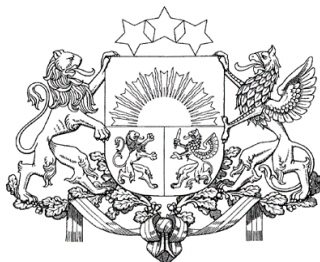


Lieta Nr. A420306619, SKA-110/2025

Administratīvo lietu departaments



Latvijas Republikas Senāts

SPRIEDUMS

Rīgā 2025.gada 28.oktobrī

Senāts šādā sastāvā: senatore referente Vēsma Kakste, senatori Jānis Pleps un Līvija Slica,

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz SIA „ŽURNĀLS SANTA” pieteikumu par Veselības inspekcijas 2019.gada 15.novembra lēmuma Nr. 2.1.-2./27526/847 atcelšanu, sakarā ar pieteicējas kasācijas sūdzību par Administratīvās apgabaltiesas 2023.gada 26.septembra spriedumu.

Aprakstošā daļa

[1] Pieteicējas SIA „ŽURNĀLS SANTA” izdotajā žurnālā „Ievas VESELĪBA” (turpmāk arī – žurnāls) 2019.gada vairākos numuros ietvertajās publikācijās (turpmāk – strīdus publikācijas) sniegta informācija par dažādu zāļu lietošanu.

Veselības inspekcija (turpmāk – inspekcija) 2019.gada 15.novembra lēmumā Nr. 2.1.-2./27526/847 (turpmāk – pārsūdzētais lēmums) atzina, ka strīdus publikācijas pārkāpj Ministru kabineta 2011.gada 17.maija noteikumu Nr. 378 „Zāļu reklamēšanas kārtība un kārtība, kādā zāļu ražotājs ir tiesīgs nodot ārstiem bezmaksas zāļu paraugus” (turpmāk – noteikumi Nr. 378) prasības attiecībā uz zāļu reklāmu, un aizliedza pieteicējai izplatīt normatīvo aktu prasībām neatbilstošu un aizliegtu zāļu reklāmu.

[2] Pieteicēja iesniedza pieteikumu administratīvajā tiesā.

[3] Administratīvā apgabaltiesa ar 2023.gada 26.septembra spriedumu, tostarp pievienojoties rajona tiesas sprieduma motivācijai, pieteikumu noraidīja.

Tiesa atzina, ka strīdus publikācijās ietvertā informācija par recepšu un bezrecepšu zālēm ir uzskatāma par zāļu reklāmu Reklāmas likuma 1.panta un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2001/83/EK (2001.gada 6.novembris) par Kopienas kodeksu, kas attiecas uz cilvēkiem paredzētām zālēm (turpmāk – direktīva 2001/83) 86.panta 1.punkta izpratnē. Tiesa arī atzina, ka ar pārsūdzēto lēmumu pieteicējai noteiktais pienākums ir samērīgs. Tiesa norādīja, ka tiesības uz vārda brīvību, tostarp veidojot un publicējot plašsaziņas līdzekļos publikācijas, nav absolūtas, tās var tikt ierobežotas, ja tas nepieciešams sabiedrības interešu aizsardzībai. Likumdevējs sabiedrības veselības aizsardzību ir atzinis par svarīgu un leģitīmu mērķi, kura dēļ ir nepieciešams noteikt ierobežojumus zāļu reklāmai.

[4] Pieteicēja iesniedza kasācijas sūdzību par spriedumu.

Kasatore norāda, ka pārsūdzētais spriedums ir pretrunā ar Latvijas Republikas Satversmes (turpmāk – Satversme) 100.pantu un Eiropas Cilvēka tiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas (turpmāk –

Konvencija) 10.pantu. Pieteicējas ieskatā, tiesa nav izvērtējusi to, vai tiesību uz vārda brīvību ierobežojums ir noteikts ar pienācīgā kārtā pieņemtu likumu, kam viens no kritērijiem ir tas, vai likums ir pietiekami skaidri formulēts, lai persona varētu izprast no tā izrietošo tiesību un pienākumu saturu un paredzēt tā piemērošanas sekas, kā arī tas, vai likums nodrošina aizsardzību pret tā patvaļīgu piemērošanu. Jēdziena „zāļu reklāma” interpretācija medijiem un žurnālistiem atstājot neskaidrību saistībā ar to profesionālo darbību. Neesot saprotams, kurā brīdī atbilstoši likuma „Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem” 24.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktajām tiesībām informācijas vākšanu jebkādā ar likumu neaizliegtā veidā un no jebkura ar likumu neaizliegta informācijas avota ir jāsāk interpretēt kā reklāmas darbību Reklāmas likuma 1.panta un noteikumu Nr. 378 normu kontekstā. Tiesa tikai hipotētiski esot pieņēmusi, ka strīdus publikācijas mērķis ir zāļu reklāma, jo tiesību normās tiek nošķirta zāļu reklāma no informēšanas par konkrētām zālēm, bet tās nekonkretizē, cik plašs drīkst būt informācijas apjoms par konkrētām zālēm, kas norobežotu žurnālistiskos nolūkos publicētu informāciju no zāļu reklāmas. Spriedumā arī neesot pienācīgas argumentācijas, kā bez strīdus publikāciju tapšanā iesaistītu personu liecībām ir iespējams secināt, ka strīdus publikācijās ietvertais vēstījums ir bijis vērsts uz to, lai veicinātu attiecīgo zāļu iegādi un patērēšanu.

