

„Inside Wikileaks“

Ein ‚must see‘ trotz Kritik

Der Film lässt es noch offen – *wikileaks.org* ist wieder online. Die Geschichte der Whistleblower-Plattform Wikileaks ist noch nicht zu Ende gespielt. Und die Zukunft ihres ‚Schöpfers‘ Julian Assange ist ungewiss. Kam der Film zu früh? Oder zu spät? Als der Film über Wikileaks und seine Protagonisten in die Kinos kam, war er in einem Punkt bereits von der Realität überholt: Edward Snowden hatte in jenen Wochen die Notwendigkeit einer Whistleblower-Plattform in den Hintergrund treten lassen. Mit einer beispiellosen Zivilcourage bewies er – unter Inkaufnahme hoher persönlicher Risiken –, wie viel wirksamer und überzeugender ein offenes persönliches Eintreten für den Akt des zivilen Ungehorsams, die Aufdeckung gesellschaftlicher Missstände sein kann. Die kritische, verantwortungsvolle, überlegt argumentierende und handelnde Person gibt sich uneitel zu erkennen – nicht zuletzt im NDR-Interview mit Hubert Seipel am 22. Januar 2014 (straft es nicht jene Medien Lügen, die Snowden mit den Attributen „geltungssüchtiger, linkischer junger Mann“ demontieren möchten?). Nur, es gibt so viele gesellschaftliche Missstände, die aufzudecken sind – und darf die Gesellschaft erwarten, dass es für jeden einen Menschen gibt, der für die Aufdeckung seine Existenz riskiert? Solange die Gesellschaft Whistleblowern ambivalent gegenüber steht, solange die Rechtsprechung sie nicht unter einen vorbehaltlosen Schutz stellt, sind Anonymität bietende Whistleblower-Plattformen nicht weniger dringend nötig als vor den Snowden-Enthüllungen. Wobei wir uns allerdings fragen müssen, ob ein Informantenschutz angesichts der Übermacht der staatlichen Spionage-Instrumentarien überhaupt noch garantiert werden kann ...

Doch die Gefahren und Probleme eines solchen Unternehmens – und damit kommen wir zu *Inside Wikileaks* – liegen (noch) auf einer ganz anderen Ebene, der menschlichen. Ein solches Unternehmen ist kein kühl kalkuliertes Geschäft, kein ‚professionally managed business‘. Das liegt in der Natur der Sache. Hier bedarf es eines Teams von Menschen mit nahezu unvereinbaren Eigenschaften: draufgängerisch und verantwortungsvoll, spontan und planvoll, technisch hoch spezialisiert und dabei zu unkonventionellen Experimenten bereit, motiviert und zusammengehalten von einer Idee, einer Mission. Reicht sie aus, um das gemeinsame Unternehmen auch in schwerem Wetter trotz aller divergierender Energien über Wasser zu halten? Daniel Domscheit-Berg, mit überzeugender Zurückhaltung gespielt von Daniel Brühl, lässt sich in den Sog der großen Idee ziehen, als er mit Julian Assange zusammen kommt. Assange, bis in Gestik und Mimik meisterlich verkörpert von Benedict Cumberbatch, personifiziert für Domscheit-Berg das ‚Unternehmen‘, hinter dem dieses verwegene Team zu stecken scheint. Bis seine Aura sich nach und nach auflöst, bis Assange als Einzelkämpfer entzaubert wird, der überall zugleich sein will, der egomanische Facetten nicht mehr verbergen kann. Wenn es am Ende auch Sachfragen zu sein scheinen, an denen die Zusammenarbeit zerbricht – Domscheit-Berg fordert redaktionelle Eingriffe in das Material zum Schutz der Informanten, Assange will rigoros die *unzensierte* Veröffentlichung –, vermittelt der Film das Scheitern einer nachhaltigen Arbeitspartnerschaft an der Unvereinbarkeit der Charaktere.



