



## JUSTIITS- JA DIGIMINISTEERIUM

Marcus Ehasoo  
Vabaühenduste Liit  
marcus@heakodanik.ee

Teie 07.09.2025  
Meie 17.09.2025 nr 2-6/25-6493-3

### Vastus pöördumisele

Pöördusite Justiits- ja Digiministeeriumi poole küsimustega, mis puudutavad Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määruse (EL) 2024/900 poliitreklaami läbipaistvuse ja suunamise kohta (edaspidi Määrus)<sup>1</sup> võimalikku kohaldumist Teie poolt kirjeldatud olukordades.

Vastuseks Teie pöördumisele selgitame, et Määruse adressaadiks on peamiselt reklaami avaldajad. Sätted hõlmavad poliitreklaami läbipaistvust ja suunamist poliitikas osalejate poolt, nende jaoks või nende nimel. Samuti hõlmavad need kogu sellist reklaami, mis võib mõjutada ja on kavandatud mõjutama valimiste või rahvahääletuse tulemust, hääletamiskäitumist või seadusandlikku või regulatiivset protsessi. Neid sätteid kohaldatakse Euroopa Liidu riiklikul, piirkondlikul ja kohalikul tasandil. Määrusest tulenevad kohustused ei mõjuta poliitreklaami sisu ega muid aspekte, näiteks poliitkampaniate korraldamist, mida reguleeritakse siseriiklike õigusnormidega. See ei hõlma ka toimetuse vastutusalasse kuuluvat sisu ega isiklikult väljendatud seisukohti.

Toodud konkreetsete näidete puhul oleme järgmistel seisukohtadel:

1) Esimese näite puhul Määrus pigem ei kohaldu. Põhjendus seisneb vahetegemises tasulise reklaamiteenuse ja omaalgatusliku, tasuta levitatava sisu vahel. Määruse peamine eesmärk on reguleerida olukordi, kus poliitilise sõnumi levitamise eest makstakse. Esitatud näite puhul avaldab vabaühendus valimiskompassi omaenda veebilehel ja sotsiaalmeedia kanalites orgaaniliselt, ilma selle levitamise eest kellelegi maksmata. Määrus ei laiene isiklike arvamuste avaldamisele ega muule toimetuskorraldusele. Vabaühenduse koostatud ja oma kanalites avaldatud analüütiline valimiskompass liigitub just toimetuskorralduse sisu alla. See on ühenduse enda loodud materjal, mida ta jagab oma jälgijaskonnaga.

On tõsi, et poliitreklaami definitsioon määruses on väga lai: see on sõnum, mis *võib mõjutada* valimiskäitumist. Valimiskompass kahtlemata sobitub selle definitsiooni alla. Siiski, määruse kohustused (märgistamine, läbipaistvus jne) rakenduvad eelkõige neile, kes osutavad või kasutavad poliitreklaami teenuseid (nt reklaami tellijad, platvormid, meediaagentuurid). Kuna vabaühendus ei osta reklaamiteenust ega osuta seda kellelegi teisele, vaid avaldab lihtsalt omaenda sisu, ei käivitu määrusega pandud kohustused. Kuni valimiskompassi levitatakse ainult vabaühenduse enda kanalites orgaaniliselt ja tasuta, on tegemist vabaühenduse sõnavabaduse teostamisega oma toimetuskorralduse sisu kaudu, mida poliitreklaami määrus ei piira.

<sup>1</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) 2024/900, 13.märts 2024, poliitreklaami läbipaistvuse ja suunamise kohta. Arvutivõrgus: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/900/oj?eliuri=eli%3Areg%3A2024%3A900%3Aoj&locale=et>

Piir on siiski õhuke: juba väikese summa maksmine platvormile (nt Facebookile), mõnele uudisteportaalile või mõjuisikule, et need valimiskompassi tutvustaksid ja levitaksid, et postitus jõuaks laiemale auditooriumini, muudaks selle tegevuse tasuliseks reklaamiks ja tooks kaasa kohustuse järgida määruse reegleid.

