

Gäller för: Västra Götalandsregionen

Innehållsansvar: Andreas Kron, (andkr11), Kommunikatör

Granskad av: Anna Liljenberg, (annli247), Avdelningschef

Godkänd av: Jenny Erholm, (jenho), Kommunikationsdirektör

Giltig från: 2025-07-08

Giltig till: 2029-08-12

Rutin Sociala medier

Innehåll

1	Inledning och sammanfattning	3
2	VGR:s syfte med sociala medier	3
3	Medarbetare och sociala medier.....	4
3.1	Medarbetares privata agerande på sociala medier	4
4	Val av sociala medier	4
5	Innan start av konto	5
5.1	Godkännande	6
5.2	Regler för konton	6
5.3	Säkerhet.....	7
6	När ett konto är startat	7
6.1	Innehåll, bemötande och engagemang	7
6.2	Andras konton.....	8
6.3	Att följa och dela andra	8
6.4	Publicering av personuppgifter.....	8
6.5	Bilder, representation och mångfald.....	8
6.6	Tillgänglighet.....	9
6.7	Mät ditt resultat.....	9
6.8	Annonsering	9
6.9	Avslut av konto.....	10
7	Kriser och stormar	10
8	Regler att förhålla sig till	11
8.1	Upphovsrätt.....	11
8.2	Allmänna handlingar, arkivering och gallring.....	11
8.2.1	Diarieföring/arkivering	12
8.2.2	Gallring.....	12
8.3	Dataskyddsförordningen (GDPR) och publicering av personuppgifter	12
8.4	Efterforskningsförbud och repressalieförbud.....	13
8.5	Offentlighets- och sekretesslagen	14
8.6	Förvaltningslagen och serviceskyldigheten	14
8.7	Brottsbalken med mera.....	14
8.8	Lagen om elektroniska anslagstavlor	14
9	Styrande dokument	15

1 Inledning och sammanfattning

Västra Götalandsregionens (VGR) rutin för sociala medier innehåller bindande regler för arbetet med VGR:s officiella konton på sociala medier. Som officiellt konto räknas konton som företräder en eller flera delar av VGR:s verksamheter.

Syftet med denna rutin är att ge en god vägledning kring hur sociala medier-konton i VGR:s regi ska hanteras. Rutinen innehåller krav som ska uppfyllas men också många exempel eller rekommendationer på hur saker kan hanteras.

I slutändan är det varje förvaltning och bolag som är ansvarig för sina verksamheters sociala medierkonton och det står förvaltningarna fritt att tillämpa ytterligare regler som går utöver denna rutin.

För sociala medierkonton i VGR:s regi gäller dock sammanfattningsvis följande:

- Ett officiellt konto kräver godkännande av ansvarig chef samt den egna förvaltningens kommunikationsavdelning.
- Kontot ska vara genomtänkt, resurssatt och följa VGR:s visuella identitet.
- I sociala medier tar vi ansvar för vår kommunikation och modererar aktivt, vi följer upp, besvarar och håller ordning i våra kommentarsfält.
- VGR:s kommunikation präglas av öppenhet, korrekthet, tillgänglighet, tydlighet, saklighet och snabbhet.
- VGR:s engagemang i sociala medier ska följas upp genom att mäta om vi når uppsatta mål, både ur kvantitativt och kvalitativt perspektiv.
- Medarbetare och chefers privata användning av sociala medier faller utanför rutins tillämpningsområde.

Rutinen ersätter riktlinjer Sociala medier 2019–2023, RS 2019–04626.ⁱ

2 VGR:s syfte med sociala medier

Genom sociala medier finns VGR där invånarna är och det är nödvändigt för att fortsätta vara relevanta, trovärdiga och nå invånarna med vår information.

Kommunikation i sociala medier ska stärka VGR som kommunikativ organisation, öka kunskapen och förtroendet för VGR samt göra oss mer nåbara, utveckla dialogen och relationerna med invånare, patienter och andra intressenter.

