



Baltic Engagement
Centre for Combating
Information Disorders

MĀCĪBU MATERIĀLI UN AUDIOVIZUĀLIE RESURSI NO KONFERENCES PAR DZIMUMĀ BALSTĪTU DEZINFORMĀCIJU

2026. GADA SEPTEMBRIS

GRETEL JUHANSOO | BECID2 PROJEKTA VADĪTĀJA

ŠO PROJEKTU FINANSĒJA BALTIJAS INFORMĀCIJAS TRAUCĒJUMU APKAROŠANAS CENTRS (BECID) 2025.–2028. GADAM; TAS IR DAĻA NO ES FINANSĒTĀ PROJEKTA MS17 AR IDENTIFIKĀCIJAS NUMURU 101226242, KO KOORDINĒ TARTU UNIVERSITĀTE (UTARTU).



Co-funded by the
European Union

1. DAĻA. IZPRATNE PAR DZIMUMĀ BALSTĪTU DEZINFORMĀCIJU

Kas ir dzimumā balstīta dezinformācija?

Dzimumā balstīta dezinformācija nav vienkārši “nepatiesa informācija par sievietēm”. Tā izmanto nepatiesus vai maldinošus ar dzimumu un dzimumidentitāti saistītus naratīvus, lai grautu indivīdu, grupu vai ideju uzticamību. Tā var apvienot dezinformāciju ar stereotipiem, seksualizāciju, morālu nosodījumu, uzbrukumiem identitātei un emocionāli uzlādētiem naratīviem.

Noderīgi ir nošķirt kritiku, kas vērsta uz to, ko cilvēks dara, no uzbrukumiem, kas vērsti uz to, kāda sieviete, vīrietis vai persona viņš vai viņa it kā ir. Politikā, žurnālisti, pētnieki vai aktīvisti var tikt kritizēti par saviem lēmumiem vai rīcību. Taču, ja kritika nesamērīgi pievēršas viņu dzimumam, izskatam, seksualitātei, lomai ģimenē vai šķietamajai morālei, par uzbrukuma daļu kļūst pati identitāte.

Dzimumā balstītai dezinformācijai nav obligāti jāpārlicina visi, ka konkrētais apgalvojums ir patiess. Tās ietekmi var panākt arī, graujot cilvēka uzticamību, izraisot vajāšanu vai padarot līdzdalību publiskajā telpā arvien grūtāku. Persona, kurai mērķtiecīgi uzbrūk var sākt izvairīties no noteiktiem tematiem, [atteikties no sociālajiem medijiem vai publiskiem pasākumiem](#) vai nonākt situācijā, kurā tai pastāvīgi jāaizstāv sava identitāte, nevis savs darbs.

Tas nozīmē, ka līdztekus jautājumam “Vai šī informācija ir patiesa vai nepatiesa?” mums būtu jājautā arī: Kam tiek piešķirta uzticamība? Kurš tiek izsmiets? Kam jāaizstāv sava identitāte, nevis savas idejas? Un kurš galu galā var nolemt, ka runāt publiski nav tā vērts?

[Šis mācību materiāls balstās uz BECID 2026 konferenci “Resilient Voices: Women & Disinformation”](#) (“Noturīgas balsis: sievietes un dezinformācija”). Konferences video un galvenās atziņas turpmākām diskusijām skatiet [šeit](#).

Kāpēc tas ir svarīgi GLAM institūcijām?

Galerijas, bibliotēkas, arhīvi un muzeji pastāvīgi izdara izvēles par informāciju, kontekstu un reprezentāciju. Muzejs izvēlas, ko eksponēt un kā to kontekstualizēt. Arhīvs lemj, kā materiāli tiek aprakstīti un padarīti pieejami. Bibliotēka veido publisko diskusiju un izglītojošo aktivitāšu ietvaru. Galerija lemj, kuriem darbiem, skatpunktiem un balsīm tiek dota platforma.

Šī rokasgrāmata nav paredzēta, lai veicinātu cenzūru vai izvairīšanos no pretrunīga, provokatīva vai neērta satura. Mākslinieciskā izpausme var apzināti apšaubīt ierastos priekšstatus, izmantot ironiju, satīru, daudznozīmību vai pārspīlējumu un pievērsties stereotipiem vai aizskarošām idejām, lai tās apšaubītu. Tāpat arhīviem, bibliotēkām un

muzejiem var būt pienākums saglabāt un nodrošināt piekļuvi vēsturiski nozīmīgiem materiāliem, kas atspoguļo aizspriedumus, propagandu vai kaitīgus naratīvus.

