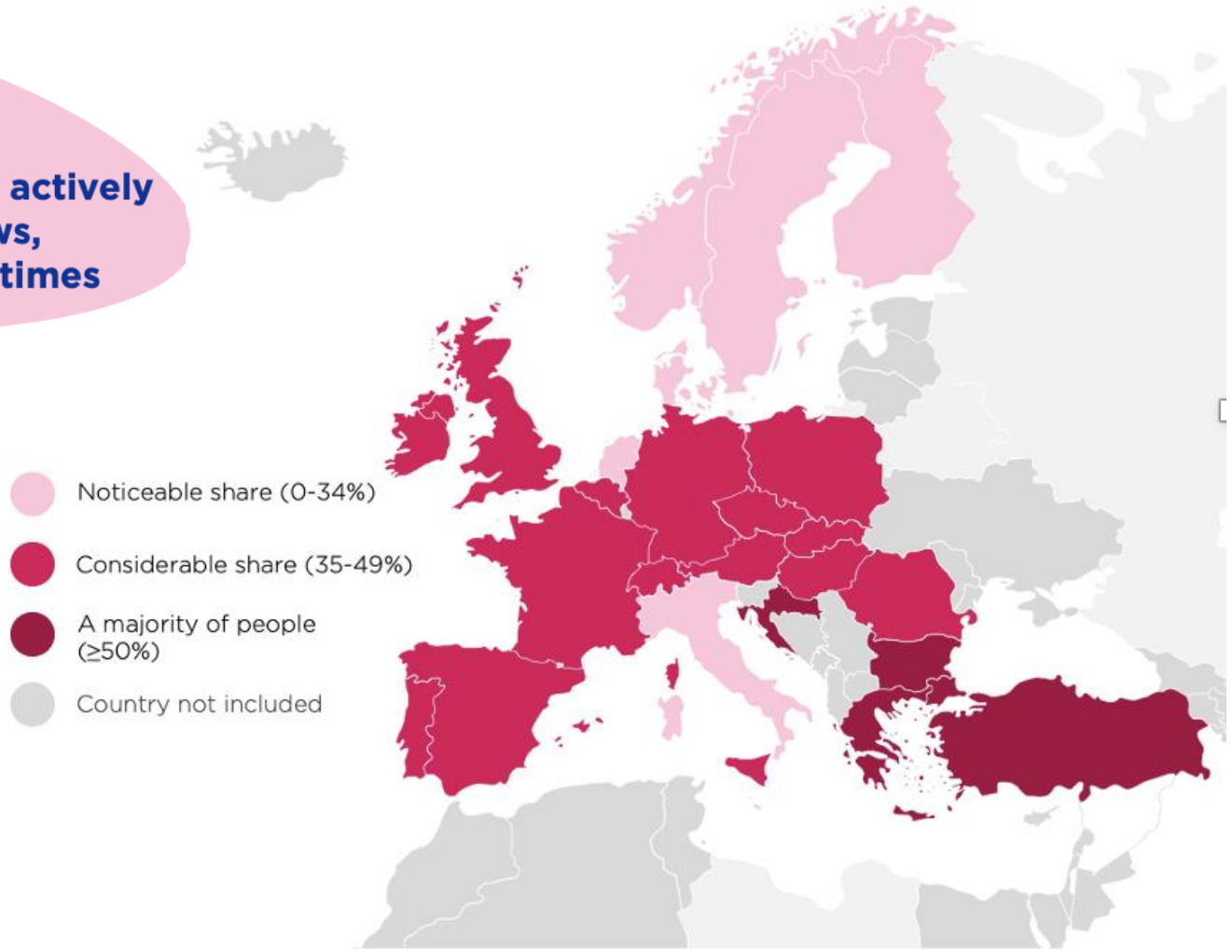
TRUST

NEWS FATIGUE BREEDS INCREASING NEWS AVOIDANCE

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

Share of online population that sometimes or often actively avoid news (2025)

