



Baltic Engagement  
Centre for Combating  
Information Disorders

# SOOPÕHISE DESINFORMATSIOONI ÕPPEMATERJALID

**SEPTEMBER 2026**

**GRETEL JUHANSOO | BECID2 PROJEKTIJUHT**

PROJEKTI RAHASTAB BALTI INFOHÄIRETE SEKKUMISE KESKUS (BECID) AASTATEL 2025–2028. PROJEKT ON OSA EUROOPA LIIDU RAHASTATUD PROJEKTI (ID: 101226242) VERSTAPOSTIST MS17, MIDA KOORDINEERIB TARTU ÜLIKOOL (UTARTU).



Co-funded by the  
European Union

## OSA 1. SOOPÕHISE DESINFORMATSIOONI MÕISTMINE

### Mis on soopõhine desinformatsioon?

Soopõhine desinformatsioon ei tähenda lihtsalt valeinfo levitamist naiste või meeste kohta. See kasutab soo ja bioloogilise sooga seotud valesid või eksitavaid narratiive, et õõnestada üksikisikuid, rühmi või ideid. Sageli põimub desinformatsioon seejuures juba olemasolevate stereotüüpide, seksualiseerimise, moraalsete hinnangute, identiteedipõhiste rünnakute ja emotsionaalselt laetud narratiividega.

Oluline on eristada kriitikat, mis keskendub inimese tegevusele, rünnakust, mis keskendub sellele, milline naine, mees või inimene ta väidetavalt on. Poliitikut, ajakirjanikku, teadlast või aktivisti võib kritiseerida tema otsuste ja tegude pärast. Kui kriitika hakkab aga ebaproportsionaalselt keskenduma tema soole, välimusele, seksuaalsusele, pererollile või oletatavale moraalsusele, ei rünnata enam üksnes tema tegevust, vaid ka tema identiteeti.

Soolise desinformatsiooni eesmärk ei pea tingimata olema veenda kõiki, et konkreetne väide on tõene. Mõju võib seisneda ka kellegi usaldusväärsuse kahjustamises, verbaalse või füüsilise ahistamise õhutamises või selles, et kritiseeritavale inimesele muutub avalikus elus osalemine üha koormavamaks. [Sihikule võetud inimene võib hakata teatud teemasid vältima](#), taanduda sotsiaalmeediast või avalikelt üritustelt või olla sunnitud pidevalt kaitsma oma identiteeti, mitte oma tööd.

**See tähendab, et küsimusega „Kas see info on tõene või väär?“ peaksid alati kaasas käima ka küsimused: miks kedagi usaldatakse? Miks ei usaldata? Keda naeruvääristatakse? Kes peab oma ideede asemel kaitsma hoopis oma identiteeti?**

Käesolev õppematerjal tugineb [BECID 2026 konverentsile „Resilient Voices: Women & Disinformation“](#). Konverentsi videoid ja arutelu põhipunkte saab uurida [materjali algallikate kaudu](#).

### Miks on see oluline mäluasutustele?

Galeriid, raamatukogud, arhiivid ja muuseumid teevad pidevalt valikuid teabe, konteksti ja representatsiooni kohta. Muuseum valib, mida eksponeerida ja kuidas seda kontekstualiseerida. Arhiiv otsustab, kuidas materjale kirjeldada ja kättesaadavaks teha. Raamatukogu kujundab avalikke arutelusid ja haridustegevusi. Galerii otsustab, millised teosed, vaatenurgad ja hääled saavad platvormi.

Selle õppematerjali eesmärk ei ole julgustada tsensuuri ega vältima vastuolulist, provokatiivset või ebamugavat materjali. Kunstiline eneseväljendus võib teadlikult

vaidlustada stereotüüpe, kasutada irooni, satiiri, mitmetähenduslikkust või liialdust ning käsitleda eri soopõhiseid narratiive selleks, et neid küsimuse alla seada.