[5] Inspekcija paskaidrojumā par kasācijas sūdzību uzskata to par nepamatotu.

Motīvu daļa

[6] Kasācijas kārtībā pārbaudāms: 1) vai strīdus publikācijas ir atzīstamas par zāļu reklāmu; 2) vai pamatoti ir ierobežotas pieteicējas tiesības uz vārda (izpausmes) brīvību.

I

Strīdus publikāciju atbilstība zāļu reklāmas jēdzienam

[7] Reklāmas likuma 1.pants definē, kas ir reklāma šā likuma izpratnē, savukārt 2.panta 1., 2. un 3.punkts noteic, ka šā likuma mērķis ir: 1) reglamentēt reklāmas izgatavošanu un izplatīšanu, kā arī noteikt reklāmas izgatavošanā un izplatīšanā iesaistīto personu tiesības, pienākumus un atbildību; 2) aizsargāt personu, kā arī kopumā visas sabiedrības intereses reklāmas jomā; 3) veicināt godīgu konkurenci.

Tādējādi Reklāmas likums ne vien nosaka reklāmas vispārīgo jēdzienu, bet arī regulē reklāmas jomā iesaistīto personu pienākumus un atbildību, lai aizsargātu citu personu un sabiedrības kopumā intereses (Reklāmas likuma IV un V nodaļa). Šis regulējums par reklāmas jomā iesaistīto personu pienākumu sadali ir piemērojams arī reklāmas speciālajās nozarēs gadījumā (Reklāmas likuma 7.pants, 10.panta trešā daļa, 11.panta otrā daļa, 12.panta trešā daļa).

Reklāmas likuma 1.pants noteic, ka reklāma ir ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.

Reklāmas likuma 7.panta otrā daļa noteic, ka papildu prasības attiecībā uz atsevišķu preču, preču grupu vai pakalpojumu reklāmas saturu, noformējumu vai izplatīšanas kārtību (arī reklāmas izplatīšanas kārtību atsevišķos masu informācijas līdzekļos) nosaka Ministru kabinets.

Eiropas Savienības Tiesa ir atzinusi, ka direktīvas 2001/83 86.panta 1.punktā jēdziens „zāļu reklāma” ir jāuzskata par autonomu Savienības tiesību jēdzienu, kas Savienības teritorijā ir jāinterpretē vienveidīgi, ņemot vērā ne tikai šīs tiesību normas formulējumu, bet arī kontekstu un tā tiesiskā regulējuma mērķus, kurā šī norma ir ietverta (*Eiropas Savienības Tiesas 2022.gada 22.decembra sprieduma lietā „EUROAPTIEKA”, C-530/20, ECLI:EU:C:2022:1014, 30.–31.punkts*). Šī direktīva attiecībā uz „zāļu reklāmas” jēdzienu Latvijas tiesību sistēmā ir ieviesta ar noteikumiem Nr. 378, kas pieņemti, balstoties uz Farmācijas likuma 5.panta 5.punkta deleģējumu.

Tādējādi noteikumu Nr. 378 2. un 3.punktā noteiktais ir speciālais regulējums (Reklāmas likuma 7.panta otrā daļa) iepretim vispārējam „reklāmas” jēdzienam, kas izteikts Reklāmas likuma 1.pantā. Ievērojot

minēto, izvērtējumam par to, vai konkrēts izteikums ir atzīstams par zāļu reklāmu, ir jāpiemēro noteikumu Nr. 378 2. un 3. punkts, kas interpretējams kopsakarā ar direktīvas 2001/83 86.–100. pantu un Eiropas Savienības Tiesas judikatūru, kurā interpretētas šīs direktīvas normas, nevis kopsakarā vienīgi ar Reklāmas likuma 1. pantā izteikto „reklāmas” jēdzienu.

[8] Noteikumu Nr. 378 2. punkts noteic, ka šie noteikumi attiecas uz jebkura veida paziņojumu, darbību un pasākumu, ja tā mērķis ir veicināt zāļu izrakstīšanu, izplatīšanu vai lietošanu, tajā skaitā: 2.1. uz sabiedrībai paredzēto zāļu reklāmu; 2.2. uz tām personām paredzēto zāļu reklāmu, kurām ir tiesības izrakstīt vai izplatīt zāles, ietverot: 2.2.1. informācijas sniegšanu par zālēm, ko veic reklāmas devēja pilnvarota persona; 2.2.2. medicīnisko pārstāvju vizītes pie speciālistiem; 2.2.3. zāļu bezmaksas paraugu nodošanu; 2.2.4. pamudinājumu izrakstīt vai izplatīt konkrētas zāles, piedāvājot dāvanas vai jebkādu materiālo vai cita veida atlīdzību; 2.2.5. tādu reklāmas un zinātnisku pasākumu organizēšanu un sponsorēšanu, kuros piedalās speciālisti, jo īpaši ar to saistīto ceļa un izmitināšanas izdevumu samaksu minētajām personām; 2.2.6. biedrībām un nodibinājumiem, kas apvieno speciālistus, ārstniecības iestādēm un farmaceitiskās darbības subjektiem sniegto materiālo vai cita veida atbalstu dalībai pasākumos ar zinātnisku un profesionālu ievirzi; 2.2.7. jebkuru vizuālu, rakstisku vai mutvārdu reklāmu, kuru izmanto šo noteikumu 35. punktā minētajos gadījumos; 2.2.8. informāciju par zāļu reģistrācijas īpašnieku vai tā pilnvaroto pārstāvju pētījumiem un attīstībai izlietotajām finansēm un informāciju par publikāciju apmaksu speciālistiem.