Tādēļ mērķis nav noteikt, ko GLAM institūcijām vajadzētu vai nevajadzētu eksponēt, saglabāt vai apspriest, bet gan atbalstīt informētu un pret kontekstu jutīgu profesionālu lēmumu pieņemšanu. Galvenie jautājumi ir: kāpēc konkrētais materiāls tiek izmantots, kā tas tiek ierāmēts, kas auditorijai nepieciešams tā interpretēšanai un vai tā pasniegšana nerada risku netīši atkārtot vai pastiprināt analizējamo manipulatīvo naratīvu.

Tas arī nostāda GLAM institūcijas labā pozīcijā, lai palīdzētu auditorijām saprast ne tikai to, kas ir nepatiess, bet arī to, kā darbojas manipulācija. Tā vietā, lai kaitīgu vai maldinošu apgalvojumu padarītu par komunikācijas centrālo vēstījumu, institūcijas var sākt ar uzticamu informāciju, skaidrot auditorijas manipulēšanai izmantotos paņēmienus un atklāt stereotipus un plašākus naratīvus, kas šos vēstījumus padara pārliecinošus.

Šī rokasgrāmata sniedz praktiskus ieteikumus tieši tam: atpazīt dzimumā balstītu dezinformāciju, izprast tās darbības mehānismus un pievērsties tai GLAM kolekcijās, izstādēs, izglītojošajās aktivitātēs un publiskajā komunikācijā.

2. DAĻA. DZIMUMU STEREOTIPI, SOCIĀLIE MEDIJI UN MI

Dzimumā balstīta dezinformācija reti rada aizspriedumus no nulles. Tā drīzāk izmanto pieņēmumus un stereotipus, kurus auditorija jau pazīst. Dzimumu stereotipi var ietekmēt priekšstatus par to, kurš ir kompetents, racionāls, uzticams, cienījams vai piemērots vadošam amatam. Piemēram, sievietes var tikt attēlotas kā pārāk emocionālas, iracionālas, vājas, manipulatīvas, seksualizētas, pārlietu tikumīgas, pakļāvīgas vai vadībai nepiemērotas.

Šādi priekšstati tiek nostiprināti ar valodu, attēliem, humoru, populāro kultūru un ikdienas komunikāciju. Atkārtošana var likt sociāli konstruētiem pieņēmumiem šķist dabiskiem vai pašsaprotamiem. Manipulatīvā vēstījumā stereotips tādējādi darbojas kā saīssne: auditorija jau pazīst stāstu, kuram tai tiek piedāvāts noticēt.

Tāpēc, analizējot iespējamu dzimumā balstītu manipulāciju, īpaši noderīgs ir jautājums: **Kādam pieņēmumam auditorijai jau ir jātic, lai šis vēstījums darbotos?**

Kas notiek sociālajos medijos?

Sociālie mediji rada vidi, kurā šie pazīstamie stereotipi var pārtapt viegli izplatāmos naratīvos. Tos var ietērt mīmu, īsu video, maldinošu ierakstu, rediģētu attēlu, joku, kodētas valodas vai sintētiska satura formā un izplatīt dažādos kontos, kopienās un platformās.

Īpaši nozīmīgas ir spēcīgas emocijas. Dusmas, bailes, riebums, pazemojums un izsmieklis var mudināt cilvēkus reaģēt un dalīties ar saturu, pirms viņi apstājas, lai izvērtētu redzēto. Naratīviem atkārtojoties sociālajos tīklos, atsevišķi satura fragmenti var kļūt par daļu no kaut kā daudz plašāka nekā viens nepatiess apgalvojums.

Tāpēc ir svarīgi meklēt likumsakarības, nevis skatīties tikai uz atsevišķiem ierakstiem. Viens mīms var šķist nenozīmīgs. Taču tas pats stereotips, kas atkārtoti parādās mīmos, video, komentāros un dažādos kontos, var atklāt pavisam citu ainu.

