

24 maj 2019:

Fredagsintervjun:

Viveka Hansson, programdirektör nyheter och samhälle, TV4

”Jag har alltid varit väldigt intresserad av berättelser. Och har samtidigt haft en stark känsla för rättvisa. Redan när jag gick på lågstadiet smygbandade jag min fröken, jag tyckte inte hon var riktigt rättvis.” Så inleder Viveka Hansson, programdirektör Nyheter & Samhälle på TV4, veckans fredagsintervju.

Viveka Hansson började sin journalistkarriär på en lokaltidning, Norrtelje tidning, och kände direkt att det var det här hon skulle göra.

- När jag började på Norrtelje tidning var det min första kontakt med människor som läste det jag skrivit, de brydde sig om vad jag skrev och kunde blir jätteglada eller jättearga, och den kontakten - att kunna påverka - det väckte en väldigt stark känsla. Att få lyssna på människors berättelser, och kanske kunna hjälpa till att ställa något till rätta.

- När jag sedan kom till Expressen kom nästa vidgande journalistiska upplevelse i själva problemlösningen: utmaningen i att lyckas hitta de här vägarna fram till den bästa nyhetsrapporteringen. Det var hela tiden en tävling mot huvudkonkurrenten.

Efter några år utsågs Viveka Hansson till nyhetschef på Expressen och sedan redaktionschef och editionschef. 2011 kom nästa hopp, till tv-sidan och TV4.

Var det som du hade trott?

- Både och. Det som var likt mellan TV4 och Expressen var arbetslusten och humorn. Vi skrattade mycket på Expressen



Foto: Per Bäckstrand

Viveka Hansson
programdirektör Nyheter & Samhälle, TV4

och det gör vi här också. Det finns också lite av samma energikapande underdog-känsla på båda redaktionerna. När jag började på TV4 återfick jag även den där starka känslan som först kom på Norrtelje tidning, att så många människor bryr sig om vad vi gör. TV4 har en nära kontakt med människor i hela Sverige. Och när vi nu just haft riksdagsval och går in i ett EU-val - vilket ansvar det innebär; vilken möjlighet och viktig relation att vårda.

Hur har nyhetsbevakningen förändrats sedan du lämnade på Expressen?

- Sedan jag började på TV4 för snart åtta år sedan har nyhetsjournalistiken tagit sig nya former och finns överallt. Vi har gjort en stor digital förflyttning. Sedan har nyhetsjournalistiken de senaste åren, i alla fall för oss, handlat om att förklara och hjälpa våra tittare att förstå vad som händer. Det behovet har ökat och där kan vi göra en viktig skillnad. Kraven på faktakoll har ökat och vi är mycket mer utsatta för påverkansförsök. Grundprinciperna för källkontroll är i och för sig ganska lika, men trycket utifrån är mycket större och ställer högre krav. Dessutom har sociala medier förändrat omvärlden kring nyhetsjournalistiken. Sammanhanget. För att ta ett exempel: Som utgivare fick du tidigare ofta förklara varför du namngivit någon. Idag får du förklara varför du inte namnger. Det sker också parallella publiceringar på olika konton som inte jobbar efter de pressetiska reglerna.

På nyhetsagendan står just nu EU-valet. Och på TV4 ägnar de sig mer åt att rapportera om politik än tidigare enligt Viveka.

- Ja, mycket mer. Vi har också haft en fin utveckling inom nyheter och samhälle och har fått mer resurser för att göra program. Vi har till exempel just startat Efter fem. Vi har också lagt mer resurser på andra nyhetsformat, samt naturligtvis den digitala omställningen. Vi sänder fler timmar idag - och når fler.

Hur ser er avvägning ut mellan snabba och korrekta nyheter?

- För vår del är det visserligen viktigt att vara snabb och alert, men vad gäller exempelvis livebevakningen skulle det skada oss mer om vi kom upp först men hade

fel. Vi vill inte heller ha livesändningar på tomgång, då går vi hellre ner och samlar information och sänder igen. I början när alla började med live-tv, och tidningarna kom igång, och diskussionen kring Paris-attentaten blossade upp starkt eftersom traditionella kanaler faktiskt var för långsamma, startade något som kan liknas med en kapplöpning om vem som kunde sända först och mest. Hur länge man orkade prata blev ett mått på hur bra man var. Men där har vi backat lite. Det är bättre för oss att fördjupa och tillföra något nytt.

Det sägs att intresset för politik har ökat i Sverige, men handlar det egentligen inte om att folk har mer åsikter - och större intresse för att basunera ut dem?

- Det hänger väl ihop i och för sig. Men vad gäller det alltmer polariserade Sverige så handskas vi med det varje dag. Vårt viktigaste uppdrag är att hålla huvudet kallt, hålla fokus på det journalistiska uppdraget, för det är extremt polariserat och väldigt många som vill dra i och använda vår tv-scen, eller andra mediers, för sina idéer och sin agenda.

Hur handskas ni med det?

- Vi måste fokusera på det vi upplever relevant att bevaka och inte börja titta för mycket åt sidorna eller börja navigera efter rädslor. Då blir det lätt att vi börjar styra mot lyktstolpen. Det är reaktioner varje dag för någonting. Och då måste vi kontrollera: är det ett riktigt upprop, att många människor oberoende av varandra faktiska är upprörda eller engagerade? Eller är det någon form av kampanj som kommer från en mindre grupp som aktiverat nätverk eller botar och som alla skriver liknande poster?

