

Ujawnienie FARA kampanii influencerów Izraela oraz jej prawne, podatkowe i etyczne implikacje dla osób i platform

Najnowsze zgłoszenia na mocy **Ustawy o Rejestracji Agentów Zagranicznych Stanów Zjednoczonych (FARA)** ujawniły kampanię influencerów nazwaną „Projekt Esther”, finansowaną przez izraelskie Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Dokumenty złożone przez **Bridges Partners LLC** 26 września 2025 roku szczegółowo opisują kontrakty przekazywane za pośrednictwem **Havas Media Group Germany**, mające na celu zaangażowanie influencerów mediów społecznościowych do publikacji treści pro-izraelskich skierowanych do odbiorców w USA i na świecie. Ujawniony budżet wynosi około **900 000 dolarów** na okres od czerwca do listopada 2025 roku, wspierając 14–18 influencerów, którzy stworzyli 75–90 postów, przy czym analitycy szacują koszt na poziomie **6000–7000 dolarów za post**.

Chociaż te zgłoszenia spełniają wymóg przejrzystości FARA dla Bridges Partners jako głównego agenta, podkreślają kaskadowe ryzyka: osobiste odpowiedzialności niezarejestrowanych influencerów, obowiązki platform w zakresie egzekwowania prawa reklamowego oraz transgraniczne zobowiązania podatkowe. Przypadek ten pokazuje, jak operacje wpływu cyfrowego testują ustawy z połowy XX wieku w erze algorytmicznego wzmocnienia.

Ramy prawne Ustawy o Rejestracji Agentów Zagranicznych

FARA (22 U.S.C. § 611 i nast.) – pierwotnie stworzona, aby ujawnić propagandę nazistowską – wymaga rejestracji od każdej osoby działającej „*na polecenie, prośbę lub pod kierownictwem lub kontrolą*” zagranicznego zleceniodawcy w celu kształtowania polityki lub opinii publicznej w USA. Zgłaszający muszą ujawnić działania, finanse i rozpowszechniane materiały, aktualizując dane co pół roku.

Kluczowe przepisy:

1. **Szeroki zakres stosowania** – obejmuje kontrahentów rządowych, firmy public relations oraz osoby fizyczne wykonujące działania polityczne lub promocyjne.
2. **Indywidualna odpowiedzialność** – każda osoba fizyczna wykonująca działalność musi złożyć rejestrację w formie *Short-Form*, niezależnie od zgłoszenia pracodawcy.
3. **Kary** – grzywny cywilne za zaniedbania; do **pięciu lat więzienia** lub grzywny w wysokości **10 000 dolarów** za umyślne naruszenia (22 U.S.C. § 618(a); 18 U.S.C. § 951).

Implikacje dla influencerów

Obowiązki FARA

Influencerzy świadomi wsparcia Izraela i zamiaru skierowania działań na USA kwalifikują się jako agenci, co wymaga indywidualnych zgłoszeń w formie *Short-Form*. Wydaje się, że zarejestrowany jest tylko główny przedstawiciel Bridges Partners, Uri Steinberg. Niezarejestrowani uczestnicy mogą zatem być niezgodni z prawem. Odnowione zainteresowanie Departamentu Sprawiedliwości kampaniami wpływu online (zob. Raporty Roczne Jednostki FARA 2023–24) sugeruje potencjalną kontrolę nawet dla mikro-twórców.

Obowiązki prawa reklamowego

Wytyczne FTC dotyczące rekomendacji (16 C.F.R. Part 255) wymagają wyraźnego ujawnienia #ad dla treści sponsorowanych. Pominięcie w komunikatach politycznych stanowi praktykę wprowadzającą w błąd zgodnie z § 5 Ustawy FTC, narażając twórców lub sponsorujące agencje na nakazy i grzywny.

Podatki

Dochody z postów sponsorowanych są uznawane za **dochód z samozatrudnienia** (26 U.S.C. § 1402). Mieszkańcy USA muszą zgłaszać je w formularzu Schedule C; nierezydenci mogą podlegać 30% potrąceniu z pracy pochodzącej z USA. Brak ujawnienia grozi karami do 75% niezapłaconego podatku lub postępowaniem karnym (26 U.S.C. § 7201).