2) Teise näite puhul Määrus kohaldub. Tegemist on peaaegu klassikalise näitega olukorrast, mida see regulatsioon on loodud katma põhjustel, et sõnum on loodud valimiskäitumist mõjutama, kasutatakse tasulist reklaamiteenust Facebookis ja Instagramis tasulise reklaamina ning on sihitud konkreetsele vanuserühmale.

3) Kolmanda näite puhul Määrus kohaldub. Reklaami sisuks on otsene ja selgesõnaline üleskutse hääletada konkreetse poliitilise jõu poolt. See on poliitreklaami kõige ehedam vorm, mis on loodud valimiskäitumise mõjutamiseks. Sõnumi levitamiseks kasutatakse tasulisi reklaamiteenuseid, mis on Määruse kohaldumise keskne kriteerium. Nii Delfi kui ka Facebook on reklaamiteenuse pakkujad ja peavad täitma määrusest tulenevaid kohustusi. Vabaühendus on reklaami tellija, kellel on kohustus tagada, et kogu tegevus on läbipaistev ja reeglitega kooskõlas. Kampaanialeht, millele reklaam suunab, kinnitab veelgi tegevuse poliitilist iseloomu.

4) Neljanda näite puhul ei ole tegemist poliitreklaamiga ning Määrus ei kohaldu. Artikli eest ei makstud, see avaldati toimetusliku sisu osana ning artiklit ennast ega selle linki ei levitatud hiljem tasulise reklaami kaudu. Üksikartikkel ja/või ühekordne tegevus, kus keegi avaldab arvamust, ei ole reklaam.

5) Viienda näite puhul on tegemist poliitreklaamiga ning Määrus kohaldub, kuna MTÜ ostab kampaania levitamiseks tasulist reklaamipinda. Kuigi kampaania ei ole seotud ühegi erakonna ega valimisega, rakendub määrus, sest see kampaania on suunatud seadusandliku protsessi mõjutamisele.

Mis puudutab meelevaieldusi, siis need võivad küll mahtuda poliitreklaami mõiste alla Määruse artikkel 2 punkti 2 punkti b) kohaselt (kuna tegemist on seadusandliku protsessi mõjutamisega), kuid samas läbipaistvusteate nõue kohaldub Määruse artikli 11 järgi vaid poliitreklaami avaldajatele. Poliitreklaami avaldaja mõiste on avatud Määruse artikli 3 punktis 13.

Poliitreklaam Määruse mõistes on sõnumi levitamine, mille eest on reeglina makstud või mis on osa laiemast reklaamikampaaniast. See hõlmab näiteks reklaami ostmist sotsiaalmeedias, veebiportaalides, trükimeedias jne. Meelevaeldus on kodanikuühiskonna tegevus, mis väljendab kogunemis- ja sõnavabadust. See ei ole tasuline teenus sõnumi levitamiseks. Plakatid, loosungid ja kõned meelevaeldusel on otsene poliitiline eneseväljendus, mitte reklaam.

Lõpetuseks märgime, et pädevaks asutuseks Määruse artikli 22 lõigete 3 ja 4 tähenduses ja riiklikuks kontaktpunktiks Määruse artikli 22 lõike 9 tähenduses nimetatakse Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet (TTJA) eelnõuga. TTJA vastutab peaaegu kõikide küsimuste eest, mis on seotud poliitreklaami läbipaistvuse määruse üle järelevalve tegemise ja täitmise tagamisega. TTJA-st saab ka riigisisene kontaktpunkt, mille ülesanne on toetada ja hõlbustada koostööd nii pädevate riiklike asutuste kui ka teiste liikmesriikide riiklike kontaktpunktide vahel. Teine pädev poliitreklaami läbipaistvuse määruse täitmise üle järelevalvet tegev riiklik asutus on Andmekaitse Inspeksioon (AKI).

Lugupidamisega

*(allkirjastatud digitaalselt)*

Signe Teiv  
nõunik

Signe Teiv 58843859  
signe.teiv@justdigi.ee