



# LUND UNIVERSITY

## Biopop: den biomedicinska kunskapens popularisering.

Hansson, Kristofer

2005

[Link to publication](#)

*Citation for published version (APA):*

Hansson, K. (2005). *Biopop: den biomedicinska kunskapens popularisering..* Abstract från Medicinens nutidshistorie. 4. Helse- og medicinhistorisk årsmøde..

*Total number of authors:*

1

### General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117  
221 00 Lund  
+46 46-222 00 00

Kristofer Hansson  
Doktorand  
Etnologiska institutionen samt Vårdalinstitutet  
Lunds universitet  
Hemadress:  
Rusthållarvägen 177 3tr  
128 44 Bagarmossen  
Kristofer.Hansson@etn.lu.se

2005-09-16

Helse- og medicinhistoriske årsmøde, København, fredag-lørdag 2-3 december 2005

### **Biopop – den biomedicinska kunskapens popularisering**

1961 annonserar läkemedelsföretaget *Hässle* sin nya inhalator för astmamedicin i en patienttidning. I annonsen framställs astman som en sjukdom att bemästra, den skall inte längre vara ett hinder för att ta del av arbetsliv eller sällskapliv. 2002 annonserar läkemedelsföretaget *GlaxoSmithKline AB* sin nya inhalator med rubriken: ”Mer liv. Mindre astma”. Det handlar fortfarande om att astman inte skall vara ett hinder, men nu är det inte arbetslivet eller sällskaplivet utan det ”fria livet” som människan med astma skall sträva efter. Genom att ta utgångspunkt i läkemedelsföretagens informationsmaterial – annonser, pressreleaser, broschyrer – kan en förståelse ges för hur den biomedicinska kunskapen populariseras till patienter. Populariseringen handlar om hur kunskapen transformeras, och blir i en historisk och lokal kontext tydlig, konkret och igenkännbar för en patientgrupp. I informationsmaterialen återfinns de populära föreställningar kring sjukdom, hälsa och bot som produceras och reproduceras av läkemedelsföretagen – något jag belyser ur ett historiskt perspektiv.