

New Truth is Fake News

Eine salzige Meditation über Wahrheit und Täuschung

von Arslohgo



Arslohgo, „New Truth Is Fake News“, Digitale Komposition, 4961 × 3508 Pixel, CMYK-Farbraum, 300 DPI.

Arslohgos „New Truth Is Fake News“ präsentiert sich als vielschichtiges visuelles Paradox, das die uralt-kindliche Frage „Wie kommt das Salz ins Meer?“ zum Ausgangspunkt einer erkenntnistheoretischen Reflexion macht. Das Werk operiert durch eine bewusst inszenierte Spannung zwischen wissenschaftlicher Erklärung und medialer Verzerrung, zwischen kindlicher Neugier und erwachsenem Skeptizismus.

Die Poetik des Salzes

Im Zentrum des Bildes sitzt ein Produktetikett für „Flaky Sea Salt“ – handgeerntet, wie es behauptet. Doch diese scheinbar banale Konsumentästhetik wird durch die umgebende Landschaft aus zackigem, nahezu mondartigen Gelände unterlaufen. Die violett-bläuliche Farbpalette evoziert eine Unterwasserwelt oder eine fremdartige Salzwüste, in der die Grenzen zwischen dem Natürlichen und dem Künstlichen sich auflösen. Das Fox News-Logo in der oberen rechten Ecke fügt eine weitere Bedeutungsebene hinzu: Die „news“ über Salz wird zur Metapher für die mediale Konstruktion von Realität.

Geologische Fiktion und mediatisierte Wahrheit

Die kindliche Frage nach dem Salz im Meer erhält hier eine zweiseitige Antwort. Einerseits suggeriert das Werk den natürlichen Kreislauf – Erosion, Verwitterung, den ewigen Prozess des Auswaschens von Mineralien aus Gestein. Andererseits inszeniert Arslough diesen Prozess als kommerzialisiert und mediatisiert. Handgeerntetes Meersalz wird zum Produkt, geologische Wahrheit zur Fox News-Schlagzeile. Die „New Truth“ des Titels offenbart sich als zyklische Bewegung: Salz kommt aus dem Meer, wird geerntet, verpackt, verkauft – und die Geschichte seines Ursprungs wird zur „Fake News“, zu einem konstruierten Narrativ.

Kindliche Unschuld trifft auf medialen Zynismus

Die Stärke des Werkes liegt in seiner Fähigkeit, die Unschuld einer Kinderfrage mit der Komplexität zeitgenössischer Medienkritik zu verschmelzen. Wenn ein Kind fragt „Wie kommt das Salz ins Meer?“, sucht es nach einer einfachen, wahren Antwort. Arslough zeigt uns, dass diese einfache Wahrheit nicht mehr existiert – oder vielleicht nie existiert hat. Jede Erklärung wird durch Produktmarketing, Nachrichtenkanäle, digitale Bildmanipulation gefiltert. Die kristallinen Strukturen im Hintergrund könnten Salzkristalle sein, aber auch Pixelfragmente einer digitalen Realität.

Salz als Metapher

Salz – einst so kostbar wie Gold, heute eine Massenware – wird zu Arsloughs Symbol für die Transformation von Wahrheit im digitalen Zeitalter. Die „New Truth“ ist immer schon „Fake News“, weil sie unzählige mediale Filter durchläuft, bevor sie uns erreicht. Das Werk beantwortet damit die Kinderfrage mit einer Gegenfrage: Welches Salz? Das echte, geboren aus Millionen Jahren geologischer Aktivität? Oder das medial konstruierte, das uns als „handgeerntet“ und „natürlich“ verkauft wird?

Wie kommt das Salz ins Meer? Durch unendliche Kreisläufe von Natur und Kultur, von Erosion und Konstruktion, von Wahrheit und ihrer Vermittlung. Das Salz war immer schon da – und wird doch ständig neu erfunden, neu verpackt, neu erzählt. In dieser endlosen Spirale liegt die salzige Ironie: Die new truth war immer schon fake news, und die fake news war niemals vollständig falsch.