Samuti võib arhiividel, raamatukogudel ja muuseumidel olla kohustus säilitada ning kättesaadavaks teha ajalooliselt olulist materjali, mis peegeldab eelarvamusi, propagandat või kahjulikke narratiive. **Eesmärk ei ole seega otsustada, mida mäluasutused peaksid või ei peaks eksponeerima, säilitama või arutama, vaid toetada teadlikke ja kontekstitundlikke professionaalseid valikuid.**

Põhiküsimused on, miks konkreetset materjali kasutatakse, kuidas seda esitletakse, mida vajab publik selle mõistmiseks ning kas materjali esitamine võib tahtmatult käsitletavat manipuleerivat narratiivi taastoota või võimendada.

Mäluasutustel on siin oluline roll: nad saavad aidata publikul mõista mitte ainult seda, mis on vale, vaid ka seda, kuidas manipulatsioon toimib. Selle asemel, et keskenduda kahjulikule või eksitavale väitele endale, saab alustada usaldusväärsest teabest, selgitada mõjutamiseks kasutatavaid võtteid ning avada stereotüüpe ja laiemaid narratiive, millele manipuleerivad sõnumid toetuvad.

See õppematerjal annab praktilisi juhiseid, kuidas soopõhist desinformatsiooni ära tunda, selle toimimist mõista ning teemat mäluasutuste näitustel, haridustegevustes ja avalikus kommunikatsioonis käsitleda.

## OSA 2. SOOSTEREOTÜÜBID, SOTSIAALMEEDIA JA TEHISINTELLEKT

Sooline desinformatsioon loob harva tühja koha pealt eelarvamusi. Pigem tugineb see eeldustele ja stereotüüpidele, mida publik juba tunneb. Soostereotüübid võivad mõjutada arusaamu sellest, kes on pädev, ratsionaalne, usaldusväärne, lugupeetud või võimupositsioonile sobiv. Näiteks võidakse naisi kujutada liiga emotsionaalsete, irratsionaalsete, nõrkade, manipuleerivate, alistuvate või juhtimiseks sobimatutena.

Neid arusaamu kinnistatakse keele, piltide, huumori, popkultuuri ja igapäevase suhtluse kaudu. Kordamine võib muuta sotsiaalselt kujunenud eeldused näiliselt loomulikuks või enesestmõistetavaks. Manipuleerivas sõnumis aitab stereotüüp sõnumit usutavamaks muuta: publik tunneb juba lugu, mida tal uskuda palutakse.

**Soolise manipulatsiooni võimalikke juhtumeid analüüsid tasub seetõttu küsida: mida peab publik juba uskuma või eeldama, et see sõnum mõjuks veenvalt?**

### Mis toimub sotsiaalmeedias?

Sotsiaalmeedias on tuttavaid stereotüüpe lihtne kiiresti ja laialt levitada. Need võivad levida näiteks meemide, lühivideote, eksitavate postituste, töödeldud piltide, naljade ja koodkeelena, aga ka tehisintellekti abil loodud piltide ja videotena. Sama sisu võib liikuda kiiresti ühelt kontolt ja platvormilt teisele ning jõuda väga erinevate kogukondadeni.

Eriti olulised on tugevad emotsioonid. Viha, hirm, vastikus, alandus ja naeruvääristamine võivad panna inimesi reageerima ja jagama enne, kui nad jõuavad nähtut hinnata. Kui narratiive sotsiaalmeedias korraldatakse, võivad üksikud, killustunud postitused muutuda osaks millestki palju suuremast kui üksainus valeväide.

Seetõttu on oluline otsida mustreid, mitte vaadata üksnes eraldiseisvaid postitusi. Üks meem võib tunduda tähtsusetu. Kui sama stereotüüp ilmub aga korduvalt meemides, videotes, kommentaarides ja eri kontodel, võib sellest kujuneda hoopis teine lugu.

## **Ohumärgid, mida ära tunda**

- **Seksualiseeritud narratiivid** – seksuaalseid kuulujutte, solvanguid või manipuleeritud seksuaalset sisu kasutatakse usaldusväärsuse õõnestamiseks.
- **Moraal ja pererollid** – inimest hinnatakse „halva“ ema, abikaasa, tütre, mehe või naisena, mitte tema tööalaste või avalike tegude põhjal.
- **Identiteet tegude asemel** – kriitika keskendub ebaproportsionaalselt soole, välimusele, seksuaalsusele, vanusele või perekonnaseisule.
- **Manipuleeritud visuaalid** – võltsitud pildid, eksitavad kuvatõmmised, monteeritud videod või süvavõltsingud tugevdavad narratiivi.
- **Koodkeel** – naljad, sümbolid, släng või näiliselt süütud väljendid kannavad teatud kogukondade jaoks lisatähendusi.
- **Koordineeritud võimendamine** – sama narratiiv ilmub korduvalt eri kontodel, rühmades, platvormidel.
- **Emotsionaalne surve** – sisu peamine eesmärk on esile kutsuda viha, hirmu, vastikust, alandust või naeruvääristamist.

