



id: SI\_002

model: anthropic/claude-sonnet-4.6

seeds:

04\_risiko: sårbarhet

03\_relasjon: makt

05\_handling: forhandle

01\_perspektiv: strategisk

02\_tidhorisont: syklisk

## Instans SI\_002

---

**Seeds:** strategisk | syklisk | makt | sårbarhet | forhandle

---

### Tillit er ikke universell — den er en maktforhandling

Mediehuset gjør en strategisk feil ved å behandle tillit som et designproblem. Tillit er en **maktrelasjon**: hvem gir noen rett til å snakke med autoritet, og på hvilke premisser?

I lav-kontekst-kulturer (Norden, deler av USA) utløses tillit av **eksplisitt sårbarhet** — programlederen som innrømmer tvil, bruker pauser, unngår overdreven produksjonsglans. Tilliten forhandles åpent gjennom transparent argumentasjon. Podkaster som Hardcore History (Dan Carlin) bygger autoritet nettopp via demonstrert usikkerhet og lengde — signaler på ærlighet, ikke inkompetanse.

I høy-kontekst-kulturer (Sør-Europa, Latin-Amerika, deler av Asia) er tillitssignalene **relasjonelle og hierarkiske**: hvem introduserer stemmen? Hvilke institusjoner er implisitt tilstede? Spansk og italiensk medieforskning viser at personlig varme og sosial forankring — ikke fakta-tetthet — avgjør troverdighet. Nordiske programledere oppfattes som distante fordi de **mangler de relasjonelle ritualene** som signaliserer respekt.

---

### Det sykliske problemet mediehuset overser

Tillit bygges syklisk, ikke lineært. Første lytting er ikke starten — **plattformkontekst er**. På Spotify former algoritme-kuraterte spillelister et forventningsrom før stemmen høres. En nordisk programleder plassert i en “investigative journalism”-spilleliste på det amerikanske markedet møter lyttere med helt andre autoritetskrav enn samme programleder i en “hygge”-kontekst på skandinavisk Spotify.



Apple Podcasts gir redaksjonell kuratorrolle større vekt — **en anbefaling fra Apple er en maktoverføring** som løfter troverdighet, særlig i markeder der institusjonell autoritet er avgjørende.

---

## Kan ett format forhandle tillit på tvers?

Nei — men én **sårbar kjerne** kan tilpasses. BBC World Service-modellen er instruktiv: konsistent redaksjonell identitet, men bevisste lokale signalører (gjestestemmer, referanserammer, introduksjonsritualer). Formatet forhandler ikke bort merkevaren — det **distribuerer troverdigheten** gjennom lokale relasjoner.

---

## Neste steg

1. **Tillitsaudit per marked:** Strukturerte lytterintervjuer (8–10 per marked) med fokus på første 90 sekunder — når bestemmer lytteren om stemmen er troverdig?
2. **Plattform-mapping:** Dokumenter nøyaktig hvilken kontekst (spilleliste, søkeord, anbefaling) som introduserer podka