

J.B. Shurk, Gatestone Institute: Špionážní hrátky: Soukromé společnosti dominují domácí špionáži

- CZ24 News | 4. srpna 2023

“Nejlepší způsob, jak předpovědět budoucnost je, ji vytvořit.” (“The best way to predict the future is to create it.”) Tato rétorická perla - připisovaná různým vědcům a politickým lídrům - se objevuje na podločkách pod myš a plakátech a všude tam, kde je potřeba nějaké inspirativní heslo. Je to také pozoruhodně přesné prohlášení o poslání dvou profesí: finančních investorů a špiónů. V obou povoláních je člověk odměněn buď (1) za to, že shromáždí a vyhodnotí dostatek dostupných informací k předpovídání budoucích událostí, nebo (2) za vytvoření souboru nezbytných podmínek, které budoucí události učiní téměř jistými.

Každý finanční analytik, který před propuknutím COVIDu-19 předvídal pravděpodobnost celosvětové pandemie, mohl vydělat jmění investováním do správných farmaceutických společností. Společnosti Pfizer stejně tak ekonomicky prospělo - bez ohledu na její motivaci - její [financování](#) mnoha neziskových organizací aktivně prosazujících mandáty pro očkování proti COVIDu-19. Dalo by se říci, že jak znalci trhu, tak agenti zpravodajských služeb investují značné prostředky do vytváření požadované reality, která přinese ovoce. Úspěšným vytvářením budoucnosti *mohou proroci dosáhnout zisku*.

Nemělo by nás tedy překvapit, že shromažďování zpravodajských informací a informační válka jsou stejně rozšířené v korporátní sféře jako v té skryté. Pro investory je nejlukrativnější to, když získají a využijí informace trhu dříve než kdokoli jiný, jak lze údajně vidět například u investic rodiny bývalé předsedkyně Sněmovny reprezentantů USA Nancy Pelosiové a jejího manžela Paula a také dalších členů vlády ([zde](#), [zde](#) a [zde](#)).

Ve světě peněz a špionáže je hra stejná: Musíte mít informační náskok před konkurencí. V praxi to znamená shromažďování co nejvíce informací o protivnících ale i o spojencích. Když se analytik rozhoduje, zda má navýšit investici nebo zda má přeměňovat peníze do bezpečí, tak jej zajímá pravděpodobnost technologického úspěchu společnosti, riziko, že se na společnost zaměří další investoři, potenciál konkurenčních společností zavést podobné produkty a pravděpodobnost, že by budoucí ziskovost společnosti mohly ovlivnit regulační orgány. Musíte dávat pozor na svou společnost, její konkurenty, soupeře a spoustu vládních agentur. Složitost takového uspořádání je důvodem, proč jsou ke sledování všech těchto proměnných, shromažďování informací, analýze rizik a navrhování řešení pravidelně využívány soukromé zpravodajské agentury.

Jak vypadá “navrhované řešení” nějakého zpravodajského problému? Spočívá třeba ve sledování soukromých letů ostatních potenciálních investorů, s cílem zjistit, zda nehrají nějakou nekalou hru, která by mohla oslabit váš relativní vlastnický podíl nebo poškodit jeho ziskovost. “Navrhované řešení” by mohlo také spočívat ve sledování obskurních veřejných svědectví přednesených na nějakém slyšení podvýboru Kongresu týkajících se málo známých regulačních orgánů v naději, že odhalíte budoucí vládní interakce s vaším rozvíjejícím se trhem a budete je moci ovlivnit lobingem. Shromažďování informací začíná na této základní úrovni a pokračuje tak daleko, jak daleko jsou soukromé zpravodajské agentury a jejich klienti ochotni zajít.

