



Baltic Engagement
Centre for Combating
Information Disorders

SOOPÕHISE DESINFORMATSIOONI KONVERENTSI ÕPPEMATERJALID JA AUDIOVISUAALSED MATERJALID

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. SOOLISE DESINFORMATSIOONI MÕISTMINE

Mis on sooline desinformatsioon?

Sooline desinformatsioon ei tähenda lihtsalt „valeinfot naiste kohta“. See kasutab valesid või eksitavaid soo ja bioloogilise sooga seotud narratiive, et õõnestada üksikisikuid, rühmi või ideid. See võib ühendada desinformatsiooni stereotüüpide, seksualiseerimise, moraalsete hinnangute, identiteedipõhiste rünnakute ja emotsionaalselt laetud narratiividega.

Kasulik on eristada kriitikat, mis keskendub sellele, mida inimene teeb, rünnakutest, mis keskenduvad sellele, milline naine, mees või inimene ta väidetavalt on. Poliitikut, ajakirjanikku, teadlast või aktivisti võib kritiseerida tema otsuste või tegude pärast. Kui kriitika aga kaldub ebaproportsionaalselt tema soo, välimuse, seksuaalsuse, pererolli või oletatava moraalsuse poole, muutub rünnaku osaks inimese identiteet ise.

Soolise desinformatsiooni eesmärk ei pea tingimata olema veenda kõiki, et konkreetne väide on tõene. Mõju võib seisneda ka kellegi usaldusvääruse kahjustamises, ahistamise esilekutsumises või avalikus elus osalemise muutmises 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 küsimuse „Kas see info on tõene või väär?“ kõrval peaksime küsima ka: kellele omistatakse usaldusväärsus? Keda naeruvääristatakse? Kes peab oma ideede asemel kaitsma oma identiteeti? Ja kes võib lõpuks otsustada, et sõnavõtmine ei ole selle hinda väärt?

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

Miks on see oluline GLAM-asutustele?

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 töökomplekti eesmärk ei ole julgustada tsensuuri ega vältima vastuolulist, provokatiivset või ebamugavat materjali. Kunstiline eneseväljendus võib teadlikult vaidlustada konventsioone, kasutada irooniat, satiiri, mitmetähenduslikkust või liialdust ning käsitleda stereotüüpe või solvavaid ideid 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 GLAM-asutused peaksid või ei peaks eksponeerima, säilitama või arutama, vaid toetada teadlikke ja kontekstitundlikke professionaalseid valikuid.

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

See asetab GLAM-asutused ka heale positsioonile, et aidata publikul mõista mitte ainult seda, mis on vale, vaid ka seda, kuidas manipulatsioon toimib. Selle asemel et seada kahjulik või eksitav väide kommunikatsiooni keskmesse, saavad asutused alustada usaldusväärsest teabest, selgitada publiku mõjutamiseks kasutatavaid võtteid ning avada stereotüüpe ja laiemaid narratiive, mis muudavad need sõnumid veenvaks.

See töökomplekt annab selleks praktilisi juhiseid: kuidas soolist desinformatsiooni ära tunda, mõista selle toimemehhanisme ning käsitleda seda GLAM-kogude, näituste, haridustegevuste ja avaliku kommunikatsiooni kaudu.

OSA 2. SOOSTEREOTÜÜBID, SOTSIAALMEEDIA JA TEHISINTELLEKT

Sooline desinformatsioon loob eelarvamusi harva tühjalt kohalt. Pigem tugineb see eeldustele ja stereotüüpidele, mida publik juba tunneb. Soostereotüübid võivad mõjutada arusaamu sellest, kes on pädev, ratsionaalne, usaldusväärne, lugupeetud või sobiv võimupositsioonile. Näiteks võidakse naisi kujutada liiga emotsionaalsete, irratsionaalsete, nõrkade, manipuleerivate, seksuaalsete, puritaanlike, 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 toimib stereotüüp seega otseteena: publik tunneb juba lugu, mida tal palutakse uskuda.

Soolise manipulatsiooni võimalikke juhtumeid analüüsides on seetõttu eriti kasulik küsida: millise eelduse peab publik juba omaks võtma, et see sõnum toimiks?

Mis toimub sotsiaalmeedias?

Sotsiaalmeedia loob keskkonna, kus tuttavad stereotüübid saab muuta väga hõlpsasti jagatavateks narratiivideks. Neid võib vormistada meemideks, lühivideoteks, eksitavateks postitusteks, töödeldud piltideks, naljadeks, koodkeeleks või sünteetiliseks sisuks ning levitada eri kontode, kogukondade ja platvormide vahel.