Kommunikationen i sociala medier ska samspela med och stärka kommunikationen i de digitala huvudkanalerna. Som myndigheter kommunicerar vi aldrig viktiga frågor enbart via sociala medier. Invånare ska känna sig trygga med att all väsentlig information finns på respektive verksamhets hemsida och 1177.se.

Våra konton på sociala medier ska kunna handla om politik men inte vara politiska. De ska kunna skildra politiska beslut men utan politiska utspel eller debatt.

3 Medarbetare och sociala medier

Medarbetare som har uppdrag i tjänsten att skriva och befinna sig på sociala medier för att kommunicera med invånare eller intressenter är representant för VGR och verksamheten.

För att en medarbetare ska kunna använda sociala medier för VGR:s räkning i tjänsten ska ett uppdrag från chef finnas. Den som svarar för VGR:s räkning ska göra det utifrån verksamhetens användarprofil, inte svara utifrån sin privata profil.

Var och en som publicerar något på sociala medier ansvarar själv för det i enlighet med reglerna i bland annat brottsbalken (1962:700). Det innebär att den enskilde kan bli straffrättsligt ansvarig för sina inlägg, även om det publiceras i verksamhetens namn.

3.1 Medarbetares privata agerande på sociala medier

Den grundlagsskyddade yttrandefriheten innebär att medarbetare har rätt att uttrycka sina egna tankar och åsikter, och även kritik om VGR, på sina privata konton i sociala medier. Däremot får medarbetare inte, enligt denna rutin, utge sig för att vara talesperson för VGR:s verksamhet.

Medarbetare inom VGR omfattas av bestämmelser om sekretess och tystnadsplikt vilket innebär vissa begränsningar i den långtgående rätten att uttrycka sig fritt. Yttrandefrihet och meddelarfrihet gäller som huvudregel för uppgifter som inte omfattas av sekretess.

Repressalier från VGR gentemot medarbetare för det som uttalats i sociala medier får inte förekomma. Arbetsgivaren ska agera utifrån arbetsmiljöaspekter på sådant som kan uppfattas som kränkning eller mobbning i sociala kanaler.

Det kan vara svårt för en invånare att skilja på i vilken roll medarbetare uttrycker sig på i sociala medier. Det som är tillåtet är inte alltid lämpligt.

4 Val av sociala medier

VGR ska finnas där invånarna finns vilket innebär att vi behöver vara aktiva på de sociala medier-plattformar som invånarna använder. Samtidigt är det viktigt att vi väljer sociala medier med omsorg och alltid är öppna för att ompröva vårt sociala medier-engagemang.

De olika plattformarnas popularitet och lämplighet är föränderlig och därför rekommenderas en omvärldsanalys kring vilken plattform som passar verksamhetens syfte.

På vgregion.se/some finns en genomgång av de vanligaste sociala medierna och VGR:s ställningstagande kring vissa av dessa. Det finns även en rad andra sociala medier som kan vara aktuella för VGR.

Oavsett val av plattform är följande viktigt att tänka på:

- När vi rätt målgrupp?
- När vi tillräckligt många för att det ska vara värt de resurser som krävs?
- Har vi möjlighet att fullgöra vårt myndighetsuppdrag på plattformen?
- Är plattformen trovärdig, pålitlig?

5 Innan start av konto

VGR:s närvaro i sociala medier ska vara genomtänkt och resurssatt. Det innebär att en planering för både innehåll och resurser ska göras innan ett engagemang i sociala medier påbörjas.

Varje förvaltning och bolag ansvarar för sin egen närvaro på sociala medier. Koncernkontoret ansvarar för de kanaler som är regionövergripande/gemensamma.

Den verksamhet som vill starta ett konto ska först fråga sig om det är nödvändigt med ett eget konto i sociala medier, eller om verksamheten kan använda andra redan befintliga konton i VGR:s regi för att sprida sitt innehåll.