Pazīmes, kam pievērst uzmanību

- **Seksualizēti naratīvi** – seksuāla rakstura baumas, apvainojumi vai manipulēts seksuāls saturs tiek izmantots uzticamības graušanai.
- **Morāle un lomas ģimenē** – cilvēks tiek vērtēts kā “slikta” māte, sieva, meita, vīrietis vai sieviete, nevis pēc viņa profesionālās vai publiskās rīcības.
- **Identitāte svarīgāka par rīcību** – kritika nesamērīgi koncentrējas uz dzimumu, izskatu, seksualitāti, vecumu vai ģimenes stāvokli.
- **Manipulēti vizuālie materiāli** – pārveidoti attēli, maldinoši ekrānuzņēmumi, rediģēti video vai sintētiski mediji pastiprina naratīvu.
- **Kodēta valoda** – joki, simboli, slengs vai šķietami nevainīgi izteicieni konkrētām kopienām nodod papildu nozīmes.
- **Koordinēta pastiprināšana** – viens un tas pats naratīvs atkārtoti parādās dažādos kontos, grupās, platformās vai valstīs.
- **Emocionāls spiediens** – saturs galvenokārt veidots, lai izraisītu dusmas, bailes, riebumu, pazemojumu vai izsmieklus.

MI maina mērogu, nevis loģiku

Mākslīgais intelekts nav radījis naidīgu attieksmi pret sievietēm, dzimumu stereotipus vai politisku vajāšanu. Taču tas var mainīt manipulatīva satura radīšanas **mērogu, ātrumu un pieejamību**. Sintētiski attēli, ģenerēti video un balss klonēšana var atvieglot maldinoša materiāla radīšanu, pārveidošanu un izplatīšanu, savukārt arvien reālistiskāki rezultāti var apgrūtināt auditorijai tūlītēju autentiskuma noteikšanu.

Arī šeit dzimumam ir nozīme. Sievietes un citi publiskajā dzīvē iesaistīti cilvēki var būt īpaši pakļauti riskiem, ko rada bez piekrišanas veidoti seksualizēti dziļviltojumi (deepfakes) un safabricēti attēli. **Sensity AI ziņojumā konstatēts, ka 96% identificēto dziļviltojumu bija bez piekrišanas radīts seksuāls saturs un 99% no tajos attēlotajiem mērķiem bija sievietes.**

Tehnoloģija var būt jauna, taču stereotipi un varas attiecības, ko tā izmanto, bieži vien nav jaunas. Tāpēc jautājums “Vai tika izmantots MI?” ir tikai viena daļa no aizdomīga materiāla analīzes. Tikpat svarīgs ir jautājums: “Kāds pastāvošs stereotips vai varas attiecības šeit tiek izmantotas?”

Skatieties tālāk par atsevišķu faktu

Faktu pārbaude joprojām ir būtiska, taču apgalvojuma nepatiesuma konstatēšana ne vienmēr novērš tā radītās sekas. Nepatiess stāsts jau var būt nostiprinājies saikni starp cilvēku un stereotipu, izraisījis vajāšanu vai sasniedzis auditorijas, kuras nekad neredzēs labojumu. Atkārtota kaitīga materiāla reproducēšana, lai to atspēkotu, var arī netīši piešķirt tam papildu redzamību.

Noderīgs veids, kā analizēt šādu saturu, ir virzīties caur četriem līmeņiem: sākt ar apgalvojumu un to, kas burtiski tiek pateikts; noteikt plašāko naratīvu, ko apgalvojums pastiprina; apsvērt stereotipu vai sociālo pieņēmumu, kas šo naratīvu padara pārliecinošu; un visbeidzot analizēt varu – kura uzticamība, drošība vai spēja piedalīties tiek ietekmēta.

Galvenā pieejas maiņa ir vienkārša: nejautāiet tikai “Vai tas ir nepatiess?”. Jautāiet: “Kā tas darbojas?”

3. DAĻA. KĀ GLAM INSTITŪCIJAS VAR PIEVĒRSTIES ŠIEM JAUTĀJUMIEM?

Pievēršanās dzimumā balstītai dezinformācijai nav tikai stāstīšana auditorijai: “Neticiet tam.” Ilgtspējīgāks mērķis ir palīdzēt cilvēkiem atpazīt paņēmienus, stereotipus un naratīvus, kas tiek izmantoti manipulēšanai.

Nav vienas pareizas atbildes. Atkarībā no situācijas GLAM institūcija var sniegt kontekstu, labot nepatiesu informāciju, izskaidrot manipulācijas paņēmienus, moderēt aizskarošu diskusiju, aizsargāt perosnu, kurai mērķtiecīgi tiek uzbrukts vai izvēlēties kaitīgo materiālu vispār nepastiprināt.

