

INHALTSVERZEICHNIS

VORBEMERKUNG	7
EINLEITUNG	11
I. WIRTSCHAFTS- UND KULTURGESCHICHTLICHER HINTERGRUND	27
1. London als Handelsstadt	27
2. Entdeckungsgeschichte	36
3. Geschichte der Handelsgesellschaften und ihrer überseeischen Unternehmungen	49
4. Lebensführung	81
4.1. Nahrungs- und Genußmittel	81
4.2. Getränke	92
4.3. Geschirr, Besteck, Gefäße	101
4.4. Kleidung	107
4.5. Kosmetik	116
4.6. Innenausstattung	123
II. DIE IMPORTGÜTER LONDONS IM SPIEGEL DES ELISABETHANISCHEN DRAMAS	131
1. Literatur und Zeitgeschichte	131
2. Didaktische Literatur	142
3. Dramatische Literatur	160
3.1. Drama und Gesellschaft	160
3.2. Umfang und Struktur des Wortgutes	176
3.2.1. Nahrungs- und Genußmittel	177
3.2.1.1. Fleischspeisen	177
3.2.1.2. Fischspeisen	177
3.2.1.3. Pasteten, gemischte Speisen, Saucen, Delikatessen	178
3.2.1.4. Süßigkeiten, süße Speisen, Kuchen, Back- und Teigwaren	178
3.2.1.5. Gewürze	179
3.2.1.6. Gemüse	180
3.2.1.7. Obst, Südfrüchte	180
3.2.1.8. Käse	182
3.2.1.9. Tabak	182
3.2.1.10. Nicht spezifizierete Speisen	182
3.2.2. Getränke	183
3.2.2.1. Biere	183
3.2.2.2. Weine	183
3.2.2.3. Starke Alkoholika	186
3.2.2.4. Verschiedenes	187
3.2.3. Geschirr, Gefäße, Bestecke u. a.	188
3.2.4. Stoffe, Pelze, Leder, Kleidung, Schuhwerk, Kurzwaren, Accessoires	189
3.2.4.1. Stoffe	189
3.2.4.2. Pelze	191
3.2.4.3. Leder	191
3.2.4.4. Kleidung	191
3.2.4.5. Schuhwerk	193
3.2.4.6. Kurzwaren, Accessoires	193

3.2.5. Wohlgerüche, medizinische bzw. alchimistische Substanzen, Schönheitspflege	195
3.2.5.1. Wohlgerüche	195
3.2.5.2. Medizinische bzw. alchimistische Substanzen	196
3.2.5.3. Schönheitspflege	197
3.2.6. Kostbarkeiten und Wertgegenstände: Perlen, Edelsteine, Schmuck etc.	199
3.2.7. Innenausstattung	201
3.2.8. Sonstiges	203
3.3. Szenentypen	204
3.3.1. Bankettszene	204
3.3.2. Werbungsszene	213
3.3.3. Verführungsszene	217
3.3.4. Überredungsszene	219
3.3.5. Verleumdungs- bzw. Beschuldigungsszene	221
3.4. Funktionsträger	223
3.4.1. Wissensdemonstration	224
3.4.2. Prestigeobjekte	227
3.4.3. Statussymbole	230
3.4.4. Requisiten	232
3.4.5. Verkaufsobjekte	234
3.4.6. Geschenkartikel	234
3.4.7. Personenattribute	236
3.4.8. Importgüter als Funktionsträger von Didaxe und Kritik	239
3.5. Metaphorik im Drama Shakespeares	242
3.5.1. Konventionelle Metaphorik	243
3.5.2. Metaphorik als Wort- und Sprachspiel	247
3.5.3. Metaphorik als Personenportrait bzw. Personenkarikatur	252
3.5.4. Metaphorik als psychologische Motivation	257
3.5.5. Metaphorik als Instrument der Wertung bzw. Beurteilung	264
3.5.6. Metaphorik als Vermittlungsträger einer besonderen Erlebnis- und Erfahrungswelt	268
3.5.7. Metaphorik als symbolische Überhöhung	273
SCHLUSS: METHODOLOGISCHER AUSBLICK	279
1. Aufkommen und Verbreitung des neuen Wortgutes	284
2. Kollektive Assoziationen	285
3. Individualassoziationen	285
4. Literatur und Wirklichkeit	286
REGISTER	
1. Verzeichnis der Handelsgüter	289
2. Personenverzeichnis	310
3. Geographische Bezeichnungen	316
4. Handelsgesellschaften und Zusammenschlüsse	320
APPENDIX	
1. Vorbemerkung	322
2. Katalog	324
3. Abbildungen I—VIII	