Verksamheten behöver fråga sig om de egna resurserna räcker för att hantera ett konto, skapa innehåll regelbundet (åtminstone 2–3 inlägg/vecka) och hantera invånardialog, det vill säga de frågor och kommentarer som kommer till oss via sociala medier. Samt att det säkerställs att de medarbetare som i tjänsten hanterar sociala medierkonton har tillräckliga kunskaper och kan gällande lagstiftning.

Förvaltningarnas kommunikationsavdelningar kan själva sätta krav för sociala medierkonton men åtminstone följande frågor behöver besvaras:

- Vad vill vi få ut av vår närvaro i sociala medier?
- Vilken är målgruppen?
- Vilka plattformar ska användas?
- Vilken typ av innehåll kommer skapas?
- Vilka verktyg och vilken kompetens behövs?
- Hur organiseras arbetet?
 - Vem är ansvarig?
 - Vilka har tillgång?
 - Vem lägger ut innehåll?
 - Vem ansvarar för invånardialog?
- Hur säkras kontinuitet i arbetet med sociala medier?

- Hur mäter vi och följer upp våra mål?

Engagemanget på kontot ska vara långsiktigt. Om det bara finns behov av att närvara i sociala medier under en begränsad tidsperiod eller nå en väldigt begränsad målgrupp, bör det i första hand undersökas om det går att lösa på annat sätt, exempelvis annonsering eller annan medverkan i ett av VGR:s redan befintliga konton eller samverka med en annan samhällsinstitution.

5.1 Godkännande

För att få starta ett konto i VGR:s regi krävs:

- Godkännande från ansvarig chef
- Godkännande från förvaltningens kommunikationsavdelning (om sådan finns)

Beslutet ska dokumenteras inom den egna förvaltningen och i beslutet ska det anges vad som är syftet med kontot och vem som är kontoägare för kontot.

Koncernkontorets avdelning Press och media ska informeras så att kontot listas på <https://www.vgregion.se/some>. Kontaktuppgifter finns längst ned på webbsidan. Detsamma gäller när kontot avslutas.

5.2 Regler för konton

VGR har som myndighet ett ansvar att vara öppen och tillgänglig för medborgarna. Därför använder VGR inte konton som till exempel är dolda eller där det krävs att användarna blir godkända av en administratör för att få ta del av innehållet.

Varje VGR-konto ska ha regler för kommentering och moderering, tydliga för både dem som ansvarar för kontot och om möjligt för den som besöker kontot. Det ska också finnas hänvisning till när kontot är bemannat och en kontaktfunktion.

De konton/profiler som administrerar VGR:s konton på sociala medier ska vara äkta och följa plattformarnas regelverk för användarkonton. Inga falska konton ska skapas, det är vanligtvis ett brott mot plattformarnas egna regelverk och kan dessutom skada/försvåra VGR:s arbete i sociala medier.

VGR:s närvaro i sociala medier ska följa VGR:s visuella identitet och varumärkesmanual exempelvis gällande kontots namn och profilbild. Vissa verksamheter, såsom besöksmål och konkurrensutsatta verksamheter, har en egen visuell identitet som också används i sociala medier.

5.3 Säkerhet

Det är av stor vikt att åtkomsten till VGR:s konton i sociala medier hanteras varsamt och med försiktighet. Om någon otillbörlig får åtkomst till våra konton kan detta orsaka stor skada.

Behörighet till konton ska endast tilldelas medarbetare som har behov av det i sin tjänst. Behörighetsnivån ska styras av vilken roll medarbetaren har, exempelvis gällande möjligheten att kunna moderera kommentarer, publicera inlägg eller administrera behörigheter.