Savukārt noteikumu Nr. 378 3. punkts noteic, ka šie noteikumi neattiecas uz: 3.1. zāļu marķējumu un lietošanas instrukcijām, kas atbilst normatīvajos aktos par zāļu marķēšanu noteiktajām prasībām, ja tās netiek izmantotas atsevišķi no zālēm, lai tās reklamētu; 3.2. korespondenci, ja tai nav reklāmas rakstura un tā ir nepieciešama, lai atbildētu uz specifisku jautājumu par konkrētām zālēm; 3.3. datus saturošiem informatīviem paziņojumiem un uzziņas materiāliem, kas attiecas, piemēram, uz iesaiņojuma maiņu, brīdinājumu par blakusparādībām kā vienu no vispārīgiem zāļu lietošanas piesardzības pasākumiem, kā arī uz tirdzniecības katalogiem, cenrāžiem, kuros nav norādītas preparātu indikācijas vai kuros nav zāļu reklāmas; 3.4. paziņojumiem par cilvēku veselību vai slimībām, ja tajos nav pat netiešas norādes uz zālēm; 3.5. informāciju, ko speciālists sniedz individuālam pacientam par konkrētām zālēm, kuras viņam ir nepieciešamas.

No noteikumu 3. punkta negatīvās definīcijas secināms, ka šajā tiesību normā uzskaitītajos gadījumos sniegtā informācija nav uzskatāma par reklāmu. Savukārt attiecībā uz gadījumiem, kas neatbilst noteikumu Nr. 378 3. punktam, ir jāvērtē izteikuma mērķis. Vienlaikus, kā izriet no tālāk izklāstītās direktīvas 2001/83 interpretācijas un Eiropas Savienības Tiesas prakses, šajā gadījumā tas nav saprotams kā izteikuma autora vai tā izplatītāja subjektīvs izteikšanas nodoms, bet gan tas, kas ar šo izteikumu objektīvi var tikt sasniegts, proti, kādu iespaidu izteikums radīs sabiedrībai.

[9] Lai noskaidrotu direktīvas 2001/83 86. panta saturu, tas ir jāinterpretē un šajā interpretācijā ir jāņem vērā Eiropas Savienības Tiesas judikatūra.

Direktīvas 2001/83 86. panta 1. punkts tā redakcijā latviešu valodā noteic: šajā sadaļā zāļu reklāma nozīmē jebkāda veida informācijas izplatīšanu, apstaigājot klientus, aģitējot vai pamudinot viņus, *nolūkā* veicināt zāļu parakstīšanu, piegādi, tirdzniecību vai patērēšanu; tā jo īpaši ietver:

- zāļu reklamēšanu iedzīvotājiem,
- zāļu reklamēšanu personām, kas ir kvalificētas tos parakstīt vai piegādāt,
- zāļu izplatītāju vizītes pie personām, kas ir kvalificētas parakstīt zāles,
- paraugu piegādi,
- pamudinājumu parakstīt vai piegādāt zāles kā dāvanu, piedāvājot vai solot kādu labumu vai balvu naudā vai atvietojamās lietās, izņemot gadījumus, kad zāļu īstā vērtība ir niecīga,

- tādu reklāmas pasākumu sponsorēšanu, kuros piedalās personas, kas ir kvalificētas parakstīt vai piegādāt zāles,
- tādu zinātnisku kongresu sponsorēšanu, kuros piedalās personas, kas ir kvalificētas parakstīt vai piegādāt zāles, un jo īpaši ar to saistīto ceļa un izmitināšanas izdevumu apmaksu minētajām personām.

Lai gan direktīvas 2001/83 86.panta 1.punkta redakcijā latviešu valodā lietots vārds „nolūks”, Senāts atzīst, ka tas nav lietots tā parastajā nozīmē Latvijas tiesību sistēmā. Eiropas Savienības Tiesa jau ir paskaidrojusi, ka, interpretējot Eiropas Savienības tiesību aktus, ir jāaplūko konkrētās tiesību normas izpausme vairākās Eiropas Savienības oficiālajās valodās (*Eiropas Savienības Tiesas sprieduma lietā „Conorzio Italian Management e Catania Multiservizi un Catania Multiservizi”, C-561/19, [ECLI:EU:C:2021:799](#), 42.–44.punkts*). Šis vārds citās Eiropas Savienības oficiālajās valodās izteiktajās redakcijās nav iekļauts un citās valodās ir lietoti jēdzieni, kas izpauž citu domu.