Izmantojot dzimumā balstītas dezinformācijas piemērus, izvairieties no tā, ka kaitīgais apgalvojums kļūst par galveno vēstījumu. Tā vietā sāciet ar uzticamu informāciju un paskaidrojiet, kā darbojas manipulācija.

Pieci jautājumi, ko paturēt prātā

- 1. Kas ir uzbrukuma mērķis?** Kura uzticamība vai leģitimitāte tiek apšaubīta?
- 2. Vai runa ir par personas rīcību vai identitāti?** Vai kritika ir novirzījusies uz dzimumu, seksualitāti, izskatu vai lomām ģimenē?
- 3. Kurš stereotips liek vēstījumam darboties?** Uz kādu pazīstamu pieņēmumu tas balstās?
- 4. Kas notiks, ja mēs to pastiprināsim?** Vai dalīšanās var piešķirt kaitīgajam vēstījumam lielāku redzamību vai leģitimitāti?
- 5. Kāda reakcija stiprina noturību?** Kā varam palīdzēt auditorijai nākotnē atpazīt līdzīgu manipulāciju?

Izmēģiniet praksē

Turpmākie plakāti un rediģējamā darba lapa ir paredzēti praktiskai izmantošanai galerijās, bibliotēkās, arhīvos, muzejos un mācību vidē. Izmantojiet tos kā diskusiju ierosmes, izglītojošus materiālus vai aktivitāšu sākumpunktus un pielāgojiet darba lapu savai auditorijai un piemēriem.



KAD KRITIKA KLŪST DZIMUMĀ BALSTĪTA?

Kritizēt kāda cilvēka idejas, lēmumus vai
rīcību ir daļa no **publiskām debatēm**.

Izmantot cilvēka dzimumu vai identitāti, lai
viņu noniecinātu, **ir kas cits**.

VAI VARAT PAMANĪT ATŠKIRĪBU?

KRITIKA

'Es nepiekrītu viņas politikai.'

'Viņa slikti risināja šo situāciju.'

'Viņas arguments nav pārliecinošs.'

Kāda cilvēka lēmumu apšaubīšana.

DZIMUMĀ BALSTĪTS UZBRUKUMS

'Sievietes ir pārāk emocionālas,
lai vadītu.'

'Viņai vajadzētu vairāk
pievērsties mātes lomai.'

Uzbrukums viņas izskatam,
nevis argumentam.

Seksualizētu baumu vai attēlu
izmantošana, lai cilvēku
pazemotu.

PAJAUTĀJIET SEV

Vai šī kritika joprojām būtu jāpilda, ja personai būtu cits
dzimums?

Ja ne, iespējams, daļu no šī vēstījuma iedarbības rada
dzimumu stereotips.

KĀPĒC TAS IR SVARĪGI?

Dzimumā balstīta diskriminācija, iebiedēšana un apklusināšana
vājina demokrātiskas debātes.



KĀ DZIMUMS KĻŪST PAR MANIPULĀCIJAS INSTRUMENTU?

Dzimumā balstīta dezinformācija balstās uz stereotipiem, kas šķiet pazīstami – idejām, ar kurām kopš bērnības esam sastapušies stāstos, medijos un populārajā kultūrā.

Tāču pazīstams nenozīmē patiess.

1. SĀCIET AR STEREOTIPU

“Sievietes ir pārāk emocionālas.”

“Īstam vīrietim jābūt stipram.”

“Dzimumu līdztiesība apdraud tradicionālās vērtības.”

2. IZRAISIET EMOCIJU

Spēcīgas emocijas var padarīt manipulatīvus vēstījumus iedarbīgākus un vieglāk izplatāmus.

3. IETĒRPIET VĒSTĪJUMU

Mīmi, video, maldinoši ieraksti, rediģēti attēli, dziļviltojumi, slengs un kodēti vēstījumi.

Pat šķietami nevainīgi mīmi, emocijzīmes un joki var ietvert nozīmes, kas paredzētas konkrētām auditorijām.

4. PASTIPRINIET TO

Lietotāji un tīkli publicē saturu → lietotāju iesaiste → algoritmiska pastiprināšana → plašāka auditorija

Cilvēki un tīkli izplata vēstījumu. **Reakcijas un dalīšanās palielina tā redzamību, savukārt algoritmi var palīdzēt tam sasniegt daudz plašāku auditoriju.**

5. RADIET IETEKMI

Vajāšana, neuzticēšanās, polarizācija, apklusināšana, aiziešana no publiskās diskusijas.