Eriti olulised on tugevad emotsioonid. Viha, hirm, vastikus, alandus ja naeruväärastamine võivad panna inimesi reageerima ja jagama enne, kui nad jõuavad nähtut hinnata. Kui narratiive sotsiaalvõrgustikes korratakse, võivad üksikud sisukillud 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 ekraanipildid, monteeritud videod või sünteetiline meedia 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 või riikides.
- **Emotsionaalne surve** – sisu peamine eesmärk on esile kutsuda viha, hirmu, vastikust, alandust või naeruväärastamist.

Tehisintellekt muudab ulatust, mitte loogikat

Tehisintellekt ei leiutanud misogüünia, soostereotüüpe ega poliitilist ahistamist. Küll aga võib see muuta [manipuleeriva sisu loomise ulatust, kiirust ja kättesaadavust](#). Sünteetilised pildid, genereeritud video 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 oli nõusolekuta seksuaalne sisu ning 99% sihtmärkidest olid naised.

Tehnoloogia võib olla uus, kuid stereotüübid ja võimusuhted, mida see ära kasutab, sageli ei ole. 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 väite vääraks tunnistamine ei pruugi selle mõju olematuks teha. Vale lugu võib olla juba kinnistanud seose inimese ja stereotüübi vahel, tekitanud ahistamist või jõudnud publikuni, kes parandust kunagi ei näe. Kahjuliku materjali korduv taasesitamine selle ümberlükkamiseks võib tahtmatult anda sellele veelgi rohkem nähtavust.

Kasulik viis sellist sisu analüüsida on liikuda läbi nelja tasandi: alusta väitest ja sellest, mida sõna-sõnalt öeldakse; tuvasta laiem narratiiv, mida väide tugevdab; mõtle stereotüübile või sotsiaalsele eeldusele, mis muudab narratiivi veenvaks; ning lõpuks vaata võimu – kelle usaldusväärsus, turvalisus või osalemisvõimalus on mõjutatud.

Põhiline nihe on lihtne: ära küsi ainult „Kas see on vale?“. Küsi: „Kuidas see toimib?“

OSA 3. KUIDAS SAAVAD GLAM-ASUTUSED NEID TEEMASID KÄSITLEDA?

Soolise desinformatsiooni käsitlemine ei tähenda lihtsalt publikule ütlemist: „Ära usu seda.“ Kestlikum eesmärk on aidata inimestel ära tunda võtteid, stereotüüpe ja narratiive, millega neid mõjutatakse.

Üht ainuõiget vastust ei ole. Olenevalt olukorrast võib GLAM-asutus 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.

Tema soo või identiteedi kasutamine tema
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 küsimuse alla

SOOPÕHINE RÜNNAK

„Naised on juhtimiseks liiga
emotsionaalsed.“

„Ta peaks keskenduma emaks
olemisele.“

Tema argumendi asemel
rühnatakse tema välimust.

Tema 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 MANIPULEERIMISE VAHENDIKS?

Sooline desinformatsioon tugineb tuttavana tunduvatele stereotüüpidele – ideedele, millega oleme lapsepõlvest saadik kokku puutunud lugudes, meedias ja popkultuuris.

Kuid tuttav ei tähenda, et see on 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. PAKENDA SÕNUM

Meemid, videod, eksitavad postitused, töödeldud pildid, süvavõltsingud, släng ja koodkeel.

Isegi näiliselt süütud meemid, emotikonid ja naljad võivad sisaldada kindlale publikule mõeldud tähendusi.

4. VÕIMENDA

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

Inimesed ja võrgustikud levitavad sõnumit. **Reaktsioonid ja jagamised suurendavad selle nähtavust ning algoritmid võivad aidata sellel jõuda palju suurema publikuni.**

5. CREATE AN IMPACT

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 stereotüübile 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 MUUDETAV NÄIDE]

Sotsiaalmeediapostitus, meem, reklaam, foto, ajaleheartikkel, ajalooline ese või midagi asutuse enda kogust.

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

2. Milliseid eeldusi teeb sõnum soo või identiteedi kohta?

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

Kus võisid selle ideega varem kokku puutuda?

- ☐ Lood ja muinasjutud ☐ Filmid ja TV ☐ Uudised ja reklaam ☐ Sotsiaalmeedia
☐ Pere või sõbrad ☐ Ajalugu ja traditsioon ☐ Mujal: _____

Pea meeles: tuttav ei tähenda tõest.

3. Mida see sõnum sinus tekitab?

- ☐ Viha ☐ Hirm ☐ Vastikus ☐ Lõbusus ☐ Nõrdimus ☐ Kaastunne ☐ Muu: _____

Miks võib see emotsioon muuta sõnumi mõjusamaks või jagatavamaks?

4. Kujutle, et see ilmus 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?



See töökomplekt töötati välja pärast BECID2 konverentsi „**Resilient Voices: Women & Disinformation**“, mis toimus 3. märtsil 2026 Riias. Konverents tõi kokku teadlased, ajakirjanikud, kodanikuühiskonna esindajad ja poliitikaekspertid, 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 usaldusväärset, 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 teistes kultuuri- ja mäluasutustes.