Formulējums citās Eiropas Savienības oficiālajās valodās ir izteikts šādi: angļu valodā – „*shall include any form of door-to-door information, canvassing activity or inducement designed to promote (..)*”; franču valodā – „*toute forme de démarchage d'information, de prospection ou d'incitation qui vise à promouvoir (..)*”; vācu valodā – „*alle Maßnahmen zur Information, zur Marktuntersuchung und zur Schaffung von Anreizen mit dem Ziel (..) zu fördern*”. Minētie formulējumi citās Eiropas Savienības oficiālajās valodās liecina, ka nosakošais faktors ir, vai izteikumā ietvertā ziņa pēc tās izteikšanas veida un satura var pamudināt (*induce, inciter*) personu lūgt izrakstīt, pasūtīt, piegādāt vai patērēt zāles. Lai gan angļu valodas formulējums šķietami sašaurina reklamēšanas formu veidus, nosakot, ka par tādiem uzskatāmi tikai „*door-to-door information*” un „*canvassing activity*”, kā redzams no vācu un franču valodas versijām, reklamēšanas formu uzskaitījums pēc vārdiem „informācijas izplatīšanu” ir indikatīvs un paskaidro vārdus „jebkāda veida informācijas izplatīšanu”, nevis šo jēdzienu sašaurina. Turklāt gramatiskās vienības „*door-to-door information*” un „*canvassing activity*” ir angļu valodas frazeoloģismi (sk. *Kembridžas Universitātes elektronisko vārdnīcas šķirkli par „[door-to-door information](#)” un „[canvassing activity](#)”*) un tādēļ nav jāsaprot burtiski, bet gan ievērojot domu, kuru tie izpauž. Šī doma apstiprina secinājumu, ka ar tiesību normu ir paredzēts aptvert visa veida mārketingu un informācijas nodošanu par produktu, ar mērķi veicināt tā pārdošanu, izrakstīšanu un lietošanu.

[10] Minēto direktīvas 2001/83 86.panta 1.punkta interpretāciju apstiprina arī Eiropas Savienības Tiesas judikatūra. Eiropas Savienības Tiesa ir norādījusi, ka jēdziens „zāļu reklāma” minētajā tiesību normā ir ļoti plaši definēts kā tāds, kas aptver „jebkāda veida” informācijas izplatīšanu, ja vien konkrētais informācijas izplatīšanas veids neatbilst direktīvas 2001/83 86.panta 2.punktam (*Eiropas Savienības Tiesas 2022.gada 22.decembra sprieduma lietā „EUROAPTIEKA”, C-530/20, [ECLI:EU:C:2022:1014](#), 32.punkts*). Tādējādi, ja vien nepastāv pamats piemērot noteikumu Nr. 378 3.punktā izklāstītos izņēmumus, kas atspoguļo direktīvas 86.panta 2.punktu, nav nozīmes formai (izteikšanas veidam), kādā izteikums ietverts.

Eiropas Savienības Tiesa ir atzinusi, ka šis jēdziens aptver jebkādas formas aicinājumu iegūt (franču valodā „*démarchage*”, angļu valodā „*solicit*”) izteikumā identificētas, kā arī tieši neidentificētas zāles (*Eiropas Savienības tiesas sprieduma lietā Apothekerkammer Nordrhein, C-517/23, [ECLI:EU:C:2025:122](#), 34.punkts*). Ziņas mērķis ir izšķirošā pazīme, pēc kuras var nošķirt reklāmu no vienkāršas informācijas. Ja ziņa ir veidota tā, lai veicinātu to, ka zāles tiek izrakstītas, pasūtītas vai patērētas, tad tā ir uzskatāma par zāļu reklāmu (*turpat, 35.punkts*).

Direktīvas 2001/83 87.panta mērķis ir nodrošināt šīs direktīvas mērķa – aizsargāt cilvēku veselību – sasniegšanu zāļu reklāmas regulējumā, pirmkārt, aizliedzot vai ierobežojot tādas informācijas izmantošanu, kas varētu maldināt tās adresātu vai kas būtu nepareiza vai nepārbaudīta un tāpēc varētu izraisīt nepareizu zāļu lietošanu, un, otrkārt, paredzot, ka ir obligāti jānorāda zināma svarīga informācija (*Eiropas Savienības Tiesas sprieduma lietā „Novo Nordisk” C-249/09, [ECLI:EU:C:2011:272](#), 32.–33.punkts*). Turklāt zāļu reklāmas daļās nekad nedrīkst norādīt it īpaši terapeitiskās indikācijas, farmakoloģiskās īpašības vai citas īpašības, kas ir pretrunā zāļu aprakstam, kuru ir apstiprinājusi kompetentā iestāde, izdodot šo zāļu tirdzniecības atļauju (*turpat, 42.punkts*).