Dzimumu un identitāti var izmantot, lai padziļinātu pastāvošās šķelšanās un pārvērstu sociālus jautājumus **konfliktā** “mēs pret viņiem”.

PIRMS DALĀTIES, PAJAUTĀJIET:

Kādu emociju šis vēstījums cenšas izraisīt?

Uz kādu stereotipu tas balstās?

Kurš iegūst, ja es tam noticu vai to izplatu?

Vai vēstījums apstrīd kāda cilvēka rīcību vai uzbrūk tam, kas viņš ir?

ATKODĒJIET VĒSTĪJUMU

[IEVIETOJIET MAINĀMU PIEMĒRU ŠEIT]

Sociālo mediju ieraksts, mīms, reklāma, fotogrāfija, laikraksta raksts, vēsturisks priekšmets vai materiāls no pašas institūcijas kolekcijas.

1. Kas vispirms piesaista jūsu uzmanību? Ko, jūsuprāt, vēstījums vēlas, lai jūs domātu, justu vai darītu?

2. Kādus pieņēmumus par dzimumu vai identitāti ietver šis vēstījums?

Vai tas norāda, kā cilvēkam vajadzētu izskatīties, uzvesties, strādāt, vadīt, audzināt bērnus vai dzīvot?

Kur jūs, iespējams, jau iepriekš esat sastapušies ar šo ideju?

- ☐ Stāsti un pasakas ☐ Filmas un TV ☐ Ziņas un reklāma ☐ Sociālie mediji
☐ Ģimene vai draugi ☐ Vēsture un tradīcijas ☐ Cits: _____

Atcerieties: pazīstams nenozīmē patiess.

3. Kādas emocijas šis vēstījums jums izraisa?

- ☐ Dusmas ☐ Bailes ☐ Riebums ☐ Uzjautrinājums ☐ Sašutums ☐ Līdzjūtība
☐ Cits: _____

Kāpēc šī emocija var padarīt vēstījumu iedarbīgāku vai vieglāk izplatāmu?

4. Iedomājieties, ka šis saturs parādīties sociālajos medijos.

**Lietotāji un tīkli publicē saturu → lietotāju iesaiste → algoritmiska
pastiprināšana → plašāka auditorija**

Kas liktu cilvēkiem apstāties, reaģēt, komentēt vai dalīties?

Kurš varētu gūt labumu no šī vēstījuma izplatīšanās?

5. PADOMĀJIET PAR IETEKMI

Kas varētu notikt, ja daudzi cilvēki sastaptos ar šo vēstījumu vai tam noticētu?

- ☐ Kāds tiek diskreditēts ☐ Tiek nostiprināts stereotips ☐ Grupas kļūst sašķeltākas
- ☐ Kāds piedzīvo vajāšanu ☐ Mazinās uzticēšanās ☐ Kāds kļūst mazāk gatavs runāt publiski
- ☐ Cits: _____

TAGAD MAINĪSIM VĒSTĪJUMU

Vai varat paust to pašu kritiku, bažas vai tematu, neizmantojot stereotipu?

VĒL PĒDĒJAIS JAUTĀJUMS

Vai jūs reaģējat uz to, ko cilvēks ir izdarījis, vai uz to, kas viņš ir?



Šī rokasgrāmata izstrādāta pēc BECID2 konferences “**Resilient Voices: Women & Disinformation**” (“Noturīgas balsis: sievietes un dezinformācija”), kas notika Rīgā 2026. gada 3. martā. Konference pulcēja pētniekus, žurnālistus, pilsoniskās sabiedrības pārstāvjus un politikas ekspertus, lai analizētu dzimumā balstītu un mērķētu dezinformāciju, stereotipus, hibrīddraudus un to ietekmi uz demokrātisko līdzdalību.

Dzimumā balstīta dezinformācija ir kas vairāk nekā nepatiesu apgalvojumu kopums. Tā balstās uz sabiedrībā pastāvošiem priekšstatiem, stereotipiem un nevienlīdzību, apvienojot tos ar pazīstamiem manipulācijas paņēmieniem, lai grautu uzticamību, padziļinātu šķelšanos un ietekmētu to, kurš jūtas spējīgs piedalīties publiskajā dzīvē.

BECID2 medijpratības speciālistu izstrādātā rokasgrāmata pārvērš konferences galvenās atziņas praktiskos ieteikumos profesionāļiem, kuri strādā galerijās, bibliotēkās, arhīvos, muzejos un citās kultūras un atmiņas institūcijās.