



Bakgrunn og prosjektbeskrivelse

1 POLITISK OFFENTLIGHET I UBALANSE

Andelen nordmenn under 45 som leser papiraviser daglig har falt fra rundt 85 prosent i 1990 til under 10 prosent i dag. Nå er nettavisene allerede forbikjørt av sosiale medier som kilde til nyheter blant lesere fra 16 til 24 år.

Denne kommunikasjonsrevolusjonen er i ferd med å få konsekvenser for den politiske balansen i offentligheten. Venstresidas viktigste medium Klassekampens store suksess på papir blant lesere over 60 gir ingen spredning i de digitale formatene folk under 45 faktisk foretrekker. 116 000 digitale og papirbaserte lesere daglig blir marginalt, sammenlignet med de 4,75 millioner i samlet lesertall for mer borgerlig orienterte Aftenposten, Dagens Næringsliv, Nettavisen, E24, VG, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Adresseavisen og Finansavisen.

A-mediene har opphørt å være arbeiderbevegelsens medier. Parameterne for rikspolitisk debatt settes i dag av et fåtall redaksjoner og kommentatorer som alle hører hjemme i det borgerlig-liberale nabolag.¹

Dette hegemoniet utfordres i digitale kanaler kun fra høyre. Åtte av de ti mest spredte nyhetssakene i sosiale medier i 2020 ble publisert av de «alternative» mediene resett.no, document.no og rights.no.⁵ Fagbevegelsens medlemsblader og nettmedier gjør en solid jobb, men setter i begrenset grad dagsorden for den rikspolitiske offentligheten.

Manifest Media vil bidra til å fylle vakuumet til venstre i det digitale landskapet. Vi bygger en ny medieplattform med samfunnsinteresserte i alderen 18–45 år som prioritert målgruppe.

2 «GØLVET» – NORGES STØRSTE MÅLGRUPPE

Ansatte på gølvet er Norges største målgruppe. Likevel er det heller taust fra gølvet i nasjonale medier, med unntak for forbundenes fagblader og de vellykkede satsingene frifagbevegelse.no og podkasten «Rørsla».



Antall saker om byggebransjen og omsorgssektoren ble nær halvert på de 20 årene fra 1997 til 2017, viser forskning på arbeidslivsjournalistikken til fem norske riksaviser. De som kom til orde var i stor grad beslutningstakere, maktmennesker og eksperter. Kun 13 prosent av over 1000 kartlagte kildeutsagn kom fra de berørte yrkesgruppene på gølv et i disse to bransjene.²

Manifest Media vil utvikle nye medietilbud som løfter fram perspektivene fra gølv et i norsk arbeids- og samfunnsliv. Vårt håp er at en mindre elitestyrt deloffentlighet med journalistisk interesse for virkeligheten ute i arbeidslivet, og større plass for folk som er «outsiders» i den nasjonale offentligheten, kan gi økt deltakelse og demokratisk engasjement nedenfra.

3 DEN DEMOKRATISKE OFFENTLIGHETENS SELVFORSVAR

Manifest Medias redaksjon vil være styrt etter Redaktørplakaten og Vær varsom-plakaten og partipolitisk uavhengig, men ikke politisk nøytral. Sånn sett føyer prosjektet seg inn i en internasjonal tendens i retning fornyet politisering av (deler av) pressen gjennom 2000-tallet.³ Samtidig vil vi stå sammen med det etablerte presse-Norge i det nødvendige forsvaret for presseetiske spilleregler og de fundamentale forutsetningene for en opplyst offentlighet.

Via gjør det selv-medier som steigan.no og Resett siver det inn en *nihilisme* i det digitale ordskiftet som undergraver saklig diskusjon, redelighet og presseetikk. Metoden til den ofte russisk-inspirerte «nyhetsnihilismen» er å *røre fakta og saklig begrunnet systemkritikk sammen med løgn og grunnløs konspirasjonsteori*.

Særlig for oss som ønsker å fremme saklig begrunnet systemkritikk, blir det i årene som kommer maktpåliggende å markere en tydelig grenseoppgang mot ubegrunnet konspirasjonsteori. Manifest Medias deloffentlighet vil fungere inkluderende og bygge bro der andre søker kulturell polarisering og splid.



