

Nieuw! Call of Duty: Gaza

Twee balken verschijnen in beeld van de korte YouTube-clip *Pillar of Defense. 3rd Day Recap*. In een flitsende animatie wordt het succes van het Iron Dome-antiraketsysteem gevierd. Er volgt meer tekst: „Raketten gericht op Israël: 105.” Balkje twee: „Iron Dome intercepties: 99”. Balkje drie: „Aanvallen van het Israëlijs leger: 238”. Vier: „Israëli's gewond: 0”. Een computergeluidje, swoeffff, en het clipje sluit af met het gele logo van de Israëlijsche krijgsmacht.

Dit moet een fragment uit een recent oorlogsspel zijn. De beeldtaal is onmiskenbaar. Het gaat hier om het einde van een missie en nu wordt de score getoond. Kort, klinisch, krachtig en gelikt. Met typische computer- en typegeluiden. En met duidelijke grafische elementen zoals het logo van een leger en iconen van een vizier en een vallende raket.

Het vervreemdende gevoel dat ik heb bij de clip is compleet, omdat de hernieuwde strijd in Gaza tegelijk valt met de lancering van Het Grote Schietspel: een nieuw deel in de *Call of Duty*-reeks. En dus samenvalt met al het marketinggeweld dat bij een zo'n media-evenement hoort. Wederom wordt een verkooprecord gebroken van 500 miljoen dollar in een dag. Voor de liefhebbers van virtueel geweld is het smullen deze maand.

De YouTube-clip heeft evenwel niets met Call of Duty te maken. Het fragment staat op het officiële YouTube-kanaal van het Israëlijsche leger



en is een onderdeel van een groot-scheepse propagandacampagne waarbij YouTube, Twitter en zelfs Pinterest een rol spelen. De *3rd Day Recap* is exemplarisch, omdat deze staat voor de verdere versmelting van de (beeld-)taal van oorlog met de beeldtaal van televisienieuws, games en nu ook social media.

Een aanzienlijke reeks boeken en artikelen zijn uitermate kritisch over de vervaging van de grens tussen fysieke en virtuele oorlog. Rode draad in dit werk: de nadruk op wapentechnologie en daarmee het negeren van de politieke, ecologische en humanitaire gevolgen van oorlogsvoering is typisch voor zowel schietspellen, als de (vooral Amerikaanse) verslaggeving van de oorlogen in Irak en Afghanistan. De recente inzet van YouTube en Twitter door legers maken het alleen maar lastiger om vermaak en verderf uit elkaar te houden.

DAVID NIEBORG