



id: SI\_007

model: google/gemini-2.5-flash

seeds:

04\_risiko: sårbarhet

03\_relasjon: makt

05\_handling: utforsk

01\_perspektiv: strategisk

02\_tidhorisont: kortsiktig

## Instans SI\_007

**Seeds:** strategisk | kortsiktig | makt | sårbarhet | utforsk

Mediehusets tilnærming til tillit som et «universelt designproblem» er fundamental **kortsiktig** og reflekterer en manglende **strategisk** forståelse av digital **maktdynamikk**. De forsøker å justere overflaten på noe som er dypt forankret i kulturelle koder. Lyttertallsuksessen nå er kun en midlertidig buffer; den skjuler en underliggende **sårbarhet** i deres merkevare- og troverdighetsstrategi.

Dette er ikke et spørsmål om universelt design, men om universell maktbalanse. I høy-kontekst-kulturer (f.eks. Japan, Sør-Europa) utløser tillit ofte signaler som impliserer felles verdier, historisk sammenheng og etablerte sosiale hierarkier. En «ekspert» oppfattes ikke utelukkende av CV-en sin, men av hvem som anbefaler dem, hvor de kommer fra, og deres integritet i et nettverk. Her er en nordisk, muligens egalitær, programleder som presenterer fakta direkte, lett å oppfatte som arrogant eller uoppriktig – ikke fordi de lyver, men fordi de ignorerer den relasjonelle kompleksiteten som bygger tillit. De signaliserer en maktposisjon som er utilpass i konteksten.

I lav-kontekst-kulturer (f.eks. USA, Norden) er tillit mer transaksjonell. Tydelighet, åpenhet om kilder, og en direkte stil som antyder objektivitet er nøkkelfaktorer. Her kan en nordisk, faktabasert tilnærming oppleves som “troverdig ekspert”. Problemet er når man forsøker å presse én stil på alle. Mediehuset demonstrerer en **sårbarhet** idet de ikke klarer å dechiffrere disse underliggende signalene.

Plattformkonteksten er kritisk pre-lytting. Hvor innholdet blir oppdaget (YouTube Anbefalt, Spotify Nyheter, Apple Podcasts toppliste) signaliserer ulike ting om innholdets autoritet og popularitet. En podkast som promottes tungt på YouTube, med visuelt sterke elementer, appellerer til en annen type tillit enn en som finnes i et kuratert nyhetsfeed på Apple. YouTube gir hint om popularitet og “viralitet” (en type makt), mens Apple gir hint om etablerte redaksjonelle filtre (en annen type makt). Hver plattform





forteller en historie om hvorfor du bør lytte, og dermed hvorfor du bør stole på. Dette er en mulighet til å **utforske** ulike inngangsporter for tillit.

Nei, ett format kan ikke bygge tillit på tvers. Det krever genuine tilpasninger, ikke bare overfladiske justeringer. Dette er en **strategisk** mulighet for å bygge reell merkevare, men krever en anerkjennelse av den kulturelle **sårbarheten** i dagens tilnærming.

**Neste steg:**

1. **Dyptgående kulturell analyse per marked: Utforsk** og identifiser 3-5 nøkkelindikatorer for autoritet og ærlighet for USA, Sør-Europa og Norden.