## **Tehisintellekt kiirendab levikut, aga ei muuda loogikat**

Tehisintellekt ei leiutanud misogüünia, soostereotüüpe ega poliitilist ahistamist. Küll aga võib see muuta [manipuleeriva sisu loomise ulatust, kiirust ja kättesaadavust](#). Süvavõltsingud, AI-genereeritud videod ja hääle kloonimine muudavad eksitava materjali loomise, muutmise ja levitamise lihtsamaks, samal ajal kui üha realistlikumad väljundid võivad muuta publiku jaoks ehtsuse kiire hindamise raskemaks.

[Ka siin on sugu oluline](#). Naisi ja teisi avalikus elus osalevaid inimesi võivad eriti ohustada nõusolekuta seksualiseeritud süvavõltsingud ja fabritseeritud pildid. [Sensity AI raport leidis](#), et 96% tuvastatud süvavõltsingutest sisaldas ilma kujutatud inimese nõusolekuta loodud seksuaalset sisu ning 99% nende sihtmärkidest olid naised.

Tehnoloogia võib olla uus, kuid stereotüübid ja võimusuhted, mida see ära kasutab, on reeglina meile juba ammu tuttavad. Seetõttu on küsimus „Kas kasutati tehisintellekti?“ vaid üks osa kahtlase materjali analüüsist. Sama oluline on küsida, millist olemasolevat stereotüüpi või võimusuhet ära kasutatakse.

## **Vaata üksikust faktist kaugemale**

Faktikontroll on endiselt hädavajalik, kuid ainuüksi väite ümberlükkamine ei pruugi selle mõju tagasi pöörata. Vale või eksitav lugu võib olla juba kinnistanud seose inimese ja mõne stereotüübi vahel, päädinud halvimal juhul ahistamisega või jõudnud inimesteni, kes hilisemat parandust kunagi ei näe. Ka kahjuliku sisu korduv näitamine selle ümberlükkamiseks võib anda sellele tahtmatult veelgi rohkem tähelepanu ja nähtavust.

Seetõttu on ümberlükkamise kõrval oluline ka ennetada selliste uskumuste kinnistumist – aidata inimestel ära tunda, kuidas manipuleerivad sõnumid töötavad ja miks need võivad mõjuda veenvalt. Selleks tasub sõnumeid analüüsida neljal tasandil: mida väidetakse, millist laiemat narratiivi väide toetab, millisele stereotüübile või ühiskonnas levinud eeldusele see tugineb ning keda ja kuidas see mõjutab?

**Ära küsi ainult, kas see on vale, vaid ka kuidas see kõik toimib ja miks stereotüübid seni levivad.**

## **OSA 3. KUIDAS SAAVAD MÄLUASUTUSED NEID TEEMASID KÄSITLEDA?**

Soolise desinformatsiooni käsitlemine ei tähenda lihtsalt publikule ütlemist, et ärgem uskugem mingit infot. Tõhusam eesmärk on aidata inimestel ära tunda võtteid, stereotüüpe ja narratiive, millega neid mõjutatakse.

Üht ainuõiget vastust ei ole. Olenevalt olukorrast võib mäluasutus anda konteksti, parandada valeinfot, selgitada manipulatsioonivõtet, modereerida kuritarvitavat arutelu, kaitsta sihikule võetud inimest või otsustada kahjulikku materjali üldse mitte võimendada. Soolise desinformatsiooni näiteid kasutades väldi kahjuliku väite muutmist põhisõnumiks. Alusta selle asemel usaldusväärsest teabest ja selgita, kuidas manipulatsioon toimib.

