

VIII. Kapitel.

Andere Besonderheiten der Vergesellschaftungs- Werbungs-Seelenaugenblicke und der Vergesell- schaftungs-Seelenaugenblicke.

Ist die Rede von der „Abgabe von Erklärungen“, also von der „Aufstellung von Behauptungen“, so werden meist „Erklärungen in eigenem Namen“ von „Erklärungen im Namen eines Anderen“ unterschieden. — „In eigenem Namen Etwas behaupten“ heißt nun nichts anderes als „Einen Gedanken als einen dem Behauptenden selbst zugehörigen Gedanken behaupten“. „In anderem Namen Etwas behaupten“ heißt aber keineswegs schlechtweg: „Einen Gedanken als einem Anderen als dem Behauptenden zugehörigen Gedanken behaupten“, da solche Behauptung nur eine besondere Behauptung „in eigenem Namen“ ist, heißt vielmehr nichts anderes als „Andersatz-Übermitteln“. Wir haben bereits in früherem Zusammenhange dargelegt, daß jeder „Andersatz-Übermittler“ zwei Behauptungen aufstellt, mit deren jeder er einer besonderen an ihn gerichteten Verhalten-Werbung entspricht. Ein „auf eigene Behauptung ersetzende Ander-Behauptung Zielender“ zielt nämlich, wie auch bereits dargelegt wurde, stets zunächst auf zwei verschiedene eigene an einen und denselben Adressaten gerichtete Verhalten-Werbungen, nämlich a) auf eine Werbung darum, daß der Adressat einem Dritten gegenüber unter Übertragung einer Satzbesonderheit, die er als vom Werbenden gebildete Satzbesonderheit wahrgenommen hat, behauptet, daß jener Werber eine solche Satzbesonderheit gebildet hat, und b) auf eine Werbung darum, daß der Adressat jenem Dritten gegenüber behauptet, daß jener Werbende auch darum geworben habe, daß der Adressat die erstere Behauptung dem Dritten gegenüber aufstelle. Der „Satz-Übermittlung-Werbungs-Adressat“ kann diesen beiden Werbungen dadurch entsprechen, daß er dem Dritten gegenüber etwa behauptet: „A läßt Ihnen sagen, daß er morgen zu Ihnen kommen wird“. Die „Normalform“ der Andersatz-Übermittlung würde jedoch in solchem Falle etwa lauten: „A hat gesagt, daß er morgen zu Ihnen kommen wird und hat mich gebeten, Ihnen das zu sagen“. Wir sprechen, wie bereits in früherem Zusammenhange dargelegt wurde, von einer „Andersatz-Übermittlung“, nicht von einer „Ander-Behauptungs-Übermittlung“, weil der „Übermittler“ wesentlich nur darauf zielt, dem Dritten einen vom Werber gebildeten Satz zu übermitteln, hinsichtlich dessen