40%
of Europeans actively avoid the news, at least sometimes



EBU
OPERATING EUROVISION AND EURORADIO

Source: EBU based on Reuters Institute Digital News Report 2025
EBU Media Intelligence Service – Trust in Media

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

PART 2. LE CONTEXTE

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)


GLOBALISATION


FRAGMENTATION


COMPLEXITE


EGO

POPULISME

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

VEHEMENCE

MEDIA ISSUES

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

MEDIA ISSUES

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

CULTURAL CRISIS

-NEW USES (TIME-DELINEARIZATION)

-TRUST- DISINFORMATION
-POLARIZATION

-NEWS FATIGUE – AVOIDANCE

>>> CRISIS OF LEGITIMACY

STRUCTURAL CRISIS

-DECLINE IN COMMERCIAL REVENUES
(digitization of advertising)
(obstacles to content sales)

-GLOBAL AND PERMANENT COMPETITION
(power struggle with tech giants)

-MASSIVE AND EXPENSIVE TECHNICAL AND DIGITAL TRANSFORMATION

>>> FUNDIING CRISIS

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

-20%

Nombre de journalistes en 10 ans, en Suisse, office fédéral de la statistique
Nombre de titres de presse en 10 ans, en Suisse, UZH

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

PART 3. LES PISTES

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

académies suisses des sciences

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

« (…) Des études démontrent par exemple que la population suisse perçoit la science de manière positive et que la confiance accordée à celle-ci est largement répandue(…) »

L. Suzanne Suggs, professeure de marketing social à l'Université de la Suisse italienne

« (…) le journalisme scientifique suisse est confronté à des défis importants et que de nombreux journalistes scientifiques travaillent dans des conditions difficiles. Le rapport montre également que les plateformes numériques sont devenues d'importantes sources d'information sur la science, en particulier pour les jeunes, mais qu'elles peuvent ouvrir la voie aux fake news et à la désinformation (…)»

Gian-Andri Casutt, chef de la communication au sein du Conseil des EPF

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

académies suisses des sciences

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

Recommandations

…

13. La communication scientifique doit permettre de prévenir la désinformation et les fake news.

16. Une nouvelle infrastructure de financement pour le journalisme scientifique est nécessaire ; elle devrait inclure un large éventail de sources de financement et financer des projets innovants et des infrastructures de base.

17. Le journalisme scientifique au sein des services publics de radiodiffusion et des entreprises médiatiques établies doit être renforcé et mis en réseau entre les différentes divisions.

18. Les médias suisses ont besoin d'un fournisseur national d'informations scientifiques.

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

académies suisses des sciences

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

Recommandations

… +

3. Les scientifiques qui s'impliquent dans la communication publique devraient bénéficier d'un soutien professionnel, social, psychologique et, si nécessaire, juridique.

… !