Eiropas Savienības Tiesa tāpat ir atzinusi, ka direktīvas 2001/83 88.panta 1.punkta „a” apakšpunkts jāinterpretē tādējādi, ka tas neaizliedz informācijas par zālēm, kurām nepieciešama ārsta recepte, izplatīšanu interneta vietnē, ja šī informācija šajā vietnē ir pieejama tikai personai, kas pati to meklē, un šo izplatīšanu veido

vienīgi precīza iesaiņojuma attēlošana, kas atbilst šīs direktīvas 62.pantam, kā arī kompetento iestāžu zāļu jomā apstiprinātas lietošanas instrukcijas vai produkta īpašību apraksta burtiska un pilnīga atveidošana. Savukārt ir aizliegta tādas informācijas par zālēm izplatīšana šādā vietnē, kuru ražotājs ir atlasījis vai pārstrādājis, jo tas var tikt izskaidrots vienīgi ar reklāmas mērķi (*Eiropas Savienības Tiesas sprieduma lietā „MSD Sharp & Dohme”, C-316/09, [ECLI:EU:C:2011:275](#), 48.punkts*).

Tāpat atbilstoši minētajai Eiropas Savienības Tiesas judikatūrai, lai atzītu kādu izteikumu par zāļu reklāmu, ir jānoskaidro tas, kādu iespaidu izteikums rada un vai tas var pamudināt personu lūgt izrakstīt, pasūtīt, piegādāt vai patērēt zāles. Šajā izvērtējumā nav jānoskaidro konkrēto personu subjektīvais nodoms, izsakot izteikumu.

[11] Lietā nav strīda par to, ka publikācijas, kurās minēti konkrēti recepšu un bezrecepšu zāļu komercnosaukumi un norādīta to labvēlīgā terapeitiskā iedarbība, neattiecas uz noteikumu Nr. 378 3.punktā un direktīvas 2001/83 86.panta 2.punktā norādītajiem gadījumiem, kas uzskatāmi par vienkāršas informācijas sniegšanu. Līdz ar to šajā lietā bija jāpiemēro noteikumu Nr. 378 2.1.apakšpunkts, proti, jānoskaidro, vai publikācijās paustā informācija ir uzskatāma par sabiedrībai paredzētu zāļu reklāmu.

Lai atklātu informācijas sniegšanas mērķi, ir jāanalizē tas, kā tādu informāciju, kāda ir ietverta strīdus publikācijās, varētu uztvert publikāciju lasītāji, proti, vai izteikumi pēc to izteikšanas veida un satura var pamudināt personu lūgt izrakstīt, pasūtīt vai patērēt zāles. Šis izvērtējums ir objektīvs, un tā ietvaros jāpārbauda strīdus publikāciju vēstījums un iespaids, ko tās var radīt lasītājiem. Ja tiek konstatēts, ka pēc būtības vēstījuma mērķis ir veicināt zāļu izrakstīšanu, pasūtīšanu vai patēriņu, ir pamats secināt, ka publikācijās ir zāļu reklāma.

[12] Tiesa ir novērtējusi katru strīdus publikāciju un tad secinājusi, ka informācija par bezrecepšu un recepšu zālēm ir vērsta uz to, lai veicinātu konkrēto preču popularitāti un pieprasījumu pēc tām. Tiesa atzinusi, ka publicētās informācijas saturs un tās pasniegšanas veids veicina un ietekmē patērētāja izvēli par labu tieši strīdus publikācijās norādītajām zālēm. Strīdus publikācijās attiecīgās zāles iesaka lietot konkrētu saslimšanu vai veselības traucējumu gadījumā, to iesaka veselības aprūpes darbinieki vai arī tādas personas, kuras savas popularitātes dēļ varētu veicināt zāļu lietošanu. Pieteicēja šos secinājumus neapšaubā, taču vērš iebildumus pret inspekcijas un tiesas veikto strīdus publikāciju nolūka izvērtējumu ar apsvērumu, ka pieteicējai nav bijis nolūks reklamēt strīdus publikācijās norādītās zāles.

Senāts atzīst, ka apgabaltiesa ir pareizi atzinusi, ka publikācijās ietverto ziņu mērķis ir informēt sabiedrību par zāļu lietošanu, lai veicinātu zāļu izrakstīšanu, pirkšanu vai patēriņu. Kā secināms no pārsūdzētā sprieduma, iestādes lēmums pamatots ar inspekcijas amatpersonas sastādītajiem kontroles aktiem, kuros sniegts detalizēts un individuāls strīdus publikācijās ietverto izteikumu izvērtējums. Strīdus publikācijās ir norādīti konkrēti recepšu un bezrecepšu zāļu komercnosaukumi ar to labvēlīgajām terapeitiskajām īpašībām, kas pārsniedz iesaiņojumā norādīto informāciju, sniegti padomi to lietošanā, tostarp ieteikumi par to dozēšanu, kas neatbilst lietošanas instrukcijā norādītajam, un medicīnas personu izteikti zāļu iedarbīgumu un drošību slavinoši epitēti. Šis pazīmes norāda, ka izteikumu mērķis ir reklamēt attiecīgās zāles. Turklāt reklāmas aspekts šāda veida izpaušmēs izpaužas jau tādējādi, ka informācija par zālēm tiek prezentēta atlasītā vai pārstrādātā veidā.

