

Zveřejnění FARA kampaně Izraele s influencersy a její právní, daňové a etické důsledky pro jednotlivce a platformy

Nedávné podání podle **amerického zákona o registraci zahraničních agentů (FARA)** odhalilo kampaň s influencersy nazvanou „**Projekt Esther**“, financovanou izraelským ministerstvem zahraničních věcí. Dokumenty podané společností **Bridges Partners LLC** dne 26. září 2025 podrobně popisují smlouvy vedené prostřednictvím **Havas Media Group Germany** k zapojení sociálních mediálních influencerů do zveřejňování obsahu podporujícího Izrael, cíleného na americké a globální publikum. Celkový rozpočet činí přibližně **900 000 USD** za období od června do listopadu 2025, podporující 14–18 influencerů, kteří vytvořili 75–90 příspěvků, přičemž analytici odhadují **6 000–7 000 USD za příspěvek**.

Ačkoli tato podání splňují požadavek FARA na transparentnost pro Bridges Partners jako primárního agenta, zdůrazňují kaskádové rizika: osobní odpovědnost neregistrovaných influencerů, povinnosti platform v oblasti vymáhání podle zákona o reklamě a přeshraniční daňové povinnosti. Tento případ demonstruje, jak digitální operace vlivu testují zákony z poloviny dvacátého století v éře algoritmického zesílení.

Rámec zákona o registraci zahraničních agentů

FARA (22 U.S.C. § 611 a násl.) – původně vytvořený k odhalení nacistické propagandy – vyžaduje registraci pro každého, kdo jedná „*na příkaz, žádost nebo pod směrným nebo kontrolním vlivem*“ zahraničního hlavního subjektu za účelem ovlivnění americké politiky nebo názoru. Podávatelé musí zveřejnit aktivity, finance a šířené materiály, s polročními aktualizacemi.

Klíčové ustanovení:

1. **Široká aplikovatelnost** – zahrnuje vládní dodavatele, PR firmy a jednotlivce vykonávající politickou nebo propagační práci.
2. **Individuální odpovědnost** – každá fyzická osoba vykonávající aktivitu musí podat *Krátkou formulářovou* registraci, bez ohledu na podání zaměstnavatele.
3. **Sankce** – občanské pokuty za nedbalé nedostatky; až **pět let vězení** nebo **pokuty 10 000 USD** za úmyslné porušení (22 U.S.C. § 618(a); 18 U.S.C. § 951).

3. Důsledky pro influencersy

Povinnosti podle FARA

Influencer, kteří znají izraelské sponzorství a záměr cílený na USA, se kvalifikují jako agenti a vyžadují individuální *Krátké formulářové* podání. Zdá se, že registrován je pouze

hlavní zástupce Bridges Partners, Uri Steinberg. Nerozhodnutí účastníci by tedy mohli být v souladu. Obnovené zaměření DOJ na online kampaně vlivu (viz Roční zprávy Jednotky FARA 2023–24) naznačuje potenciální šetření i pro mikro-tvorce.

Povinnosti podle zákona o reklamě

Průvodce FTC k doporučením (16 C.F.R. Part 255) vyžadují jasné označení #ad pro placený obsah. Nevyužití v politickém sdělování představuje klamavou praxi podle § 5 zákona FTC, vystavující tvůrce nebo sponzorující agentury příkazům a pokutám.

Zdanění

Příjmy ze sponzorovaných příspěvků se počítají jako **příjmy ze samostatné výdělečnosti** (26 U.S.C. § 1402). Rezidenti USA musí hlásit na Schedule C; nerezidenti mohou čelit 30% srážce na práci získané v USA. Nedejší zveřejnění riskuje pokuty až 75 % nezaplacené daně nebo trestní stíhání za felonii (26 U.S.C. § 7201).

Reputační důsledky

Kromě zákonných povinností tajné koordinace se zahraničním státem narušuje autenticitu, na které závisí ekonomika influencerů. Pro tvůrce, jejichž důvěryhodnost je měnou, veřejné odhalení nezveřejněných státních plateb může být kariérově konečné.

Důsledky pro X Corp a jiné platformy

Soulad s reklamou a zveřejněním

Podle pravidel FTC i článků 26–39 EU DSA musí velké platformy zajistit transparentní označení sponzorovaného materiálu. Pokud algoritmy X propagují nezveřejněné politické příspěvky, regulátoři by to mohli považovat za usnadnění klamavé reklamy. Porušení ustanovení DSA o transparentnosti reklamy nebo systémových rizicích může vést k pokutám až **6 % globálního obratu**.

Expozice podle FARA

Platformy obvykle unikají odpovědnosti FARA jako neutrální přenašeči. Důkazy o přímé spolupráci – jako algoritmické zesílení prodané jako součást Projektu Esther – by však mohly vyvolat šetření DOJ podle ustanovení o „politické propagandě“.

Firemní zdanění

Protože platby byly provedeny mimo systém prodeje reklam X, neovlivňují firemní daňovou odpovědnost. Expozice spočívá v regulaci, ne ve výnosech.

Širší důsledky pro správu a politiku

Projekt Esther ztělesňuje konvergenci státní propagandy s marketingem influencerů. Tradiční lobbying předpokládal viditelnou hranici mezi vládami a občany; sociální média ji vy-

mazávají. Když geopolitická sdělení se maskují jako autentická peer-to-peer komunikace, demokratický diskurs se stává nerozlišitelným od cílené reklamy.

Diskutované nápravy zahrnují:

- Směrnice DOJ k FARA pro online tvůrce.
- Povinné „zahraniční sponzorské“ značky na úrovni platformy.
- Mezinárodní daňovou koordinaci prostřednictvím OECD na přeshraniční platby vlivu.