- Varje sociala mediekonto ska ha minst två men helst inte fler huvudadministratörer.
- Plattformarnas säkerhetsåtgärder, exempelvis 2FA, tvåfaktorsautentisering ska i möjligaste mån användas.
- I de fall medarbetare måste använda personliga konton för att logga in på verksamhetens konton ska det personliga kontot skyddas så långt det är möjligt.
- Varje gång en medarbetare slutar eller av andra anledningar inte behöver ha tillgång till SoMe-konton ska dennes behörighet plockas bort och eventuella gemensamma lösenord bytas.
- Minst en gång om året ska behörigheterna till kontot gås igenom och uppdateras.

6 När ett konto är startat

6.1 Innehåll, bemötande och engagemang

VGR:s kommunikation är öppen, proaktiv, saklig, trovärdig och respektfull. Kommunikationen har personligt tilltal och är korrekt.

Inlägg i VGR:s namn ska vara verksamhetsrelaterade, genomtänkta, målgruppsanpassade och gärna locka till engagemang.

Vi följer upp vår invånardialog, besvarar frågor och modererar aktivt kommentarer på våra konton i sociala medier.

Det innebär:

- Vi svarar skyndsamt på de frågor som ställs till oss på våra konton.
- Vi bemöter och förtydligar felaktigheter och missförstånd.
- I vår yrkesroll representerar vi VGR och den egna verksamheten.
- Våra inlägg och svar är seriösa och sakliga, skrivna med enkelt och begripligt språk.
- I största möjliga mån undviker vi svar som uppfattas som standardiserade.

Invånardialog, att hantera frågor och kommentarer, får inte läggas på tredje part, exempelvis byrå. VGR liknar kommentarer på sociala medier vid en funktionsbrevlåda och det kan dyka upp såväl öppna

kommentarer som privata meddelanden som extern part inte ska ha tillgång till.

6.2 Andras konton

Som huvudregel deltar VGR inte i dialogen på andras konton i sociala medier. Den information VGR sprider ska utgå från egna kommunikationsplattformar.

Det innebär att vi inte går i svaromål, för debatt eller diskussion i andras kommentarsfält. Om VGR:s verksamheter märks eller identifieras (taggas) i inlägg eller kommentarer på andras konton betraktas detta som frågor som inte behöver besvaras. För att säkerställa en korrekt hantering av inkomna frågor behöver dessa ställas via VGR:s egna kanaler och kontaktvägar.

I undantagsfall kan det finnas behov av att gå in i andras flöden och bemöta felaktigheter som sprids. Då ska vi i första hand hänvisa och länka till svar och fakta på våra egna plattformar.

Om VGR gör inlägg på andras konton eller i andras grupper betraktas de som allmänna handlingar som behöver diareföras och ska kunna begäras ut hos VGR.

6.3 Att följa och dela andra

Var uppmärksam på vilka konton som VGR:s konton följer och agerar med. VGR:s konton följer andra konton som är i linje med eller intressanta för den egna verksamheten.

En länk eller en delning som görs av VGR kan ge andra aktörer legitimitet. Därför bör VGR:s konton bara länka till, eller dela inlägg från, andra myndigheter, regioner och kommuner och/eller organisationer som verksamheten har ett officiellt samarbete med.

6.4 Publicering av personuppgifter

Vår kommunikation på sociala medier kännetecknas av försiktighet när det gäller att publicera personuppgifter, särskilt bilder eller uppgifter om patienter.

Läs mer under stycket om dataskyddsförordningen (GDPR).

6.5 Bilder, representation och mångfald

VGR har särskilda [regler för bilder](#) som även gäller sociala medier.

I korthet gäller att de bilder vi publicerar ska spegla Västra Götalandsregionens värderingar såsom de uttrycks i reglerna för bilder. För att vi ska uppfattas som trovärdiga ska bilderna, så långt det är möjligt, skildra verkliga händelser och miljöer i Västra Götaland.

Medarbetare på bild ska följa de hygien- och arbetsmiljöregler som gäller i verksamheten för att så långt som möjligt visa en korrekt verksamhet.

