

## Stojte z X, da zaščitite svobodo govora

Ta teden je Media Matters for America objavil zgodbo, ki je popolnoma napačno predstavila resnično uporabniško izkušnjo na X, v drugem poskusu spodkopavanja svobode govora in zavajanja oglaševalcev.

Predvsem, vključno z dobičkom, si X prizadeva zaščititi pravico javnosti do svobode govora. Toda da bi bil govor resnično svoboden, moramo imeti tudi svobodo videti ali slišati stvari, ki se nekaterim ljudem morda zdijo sporne. Verjamemo, da ima vsakdo pravico do lastne odločitve, kaj bo bral, gledal ali poslušal – kajti to je moč svobode govora.

Kljub našemu jasnemu in doslednemu stališču je bil X deležen številnih napadov aktivističnih skupin, kot je Media Matters, in starejših medijskih hiš, ki skušajo spodkopati svobodo izražanja na naši platformi, ker jo dojemajo kot grožnjo svoji ideološki naraciji in tistim svojim finančnim podporniki. Te skupine poskušajo uporabiti svoj vpliv za napad na naše tokove prihodkov tako, da zavajajo oglaševalce na X.

### **Tukaj so dejstva o raziskavi Media Matters:**

- Da bi manipulirali z javnostjo in oglaševalci, je Media Matters ustvaril nadomestni račun ter skrbel za objave in oglase, ki se pojavljajo na časovnici računa, da bi napačno informiral oglaševalce o umeščanju njihovih objav. Te izmišljene izkušnje bi lahko uporabili na kateri koli platformi.
- Ko so uredili svoj vir, so večkrat osvežili svoje časovnice, da bi našli redke primer oglasov, ki se prikazujejo poleg vsebine, ki so jo izbrali spremljati. Naši dnevnikarji kažejo, da so izsilili nastali scenarij v 13-kratnem številu prikazanih oglasov v primerjavi s srednjo vrednostjo oglasov, prikazanih uporabniku X.
- Od 5,5 milijard prikazov oglasov na X tistega dne je bilo manj kot 50 skupnih prikazov oglasov prikazanih ob vsej organski vsebini, predstavljeni v članku Media Matters.
  - Pri eni blagovni znamki, predstavljeni v članku, se je eden od njenih oglasov prikazal ob objavi dvakrat in ta oglas sta v tej nastavitvi videla samo dva uporabnika, eden od njih je bil avtor članka Media Matters.
  - Pri drugi blagovni znamki, predstavljeni v članku, sta se dva njena oglasa prikazala ob dveh objavah, 3-krat, in ta oglas je v tej nastavitvi videl samo en uporabnik, avtor članka Media Matters.
- Članek Media Matters izpostavlja tudi devet objav, za katere menijo, da ne bi smele biti dovoljene na X. Po oceni je samo ena od devetih organskih objav v članku kršila naše pravilnike o vsebini, zato smo glede nje ukrepali v skladu z našo svobodo govora, Pristop uveljavljanja Not Reach.

### **Tukaj je povzetek vsega tega:**

1. X bo ščitil pravico javnosti do svobodnega izražanja. Ne bomo dovolili aktivistom, ki jih vodijo agende, ali celo lastnega dobička, da bi odvrnili našo vizijo.
2. Vsak ima možnost izbire pri X. Nadzor uporabnikov in blagovnih znamk pri X je boljši kot pred letom dni.
3. Podatki zmagajo nad obtožbami. Media Matters ne odraža uporabniške izkušnje na X.

Kot smo videli v nekaterih delih sveta, je svoboda izražanja odvzeta zelo nevarno in težko vrniti se - zato so se ljudje, ki so prišli pred nami, tako močno borili za zaščito. Brez svobode govora izgubljammo zavore in ravnotežja, ki so ključni za uspešno demokracijo. Svoje individualne pravice moramo braniti, kot da so naše življenja in razcvet družbe so odvisni od tega.

Če res želite zaščititi svobodo govora, jo moramo vsi popolnoma zaščititi.

**Stojte z X, da zaščitite svobodo govora.**