

Influencers och krim/gangfluencers

Är du nyfiken på vilket ansvar influencers, annonsörer och andra mellanmän (som till exempel influencernätverk) har för den marknadsföring som influencern gör i sociala medier? Var går egentligen gränsen mellan en personlig rekommendation och marknadsföring? Var går gränsen mellan redaktionella artiklar och marknadsföring? Vilka regler måste influencers kunna när de gör betalda samarbeten och använder affiliatelänkar? Vad kan en varumärkesinnehavare göra om varumärket blir populärt bland kriminella och förknippas med kriminalitet eller radikalisering? Hur farlig är gangfluencer-kulturen? Bidrar eller bidrar inte de digitala plattformarna till våldet? Finns det skäl för reglering och i så fall vad borde regleras?

När? 13 maj 2024 kl. 16.30-18.00. Efter seminariet bjuds på mat och dryck.

Var? Pufendorfsalen, Juridicum Lund.



Karin Cederlund, advokat och delägare i advokatbyrån Sandart & Partners i Stockholm med lång erfarenhet av marknadsföringsrätt.

Sofia Ulver, docent vid företagsekonomiska institutionen, Ekonomihögskolan, Lunds universitet. Sofia har för närvarande ett forskningsprojekt som heter *Konfliktmarknader: En undersökning om marknadens roll i en våldsbejakande konsumentkultur*. Hon forskar om hur denna konsumtionskultur ser ut och vad som sker på den virtuella scenen med gangfluencers.

Gunilla Welander, jurist vid Reklamombudsmannen med mångårig erfarenhet i marknadsföringsrätt.

**Anmäl dig på vår hemsida aclu.lu.se senast den 6 maj 2024!
OBS! Begränsat antal platser!**

ACLU FÖR STUDENTER