6.6 Tillgänglighet

Digital offentlig service ska vara tillgänglig. Kravet på tillgänglighet finns i lagen om tillgänglighet till digital offentlig service (DOS-lagen).

Digital service som en aktör tillhandahåller genom tredje part, exempelvis sociala medier, ska vara tillgänglig så långt det är möjligt. Med det avses att tillgänglighetskraven ska följas i den utsträckning som den aktuella tekniska lösningen/plattformen tillåter.

Det innebär att i de fall en plattform för sociala medier ger möjlighet att lägga till exempelvis alt-texter för foton, lägga in textremsor på filmer och så vidare, ska denna funktionalitet användas.

Sidan [Tillgänglighet i sociala medier](#) utvecklar ytterligare hur konton i VGR:s regi ska jobba med tillgänglighet.

6.7 Mät ditt resultat

Vår närvaro på sociala medier ska återkommande mätas och utvärderas. För att säkerställa att resurser används effektivt är det viktigt att följa upp huruvida kontot når sitt syfte, att relevanta målgrupper nås och att kontot bidrar till verksamhetens övergripande mål.

Förvaltningarna och verksamheterna ansvarar för att sätta egna relevanta mål och mätetal.

Mätetalen kan vara knutna både till mål på kort sikt, som följs upp löpande, och långsiktiga mål, som följs upp årsvis. Exempel på mätetal är engagemangsgrad, räckvidd, antal följare och frekvensen av interaktioner med invånarna.

6.8 Annonsering

Marknadsföring eller annonser i sociala medier är att betala för att nå ut med information till en specifik målgrupp eller utifrån en viss målsättning.

Marknadsföring och annonsering i sociala medier sker i första hand från verksamhetens övergripande konton: exempelvis NU-sjukvårdens konto, inte NU-ambulansens konto. Verksamheter som vill annonsera gör det i samråd med sin kommunikationsavdelning.

Annonsering ska ha ett tydligt syfte och göras utifrån förväntad effekt.

Då annonsering ska leda till ökad spridning och ökad invånardialog krävs också resurser för att omhänderta det ökade intresset, exempelvis förberedda frågor och svar. Den som beställer annonser ansvarar även för att invånardialog kan hanteras.

6.9 Avslut av konto

Ett konto som inte längre ska användas eller är inaktivt ska avslutas och stängas ner. Innan ett konto stängs ner ska det under en rimlig tid kommuniceras tydligt att kontot kommer att stängas ner och varför. Har kontot varit inaktivt en längre tid (över sex månader) behöver det inte ske någon sådan kommunikation, då är det bättre att bara stänga kontot.

Innan kontot stängs ner ska kontot/sidorna bevaras genom att innehållet överförs i helhet eller i urval till en plats som förvaltas av VGR. Exempelvis genom att ta skärmdumpar på kontots första 3–4 sidor för att bevara en ögonblicksbild av hur kontot såg ut.

En verksamhets kommunikationsavdelning kan fatta beslut om att avsluta ett konto om det är inaktivt eller bryter mot VGR:s riktlinjer och rutiner.

När ett konto avslutas ska enhet Press och media, koncernkontoret underrättas så att kontot kan tas bort från sidan

<https://www.vgregion.se/some>.

7 Kriser och stormar

En kris är allt från allvarliga olyckor och händelser som hotar förtroendet för VGR. Till det kommer sociala medier-stormar som kan vara helt och hållet drivna och utspelade på våra egna eller andras sociala medierkonton. Kriserna och stormarna kan baseras på såväl verkliga händelser som falska (desinformation).

Därför är det viktigt att varje enskild verksamhet har en plan för hur olika typer av kriser och stormar ska hanteras i sociala medier.