- En annan sak som förändrats under de senaste åren är att det redan innan en

publicering av till exempel en granskning, oftare kommer en motattack. Alltså innan programmet ens har sänts. Berörda börjar krishantera via sociala medier eller advokater. Och den här typen av organiserade försök att stoppa eller förändra publicering, ett slags censurförsök, det har ökat för oss och för andra medier.

Hur hanterar du detta, hur håller du lugnet?

- Jag är inte ensam, vi är en stor organisation och många som hjälps åt. Det är allvarligare att lokaltidningar med knappare resurser också blir utsatta, eller frilansande journalister.

Vad gäller bevakningen inför EU-valet har TV4 valt att primärt fokusera på att nå tittarna via befintliga format: Nyhetsmorgon, Efter fem, Nyheterna och Malou efter tio.

- Vi gjorde även så under riksdagsvalet och kunde se att resultatet var lyckat och att vi nått brett över landet. Så nu har vi tre partiledardebatter i Efter fem, samt mycket innehåll om EU-valet i Nyhetsmorgon, Malou efter tio och i TV4-Nyheterna. Det handlar om ämnen som intresserar tittarna: klimatet, terrorbekämpning, arbetsrörelser över gränser, migration. Vi gör mycket mer det här EU-valet och vi märker att intresset är större än för fyra år sedan.

Så hur ser jobbsituationen ut kring programdirektör Hansson? Där finns en programchef för Nyhetsmorgon, en nyhetschef ansvarig för alla linjära sändningar, en live-nyhetschef som är ansvarig för alla livesändningar, en chef för Efter fem, en Kalla fakta-chef, en online-strategisk chef, en operativ chef och så Malou von Sivers, som är chef för sitt program. De ingår alla i en ledningsgrupp för Nyheter och Samhälle.

Viveka sitter även med i ledningsgrupper in mot TV4.

- Min roll har förändrats lite eftersom det förut var ett nyhetsbolag. Där fanns ju en vd, som var ansvarig för den operativa verksamheten och personalen. Jag hade då det övergripande ansvaret att dra upp riktlinjerna och kravställa genom en beställning. Nu har vi tagit hem nyhetsverksamheten, tillbaka in i TV4, och tagit bort ett chefsled vilket gör att mitt ansvar blivit fördjupat och även omfattar verksamhet och personal. Jag tycker om att jobba nära medarbetarna, så jag uppskattar den här förändringen.

Hur tycker du att ni skiljer er mot SVT?

- Vi har en lite friare position och en något yngre målgrupp. Dessutom uppfattas vi nog inte så mycket som etablissemang, även om vi såklart kan anses tillhöra det, jämfört med SVT. Vi har heller ingen ledarsida som tidningarna och därför ingen politisk färg som smittar av sig på nyhetsjournalistiken.

- Jag tror också att vi har lite snabbare beslutsvägar här, och det gör att vi kanske kan förändra oss snabbare. Vi har också flyttat fram vår samhällsposition de senaste åren. Nyhetsmorgon går urstarkt, och vi har även tagit mark när det gäller valbevakningar. Att flest såg på TV4 under USA-valet var en viktig milstolpe för oss. Public service är ju väldigt duktiga på det de gör. På ett riksplan, men även lokalt.

Är det viktigt med en konkurrent som SVT för att göra ett bättre arbete?

- Ja, absolut. Konkurrens och mediemångfald är nödvändigt. Vi har också, genom Utgivarna, ett gott samarbete med SVT och de andra medlemmarna kring ett nytt medieetiskt system och oberoendefrågor.

Jag tycker att det är extremt viktigt att vi har ett starkt och oberoende public service. Om inte de värnas och hålls oberoende kommer det i förlängningen att drabba oss också. Det är en jätteviktig fråga för hela branschen.

Hur ser du på beslutet ni tog att lägga ner lokal-tv nu i efterhand?

- Vi hade en jobbig period 2014, när vi beslutade om det. Det var det jobbigaste beslutet jag varit med att fatta under alla mina år som chef. Men jag anser att det var rätt. Det handlade om att rädda jobb och nyhetsjournalistik på ett riksplan, och att investera digitalt. Det har vi gjort och jag känner att vi har kvitto på att det var riktigt. Vi når ännu fler idag med vår nyhetsjournalistik, och vi har växt digitalt.

Vad är dina förhoppningar på det potentiella Telia-ägandet?

- Att de ska vara bra ägare, och ge oss nya affärsmässiga möjligheter. Och att de inte ska lägga sig i vad vi gör för journalistik. TV4 har ju haft olika ägare tidigare och har en stark tradition av att inte låta sig påverkas. Jag känner mig rätt trygg i att vi kommer att få göra vad vi gör. Sedan är det en fråga som bör upprepas – för att påminna om att det är ansvarige utgivaren för programmen som beslutar om vad som publiceras. De kan ta bort mig, byta ut mig, men ingen kan bestämma vad utgivaren ska sända ut. Och det sitter i TV4:s väggar att vi är väldigt självständiga.

Vad gäller Telia så är Viveka även ordförande för Utgivarna och signerade nyligen en debattartikel om Telia och hur de agerar när det gäller konkurrens till exempel. Men hon tror ändå att affären är bra.

- Bonnier har ju sagt att de inte ser att de kan utveckla TV4 på ett bra sätt på sikt. Så jag tror att ett nytt ägande förhoppningsvis gör oss starkare affärsmässigt. Vi behöver pengar och kloka strategiska beslut för att få resurser till att göra bra journalistik. Den internationella konkurrensen som växer är tuff för alla lokala mediebolag. Därför behövs också nya lösningar. ■