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

VS

VERACITE

CONTEXTUALISATION

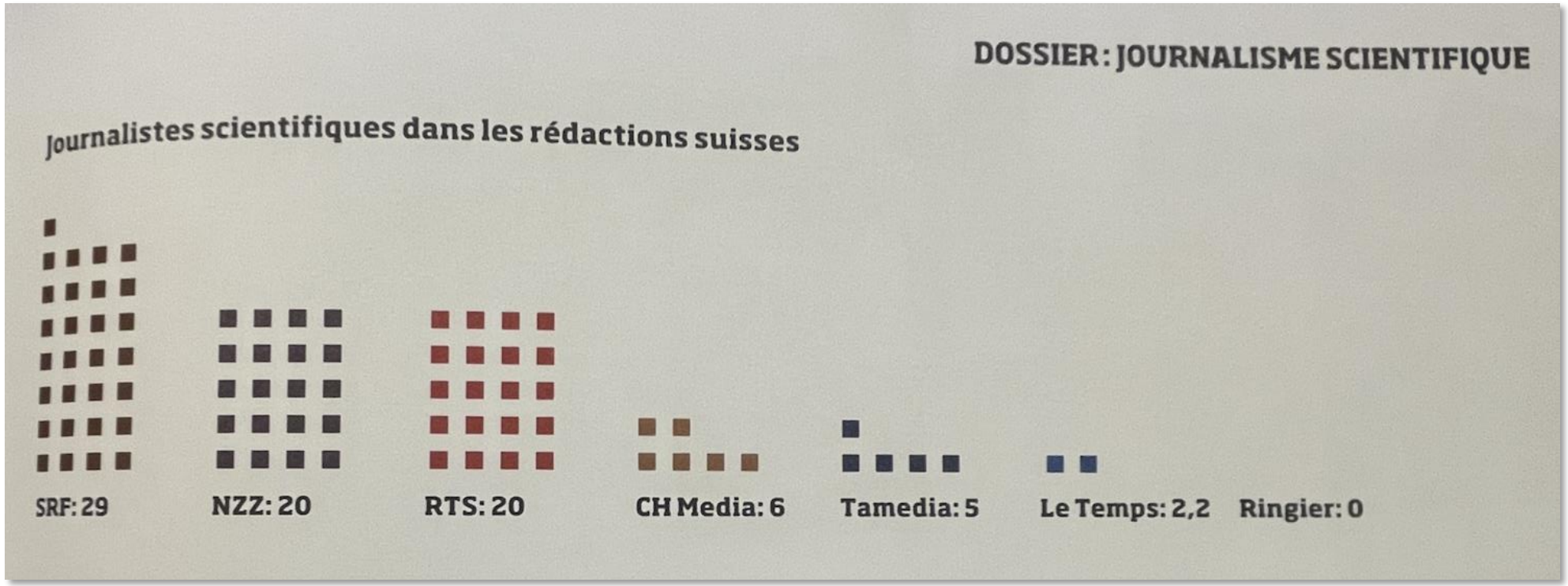
INDEPENDANCE

DESINFORMATION

POLARISATION

MANIPULATION

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)



EDITO, 03 2025

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

ETH zürich

swissuniversities

SWITCH

SUPRIO

HSLU Hochschule Luzern

OST Ostschweizer Fachhochschule

PH ZH

UNIVERSITÄT BERN

Universität St.Gallen
Executive School of Management, Technology and Law

sciencecité
wissenschaft und gesellschaft im dialog

satw

EHB
EIDGENÖSSISCHE HOCHSCHULE FÜR BERUFSBILDUNG

SUPSI

Berner Fachhochschule

nw

unine
Université de Neuchâtel

scnat netzwerk
akademie der naturwissenschaften

ETH-RAT

Empa
Materials Science and Technology

hep
haute école pédagogique vaud

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Swiss Confederation
Innosuisse – Swiss Innovation Agency

Schweizerischer Nationalfonds

akademien der wissenschaften schweiz
académies suisses des sciences
accademie svizzere delle scienze
academias svizras da las scienzas
swiss academies of arts and sciences

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche DEFR
Agroscope

Hes·so

zhaw

Universität Zürich[UZH]

UNIVERSITÉ DE GENÈVE

EPFL

WSL

SAGW
ASSH

PAUL SCHERRER INSTITUT
PSI

HfH

UNI FR

UNIVERSITÉ DE FRIBOURG
UNIVERSITÄT FREIBURG

LA SWISS

PH Bern
Pädagogische Hochschule

SAMW ASSM

UNIVERSITÄT LUZERN

hdk
Zürcher Hochschule der Künste
Zurich University of the Arts

Schweizerischer Wissenschaftsrat SWR

Universität Basel

FH GR Fachhochschule Graubünden
University of Applied Sciences

eawag
aquatic research

Unil
UNIL | Université de Lausanne

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

EDITO, 03 2025

« 200’000 Exemplaires »

Les magazines des hautes écoles suisses

«Edito» a consulté les trois derniers numéros (disponibles) des magazines de toutes les hautes écoles suisses. Ces publications impressionnent: elles ressemblent à des magazines scientifiques vendus en kiosque. Le tirage le plus élevé est celui de «Globe» de l'ETH Zurich: le magazine paraît en allemand et en anglais, avec un tirage total de 57 000 exemplaires. D'un niveau similaire, le magazine de l'EPFL: «Dimensions» atteint un total de 38 200 exemplaires. Ce sont des tirages qui suscitent aussi l'intérêt du marché publicitaire, d'autant plus que l'abonnement à ces deux magazines n'est pas gratuit. Contrairement à ceux des universités: elles envoient gratuitement leurs magazines scientifiques, deux à quatre fois par an, aux personnes intéressées.