Pieteicēja nav piedāvājusi pretargumentus, un Senātam nav šaubu par to, ka medicīnas personu, jomas profesionāļu un uzticības personu izteikumi, jo īpaši, ka konkrētās zāles ir „brīnumlīdzeklis”, ka konkrētās recepšu zāles ir attiecīgās medicīnas personas favorīts, kuram tā „arī tagad tic”, vai ka tās ir „daudzu gadu desmitu laikā pārbaudīta formula”, var veicināt sabiedrības uzticēšanos konkrēto zāļu efektivitātei, iedarbīgumam un drošībai un tādēļ var pamudināt tās lūgt izrakstīt vai iegādāties, jo tādējādi personas, kurām sabiedrība uzticas to profesionālās darbības vai reputācijas dēļ, izsaka paziņojumus, kas parasti tiek izteikti tikai pēc tam, kad reģistrācijas procesā izvērtēti laboratoriskie pierādījumi par zāļu īpašībām un klīnisko pārbaudžu rezultātiem (sk. *direktīvas 2001/83/EK 1.pantā noteikto „Sabiedrības veselības apdraudējums” definīciju, 90.panta „f” punktu un šīs direktīvas 7., 12., 45.–53.apsvērumu*). Šādi izteikumi atbilst direktīvas 2001/83 90.panta „b” un „f” apakšpunktam un noteikumu Nr. 378 18.2. un 18.6.apakšpunktam. Konkrētu zāļu pieminēšana vien nozīmē, ka netiek nosauktas citas zāles, kas ir pieejamas Latvijas tirgū, tostarp tādas, kuru tirdzniecības atļauja vai likums atļauj to piedāvāšanu Latvijā, kurā vai ir tā pati aktīvā viela, taču tiek pārdotas ar citu komercnosaukumu, vai kurās ir cita aktīvā viela, taču sniedz to pašu terapeitisko efektu, kuras personas tādēļ, ka tās netiek pieminētas, var uzskatīt par mazāk efektīvām vai iedarbīgām.

[13] Pieteicējas argumenti kopumā pauž uzskatu, ka strīdus publikācijas nav reklāma, jo tās ir žurnālista sagatavotas intervijas ar medicīnas personām un citām sabiedrībā pazīstamām personām.

Eiropas Savienības Tiesa ir atzinusi, ka arī no zāļu ražotāja neatkarīga trešā persona var reklamēt zāles (*Eiropas Savienības Tiesas 2009.gada 2.aprīļa sprieduma lietā „Damgaard”, C-421/07, [ECLI:EU:C:2009:222](#), 21.punkts*). Turklāt, lai atzītu kādu ziņu par reklāmu, nav nepieciešams tas, ka tā tiek izteikta komerciālā vai industriālā kontekstā (*turpat*). Savukārt tam, vai izteikuma autors vai publicētājs ir saistīts ar zāļu ražotājiem vai ieinteresēts konkrēto zāļu patēriņā, var būt nozīme, taču šis aspekts nav izšķirošs un jāvērtē kontekstā ar citiem apstākļiem, piemēram, konkrētās rīcības dabu un ziņas saturu (*turpat*, 24.punkts). Tādējādi trešās personas izplatīta informācija par zālēm, proti, to terapeitiskām vai profilaktiskām īpašībām var tikt uzskatīta par reklāmu šā panta izpratnē, pat ja šī trešā persona darbojas pēc savas iniciatīvas un pilnībā juridiski un faktiski neatkarīgi no šādu zāļu ražotāja vai pārdevēja (*turpat*, 29.punkts). Tātad tas, vai izteikuma autors vai publicētājs par tā izpaušanu ir saņēmis atlīdzību vai darbojies konkrēto zāļu ražotāju uzdevumā, nav obligāti noskaidrojams apstāklis.

Atbilstoši Reklāmas likuma 12.panta otrajai daļai reklāmas izplatītājs ir tiesīgs izplatīt reklāmu jebkādā veidā, ja tā atbilst šā likuma un citu normatīvo aktu prasībām, kā arī līgumam, kas noslēgts starp reklāmas izplatītāju un reklāmas devēju vai tā pilnvarotu personu. Savukārt šā panta ceturtajā daļā paredzēts, ka reklāmas izplatītājam ir aizliegts izplatīt reklāmu, par kuras izplatīšanas aizliegumu viņš zina vai viņam vajadzēja zināt. Kā jau Senāts atzina iepriekš šā sprieduma 7.punktā, Reklāmas likuma vispārīgie noteikumi par atbildības sadali ir attiecināmi arī uz gadījumiem par speciālajiem reklāmas veidiem. Pieteicēja ir apstrīdējusi tikai to, ka strīdus publikācijās bijusi reklāma, jo tās esot bijušas intervijas ar ārstiem un citiem sabiedrībā zināmiem cilvēkiem, taču nav apšaubījusi to, ka, ja tiesa atzītu, ka publikācijās ir zāļu reklāma, tā nav atbildīga par reklāmas izplatīšanas noteikumu pārkāpumiem. Tā kā publikācijās iekļautie medicīnas personu un citu sabiedrībā pazīstamu personu izteikumi ir atzīstami par zāļu reklāmu, pieteicēja kā reklāmas izplatītāja ir atbildīga par aizliegtas reklāmas izplatīšanu.