4 MANIFEST MEDIAS DIGITALE FORMATER

Manifest Media skal bli en digital medieplattform som utvikler, formidler og distribuerer engasjert og engasjerende innhold i disse formatene:

- **Web-tv og video** via YouTube, Twitch og eventuelt andre relevante plattformer.

- En «aktualitetsportefølje» av daglige og ukentlige programmer preget av aktuelle nyheter, kommentar og debatt. Disse publiseres både som **podkast** og **web-tv/video** og er Manifest Medias og den brede venstresidas løpende «samtale rundt leirbålet» i og om den løpende samfunnsdebatten.



- Et «podkastforlag» med et kuratert tilbud av mer spesialiserte produksjoner for podkastmarkedet.

- **Redaksjonelle produkter for sosiale medier** som Instagram, Snapchat, TikTok osv. Disse bygger gjerne på innhold fra andre formater (innen Manifest Media, Manifest Analyse eller Forlaget Manifest), men raffineres til redaksjonelle produkter i some-format av ansatte med dette som spisskompetanse.

- En **nettside** blir den samlende plattformen med oversikt over alle Manifest Medias produksjoner. Her vil vi også publisere tekst: Aktuell kommentar, en delbar nyhetssak bygd på den nyeste videoen eller podkasten osv.

Dette er de først prioriterte formatene. Senere kan vi utvide til:

- **Videoreportasjer** for Manifest Medias web-tv om større hendelser.

- **Infotainment-videoer** om aktuelle saker med høy oppmerksomhet (folkeopplysning, kanskje særlig rettet mot et ungt publikum).

- **Radio for NRK.** Dette har Manifest Analyse produsert en rekke ganger allerede. NRK vil øke bruken av eksterne leverandører i årene framover.



5 MÅLGRUPPER FOR MANIFEST MEDIA

Prioriterte målgrupper:

- 18 – 45 år og politisk til venstre for midten.
- **Har en hverdag preget av nye, digitale medier og ofte et engasjement som går utenfor de tradisjonelle partiene.**
- Ikke nødvendigvis sterkt politisk interessert, men kunne beskrives som samfunnsengasjert.

Vi har gjort nærmere analyser av målgruppene bygd på kvantitative og kvalitative markedsundersøkelser:

- Ekstern analyse av Kantars Forbruker & Media-base med over 10 000 respondenter (2021).⁴
- Professor Jan Fredrik Hovdens (UiB) klassesosiologiske studier av deltakelse i og holdning til den nasjonale offentligheten.⁵
- To testpanel/fokusgrupper våren 2022 med ca. 20 deltakere i alderen 24–48 år fra fagorganisert arbeiderklasse, nedre og øvre kulturmiddelklasse.

Analysen har avdekket en tydelig overlapp mellom hvem som hører mest på podkast og hvem som er mest tilbøyelige til å stemme på SV, Rødt og MDG. Dette er velgere med middels til høy utdanning og mer kulturell enn økonomisk kapital (mer utdanning enn penger). I tillegg finnes en stor andel Ap-velgere, ikke minst blant de yngre, som ikke identifiserer seg med de konsernstyrte mediene som dominerer Norge i dag. Når andelen som «hører podkast daglig» er over 30 prosent blant alle i aldersgruppa 18–39 år (Kantar 2021), vil vi anta at andelen er betydelig høyere enn 30 prosent innen vår politiske målgruppe. Podkast vil være et prioritert format i oppstartfasen, men ambisjonen er å utvikle en digital medieplattform med de fleste formater.

Vi vil prioritere yngre målgrupper på «gølv» i arbeidslivet og samarbeide med LO-forbundenes ungdomsutvalg om denne satsingen.



6 VÅRE FORUTSETNINGER FOR Å LYKKES

Vi vil kort beskrive forutsetningene vi har for å realisere ambisjonene for Manifest Media og hvorfor Manifest-miljøet har et unikt og solid grunnlag for å lykkes.