De ökar kraven på att i sociala medier:

- Omvärldsbevaka
- Informera
- Hantera invånardialog

Kriser och stormar ställer krav på verksamheten att skyndsamt ta fram information och svar avsedda för sociala medier. Den kan ställa krav på verksamheten att vara tillgänglig för invånarna via sociala medier utöver ordinarie kontorstid och det kan krävas förstärkta resurser för att såväl kortsiktigt som långsiktigt hantera krisen.

8 Regler att förhålla sig till

8.1 Upphovsrätt

Alla publiceringar av texter, bilder, filmer och ljud ska följa lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk och offentlighets- och sekretesslagen (2009:400, OSL).

Det är inte tillåtet att sprida text, bild, film eller ljud som någon annan har skapat utan lov. Det är dock tillåtet att använda sociala medieplattformarnas egna ljud- och bildlösningar utifrån de villkor som plattformarna har.

8.2 Allmänna handlingar, arkivering och gallring

Varje svensk medborgare har rätt att ta del av allmänna handlingar, enligt 2 kap. 1 § tryckfrihetsförordningen. Med handling menas framställning i skrift eller bild (traditionella handlingar) eller upptagning som kan läsas, avlyssnas eller på annat sätt uppfattas endast med tekniskt hjälpmedel.

Inlägg och kommentarer på sociala medier är att betrakta som allmänna handlingar. Det innebär att vi måste ta ställning till vad som ska diarieföras och vad som kan gallras.

Västra Götalandsregionens dokumenthanteringsplan punkt 2.10 styr hur vi hanterar sociala medier.

- Inlägg av tillfällig eller ringa betydelse i sociala medier - gallras vid inaktualitet
- Inlägg av vikt i sociala medier – registreras i diariet
 - Gäller inlägg i t.ex. Facebook, Instagram, Twitter¹ med flera. Bevaras om konversationen inte är av tillfällig eller ringa betydelse. Kommentarer som har någon form av bevisvärde, innehåller hot eller liknande anses vara av vikt. Information i andra former än inlägg (artiklar, bilder, film, foto, etc.) bevaras enligt det som gäller för handlingstypen.
- Inlägg i sociala medier knutet till ett ärende – registreras i diariet
 - Gäller inlägg i t.ex. Facebook, Instagram, Twitter med flera. Bevaras om konversationen inte är av tillfällig eller ringa betydelse och diarieförs i sitt ärende.

Regionarkivets handledning "[Arkivera innehåll på webb och sociala medier](#)" ger råd och rekommendationer för Göteborg stad och Västra Götalandsregionen om hur innehåll på sociala medier hanteras. Den

¹ Twitter har sedan dokumenthanteringsplanen skrev bytt namn till X.

som hanterar sociala medier för VGR:s räkning ska läsa igenom Regionarkivets handledning.

8.2.1 Diarieföring/arkivering

Huvudregeln är att allmänna handlingar ska diarieföras i sin ursprungskontext. För handlingar som inte omfattas av sekretess är det möjligt att frångå kravet om registrering om de hålls ordnade på ett sådant sätt att det är lätt att hitta dem och se om de kommit in eller upprättats. En webbplats eller ett socialt mediekonto kan anses ha en sådan ordning.

Generellt ska webbinformation av varaktig betydelse bevaras om den inte redan finns bevarad någon annanstans. En sida som bara innehåller en sammanfattning av en broschyr som tidigare diarieförts behöver inte bevaras.

Allmänna frågor och kommentarer på sociala medier kan likställas med förfrågningar och meddelanden av tillfällig betydelse eller rutinmässig karaktär och gallras. Men klagomål och synpunkter som rör myndighetens verksamhetsområde ska skickas till diariet och bevaras om de är av större betydelse, det vill säga av vikt.

Det kan vara svårt att avgöra vad som är inlägg av vikt. En fingervisning kan vara att klagomål och synpunkter som leder eller kan leda till en åtgärd är av vikt. Exempelvis hot och liknande är inlägg av vikt.