Senāts atzīst par pamatotu apgabaltiesas norādi, ka katra sabiedrības indivīda veselības aprūpe ir šīs personas ārstējošā ārsta, nevis žurnālistu vai plašsaziņas līdzekļu kompetencē. Tikai ārstējošais ārsts ir kompetents novērtēt katru individuālo gadījumu, tostarp personas vispārējo veselības stāvokli, nepieciešamību lietot konkrēto medikamentu (arī bezrecepšu), tā lietošanas devas, zāļu lietošanas ilgumu un iespējamās blaknes. Tieši minētā iemesla dēļ ir nepamatoti plašsaziņas līdzeklī publicēt vispārējas rekomendācijas par konkrētu zāļu lietošanu vai slavinošus apgalvojumus par konkrēto zāļu iedarbīgumu, žurnālista intervijā sniegtā informācija nedrīkst būt vērsta uz konkrētu zāļu lietošanas un pirkšanas veicināšanu (kā to paskaidro pieteicēja), uz kuru attiecas noteikumu Nr. 378 norādītie ierobežojumi un prasības.

[14] Senāts nepiekrīt kasācijas sūdzībā norādītajam argumentam, ka bez strīdus publikāciju tapšanā iesaistītu personu liecību iegūšanas un izvērtēšanas nav iespējams secināt, ka strīdus publikācijās ietvertais vēstījums ir bijis vērsts uz to, lai veicinātu attiecīgo zāļu iegādi un patērēšanu.

Ievērojot iepriekš minēto, šajā gadījumā nav vērtējams personas subjektīvais nodoms, bet gan objektīvu pazīmju kopums par izteikumā ietvertās ziņas dabu. Tiesa pārsūdzētajā spriedumā pamatoti atzinusi, ka, ņemot vērā, ka nolūks var būt arī slēpts (apzināti vai neapzināti), pieteicēja kļūdaini uzskata, ka galvenā nozīme būtu jāpiešķir iesaistīto personu (pašas pieteicējas, žurnālistu, intervēto personu) viedoklim par to, kāds bija viņu nodoms, veidojot un publicējot strīdus publikācijas. Tāda pieeja būtu pretrunā ar piemērojamo tiesību normu jēgu un mērķi. Konkrēto personu motivācija vai nodoms, tāpat kā attiecības ar konkrēto zāļu ražotājiem vai tirgotājiem, lai gan var būt nozīmīgs, nav izšķirošs apstāklis un tādēļ pierādījumi par šādu attiecību esību vai neesību, tāpat kā konkrēto personu nodomiem, nav nepieciešami, lai atzītu kādu izteikumu par zāļu reklāmu. Līdz ar to apstāklis, ka pieteicēja noliedz nodomu reklamēt publikācijās minētās preces un lietā nav vērtēta konkrēto personu vai pieteicējas saistība ar zāļu ražotājiem vai to pilnvarotajām personām, nemaina ne kompetentās iestādes, ne tiesas secinājumu pamatotību.

II

Pieteicējas tiesību uz vārda (izpaušmes) brīvību ierobežojuma pamatojums

[15] Pieteicēja norāda, ka pārsūdzētajā spriedumā nav pietiekama pamatojuma vārda (izpaušmes) brīvības ierobežošanai un bez izvērtējuma atstāts jautājums par to, vai vārda (izpaušmes) brīvības ierobežojums ir noteikts ar pienācīgā kārtā pieņemtu likumu.

Senāts minētajiem argumentiem nepiekrīt turpmāk norādīto apsvērumu dēļ.

[16] Satversmes 100.pants paredz, ka ikvienam ir tiesības uz vārda brīvību, kas ietver arī tiesības brīvi paust savus uzskatus. Līdzīgi arī starptautiskajos cilvēktiesību dokumentos, tostarp jo īpaši Konvencijas 10.pantā, ietvertas ikviena tiesības brīvi paust savus uzskatus.

Atbilstoši Satversmes 116.pantam personas tiesības, kas tostarp noteiktas Satversmes 100.pantā, var ierobežot likumā paredzētajos gadījumos, lai aizsargātu citu cilvēku tiesības, demokrātisko valsts iekārtu, sabiedrības drošību, labklājību un tikumību. Arī Konvencijas 10.panta otrajā daļā noteikts, ka, tā kā šo brīvību īstenošana ir saistīta ar pienākumiem un atbildību, tā var tikt pakļauta tādām prasībām, nosacījumiem, ierobežojumiem vai sodiem, kas paredzēti likumā un nepieciešami demokrātiskā sabiedrībā, lai aizsargātu valsts drošības, teritoriālās vienotības vai sabiedriskās drošības intereses, nepieļautu nekārtības vai noziedzīgus nodarījumus, aizsargātu veselību vai tikumību, aizsargātu citu cilvēku cieņu vai tiesības, nepieļautu konfidencialas informācijas izpaušanu vai lai saglabātu tiesu varas autoritāti un objektivitāti.

[17] Lietā piemērojamās tiesību normas noteic recepšu zāļu reklamēšanas aizliegumu, savukārt bezrecepšu zāļu reklamēšana ir atļauta, ievērojot normās noteikto nosacījumu ievērošanu.

