



# Podcast-tillit på tvers av kulturer

---

En masterstudent i medievitenskap undersøker hvordan tillit til podcast-stemmer varierer på tvers av kulturer. Utgangspunktet er en observasjon fra et nordisk mediehus med ca. 80 ansatte som produserer podcaster for et internasjonalt publikum.

Mediehuset har lansert tre podcaster på 18 måneder. Lyttertall er gode, men publikum i ulike markeder (særlig USA, Sør-Europa og Norden) reagerer svært ulikt på de samme programlederne og formatene. Noen oppfatter dem som troverdige eksperter, andre som distante eller uoppriktige.

Mediehuset behandler tillit som et universelt designproblem og diskuterer justeringer i tone, redigering og musikk. Men studenten mistenker at forskjellene drives av noe dypere: kulturelle normer for autoritet, ærlighet og relasjon som sjelden er eksplisitte. I tillegg påvirker plattformene (Spotify, Apple, YouTube) hvordan innholdet oppdages og kontekstualiseres, noe som former tillitsopplevelsen før første lytting.

Kjernespenningen: mediehuset ønsker en sterk, konsistent merkevare, men troverdighet ser ut til å kreve kulturell tilpasning de ikke har et rammeverk for.

Svermen bør analysere: Hvilke konkrete signaler (verbale, strukturelle, relasjonelle) utløser tillit i høy-kontekst-kulturer versus lav-kontekst-kulturer? Kan ett format bygge tillit på tvers, eller krever det genuine tilpasninger? Og hvilken rolle spiller plattformkontekst i å forme tillit før innholdet er hørt?