

Inhalt

1. EINLEITUNG	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Begriffsklärungen	9
1.3 Interdiskursanalyse und Kollektivsymbolik	16
1.4 Textkorpus	20
1.5 Skizze des Forschungsstandes	26
1.6 Aufbau	29
2. ZU HERKUNFT, GESCHICHTE UND WIRKUNG	33
2.1 Charakteristika	34
2.2 Herkunft	40
2.3 East India Company	43
3. MEDIZIN	47
3.1 Medizinischer Diskurs	47
3.2 Tee als Medizin, Gift oder Genussmittel	51
3.3 Zwischenfazit	59
4. ALTERITÄT	61
4.1 Alteritätsdiskurs	62
4.2 Tee und Chinabild	64
4.3 Tee und Chinahandel	68
4.4 Tee und andere Alteritäten	73
4.5 Zwischenfazit	75

5. GENDER	79
5.1 Genderdiskurs	79
5.2 Männlicher Teeegenuss	81
5.3 <i>Tea Table</i> und Frauenbild	88
5.4 Zwischenfazit	96
6. LUXUS	99
6.1 Luxusdiskurs	100
6.2 Tee als weiblicher Luxus	102
6.3 Tee als Luxus der Unterschicht	108
6.4 Zwischenfazit	115
7. TEE-SYMBOLIK	117
7.1 Tradition contra Innovation	118
7.2 Kollektivsymbol Tee	124
7.3 Gütersymbol Tee	131
7.4 Nationalsymbol Tee	140
7.5 Zwischenfazit	144
8. AUBENSICHT UND TEE NACH 1800	147
8.1 Anglophobie und Anglophilie	147
8.2 Tee und Großbritannien seit 1800	154
8.3 Zwischenfazit	161
9. SCHLUSSBETRACHTUNG	163
10. BIBLIOGRAPHIE	175
10.1 Primärtexte	175
10.2 Sekundärliteratur	193