När du lägger in unik information av varaktig betydelse på webb och sociala medier som inte finns bevarad någon annanstans ska du arkivera informationen i samband med publiceringen.

8.2.2 Gallring

Inlägg av tillfällig eller ringa betydelse kan gallras vid inaktualitet. Dock så har du ingen kontroll över gallringsprocessen för information i kanaler som ägs av privata aktörer, exempelvis Facebook, Instagram och LinkedIn. Alltså kan du inte gallra/radera information på sociala medier, bara avpublicera den så att den inte längre är läsbar för allmänheten. Informationen kommer ändå att finnas kvar tills ägaren av mediet raderar den eller tills den förstörs av någon annan anledning.

8.3 Dataskyddsförordningen (GDPR) och publicering av personuppgifter

När sociala medier används sker ofta en behandling av personuppgifter. Det innebär att reglerna om behandling av personuppgifter i EU:s dataskyddsförordning (GDPR) och annan tillämplig dataskyddsreglering måste beaktas. Reglerna syftar främst till att skydda enskildas personliga integritet. Reglerna om personuppgiftsbehandling gäller så fort ett

inlägg, meddelande eller kommentar innehåller information om en levande person som kan identifieras på något sätt.

Myndigheter kan i allmänhet inte använda grunden samtycke för behandling av personuppgifter. För VGR är vanligtvis den rättsliga grunden att vi utför en uppgift av allmänt intresse.

Enligt 6 § myndighetsförordningen är det myndigheters uppgift att tillhandahålla information om sin verksamhet. När vi informerar om vår verksamhet på webben och i sociala medier anses den eventuella personuppgiftsbehandling som det medför utgöra en uppgift av allmänt intresse.

Tänk dock på att personuppgifter, exempelvis namn och bilder, som enskilt betraktas som harmlösa ändå kan uppfattas som integritetskränkande beroende på sammanhanget de publiceras i. Fundera alltid en extra gång över hur innehållet kan tolkas och upplevas innan du trycker på publicera.

När det gäller uppgifter om patienter (känsliga personuppgifter) får de som huvudregel inte publiceras på sociala medier. Det kan ändå vara viktigt ibland att vi informerar om vår verksamhet och då kan patienter som vill det få delta. De medverkande ska i sådana fall vara informerade om varför en bild tas och vad den ska användas till och patientens medgivande till medverkan ska vara helt frivillig och gärna dokumenterad. Om någon senare ångrar sig och inte längre vill medverka bör vi ta bort det aktuella bildmaterialet.

Att använda sig av bilder på barn kännetecknas av ytterligare restriktivitet. Om barnet är under 13 år ska tillstånd inhämtas från vårdnadshavare innan publicering. Tillståndet ska med fördel dokumenteras skriftligen (dock inte i journalen då det inte rör vården av patienten).

Bilder på patienter som saknar förmåga att ge sitt tillstånd, tex för att de befinner sig i koma eller i en särskilt utsatt situation, ska inte förekomma på sociala medier.

När det gäller medverkan på sociala medier av VGR:s medarbetare ska sådan medverkan också vara frivillig och medarbetaren informeras i förväg.

8.4 Efterforskningsförbud och repressalieförbud

Arbetsgivaren är förbjuden att efterforska vem som nyttjat sin yttrandefrihet eller meddelarfrihet i en speciell fråga. Arbetsgivaren får inte heller avskräcka en medarbetare genom kritik eller bestraffningar eller på annat sätt ingripa mot en medarbetare som använt sin yttrandefrihet eller meddelarfrihet.

VGR tillämpar även efterforsknings- och repressalieförbudet för medarbetare som privat använder och närvarar i sociala medier.

8.5 Offentlighets- och sekretesslagen

Inlägg som innehåller sekretessbelagd information får inte förekomma i sociala medier.