Pokud shromažďování a analýza informací pomáhají předpovídat budoucí události, tak informační

válka může pomoci tyto budoucí události utvářet. Hranice oddělující reklamní a “public relations” kampaně od korporátně schválené propagandy je tenká. Obula si hvězda nového filmu konkrétní značku tenisek, protože jsou to její oblíbené tenisky nebo kvůli tomu, že producentem filmu byla společnost majetkově propojená se společností vyrábějící tuto značku tenisek? Nebo proto, že jí za to společnost vyrábějící tyto tenisky zaplatila? Uveřejnily velké noviny články na titulní straně o aféře politika, protože jde o celostátní zprávy, nebo protože poškození důvěryhodnosti tohoto politika ztíží výboru, kterému předsedá, hnát největšího akcionáře deníku k odpovědnosti za regulační přestupky v jiném nesouvisejícím odvětví? Vedou společnosti “woke” reklamní kampaně poškozující jejich hospodářské výsledky, protože profesionální firmy zabývající se stykem s veřejností nesprávně interpretují názory spotřebitelů nebo aby chránily členy představenstva společnosti před případnými [žalobami za diskriminaci](#)? Pobízí vláda Američany k nákupu elektrických vozidel, protože to “zachrání planetu”, nebo proto, že průmysloví hráči, kteří nejpravděpodobněji získají finanční zisk z vládních ekologických nařízení, nacpali peníze do volebních pokladen zákonodárců a na účty jejich nadací?

Nenechte se mýlit: Korporace se mohutně angažují v utváření vnímání, přesvědčení a očekávání veřejnosti způsoby, které jim přinesou profit. Všude kolem nás zuří informační válka, která svým rozsahem přesahuje pouhou reklamu. A to platí, ať už se to týká nových neviditelných “stealth” vojenských letadel, nového farmaceutického produktu, který se prodává jako nezbytný pro záchranu životů, nebo nového druhu sušenek bez cukru, který si oblíbili online “influenceri” tvrdící, že jim tyto sušenky pomohly zhubnout.

Pokud má i ta nejneškodnější společnost prodávající panenky motivaci shromažďovat a formovat veřejné informace, tak jak velkou motivaci pak asi mohou mít společnosti generující příjmy výhradně ze shromažďování a používání osobních údajů. Inzerenty, kteří chtějí ovlivnit chování spotřebitelů, zajímá nejen to, co se potenciálnímu kupci “líbí” a “nelíbí”, ale zajímají je také všechny jejich životní aktivity, které by mohly využít k tomu, aby se kupujícímu dostaly do jeho mysli. Když uživatelé sociálních sítí vše, co vidí, slyší a čtou, zhodnotí kliknutím na tlačítko “To se mi líbí” nebo “To se mi nelíbí”, je tato práce mnohem snazší. Pokud jsou cílovou demografickou skupinou konkrétní společnosti maminky ze střední třídy a návštěvnost sociálních sítí ukazuje, že maminky ze střední třídy se primárně zajímají o stejný problém, tak korporace nechají vyrobit reklamy, které odrážejí zájem o tento problém. Přímo od mobilních operátorů nebo od aplikací pro zasílání zpráv lze zakoupit údaje o poloze. Když významné procento těchto maminek trénuje karate, tak firemní inzerenti vědí, že nejlepší způsob, jak ovlivnit jejich budoucí nákupní chování, je inzerovat v blízkosti škol bojových umění nebo s těmi školami přímo spolupracovat. Nic netušící matky trénující bojová umění jsou pak zaplaveny cílenou inzercí ve chvíli, kdy to čekají nejméně.

Je to velmi výnosné podnikání. Společnosti, které v roli soukromých špiónů shromažďují data určená k analýze a následujícímu ovlivňování spotřebitelů, se topí v penězích. Do tohoto “špionážního byznysu” nyní vstoupily téměř všechny soukromé společnosti. Jaká nejnovější móda vás zaujme? Má na vaše nakupování v obchodním centru vliv blízkost jídelní zóny (food court)? Odhalují vaše nákupy analyzované v kombinaci s nákupy milionů dalších zákazníků, že lidé, kteří mají rádi kabriolety, preferují určitou značku kempinkového vybavení?