Die Originale: Julian Assange and Daniel Domscheit-Berg at the 26C3 in Berlin, 2009, Foto: andymcgee, CC BY 2.0

Vermutlich ist die Geschichte der Zusammenarbeit gefärbt gesehen aus der Perspektive Domscheit-Bergs, denn Josh Singers Drehbuch liegt wohl vor allem Domscheit-Bergs autobiographisches Buch *Inside WikiLeaks: Meine Zeit bei der gefährlichsten Website der Welt* zugrunde. Von dem sich Assange vehement distanziert – wie auch von dem Film. Einäugigkeit ist nicht die einzige Kritik, die dem Film zuteil wird. Mit dem Untertitel „Geradezu sträflich obskur und phantasielos“ kanzelt beispielsweise eine Filmkritik in der Frankfurter Rundschau den Film ab, aus cineastischer Sicht vielleicht nachvollziehbar. Nur, das Sujet ist schwierig. Und doch gelingt es dem Regisseur Bill Condon, die Netzwelt in ihrer Abstraktheit sichtbar zu machen, das Grenzenlose des virtuellen Raums zu vermitteln, die Gleichzeitigkeit bei aufgelöster Ortsgebundenheit. Über die Metaphern, die er verwendet, kann man geteilter Meinung sein, aber sie funktionieren. Wir erleben die Hektik der Akteure, der Nerds, die sich noch faszinieren lassen von den irrealen Mechanismen der Netzwelt. Auch die realen Handlungsorte ordnen sich dem ratlosen Takt der digitalen ‚messages‘ unter – ein ad hoc angesagtes konspiratives Treffen in Liège in Calatravas Stahl-Glas-Ambiente des neuen Fernbahnhofs, eine Stippvisite zu versteckten Internetservern im Viehstall eines abgelegenen schwedischen Bauernhofs, und immer wieder Berlin mit seiner virulenten Hackerszene. Eingebettet in das Stakkato dieser Welt ist das geradezu klassische Drama, der Protagonist Assange, der Antagonist Domscheit-Berg. Dessen Weg vom ‚follower‘ eines fast kultisch emporgehobenen Assange zum emanzipierten Gegenspieler. Die nie einhaltenden schnellen Schnitte fordern das Publikum, lassen die Spannung nicht abreißen.

Ein Stück gute Unterhaltung. Um die Wikileaks-Geschichte nachzuvollziehen, muss dieser Film nicht gesehen werden. Um einen Schlüssellochblick hinter die Kulissen zu werfen auf das menschliche Miteinander, das die Geschichte von Wikileaks wohl entscheidend beeinflusst hat – und das symptomatisch für Unternehmen mit vergleichbaren Ambitionen zu sein scheint –, ist er ganz gewiss interessant. Eine Szene jedoch ist es, derentwegen der Film gesehen werden *muss*, im Kino, auf Groß-

leinwand: das eingespielte (und in seiner optischen und akustischen Qualität aufbereitete) Video *Collateral Murder*, mit dem Wikileaks 2010 Geschichte machte, die Bildszene des kaltblütigen Mordanschlags auf Zivilisten aus der Perspektive des Schützen, dazu der klar verständliche O-Ton der Anweisungen an den Schützen aus dem Off der Kanzel des US-Hubschraubers. Mit den Bildern dieser kurzen Szene im Kopf gehe ich aus dem Kino, die Stimme noch im Ohr – wir haben das Video noch in Erinnerung, aber dieses Mal, in diesem Kontext, in dieser Aufmachung

trifft es mich tief: diese Arroganz, diese Menschenverachtung! Die Macht ist enttarnt.

Inside Wikileaks (englischer Titel *The Fifth Estate*), USA 2013, Regie: Bill Condon. 124 Min.

Dietrich Meyer-Ebrecht ist Stellvertretender Vorsitzender des FfF. Er war bis 2004 Inhaber des Lehrstuhls für Bildverarbeitung der RWTH Aachen.



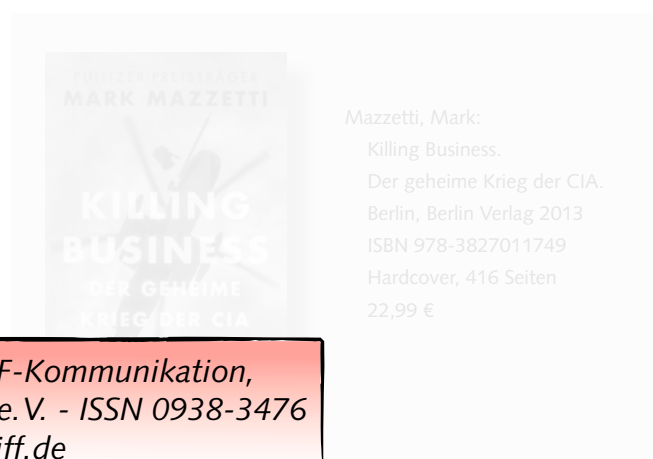
Dagmar Boedicker

Mark Mazzetti: „Killing Business. Der geheime Krieg der CIA“

Nach den fragwürdigen Aktivitäten der CIA zu Beginn des Kalten Kriegs bewirkt in den 1970er Jahren der Church-Ausschuss ein Verbot gezielter Tötungsaktionen. Seitdem bewegt der Geheimdienst sich in einem Auf und Ab von Aggression und Risikoscheu, abhängig von der öffentlichen Meinung und politischer Einflussnahme. Heute ist die CIA das Instrument – das Skalpell – des Präsidenten für gezielte Aktionen, die das Militär aus rechtlichen Gründen nicht ausführen darf bzw. durfte. Sie beauftragt eine Vielzahl von Agenten, die von privaten Unternehmen beschäftigt werden, in einer Parallele zum Pentagon, das seit dem Irak-Krieg ebenfalls zahlreiche Aufgaben privatisiert hat.