Om personer som kommunicerar med VGR i de sociala medierna tar upp frågor som är av känslig eller till och med sekretessbelagd karaktär ska konversationen avbrytas. De sekretessbelagda uppgifterna ska raderas i det sociala mediet och medarbetaren ska vid behov se till att kommunikationen följer mer traditionell ärendehantering, (jämför stycket ovan om Allmänna handlingar och gallring).

8.6 Förvaltningslagen och serviceskyldigheten

För alla myndigheter gäller en allmän serviceskyldighet gentemot allmänheten, 6 § förvaltningslagen. Om en myndighet väljer att vara aktiv via sociala medier ska den allmänna serviceskyldigheten uppfyllas även här.

Det innebär att myndigheten ska:

- Lämna upplysningar, vägledning, råd och annan sådan hjälp till enskilda i frågor som rör myndighetens verksamhetsområde
- Hjälpa till i den utsträckning som är lämplig med hänsyn till frågans art, den enskildes behov av hjälp och myndighetens verksamhet
- Besvara frågor från enskilda så snart som möjligt
- Hjälpa till rätta om någon av misstag har vänt sig till fel myndighet.

8.7 Brottsbalken med mera

Var och en som publicerar något på sociala medier ansvarar för det i enlighet med reglerna i bland annat brottsbalken (1962:700). Det innebär att den enskilde kan bli straffrättsligt ansvarig för sina inlägg. Exempel på brott är olaga hot, olaga integritetsintrång, uppvigling, hets mot folkgrupp, barnpornografibrott, olaga våldsskildring, förtal, ärekränkning, förolämpning, ofredande, svindleri, sexuellt ofredande.

Även intrång i upphovsrätt eller i rättighet skyddas genom föreskrift i 5 kap. lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk.

8.8 Lagen om elektroniska anslagstavlor

Lag (1998:112) om elektroniska anslagstavlor omfattar elektronisk förmedling av meddelanden.

Med en elektronisk anslagstavla avses elektroniska tjänster där det går att ta del av andras meddelanden och sända egna meddelanden till andra, dvs. att tjänsten är interaktiv. Exempelvis Facebook, Instagram, diskussionsforum och bloggar med kommentarsfunktion.

Den som ansvarar för en elektronisk anslagstavla är skyldig att:

- Hålla uppsikt över insända meddelanden. Hur ofta beror på hur stor trafik det är på anslagstavlan och vilken slags forum det är fråga om, men minst en gång i veckan.
- Ta bort brottsligt material som hamnat där, exempelvis uppvigling, hets mot folkgrupp, barnpornografibrott, olaga våldsskildring, upphovsrättsintrång.

9 Styrande dokument

Dokument som huvudsakligen är relaterade till och styrande över denna rutin för sociala medier är:

- Kommunikations- och påverkanspolicy 2023-2028
- Identitets- och varumärkespolicy för Västra Götalandsregionen 2024–2029

Förteckning över alla styrande dokument finns på VGR:s externa hemsida på följande adress:

<https://www.vgregion.se/om-vgr/ledningssystem/styrande-dokument/>
(se rubriken kommunikation och externa relationer)

ⁱ Funktionsgrupp kommunikationschefer har beretts möjlighet att lämna synpunkter på rutinen. Rutinen har beretts av avdelning press och media inom Koncernstab kommunikation.

Beslut om rutinen är fattat utifrån kommunikationsdirektörens ledningsansvar och ansvar för koncernövergripande verkställighet enligt regiondirektörens ansvarsfördelning RS 2023–05437.

Information om handlingen

Handlingstyp: Rutin

Gäller för: Västra Götalandsregionen

Innehållsansvar: Andreas Kron, (andkr11), Kommunikatör

Granskad av: Anna Liljenberg, (annli247), Avdelningschef

Godkänd av: Jenny Erholm, (jenho), Kommunikationsdirektör

Dokument-ID: RS8125-263438918-80

Version: 2.0

Giltig från: 2025-07-08

Giltig till: 2029-08-12