Každý i sebemenší údaj může být významný. To je důvod, proč se sběr dat neomezuje výhradně jen na společnosti vydávající kreditní karty, společnosti provozující sociální média a mobilní operátory, ale je významnou součástí běžného obchodního modelu každé společnosti, která vydělává peníze. Za starých časů chtěla televizní a filmová studia vědět, na co koukáte. Dnes chce každý vědět, jaké programy sledujete, co se vám líbí, jak trávíte svůj čas, kam chodíte, a s kým tam jdete. Všechny tyto informace jsou nakonec použity k ovlivňování lidského chování.

Korporátní špionáž je všudypřítomná. Probíhá mezi konkurenčními společnostmi; je vedena proti nic

netušícím spotřebitelům; tvoří nesmírně výnosný trh pro sběr a prodej všech střípků osobních údajů, do kterého se pravidelně zapojují i ty nejmenší firmy. Stejně jako ve světě tajných špiónů jsou nástroji jejich řemesla (1) shromažďování informací a (2) informační válka.

Je tedy logické předpokládat, že by tak rozsáhlá firemní špionáž mohla probíhat bez toho, že by přitahovala zájem vládních zpravodajských služeb?

Republikánská kongresmanka a předsedkyně výboru pro energetiku a obchod Sněmovny reprezentantů USA (House Committee on Energy and Commerce) Cathy McMorris Rodgers, nedávno [potvrdila](#), že státní a federální úřady od soukromých společností pravidelně nakupují osobní údaje Američanů, aby mohly “špehovat a sledovat aktivity občanů USA”. Vládní agentury strkají nos naprosto do všeho. Vládní agenti používají zprostředkovatele dat ke shromažďování informací o pohybu jednotlivce (GPS lokace) a pohybu mobilních telefonů, lékařských předpisech, náboženské příslušnosti, sexuálních praktikách a mnoha dalších věcech. Cathy McMorris Rodgers [prohlásila](#), že takový rozsah sledování “byste očekávali od státu vedeného Komunistickou stranou Číny a ne od Ameriky.” Přesto je to vše pravděpodobně celkem legální nebo je to v neregulované šedé zóně.

Vzhledem k zájmu vlády špehovat své občany bez potřeby to nějak zdůvodnit nebo si v konkrétních případech zajistit povolení soudu se zdá nepravděpodobné, že se na současnou situaci brzy něco změní. Během slyšení výboru pro vnitřní bezpečnost a vládní záležitosti Senátu USA (Senate Homeland Security and Governmental Affairs Committee) 18. dubna 2023 senátor Rand Paul [obvinil](#) ministra vnitřní bezpečnosti Alejandra Mayorkase z ignorování zahraničních hrozeb a zneužívání pravomocí agentury k “posilování cenzury Američanů na sociálních sítích pomocí různých neziskových organizací, aby to nevypadalo jako vládní cenzura.” Rand Paul [pokračoval](#): “Zpráva zveřejněná minulý měsíc institutem *Brennan Center for Justice* našla nejméně dvanáct překrývajících se programů amerického ministerstva pro vnitřní bezpečnost (DHS, Department of Homeland Security) pro sledování toho, co Američané říkají online,” což dokazuje, že DHS “se odklonilo od své původní protiteroristické činnosti ke sledování sociálních a politických hnutí a ke sledování činnosti amerických občanů chráněné Prvním dodatkem.”

Rand Paul [uvedl](#) jeden obzvláště šokující příklad, který děsivě připomíná zverstva spáchaná místními buňkami Hitlerjugend během 30. let 20. století a školáky během čínské kulturní revoluce:

“V roce 2021 DHS dokonce zveřejnilo video vybízející děti, aby nahlásily své vlastní rodinné příslušníky *Facebooku* kvůli dezinformacím, pokud zpochybňují narativy americké vlády o COVIDu-19.”

