



Riktlinjer för nyhetsvärdering FoU primär och nära vård VGR

Riktlinjer för nyhetsvärdering

Giltig från: 2025-11-01

Giltig till: 2027-11-01

Gäller för: FoU primär och nära vård VGR

Innehållsansvar: Carin Sjöström-Greenwood

Granskad av: Jonna Andersson, Regionhälsans kommunikationsavdelning

Beslutad av: Oscar Zaar

Syfte

Att säkerställa en enhetlig, rättvis och strategisk process för insamling, värdering och spridning av information och nyheter som stödjer FoU:s kommunikationsmål, stärker VGR:s varumärke och synliggör verksamhetens bredd.

1. Insamling av nyheter

- **Vägar in för inspel:**
 - Funktionsbrevlåda (huvudkanal för information och nyhetsförslag).
 - Chattgrupp för redaktionsgruppen för snabb dialog mellan möten.
 - Via redaktionsmedlemmar för direkt nominering i kommunikationsplanen
 - *Under utveckling: Publikationslistor och rapporter från Projektdatabasen FoU i VGR och UB*
- **Tydliga instruktioner:** Kollegor, forskare och studenter får information via till exempel APT, webb och SharePoint om *vad* som kan skickas in (publikationer, projektresultat, personporträtt, samarbeten), *varför* det är relevant och *till vem* de skickar materialet.
- **Enkelhet:** Inga krångliga formulär – istället ska materialet kunna skickas in i ett fritt format med stöd av dessa riktlinjer.

2. Värdering och urval

- **Kriterier för publicering:**

Informationen och nyheten ska vara minst ett av följande:

- Tillräckligt stor genomslagskraft (t.ex. publikation i en erkänd tidskrift, pris, viktigt projektresultat).
- Inspirerande (exempel på nytta, samverkan, innovation eller goda arbetssätt).
- Relevant för flera målgrupper (medarbetare, samarbetspartners, invånare).

- **Regional och tematisk rättvisa:**

Information och nyheter från alla noder och regioner ska synliggöras.

- **Balans i format:**

- Dagliga kanaler: korta nyheter som är aktuella.
- Längre artiklar i till exempel nyhetsbrev
- Årlig/halvårsvis rapportering: större sammanställningar (årsredovisning, populärvetenskapliga rapporter).

- **Personliga berättelser:** Lyft fram medarbetare från olika delar av organisationen, undvik exkludering.

3. Roller och struktur i redaktionsgruppen

- **Representation:** Varje lokalkontor ska ha representation i gruppen
- **Kompetenser:** Gruppen bör inkludera både koordinatörer, kommunikatörer, skribenter, forskare och strateger samt en representant från ledningsgruppen. En person kan hålla flera av dessa kompetenser.
- **Ansvar:**
 - Samla in och ta emot inspel.
 - Gemensamt ansvar för att bedöma information och nyheter enligt kriterierna.
 - Mandat att publicera utan chefsgruppens godkännande (autonomi).
 - Rotationsprincip för att säkerställa jämställdhet i urval och exponering (Relevant för medlemmar utöver kommunikationsgruppen).

4. Samverkan med chefsgruppen

- **Arbetsnivå:** Redaktionsgruppen hanterar löpande information och nyheter och värdering självständigt.

- **Styrning:** Chefsgruppen anger övergripande kommunikationsmål, men ska inte belastas med detaljfrågor.
- **Åtterrapporing:** Årlig summering kring publicerade nyheter och identifierade kommunikationsluckor.

5. Test och utveckling

- **Pilot för publikationslista:**
 - *Publikationslistor och rapporter från Projektdatabasen FoU i VGR och UB tas fram och används som underlag för eventuella nyheter*
- **Utvärdering:** Processen testas och justeras löpande för att bli en fungerande rutin.
- **Nya kanaler för lokala behov**
 - *Nyhetsbrev*
 - *Lokala webbsidor under FoU-webben*
 - *#-tags*
 - *Linked-in*

6. Övergripande kommunikationsmål

- Bidra till öppenhet och transparens.
- Stärka FoU:s roll som pålitlig och relevant aktör.
- Säkerställa att kommunikationen speglar hela regionens bredd och mångfald.
- Skapa innehåll som är anpassat för flera kanaler och målgrupper.

Checklista för värdering av nyheter och information

1. Insamling

- Har nyheten skickats in via funktionsbrevlådan, chattgruppen eller nominerats direkt?
- Är det tydligt *vad* nyheten gäller och *vem* som är kontaktperson?

2. Förhandsgranskning

- Är materialet tillräckligt komplett (text, länk, ev. bild)?
- Är innehållet korrekt och verifierbart?

3. Värdering (kriterier)

- Är nyheten tillräckligt stor (publikation, pris, större projekt)?
- Är den inspirerande (goda exempel, innovation, samverkan)?
- Är den relevant för flera målgrupper?
- Är den balanserad ur ett regionalt och personligt perspektiv?
- Bidrar den till VGR:s kommunikationsmål (öppenhet, trovärdighet, bredd)?

4. Beslut om kanal

- Passar nyheten för löpande kanaler (intranät, sociala medier)?
- Passar nyheten för bredare kanaler (Nyhetsbrev, pressrelease/VGRFokus)?
- Hör den hemma i en sammanställning (t.ex. årsrapport, nyhetsbrev)?
- Behöver chefsgruppen informeras eller räcker publicering direkt?

5. Publicering

- Kort text produceras (målgruppsanpassad, enkel och tydlig).
- Kontakt tas för ev. stöd vid längre artikel
- Bild eller grafiskt material ordnas.
- Publicering sker enligt ansvarig redaktionsmedlems mandat.

6. Uppföljning

- Logga nyheten i gemensamt dokument/lista.
- Rapportera årsvis till chefsgruppen (översikt, inte detalj).
- Utvärdera och justera processen vid behov.