Konsekwencje reputacyjne

Poza obowiązkami prawnymi, tajna koordynacja z obcym państwem podkopuje autentyczność, na której opiera się gospodarka influencerów. Dla twórców, których wiarygodność jest walutą, publiczne ujawnienie niezadeklarowanych płatności państwowych może zakończyć karierę.

Implikacje dla X Corp i innych platform

Zgodność z reklamą i ujawnianiem

Zgodnie z zasadami FTC oraz artykułami 26–39 DSA Unii Europejskiej, duże platformy muszą zapewnić przejrzyste oznaczanie materiałów sponsorowanych. Jeśli algorytmy X promują nieujawnione posty polityczne, organy regulacyjne mogą uznać to za ułatwianie wprowadzającej w błąd reklamy. Naruszenia przepisów DSA dotyczących przejrzystości reklam lub ryzyka systemowego mogą skutkować grzywnami do **6% globalnego obrotu**.

Narażenie na FARA

Platformy zazwyczaj unikają odpowiedzialności FARA jako neutralni przewoźnicy. Jednak dowody bezpośredniej współpracy – takie jak sprzedane wzmocnienie algorytmiczne w ramach Projektu Esther – mogą skłonić Departament Sprawiedliwości do wszczęcia dochodzenia na podstawie klauzul „propagandy politycznej” ustawy.

Podatek korporacyjny

Ponieważ płatności były dokonywane poza systemem sprzedaży reklam X, nie wpływają one na odpowiedzialność podatkową korporacji. Narażenie leży w regulacjach, a nie w przychodach.

Szersze implikacje dla zarządzania i polityki

Projekt Esther uosabia zbieżność propagandy państwowej z marketingiem influencerów. Tradycyjne lobbing zakładał wyraźną granicę między rządami a obywatelami; media społecznościowe ją zacierają. Gdy geopolityczne przekazy podszywają się pod autentyczność między rówieśnikami, dyskurs demokratyczny staje się nieodróżnialny od reklamy celowanej.

Rozważane środki zaradcze obejmują:

- Wytyczne FARA wydane przez Departament Sprawiedliwości dla twórców online.
- Obowiązkowe oznaczenia „sponsoringu zagranicznego” na poziomie platformy.
- Międzynarodowa koordynacja podatkowa poprzez OECD w sprawie płatności za wpływy transgraniczne.

Incydent weryfikacji i zawieszenia X Corp z 4 października 2025 roku

W dniu **4 października 2025 roku** użytkownicy zauważyli **masowe cofnięcie niebieskich i złotych odznak weryfikacyjnych** z kont krytykujących politykę Izraela lub ujawnienia Projektu Esther, w tym dziennikarzy, naukowców i organizacji pozarządowych. Działanie to nie było poparte publicznym uzasadnieniem. Wkrótce potem konto analityczne **@Uncensored.AI**, które badało program influencerów i moderację X, zostało **zawieszone bez powiadomienia**. Wewnętrzny komentarz pracownika opisujący „przeгляд egzekwowania zasad” został później wycofany, a pracownik podobno otrzymał naganę.

Chociaż warunki X pozwalają na uznaniowe usuwanie odznak, czas – w trakcie wzmożonej dyskusji o wpływie zagranicznym – wywołał zarzuty o stronniczość poglądów. Zgodnie z **Ustawą o Usługach Cyfrowych UE**, artykuł 34 zobowiązuje bardzo duże platformy do łagodzenia ryzyk systemowych, takich jak dezinformacja i moderacja motywowana politycznie. Skordynowana lub odwetowa akcja usuwania może zatem wywołać kontrolę Komisji Europejskiej. W USA takie działania ponownie otwierają debaty na temat zakresu Sekcji 230 i quasi-publicznej roli dominujących platform komunikacyjnych.

Wymiary etyczne i moralne

Poza ustawami i zgłoszeniami leży głębsze pytanie moralne: **co oznacza dla prawdy i zgody, gdy demokratyczna rozmowa jest cicho kupowana i sprzedawana?**

1. **Oszustwo odbiorców** – Płacenie influencerom za przedstawianie propagandy państwowej jako osobistych przekonań podkopuje świadomą zgodę. Obywatele

zasługują na wiedzę, kiedy perswazja jest opłacana przez rząd – szczególnie ten zaangażowany w konflikt zbrojny.

