



id: SI_001

model: anthropic/claude-haiku-4-5

seeds:

04_risiko: mulighet

03_relasjon: makt

05_handling: vent

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: kortsiktig

Instans SI_001

Seeds: strategisk | kortsiktig | makt | mulighet | vent

Diagnose: Mediehuset sitter i maktvakuum

Mediehuset har **makt** over produksjon, men ikke over hvordan tillit oppleves. De handler **kortsiktig** (tone-justeringer) fordi de ikke ser at tillit ikke er designproblem—det er maktforhandling.

I høy-kontekst-kulturer (Norden, deler av Sør-Europa) signaliserer tillit gjennom **hvem som ikke sies**. En amerikansk lytter forventer eksplisitt ekspertise, CV, konklusjon. En nordisk lytter spør: Hvem er du når kameraene er av? Spotify-algoritmen viser lydklipp fra USA først (høy engasjement), hvilket priming-effekten: amerikanske lyttere møter en “forklarende ekspert”-tone som seleksjonerer et bestemt publikum, som gir mer engasjement, som forsterker tonen. En norsk lytter møter samme tone gjennom et filter som allerede signaliserer: “Dette er for amerikanere.”

Det kortsiktige dilemmaet: Mediehuset **venter** på at en konsistent merkevare skal løse fragmenteringen. Men fragmenteringen er merkevaren nå. Hver justeringen gjør det verre.

Dissensiv innsikt

Studenten burde ikke spørre “hvordan tilpasse?” men **“hva koster det å ikke tilpasse?”** Tallet som mangler: hvor mange potensielle nordiske lyttere dropper etter 90 sekunder fordi tonen virker selvpromoterende? Hvor mange amerikanske lyttere aldri oppdager podcasten fordi plattformen klassifiserer den som “europæisk niche”?



Mulighet ligger i asymmetri: Ett format kan ikke bygge tillit på tvers—det kan kun bygge gjenkjennelse. Tillit må være lokalt. Men produksjonsmakt kan være global.

Konkrete neste steg

1. **Kartlegg plattform-seleksjon konkret:** Hvilke lande bruker Apple Podcasts vs. Spotify? (80/20-regel sannsynlig.) Lag versjon av samme episode optimalisert for hver—ikke tonen, men metadataen, cover-art, introduksjonen som plattformen viser før play. Test på 500 hørere per marked.
2. **Identifiser én “tillits-signal-test”:** Ta én episode. La 50 nordiske og 50 amerikanske lyttere høre 2 min uten kontekst, deretter samme 2 min med biografiinfo. Måle tillits-endring. Dette avslører hva som er plattform vs. innhold.
3. **Innfør “lokal redaktør”-modell:** Ikke produsent—en person per marked som godkjenner én setning per episode: kontekstual introduksjon på lokal språk/plattform. Kostnaden: minimal. Effekten: markante.