### **Viis küsimust, mida endaga kaasa võtta**

- 1. Kes on sihtmärk?** Kelle usaldusväärsus või legitiimsus seatakse kahtluse alla?
- 2. Kas jutt käib tema tegudest või identiteedist?** Kas kriitika on nihkunud soo, seksuaalsuse, välimuse või pererollide poole?
- 3. Milline stereotüüp paneb sõnumi toimima?** Millisele tuttavale eeldusele see toetub?
- 4. Mis juhtub, kui me seda võimendame?** Kas jagamine võib anda kahjulikule sõnumile rohkem nähtavust või legitiimsust?
- 5. Milline vastus suurendab vastupanuvõimet?** Kuidas aidata publikul tulevikus sarnast manipulatsiooni ära tunda?

### **Rakenda praktikas**

Järgnevad plakatid ja muudetav tööleht on mõeldud praktiliseks kasutamiseks galeriides, raamatukogudes, arhiivides, muuseumides ja klassiruumides. Kasuta neid arutelu

käivitajate, õppematerjalide või tegevuste lähtepunktidenä ning kohanda töölehte oma publiku, kogude ja näidete järgi.



# MILLAL MUUTUB KRIITIKA SOOPÕHISEKS?

Kellegi ideede, otsuste või tegude  
kritiseerimine on osa avalikust arutelust.

Kellegi soo või identiteedi kasutamine isiku  
õõnestamiseks on midagi muud.

## KAS OSKAD ERINEVUST MÄRGATA?

### KRIITIKA

„Ma ei nõustu tema poliitikaga.“

„Ta lahendas olukorra halvasti.“

„Tema argument ei ole veenev.“

Tema otsused seatakse kahtluse alla.

### SOOPÕHINE RÜNNAK

„Naised on juhtimiseks liiga  
emotsionaalsed.“

„Ta peaks keskenduma emaks  
olemisele.“

Argumendi asemel rünnatakse  
inimese väärtust.

Inimese alandamiseks  
kasutatakse seksualiseeritud  
kuulujutte või pilte.

### KÜSI ENDALT

Kas see kriitika oleks endiselt mõistlik, kui inimene oleks  
teisest soost?

Kui mitte, võib osa kriitikast toetuda soostereotüübile.

### MIKS SEE OLULINE ON?

Soopõhine diskrimineerimine, hirmutamine ja vaigistamine  
nõrgestavad demokraatlikku arutelu.



## KUIDAS MUUTUB SUGU OSAKS INFOMANIPULATSIOONIST?

Sooline desinformatsioon tugineb tuttavana tunduvatele stereotüüpidele – ideedele, millega oleme lapsepõlvest saadik kokku puutunud lugude, meedia ja popkultuuri kaudu.

**Kuid see, et narratiiv on tuttav, ei tähenda, et see on ka tõene.**

### 1. ALUSTA STEREOTÜÜBIST

„Naised on liiga emotsionaalsed.“

„Tõeline mees peab olema tugev.“

„Sooline võrdõiguslikkus ohustab traditsioonilisi väärtusi.“

### 2. KÄIVITA EMOTSIOON

Tugevad emotsioonid võivad muuta manipuleerivad sõnumid mõjusamaks ja kergemini jagatavaks.

### 3. PANE SÕNUM KUTSUVASSE PAKENDISSE

Meemid, videod, eksitavad postitused, töödeldud pildid, süvavõltsingud, släng, trendid...

Isegi näiliselt süütud meemid, emotikonid ja naljad võivad sisaldada kindlale publikule mõeldud tähendusi ja normaliseerida teadusliku aluseta soostereotüüpe.

### 4. VÕIMENDA

**Sisu postitavad kasutajad ja võrgustikud → kasutajate kaasatus → algoritmiline võimendamine → laiem publik**

Inimesed ja võrgustikud levitavad sõnumit. **Reaktsioonid ja jagamised suurendavad sõnumi nähtavust ning algoritmid võivad aidata sellel jõuda palju laiemal publikul.**

### 5. TAGAJÄRJED

**Ahistamine, usaldamatus, polariseerumine, vaigistamine, avalikust arutelust taandumine.**

Sugu ja identiteeti saab kasutada olemasolevate lõhede süvendamiseks ning ühiskondlike teemade muutmiseks „**meie versus nemad**“ konfliktiks.