2. **Manipulacja empatią** – Wykorzystywanie zaufania paraspołecznego przekształca emocjonalne połączenie w narzędzie dyplomacji państwowej. Obserwujący myślą, że słyszą przyjaciela; w rzeczywistości są celem tajnej kampanii.
3. **Erozja przestrzeni dziennikarskiej** – Gdy sponsorowane „osobiste opinie” zalewają kanały, wypierają niezależne dziennikarstwo i głosy obywatelskie pozbawione równoważnego finansowania. Asymetria informacji staje się asymetrią moralną.
4. **Odpowiedzialność platformy** – Nieprzejrzystość algorytmiczna X Corp przekształca odpowiedzialność moralną w prawdopodobieństwo statystyczne. Korporacja, która czerpie zyski z zaangażowania – nawet oburzenia – ponosi etyczną odpowiedzialność za to, jak jej systemy kształtują percepcję.
5. **Współdziałanie i sumienie** – Influencerzy, którzy przyjmują takie kontrakty, mogą spełniać literę prawa poprzez późniejsze ujawnienie, ale duch autentyczności – moralny pakt między mówcą a słuchaczem – już został złamany.

W kategoriach moralnych Projekt Esther to nie tylko przypis prawny; to objaw szerszego dryfu etycznego, gdzie prawda staje się towarem, a zaufanie demokratyczne aktywnym zbywalnym.

Wnioski

Zgłoszenia FARA Projektu Esther oznaczają małe zwycięstwo dla przejrzystości, ale ujawniają ogromne luki w egzekwowaniu i etyce. Pośrednicy się zarejestrowali; poszczególni influencerzy najwyraźniej nie. Każdy z nich narażony jest na potencjalne konsekwencje na mocy FARA, FTC i prawa podatkowego, podczas gdy X Corp staje w obliczu rosnącej kontroli na mocy DSA oraz publicznego potępienia za postrzeganą cenzurę.

Najpoważniejszą konsekwencją może być jednak moralna: korozja publicznego zaufania do autentycznego dyskursu. Gdy narracje państwowe kupują prywatne głosy, a platformy arbitrażują widoczność, granica między perswazją a manipulacją zanika. Aktualizacja prawa jest konieczna; odbudowa integralności jest imperatywem. Dopóki prawda i sponsoring nie zajmą oddzielnych przestrzeni, dyskurs demokratyczny pozostanie zakładnikiem najwyższego oferenta.

Bibliografia

- Bridges Partners LLC, *Zgłoszenia Ustawy o Rejestracji Agentów Zagranicznych*, Departament Sprawiedliwości USA (26 września 2025).
- *Responsible Statecraft*, „Kim są ‘influencerzy’, którym Izrael płaci 7000 dolarów za post?” (2 października 2025).
- *Jerusalem Post*, „Wewnątrz ‘Projektu Esther’ Izraela” (1 października 2025).
- *Al Mayadeen English*, „Projekt Esther: Płatni influencerzy pro-‘Izrael’ omijają zasady FARA” (3 października 2025).

- *Middle East Eye*, „Izrael płaci amerykańskim influencerom, by odwrócić negatywną opinię publiczną” (3 października 2025).
- *ProPublica*, „Zweryfikowane konta na X prosperują, szerząc dezinformację na temat konfliktu Izrael-Hamas” (19 grudnia 2023).
- *Rolling Stone*, „Grok twierdzi, że został krótko zawieszony na X po oskarżeniu Izraela o ludobójstwo” (12 sierpnia 2025).
- *Business Standard*, „Dlaczego sztuczna inteligencja Grok Muska została krótko zawieszona na X” (12 sierpnia 2025).
- *Finance Yahoo News*, „X usuwa złotą odznakę weryfikacyjną z The New York Times” (październik 2023).
- *Al Jazeera*, „Cenzura w cieniu: Czy giganci mediów społecznościowych cenzurują głosy pro-palestyńskie?” (24 października 2023).
- Komisja Europejska, *Postępowania na mocy Ustawy o Usługach Cyfrowych przeciwko X Corp*, 2023–2025.
- Departament Sprawiedliwości USA, *Roczne Raporty Jednostki Egzekwowania FARA 2023–2024*.
- Federalna Komisja Handlu USA, *Wytyczne dotyczące rekomendacji*, 16 C.F.R. Part 255 (2023).
- Internal Revenue Service, *Publikacja 334: Przewodnik podatkowy dla małych przedsiębiorstw* (2024).