- Tankesmia Manifest Analyse har en unik forankring i grasrotnorge i kraft av sin finansieringsmodell: Det meste av midlene kommer fra over 250 ledd i fagbevegelsen over hele landet, fra privat og offentlig sektor og med en tung overvekt av midler «nedenfra». Grasrotas innflytelse er formalisert i et Fagligpolitisk råd. Vi har siden 2008 produsert pamfletter (av typen «AFP på 1-2-3») som leses, diskuteres og er høyt verdsatt av lokale tillitsvalgte i hele Norge.

Manifest har i 15 år vist at vi kan løfte opp i den nasjonale offentligheten viktige konflikter og stemmer fra «gølv» som ellers ville blitt overhørt.

- I boka ***En såkalt drittjobb*** (2008) tok Lotta Elstad jobb på et Thon-hotell og gjorde utryggheten for de midlertidig ansatte til en rikspolitisk debatt som førte til lovendring.

- Manifest-rapporten ***ISS-metoden*** dokumenterte hvordan umenneskelig tempo ga helseskadelige belastninger på hotellansatte etter at ISS-konsernet tok over renholdet i hotellene til Stordalen og Thon. Arbeiderne kom til orde på Dagsrevyen.

- Da Manifests kontaktnett i fagbevegelsen fanget opp rykter om uverdigg behandling av nyankomne øst-europeiske renovasjonsarbeidere i Oslo-området, førte det til en rekke avsløringer som satte «sosial dumping i offentlig regi» på den rikspolitiske dagsordenen.

- Med boka ***Kunnskapsbløffen*** (2011) ga Manifest stemme til lærere i Osloskolen som for første gang våget å bruke sin ytringsfrihet om de negative konsekvensene for elevene av et prestisjedrevet jag etter testresultater. Disse pedagogene satte dagsordenen for en stor offentlig debatt og senere endringer i Osloskolen

- Manifest har en dokumentert evne til å nå ut til målgrupper på «gølv». Våre debatt- og faktapamfletter formidler kompliserte tema, som pensjon, med utgangspunkt i arbeidsfolks egen virkelighet. Hver utgivelse går i flere tusen eksemplarer ut til flere hundre klubber og fagforeninger over hele landet, og de blir lest.

Vår unike plassering i dette landskapet gir oss et nettverk av kontakter og en troverdighet som vil være av stor verdi for å lykkes med redaksjonelle prosjekter som «Gølv».

Ble inspirert av Lottas drittjobb-bok

Dag Terje Andersen med ny lov mot ringevikar



DRTTJØBB: Forfatter Lotta Elstad tok selv jobb på oppvask ved et Thon-hotell. I boka «En såkalt drittjobb», som kom ut mai i fjor, deler hun om erfaringene. Nå har boka inspirert forslagen til å foreta en ny lov. Foto: Lars Myhren Holstad



- Falsk fasadebygging forgifter skolen

Det mener barneskolelærer Vidar Green i Oslo.

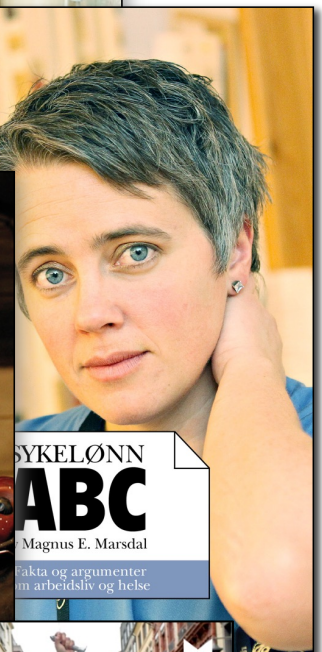
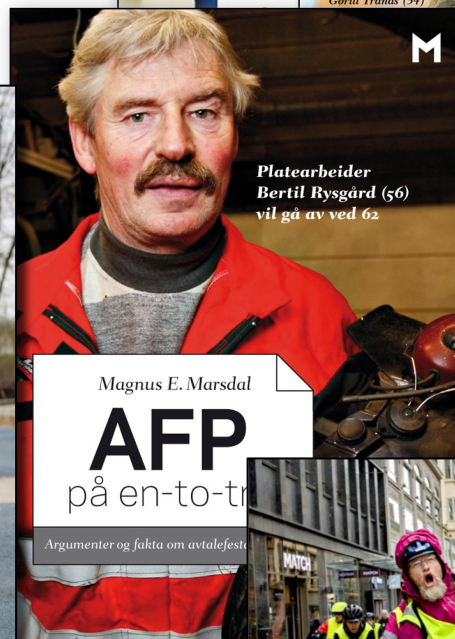


