

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	ix
Danksagung	xi
Abkürzungsverzeichnis	xiii
„Die Inder kommen!“: <i>Art Worlding</i> in Indien	1
Die Kunsthalle Bodhi Art: ein neuer Player der zeitgenössischen Kunst	5
Mumbai, Delhi, Kochi: neue Knotenpunkte im globalen Netzwerk der Kunst	11
Kunstakteur*innen und lokalisierende Praktiken	16
Aufbau lokaler Ressourcen: Kunstmarkt und Deutungsmacht	21
Aufbau der Arbeit	26
1 Lokalisierung, Agency und Kunst als sozialer Interaktionsraum	29
1.1 (Trans-)Lokalisierung als soziokulturelle Praktik	30
1.2 Kunst als sozialer und translokaler Interaktionsraum	37
1.2.1 Die Kunstwelt: translokales und kommunikatives Netzwerk	39
1.2.2 Das Kunstmuseum: Kapital und Konsekrationsraum	42
2 Methodische Zugänge: Lokalisierungsprozesse im Feld der Kunst	47
2.1 Grounded Theory und akteur*innenzentrierte Praktiken	48
2.2 Datenerhebung und Datenkorpus	51
2.2.1 Teilnehmende Beobachtung	51
2.2.2 Gespräche und Interviews	54
2.2.3 Datenkorpus	57
2.3 Datenauswertung und -darstellung	58
2.4 Reflexion zum Forschungsprozess	60

3	Ausdifferenzierung und Institutionalisierung	
	der Kunstwelt in Mumbai und Delhi	63
3.1	„Western Interest“ als neuer lokaler Kontext	64
3.2	Freiheit durch den Freiraum der Globalisierung	74
3.3	Soziales Kapital privatwirtschaftlicher Kunstakteur*innen	77
3.4	Kunstvermittlung ohne staatliche Unterstützung	85
3.5	Institutionalisierung des (trans-)lokalen Kunstmarkts	100
3.5.1	Galerien und Auktionshäuser als neue kommerzielle Knotenpunkte	101
3.5.2	Auktionshäuser: Katalysatoren der Wertzuschreibung	103
3.5.3	Bodhi Art als Katalysator der translokalen Auszifferenzierung	115
4	IAF und KMB: Bildung von kulturellem und symbolischem Kapital	129
4.1	Die IAF in Delhi	130
4.1.1	IAF als (infra-)strukturbildendes Kunstereignis	131
4.1.2	IAF als kommerzieller und öffentlicher Raum für zeitgenössische Kunst in Indien	132
4.1.3	IAF als privatwirtschaftliche Akteurin	137
4.1.4	Prozess der Positionierung der IAF: (Inter-)national, lokal oder regional?	147
4.1.5	VIP-Programm und <i>Speakers' Forum</i> : Räume für Vernetzung und Wissensproduktion	158
4.1.6	IAF als sozialer Interaktionsraum für <i>Art Worlding</i>	164
4.1.7	Internationale Anerkennung als lokale Strategie	169
4.2	Die KMB in Kochi	173
4.2.1	Das Format Kunstbiennale im 21. Jahrhundert und ihre Funktion	174
4.2.2	Die Sehnsucht nach einer lokalen Biennale in Indien	178
4.2.3	Positionierung und Zuschreibungen der KMB	184
4.2.4	Bildung von kulturellem Kapital in diskursiven Räumen	192
4.2.5	Die Präsentation von Kunst in Kochi	198
4.2.6	Lokalisierung kommunizieren	206
4.2.7	Die Bedeutung der KMB als neues lokales Kunstereignis	217
4.3	IAF und KMB als feldkonfigurierende Kunstereignisse	221

5	Neue mediale Adressaten und Wissensräume der zeitgenössischen Kunst	225
5.1	Die Kunstwelt im Prozess der Mediatisierung	227
5.2	Indische Mittelschicht und Oberschicht als neue mediale Adressaten	230
5.3	Neue Akteur*innen der medialen Kunstkommunikation	239
5.4	Institutionalisierung medialer Wissensräume für zeitgenössische Kunst	244
5.5	Kunstkritik und <i>Art News</i> im Kontext der Aufmerksamkeitsökonomie	253
	Fazit und Ausblick	267
	Neue lokale Institutionen und Handlungslogiken im Feld der Kunst	268
	Die Rolle des Staates beim Aufbau von lokalen Ressourcen im Feld der Kunst	270
	Lokalisierung und Institutionalisierung von Konsekrationsmacht	278
	Die neue indische Deutungselite	280
	Ausblick	282
	Literatur- und Quellenverzeichnis	287