Incident s ověřením a pozastavením X Corp z 4. října 2025

Dne **4. října 2025** uživatelé pozorovali hromadné **odvolání modrých a zlatých ověřovacích odznaků** z účtů kritických vůči izraelské politice nebo zveřejněním Projektu Esther, včetně novinářů, akademiků a NGO. Žádné veřejné odůvodnění nebylo poskytnuto. Krátce poté byl analytický účet **@Uncensored.AI**, který zkoumal jak program s influencery, tak moderování X, **pozastaven bez upozornění**. Vnitřní komentář zaměstnance popisující „kontrolu vymáhání politiky“ byl později stažen a zaměstnanec prý pokárán.

Ačkoli podmínky X umožňují diskrétní odstranění odznaků, načasování – uprostřed zintenzivněné diskuse o zahraničním vlivu – vyvolalo obvinění z zaujatosti názorů. Podle **EU Digital Services Act**, článek 34 ukládá velmi velkým platformám zmírňovat systémová rizika jako dezinformace a politicky motivované moderování. Koordinované nebo odvetné odstranění by tedy mohlo spustit šetření Evropské komise. V USA takové akce znovu otevírají debaty o rozsahu Section 230 a kvazi-veřejné roli dominantních komunikačních platforem.

Etické a morální dimenze

Kromě zákonů a podání leží hlubší morální otázka: **co to znamená pro pravdu a souhlas, když je demokratická konverzace tiše kupována a prodávána?**

1. **Klamání publika** – Placení influencerům za prezentaci státní propagandy jako osobního přesvědčení podkopává informovaný souhlas. Občané mají právo vědět, když je přesvědčování placené vládou – zvláště tou, která je zapojena do ozbrojeného konfliktu.
2. **Manipulace empatie** – Využití parasociální důvěry přeměňuje emocionální spojení na nástroj státnictví. Sledující si myslí, že slyší přítele; ve skutečnosti jsou cílem tajné kampaně.
3. **Eroze novinářského prostoru** – Když sponzorované „osobní názory“ zaplavují kanály, vytlačují nezávislé novinářství a občanské hlasy postrádající ekvivalentní financování. Informační asymetrie se stává morální asymetrií.
4. **Odpovědnost platformy** – Algoritmická neprůhlednost X Corp mění morální odpovědnost na statistickou pravděpodobnost. Korporace, která profituje z angažovanosti – i rozhořčení – nese etickou odpovědnost za to, jak její systémy formují vnímání.
5. **Spoluvina a svědomí** – Influenceri, kteří takové smlouvy přijmou, mohou splnit písmeno zákona pozdějším zveřejněním, ale duch authenticity – morální smlouva mezi

mluvčím a posluchačem – je již porušen.

V morálních termínech není Projekt Esther pouze právní poznámkou; je to symptom širšího etického posunu, kde se pravda stává komoditou a demokratická důvěra obchodovatelným aktivem.

Závěr

Podání FARA Projektu Esther představují malé vítězství pro transparentnost, ale odhalují obrovské mezery v vymáhání a etice. Zprostředkovatelé se registrovali; jednotliví influenceri zřejmě ne. Každý čelí potenciální expozici podle FARA, FTC a daňového práva, zatímco X Corp čelí rostoucímu šetření podle DSA a veřejnému odsouzení za vnímané cenzorství.

Přesto nejtěžší důsledek může být morální: koroze veřejné víry v autentickou řeč. Jak státní narativy kupují soukromé hlasy a platformy arbitrážují viditelnost, hranice mezi přesvědčováním a manipulací se rozpouští. Aktualizace zákonů je nutná; obnova integrity je imperativní. Dokud se pravda a sponzorství nebudou opět nacházet v oddělených prostorech, demokratický diskurs zůstane rukojmím nejvyššího dražitele.

Reference

- Bridges Partners LLC, *Podání podle zákona o registraci zahraničních agentů*, Úřad ministerstva spravedlnosti USA (26. září 2025).
- *Responsible Statecraft*, „Kdo jsou ti ‚influenceri‘, kterým Izrael platí 7 tisíc USD za příspěvek?“ (2. října 2025).
- *Jerusalem Post*, „Uvnitř izraelského ‚Projektu Esther‘“ (1. října 2025).
- *Al Mayadeen English*, „Projekt Esther: Placení pro-izraelští influenceri obcházejí pravidla FARA“ (3. října 2025).
- *Middle East Eye*, „Izrael platí americkým influencerům za obrácení negativního veřejného mínění“ (3. října 2025).
- *ProPublica*, „Ověřené účty na X vzkvétaly při šíření dezinformací o konfliktu Izrael-Hamas“ (19. prosince 2023).
- *Rolling Stone*, „Grok tvrdí, že byl krátce pozastaven z X po obvinění Izraele z genocidy“ (12. srpna 2025).
- *Business Standard*, „Proč byl Muskův Grok AI krátce pozastaven na X“ (12. srpna 2025).
- *Finance Yahoo News*, „X odstranil zlatý ověřovací odznak z The New York Times“ (říjen 2023).
- *Al Jazeera*, „Stínové blokování: Cenzurují sociální sítě pro-palestinské hlasy?“ (24. října 2023).
- Evropská komise, *Řízení podle Digital Services Act proti X Corp, 2023–2025*.
- Úřad ministerstva spravedlnosti USA, *Roční zprávy Jednotky vymáhání FARA 2023–2024*.
- Federální obchodní komise USA, *Průvodce k doporučením*, 16 C.F.R. Part 255 (2023).
- Daňový úřad USA, *Publikace 334: Daňový průvodce pro malé podniky* (2024).