VERDULØST: - Kartleggingen blir helt verdiløs, når noen øver i et uke, noen i to måneder, noen legger kort pensum, mens noen skoler ikke øver i det hele tatt, sier lærer Vidar Green om de nasjonale prøvene i lesing, regning og engelsk lesing. Foto: Steinar Buholm



- Vi har solid erfaring med videoproduksjon, web-tv, podkast og store, profesjonelle scenearrangementer. Blant de ansatte finnes solid journalistisk og publisistisk erfaring fra en rekke ulike sjangre og mediehus.

- Manifest-virksomhetene er partipolitisk uavhengige og har kontaktnett og anerkjennelse på tvers av partier og ideologiske skillelinjer på rødgrønn side. Dette er et godt utgangspunkt for å utvikle en ny medieinstitusjon som må kunne operere helt uavhengig av de spesifikke interessene til de enkelte partier og fagorganisasjoner.





7 NOEN REDAKSJONELLE IDEER OG PROSJEKTER

Her følger eksempler på foreløpige redaksjonelle ideer utviklet gjennom forprosjektet til Manifest Media.

GØLVET

Hvordan er det å jobbe på gølv, stedet hvor sjefer og systemer kan herse med deg? Denne podkasten fra Manifest Media viser deg skyggesidene av norsk arbeidsliv, sett nedenfra.

- En journalist (helst fulltid) lager en 10-20 minutters dokumentarfortelling om en konkret historie fra arbeidslivet. Anonymt om nødvendig, men alltid kvalitetssikret journalistikk (ikke rykter og partsinnlegg).
- To faste programledere introduserer, diskuterer og analyserer ukas historie ved å holde den individuelle erfaringen opp mot større trender og stridigheter i norsk arbeidsliv.



Språket og perspektivet i denne podkasten skal ikke være som på Fafo-seminar, men mer som språket til målgruppa: Tillitsvalgte og ansatte på gølv i norsk arbeidsliv. Det gjelder også programlederne.

Gølv er et ressurskrevende prosjekt. Gevinsten kan bli et unikt bidrag til å revitalisere bruken av det frie ord på gølv i norsk arbeidsliv. Mange som ellers vil bli «outsiders» i samfunnsdebatten kan her få en deloffentlighet som gir dem en fot innenfor.

KONTROLLEN

– Satireprogrammet som undersøker om alt som skjer går riktig for seg.

- Ukentlig web-tv/video og podkast

Venstresidas eget Nytt på nytt! Aktuelt, satirisk panelprogram med 5080-paret Sturle Vik Pedersen og Markus Gaupås Johansen, dressert av medbergenser Mia Hundvin. Trioen går gjennom de største snakkisene fra uka som har vært og diskuterer om disse sakene har gått for seg slik de burde. 5080-duoen går fra NRK til Manifest Media og får med seg programskaper Mia Hundvin!





MÍMIR OG MARSDAL – den venstrevridde podkasten

- Ukentlig podkast og web-tv/video
- Av og til med «Utfordrende Gjest», a la Øystein Stray Spetalen, Kristin Clemet, Asle Toje.

Foreløpige tema og problemstillinger.

- Har den radikale venstresida egentlig noe troverdig **alternativ til Nato**?
- Venstresidas anstrengte forhold til **maskulinitet** (case: Jon Michelet).
- Venstresidas anstrengte forhold til **elitisme og populisme**.
- Kan ekte sosialister være **middelklasse** og stolt av det?
- **Ytringsfrihet**: Rasistenes skalkeskjul eller venstresidas fanesak?
- **Kommunismen** – var det virkelig bare drit?
- **Hesteskoteorien** om ytre høyre og venstre – litt sann likevel? (Gjest: Kjetil Alstadheim)
- **17. mai spesial**: Feirer ekte sosialister nasjonaldagen?



