

### Editorial – Dansk version 1/2006

Som alle videnskaber udvikler sprogvidenskaben (også den fagsproglige) sig i takt med samfundets behov, opdagelser på andre videnskabsområder, nye filosofiske strømninger osv.

Skulle nogen tvivle herom kan vi anbefale læsningen af den for nylig udkomne bog (2005) af Thorsten Fögen<sup>1</sup>: "Antike Fachtexte / Ancient Technical Texts", som handler om fagkommunikation fra oldtiden til vore dage.

Hvorom alting er, synes nævnte udvikling, i et stadigt mere komplekst samfund, at nødvendiggøre at man sprænger de forskellige fags traditionelle rammer. Denne tendens afspejler sig i det, man i dag kalder "de kognitive videnskaber" defineret som "en samling af forskellige fagområder, der har fælles forskningsobjekt"<sup>2</sup>.

Kognition, hukommelse, sprog, følelser, opmærksomhed, syn m.m.m. er kognitive aktiviteter som alle falder ind under dette interdisciplinære forskningsområde, som er i fuld udvikling: "De kognitive videnskaber udgør således et forskningsområde, der arbejder med talrige forskellige begreber og metoder på tværs af de klassiske faggrænser"<sup>2</sup>

Nu er forholdet jo det, at interdisciplinær forskning ikke er ukendt i lingvistik. I sin ovennævnte bog opregner Thorsten Fögen en hel række (gamle og nye) grene af sprogvidenskaben (fonetik, statistik, psykolingvistik, sociolingvistik, fagsprog, oversættelsesvidenskab, osv.) og den lange række af (ikke-lingvistiske) videnskaber og videnskabelige metoder (fysik, matematik, psykologi, lægevidenskab, sociologi, antropologi, kulturvidenskab, osv.) som derved drages ind i lingvistikken.

Men området udvides stadigt og sprogvidenskaben vil komme til at beskæftige sig med områder, der måske ikke alle er nye, men så dog i hvert fald forskellige fra dem, lingvister hidtil har beskæftiget sig med.

Et eksempel findes i dette nummer af vort tidsskrift: Basse Antia (m.fl.) viser i deres artikel hvorledes morphosemantik kan anvendes direkte i forbindelse med markedsføringen af farmaceutiske produkter og påviser behovet for en interdisciplinær tilgang.

Et andet eksempel, som også berører folkesundheden, er et problem fra fødevareområdet, som vil være emnet for vort næste Symposium i november i år.

---

<sup>1</sup> Thorsten Fögen (2005): Antike Fachtexte / Ancient technical Texts. W de Gruyter, Berlin. ISBN 3-11-018122-3

<sup>2</sup> Association des Étudiants en Sciences Cognitives (ASCo), Bordeaux.  
<http://www.sm.u-bordeaux2.fr/asco/Scico/def.html>

Det drejer sig dels om producenternes navngivning af fødevarer og den måde hvorpå forbrugerne afkoder dem, dels om ernærings- og sundhedsanprisninger for forbrugeren.

Anprisningerne er ”oplysninger om mærkning, præsentation og reklame, som informerer forbrugerne om egenskaberne for en fødevare eller en bestanddel deraf”<sup>3</sup>.

Det er især anprisningerne der for tiden interesserer EU-Parlamentet, som forbereder en lovgivning, hvis mål er at ”eliminere ernærings- og sundhedsanprisninger, som er vildledende eller lidet meningsfulde for forbrugeren”.

Den forskning, der helt klart er nødvendig på dette komplekse område, vil kræve et snævert internationalt samarbejde mellem lingvister, psykologer, sociologer, specialister i markedsføringsret, producenter, myndigheder, etc.

I København er et Center ved at blive oprettet på CBS for at tage hånd om denne forskning.

Redaktionen

---

<sup>3</sup> Mærkning og emballering: Ernærings- og sundhedsanprisninger for forbrugerne. Den Europæiske Unions aktiviteter. Resumeer af lovgivningen. <http://europa.eu/scadplus/leg/da/lvb/121095.htm>