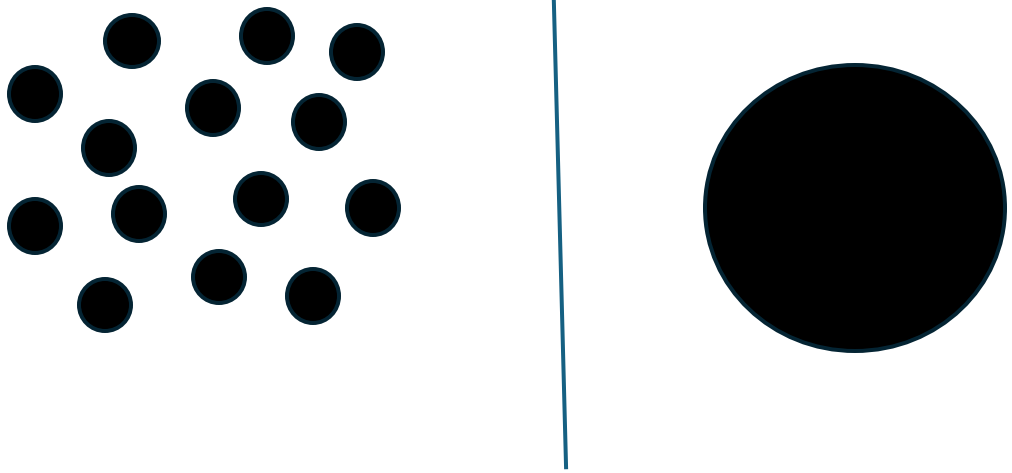
Haute école	Magazine	Fréquence	Langue	Tirage	Prix
EPFL	«Dimensions»	4 fois par an	fr.	27100	20.-
EPFL	«Dimensions»	4 fois par an	angl.	11100	20.-
ETH Zurich	«Globe»	4 fois par an	all.	40000	20.-
ETH Zurich	«Globe»	4 fois par an	angl.	17100	20.-
Fonds national suisse (FNS)	«Horizonte»	4 fois par an	all.	29800	gratuit
Fonds national suisse (FNS)	«Horizons»	4 fois par an	fr.	13600	gratuit
Université de Bâle	«Uni Nova»	2 fois par an	all.	13500	gratuit
Université de Berne	«uniFokus»	4 fois par an	all.	18500	gratuit
Université de Fribourg	«universitas»	3 fois par an	all./fr.	9700	gratuit
Université de Lucerne	«Cogito»	2 fois par an	all.	4400	gratuit
Université de Zurich	«UZH Magazin»	4 fois par an	all.	20000	gratuit
Université de Genève	«Campus»	4 fois par an	fr.	18000	gratuit
Université de Lausanne	«Allez Savoir»	3 fois par an	fr.	16000	gratuit

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

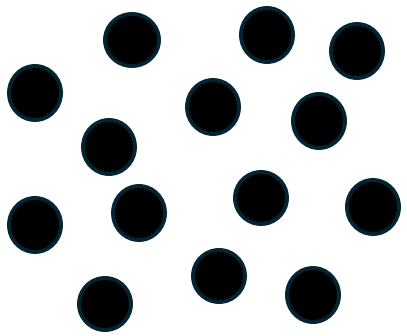
UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

1. GOUVERNANCE, RASSSEMBLER LES FORCES

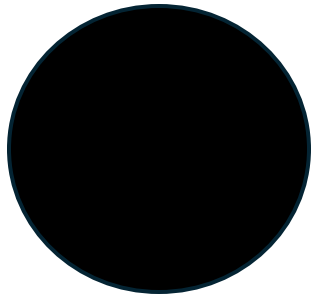


INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

INTER – INTRA INSTITUTIONS



CONTENU(S)



PUBLISHING

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

2. MUTUALISATION & DELEGATION

KEYSTONE ATS (?)