7 MINUTTER MANIFEST MEDIA / 10 MIN MANIFEST MEDIA (to arbeidstitler)

- Web-TV og podkast

Dagens viktigste sak analysert og kommentert fra venstre. 10 minutter hver morgen, mandag til torsdag. De aller viktigste sakene følges opp og utdypes videre i Mímir og Marsdal og Kontrollen. Til sammen utgjør disse tre «aktualitetsporteføljen» til Manifest Media. Programledere: Journalist **Astrid Hauge Rambøl** og redaktør **Magnus Marsdal**.



BOKKLUBBEN

- Podkast
- Live-arrangementer

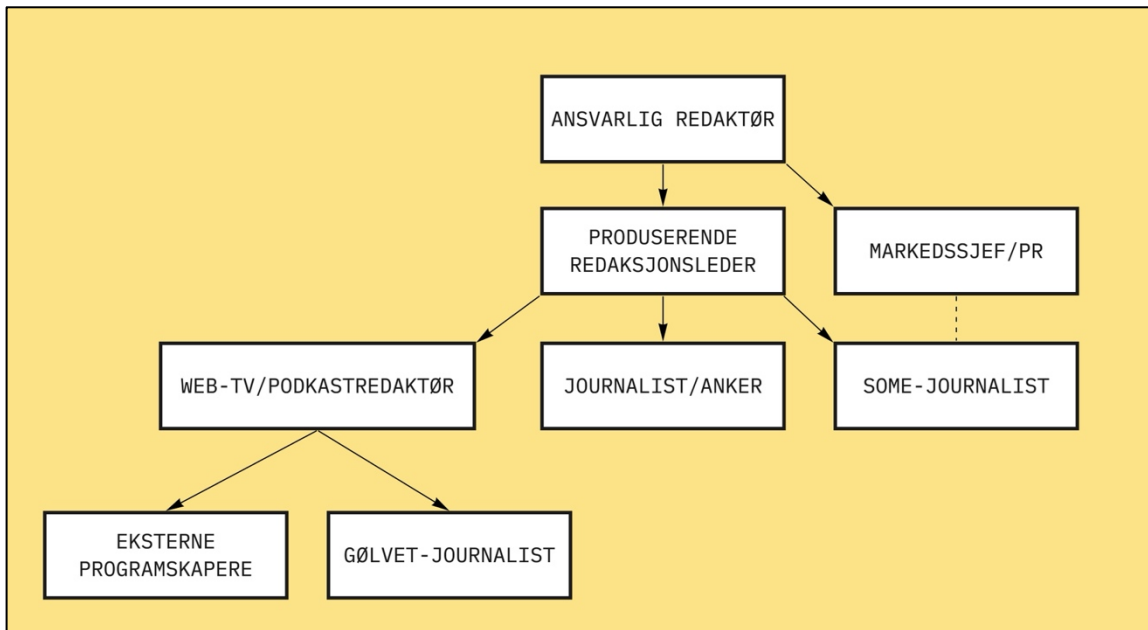
Hør Maria **Navarro Skaranger**, **Zeshan Shakar** og **Yohan Shanmugaratnam** om litteraturen i samfunnet, samfunnet i litteraturen og hva de leser akkurat nå.

Disse tre er rekruttert til Manifest Medias litteratur- og politikksatsing Bokklubben både fordi de er sterke forfattere og fordi de har vist evne til å nå flere publikum, inkludert unge arbeidsfolk med innvandrerbakgrunn, som både skjønnlitteraturen og venstresida har vansker med å nå ut til.





8 KOMPETANSE OG BEMANNING



ORGANISASJONSKART: Denne bemanningen anser vi som minimum for å få Manifest Media i gang. Den utgjør 7 stillinger. Vi har budsjettet med 6 årsverk, fordi to av stillingene lønnes 50 %, mens resten finansieres av Manifest Analyse. Vi har budsjettet med 5 årsverk første år (2023) fordi det tar tid å få alle på plass.

Kjernen i Manifest Media blir en redaksjon som daglig produserer eget stoff i porteføljen «aktualitet» for web-tv, podkast, sosiale medier og egen nettside (tekst). Her inngår redaktør, redaksjonsleder, journalist/anker og some-journalist.

Så blir det en avdeling for porteføljen av podkast og web-tv som ikke er i nyhetsstrømmen. Her inngår tv/podkastredaktør, Gølvet-journalist, some-journalist og eksterne programskapere (både helt eksterne og eksperter fra tankesmia Manifest Analyse).