#### ENNE JAGAMIST KÜSI:

Millist emotsiooni see püüab tekitada?

Millisele stereotübile see toetub?

Kes võidab sellest, kui ma seda usun või levitan?

Kas sõnum vaidlustab kellegi teod või ründab seda, kes ta on?

## DEKODEERI SÕNUM

### [ SISESTA SIIA OMA NÄIDE ]

*Sotsiaalmeediapostitus, klassiga käsitletud juhtum, meem, reklaam, foto, ajaleheartikkel, ajalooline ese või midagi mäluasutuse enda kogust.*

**1. Mis köidab sinu tähelepanu esimesena? Mida sinu arvates sõnum tahab, et sa mõtleksid, tunneksid või teeksid?**

---

---

**2. Milliseid eeldusi või arusaamu loob sõnum soo või identiteedi kohta?**

---

---

*Kas see vihjab, kuidas keegi peaks välja nägema, käituma, töötama, juhtima, lapsi kasvatama või elama?*

**Kus võisid sellise eelduse või arusaamaga varem kokku puutuda?**

☐ Lood ja muinasjutud ☐ Filmid ja TV ☐ Uudised ja reklaam ☐ Sotsiaalmeedia  
☐ Pere või sõbrad ☐ Ajalugu ja traditsioon ☐ Muu: \_\_\_\_\_

*Pea meeles: tuttav sõnum ei tähenda, et see on ka tõene.*

**3. Millist emotsiooni see sõnum sinus tekitab?**

☐ Viha ☐ Hirm ☐ Vastikus ☐ Lõbusus ☐ Nördimus ☐ Kaastunne ☐ Muu: \_\_\_\_\_

Miks võib see emotsioon muuta sõnumi mõjusamaks või jagatavamaks?

---

---

**4. Kujuta ette, et seda sõnumit jagatakse sotsiaalmeedias.**

**Sisu postitavad kasutajad ja võrgustikud → kasutajate kaasatus →  
algoritmiline võimendamine → laiem publik**

Mis paneks inimesi peatuma, reageerima, kommenteerima või jagama?

---

---

Kellele võiks sõnumi levik kasulik olla?

---

---

## 5. MÕTLE MÕJULE

*Mis võiks juhtuda, kui paljud inimesed selle sõnumiga kokku puutuksid või seda usuksid?*

- ☐ Kellegi maine kahjustub ☐ Stereotüüp kinnistub ☐ Rühmadevahelised lõhed süvenevad  
☐ Keegi kogeb ahistamist ☐ Usaldus nõrgeneb ☐ Keegi muutub avalikult sõna võttes ettevaatlikumaks  
☐ Muu: \_\_\_\_\_

## NÜÜD MUUDA SÕNUMIT

**Kas saad sama kriitika, mure või teema edasi anda stereotübile toetumata?**

---

---

---

---

## VIIMANE KÜSIMUS

**Kas reageerid sellele, mida keegi on teinud, või sellele, kes ta on?**



Materjalid töötati välja pärast BECID2 konverentsi „**Resilient Voices: Women & Disinformation**“, mis toimus 3. märtsil 2026 Riias. Konverents tõi kokku teadlased, ajakirjanikud, kodanikuühiskonna esindajad ja poliitikaeksperdid, et käsitleda soolist ja sihitud desinformatsiooni, stereotüüpe, hübriidohtusid ning nende mõju demokraatlikule osalusele.

Sooline desinformatsioon on enamat kui valede väidete kogum. See tugineb olemasolevatele ühiskondlikele hoiakutele, stereotüüpidele ja ebavõrdsusele ning ühendab need tuttavate manipulatsioonivõtetega, et õõnestada usaldusväärsust, süvendada lõhesid ja mõjutada seda, kes tunneb, et saab avalikus elus osaleda.

BECID2 meediapädevuse spetsialistide koostatud töökomplekt muudab konverentsi põhijäreldused praktilisteks juhisteks spetsialistidele, kes töötavad galeriides, raamatukogudes, arhiivides, muuseumides ning formaalses haridussüsteemis.