Republikánský senátor Rand Paul má pravdu, když [tvrdí](#), že tyto druhy korporátních a vládních partnerství používané k sledování a ovlivňování amerických občanů “by nás měly všechny vyděsit.” Najde se ale vůbec někdy dostatek zákonodárců nutných k tomu, aby se toto sbírání a využívání osobních informací získávaných od soukromých společností vládě zatrhl? Právě teď je koneckonců výbor pro zpravodajství Senátu USA (Senate Select Committee on Intelligence) zaneprázdněn snahou využít nedávné úniky informací z Pentagonu k prosazení restriktivního zákona [RESTRICT Act](#), který by dal výkonné moci ještě větší pravomoci sledovat online komunikaci a označovat informace sdílené na internetu jako “nebezpečné.” Toto další rozšíření pravomocí – označované posměšně jako “online Patriot Act” – se jistě bude pro sledování domácí scény hodit, obzvláště v době, kdy řada bývalých zaměstnanců FBI, CIA, NSA (National Security Agency, Národní bezpečnostní agentura) a DHS nyní [pracuje](#) pro společnosti sociálních médií a FBI [označuje stále více slov](#) jako online důkaz potenciálního “násilného extremismu”.

Pomineme-li Cathy McMorris Rodgers a Randa Paula, tak se nezdá, že by politiky a špionážní agentury příliš znepokojovaly úvahy o Prvním dodatku a o respektování soukromí a svobody Američanů. Nejenže většina zákonodárců odmítá zasahovat do praktik shromažďování zpravodajských informací, aby nemohli být později obviněni z ohrožení americké bezpečnosti, ale v přehlížení obav z narušení ústavy také často nalézají určitý druh osobního prospěchu. Koneckonců, analýza ukazuje, že desítky členů Kongresu a jejich rodin nedávno [prodaly akcie bank](#), poté co uprostřed nestabilního finančního klimatu vyvolaného kolapsem Silicon Valley Bank jednali s regulačními úřady. Když sběr informací vede k posílení moci a zvýšení zisku, tak se mu jen málokterý politik odváží stát v cestě.

Nyní se zamyslete nad tím, jak se soukromé společnosti staly nástrojem pro shromažďování a analýzu zpravodajských informací. Vláda USA udělila překvapivě velkému počtu lidí – k dnešnímu dni [více než 1,25 milionu](#) – bezpečnostní prověrku nejvyššího stupně “Přísně tajné”. Přesto každá soukromá společnost, která monitoruje, sleduje, zaznamenává a ovlivňuje spotřebitele, je v podstatě špionážní entitou. Obchod s daty uživatelů zažívá boom. Ještě výmluvnější je silná poptávka soukromého sektoru po bývalých vládních špionech. [Oblast soukromé špionáže](#), ve které si korporace a vlády pronajímají agenty podléhající mizivému regulačnímu dohledu, exponenciálně roste. V rámci vojenského programu “signature reduction” Pentagon dokonce pravidelně maskuje a tají síly provádějící tajné úkoly v soukromých společnostech. Kvůli zvýšenému spoléhání se vlády na externí dodavatele nyní v [soukromém zpravodajském průmyslu](#) dominuje malý počet firem.

Dáte-li všechny tyto trendy dohromady, tak uvidíte rozsáhlé partnerství korporací a vlády s rozsáhlými dohledovými pravomocemi za účelem rozsáhlého sledování amerických občanů – provozované bez právního dohledu a ve jménu “národní bezpečnosti”. Každá společnost je informačním aktivem. Rostoucí průmysl, který se věnuje soukromému sběru dat, shromažďuje obrovské bohatství a nevyřčená tajemství. Na vrcholu této soukromé špionážní pyramidy sedí malý počet firem, které zásobují zpravodajské agentury a zákonodárce informacemi, které použijí k interpretaci hrozeb a tvorbě politiky.

Světy skryté špionáže a finančních investic nebyly nikdy tak integrované a propojené. S vidinou společného cíle profitovat ze shromažďování soukromých informací se korporátní i vládní špioni snaží předpovídat budoucnost tím, že ji přímo utvářejí. A my ostatní jsme pro ně pouze pěšáky na jejich šachovnici.

AUTOR: J.B.Shurk

[ZDROJ](#)

Překlad: Libor Popovský, Helena Kolínská