Markedssjefen blir sin egen avdeling med ansvar for det forretningsmessige, inkludert PR-arbeid, folkefinansiering, annonseinntekter og forretningsmodellens videre utvikling. Some-journalisten vil bidra i PR-arbeidet.

Rett kompetanse på rett sted blir avgjørende.

- Redaksjonslederen må ha solid journalisterfaring.
- Markedssjefen må kunne digital markedsføring og fundraising.



- Web-tv/podkastredaktør må ha bakgrunn fra radio og eller TV.
- Some-journalisten må være en samfunnsengasjert «innfødt» fra some-generasjonen.
- De to øvrige journalistene må være effektive, allsidige og selvgående.
- Journalist og forfatter Magnus Marsdal vil fungere som ansvarlig redaktør i oppstartfasen.

Som nevnt: Når to av disse 7 stillingene gjøres til halve stillinger (resten finansiert av Manifest Analyse) kan vi berge oss med 6 årsverk.

9 FORRETNINGSPLAN OG FINANSIERING

Manifest Media vil finansieres med egne inntekter pluss offentlig og privat støtte. Den treårige etableringsfasen blir særlig avhengig av ekstern finansiering, mens vi gradvis utvikler egne inntektsstrømmer.

EGNE INNTEKTER

Egne inntekter genereres via en forretningsmodell med tre faser:

FASE 1, GRATIS TILBUD: Bygg et størst mulig publikum med gratis tilgjengelig innhold av høy kvalitet.

FASE 2, MASSEMARKEDET: Folkefinansiering, billettinntekter og annonseinntekter bygd på suksess i fase 1.

FASE 3, PROFFMARKEDET: Bruk suksessen i fase 1 og 2 som grunnlag for avanserte og innbringende tjenester i form av kurs, konferanse og lignende i «proffmarkedet».

Nærmere om folkefinansiering:

Vi mener det strider mot prosjektets formål å legge Manifest Medias innhold bak betalingsmur. I stedet vil vi satse på folkefinansiering fra frivillige givere via nettløsninger for folkefinansiering, avtalegiro og tilsvarende løsninger. Denne inntektsposten er budsjettet til 1,8 millioner i år tre (2025) og stipulert til 2,4 millioner i 2026.

Vi anser dette som oppnåelig på bakgrunn av følgende:

- Tankesmia Manifest Analyse har allerede lyktes med frivillig finansiering fra flere hundre ledd av fagbevegelsen over hele landet som gir over 5 millioner kroner i året.
- Klassekampens venner samler inn 7,5 millioner i året (fra lesere som allerede betaler 5000 kroner årlig for produktet), som kommer i tillegg til millionene avisa samler inn på sine «aksjekampanjer». Det finnes givervilje på venstresida!



- Politisk orienterte podkaster i mange land finansieres nå ved ulike former for frivillig betaling. Ofte med motytelser som å komme først i køen ved billettsalg, eksklusivt «merchandise» og så videre (se for eksempel The Young Turks, TYT.com).
- Den ledige nisjen til venstre i det digitale medielandskapet er såpass stor at mange vil ønske å bidra til etableringen av et tilbud som Manifest Media.

Nærmere om «proffmarkedet» i fase 3:

En suksess i det digitale mediemarkedet kan ha god synergi med det profesjonelle kursmarkedet, noe danske Altinget/Mandag Morgen er et ledende nordisk eksempel på. På tre års sikt tar Manifest Media sikte på å utvikle en portefølje av ledende kurs og utdanninger rettet mot organisasjoner med betalingsevne. Proffmarkedet inkluderer også muligheten for å levere medieproduksjoner til større aktører som NRK, noe tankesmia Manifest Analyse har gjort ved en rekke anledninger.

Egenfinansiering

De eksisterende Manifest-virksomhetene (Manifest Analyse og Forlaget Manifest) har bidratt og vil bidra økonomisk til etableringen av Manifest Media. Totalt vil dette bidraget ligge rundt 3,1 millioner kroner i perioden 2022–2025.