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

3. NOUVELLES SOURCES

AVENTNUS

LEENAARDS

GEBERT RÜF

ERNST GÖHNER

MERCATOR

...

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

4. INNOVATION (S)

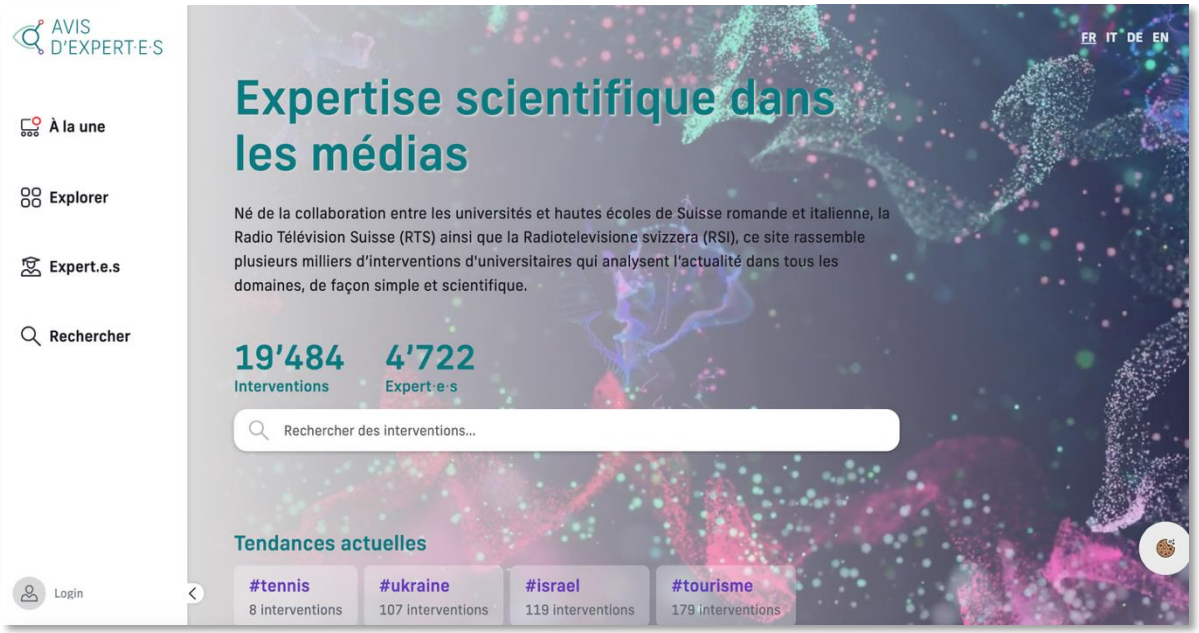
THE CONVERSATION
L'expertise universitaire, l'exigence journalistique

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

5. COPRODUCTION(S)

AVIS D'EXPERT·E·S



RTS

UNIVERSITÉ DE GENÈVE

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

6. ANALYSE DE LEGITIMITE POLITIQUE & NOUVEAUX NARRATIFS

De « NOUS AVONS BESOIN DE PLUS DE MOYENS » …

à … « RELAIS CONSTRUCTIFS POUR L'ECOSYSTEME, LA COHESION »

« what if »… ?

Développement des KPI de contribution

- *socio-économique*
- *santé*
- *éthique*
- …

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

UNIVERSITÉ DE GENÈVE
CENTRE EN PHILANTHROPIE

sources

INITIATIVE MÉDIA & PHILANTHROPIE (IMP)

legitima.