Private Unternehmen kämpfen nicht nur für die USA, sie spielen auch für sie. Das führt zu höchst eigenartigen, unkoordinierten Kooperationen zwischen Militär, Geheimdiensten verschiedener Länder und Firmen auf mehreren Kontinenten. Während die USA früher vorwiegend in ihrem *Hinterhof* Lateinamerika, den Philippinen und anderen Einflussgebieten geheime Strippen zogen und gegen die Menschenrechte verstießen, tun sie es jetzt hauptsächlich in Afrika und Asien. Folter oder Tötungsaktionen durch Drohnen mit unbeteiligten Opfern rechtfertigen sie mit einem *Krieg gegen den Terrorismus*, den sie inzwischen auf die ganze Welt ausgedehnt haben. Bekannt ist dabei das CTC, das Counterterrorism Center.

erschienen in der FfF-Kommunikation,
herausgegeben von FfF e.V. - ISSN 0938-3476
www.fiff.de



Psychologische Kriegführung

Während des Kalten Kriegs gab die CIA viel Geld für Propaganda und psychologische Kriegführung aus. Das änderte sich nach dem Fall des Eisernen Vorhangs, und die Mittel wurden in den 1990er Jahren gekürzt. An sich ist es dem Geheimdienst verboten, die US-Bürger durch Propaganda zu beeinflussen. Das war kein juristisches Problem, solange die CIA „erfundene Geschichten in ausländischen Zeitungen“ platzieren konnte, ohne dass „diese Lügengeschichten auch von amerikanischen Medien aufgegriffen“ wurden, also vor der Zeit des Internet. Inzwischen hat das Militär sich dieser Aufgaben angenommen, obwohl es das eigentlich auch nicht darf, „doch der Kongress lässt dem Verteidigungsministerium in der Regel mehr Spielraum für psychologische Kriegführung, wenn es beweisen kann, dass sie der Unterstützung kämpfender amerikanischer Soldaten dient.“

Das *US Special Operations Command (SOCOM)* hat eine Abteilung für psychologische Kriegführung. Die suchte nach Wegen, „im Nahen Osten Propagandakampagnen durchzuführen und Nachrichten zu beschaffen“. Als Teil einer breiten Kampagne mit dem Codenamen *Native Echo* ließ sie 2006 von einem tschechischen Unternehmen, *U-Turn Media*, Videospiele entwickeln, die man im Nahen Osten auf Handys laden konnte. Ziel

war es, mehr über Muslime zu erfahren, indem man die Spielerdaten sammelte. Gleichzeitig sollten die Spiele ein positives Bild der USA vermitteln: „Das Spiel *Iraqi Hero* war so aufgebaut, dass es leicht für alle möglichen Länder in der muslimischen Welt modifiziert werden konnte.“ Die Grafik war vielseitig einsetzbar, mit Anpassungen der Dialoge sollte das Spiel für 13 Länder geeignet sein. Der Titel der libanesischen Fassung lautete *Magha-weer*, „nach einer libanesischen Kommandoeinheit“.

„U-Turn“ entwickelte noch zwei weitere Spiele für Operation *Native Echo*: In *Oil Tycoon* baute der Spieler Ölpipelines und musste die Ölanlagen des Staats gegen ständige Angriffe von Terroristen verteidigen, und in *City Mayor* musste er beim Wiederaufbau einer von Terroristen zerstörten Großstadt über die Verwendung begrenzter Mittel entscheiden.“ Die Spiele wurden auf Websites und Blogs gepostet und über Tausende von Speicherkarten auf Märkten und Basaren verkauft und verschenkt. Auf den Websites „konnte das SOCOM außerdem überwachen, wie viele Personen sie herunterluden und, wichtiger noch, wer sie herunterlud.“

Ende 2007 erweiterte das Pentagon seine Propaganda weltweit. U-Turn sollte ein SOCOM-Projekt unterstützen, „das darin be-