PRIVAT OG OFFENTLIG STØTTE

Filantropisk støtte

Vi har fått inn 4,5 millioner kroner i støtte til den treårige oppstartfasen fra Gullak Holding AS, som er kontrollert av Stein og Reidun Førde. Donasjonen gis i årlige rater på 1,5 millioner kroner uten politiske eller andre føringer eller forpliktelser. Førde har tidligere støttet Manifest Analyses prosjekter med tilsvarende beløp over tre år.

Manifest Media skal aktivt søke opp flere filantropiske bidragsytere, men har foreløpig ikke budsjettert med slike inntekter. Vi tar sikte på at filantropisk støtte på minimum 1,5 millioner vil la seg opprettholde også etter 2025.

Stiftelsen Fritt ord

Stiftelsen Fritt ord har vedtatt å støtte Manifest Media med 1,5 millioner kroner for 2023 og signalisert en positiv holdning til å støtte også i 2024 og 2025, hvis vi sender nye søknader.

Fagbevegelsen:

Vi håper mange fagorganisasjoner som støtter Manifest Analyse i dag kan bidra med oppstartstøtte i 2023 for å få Manifest Media i gang.

Pressestøtte

Vi tar sikte på å kvalifisere for pressestøtte fra og med 2026.

Budsjettet

Vi har budsjettert nøkternt med totalt 5 årsverk i 2023 og 6 årsverk i 2024 og 2025. Dette er det minimum av bemanning som må til for å få Manifest Media i gang. Den treårige startfasen vil



trekke tunge veksler på kompetanse, penger, utstyr og lokaler hos de øvrige Manifest-virksomhetene.

MANIFEST MEDIA OPPSTARTÅR 1		
		2023
INNTEKTER		
Sponsorer private og Fritt ord	Innvilget	3 000 000
Oppstart Fagbevegelse	Søkt	2 300 000
Egenfinansiering	Innvilget	1 000 000
SUM BIDRAG		6 250 000
Frivillig folkefinansiering	Budsjettet	255 000
Nettbutikk	Budsjettet	15 000
Reklame	Budsjettet	100 000
Prosjektstøtte	Budsjettet	100 000
SUM INNTEKTER		6 770 000
KOSTNADER		
Lønn og sosiale utgifter	5 årsverk	4 060 000
Honorarer - innhold	Ekstern produksjon	1 200 000
Honorarer - drift (adv, revisor, etc)		60 000
Leie kontorlokaler og studio		250 000
IT-lisenser pub. og CRM		100 000
Design og utvikling web/IT (2 år)	Investering	400 000
Teknisk utrustning TV-studio	Investering	170 000
Innrede og bygge studio	Investering	200 000
Kontorkostnader		100 000
Reiser, møter		70 000
Andre kostnader 1		50 000
Markedsføring, inkludert arrangementer		150 000
SUM KOSTNADER		6 810 000
Netto kontantstrøm		-40 000



NOTER OG REFERANSER

¹ NRK på Marienlyst er ingen motvekt til denne ubalansen. En opptelling blant deltakerne i 298 utgaver av Politisk kvarter og Dagsnytt 18 i 2018 og 2019, utført av studenter i medievitenskap ved Høgskolen i Volda, fant at 63 prosent av eksperter og kommentatorer brukt av NRK kan regnes til «høyreblokken» i norsk politikk, mens 37 prosent sokner til «rødgrønn blokk». På samme tid hadde rødgrønn blokk gjennomgående høyere oppslutning blant velgerne enn høyreblokken. Kilde: «Ute av balanse? Politisk representasjon i debattprogrammer på NRK», rapport nr 6/2020, Manifest Tankesmie.

² Eide, Elisabeth og Tine Ustad Figenschou: «Arbeidsliv, arbeidsfolk og klasse i norske aviser», i Ljunggren, Jørn og Marianne Nordli Hansen (red.): *Arbeiderklassen*. Cappelen Damm Akademisk 2021.

³ Eide og Figenschou.

⁴ Rapport skrevet for Manifest Media av førstelektor ved Høgskolen Kristiania Karl-Fredrik Tangen, 2022.

⁵ Se «Dårlige borgere? Arbeiderklassen i den moderne offentligheten», i Ljunggren og Nordli Hansen (red.) *Arbeiderklassen*, Cappelen Damm 2021.