Proti, noteikumu Nr. 378 11.punkts paredz aizliegumu sabiedrībai reklamēt zāles, kuras saskaņā ar normatīvajiem aktiem par zāļu klasifikāciju ir noteiktas kā zāles, kuru lietošanai nepieciešams ārstniecības personas rakstiski noformēts norādījums (11.1.apakšpunkts); zāles, kurās ir Latvijā kontrolējamās narkotiskās un psihotropās vielas, dopinga vielas, zāles, kuras Zāļu valsts aģentūra ir atzinusi par narkotiskiem analgētiskiem līdzekļiem, un zāles, kurās ir aktīvās vielas ar augstu farmakovigilances risku, – saskaņā ar normatīvajiem aktiem par recepšu veidlapu izgatavošanas un uzglabāšanas, kā arī recepšu izrakstīšanas un uzglabāšanas noteikumiem (11.2.apakšpunkts).

Noteikumu Nr. 378 normas atļauj bezrecepšu zāļu reklamēšanu, 7. un 16.punktā paredzot nosacījumus, ka reklāmā sniegtā informācija atbilst zāļu aprakstā norādītajām ziņām; reklāmā sniegtā informācija veicina racionālu zāļu lietošanu, ir objektīva un nepārspilē zāļu īpašības; reklāma nav maldinoša; sabiedrībai paredzētajā zāļu reklāmā, ja tiek reklamētas konkrētas zāles, norāda vismaz šādu informāciju: zāļu nosaukumu, kā arī normatīvajos aktos par zāļu marķēšanas kārtību un zāļu lietošanas instrukcijai izvirzāmajām prasībām noteikto vispārīgo nosaukumu, ja zāles satur tikai vienu aktīvo vielu; informāciju, kas nepieciešama pareizai zāļu lietošanai; skaidru un salasāmu aicinājumu uzmanīgi izlasīt lietošanas instrukciju vai atbilstošu informāciju uz iepakojuma; aicinājumu konsultēties ar ārstu vai farmaceitu par zāļu lietošanu; brīdinājumu „Zāļu nepamatota lietošana ir kaitīga veselībai”. Šāds brīdinājums aizņem ne mazāk kā 10 procentus no vizuālā reklāmas apjoma. Burtu izmēram jābūt tādām, lai uzraksts aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no brīdinājuma tekstam paredzētā laukuma.

Noteikumi Nr. 378 arī paredz, ka sabiedrībai paredzētajā zāļu reklāmā aizliegts iekļaut informāciju, kurā ir atsauce uz zinātnieku, veselības aprūpes darbinieku vai tādu personu ieteikumiem, kuras nepieder pie minētajām kategorijām, bet savas popularitātes dēļ varētu veicināt zāļu lietošanu (18.6.apakšpunkts); kā arī reklāmas devējs 15 dienas pirms šo noteikumu 12.punktā minētās vakcinācijas kampaņas uzsākšanas iesniedz inspekcijā vakcīnas reklāmas materiālu, kas sagatavots atbilstoši šo noteikumu prasībām, ja ir saņemts Slimību profilakses un kontroles centra apstiprinājums attiecīgajai vakcinācijas kampaņai (33.punkts).

Tātad noteikumu Nr. 378 normas vispārīgi neparedz aizliegumu veidot zāļu reklāmu, bet gan vairumam zāļu kategoriju noteic nosacījumus un noteikumus, kas jāievēro, lai zāles varētu reklamēt tiesiski, aizliedzot reklamēt tikai tādas zāles, kuru nepamatota vai pārmērīga lietošana varētu radīt visbūtiskākos sabiedriskās veselības riskus.

[18] Noteikumos Nr. 378 iekļautas tiesību normas, kas izriet no direktīvas 2001/83. Kā norādīts iepriekš, direktīva 2001/83 paredz harmonizētas prasības attiecībā uz zāļu reklāmu. Direktīvas 2001/83 88.panta 1.punkts noteic, ka dalībvalstis aizliedz reklamēt iedzīvotājiem zāles, kas saskaņā ar VI sadaļu ir pieejamas tikai ar ārsta

recepti; satur psihotropas vai narkotiskas vielas; saskaņā ar 2.punkta otro daļu nedrīkst tikt reklamētas iedzīvotājiem. Savukārt direktīvas 2001/83 88.panta 2.punkts noteic, ka iedzīvotājiem var reklamēt zāles, kas to sastāva un mērķa dēļ ir paredzētas un piemērotas lietošanai bez praktizējoša mediķa palīdzības, kurš nosaka diagnozi, paraksta ārstēšanas kursu vai uzrauga ārstēšanas gaitu, bet vajadzības gadījumā apspriežoties ar farmaceitu. Iedzīvotājiem paredzētā reklāmā dalībvalstis aizliedz pieminēt šādas terapeitiskas indikācijas: tuberkuloze, seksuāli transmisīvās slimības, citas smagas infekcijas slimības, vēzis un citi audzēji, hronisks bezmiegs, cukurslimība un citas vielmaiņas slimības.

[19] Izvērtējot piemērojamās noteikumu Nr. 378 normas kopsakarā ar direktīvas 2001/83 normām, Senāts turpmāk norādīto apsvērumu dēļ nesaskata apstākļus, kas norādītu uz piemērojamo normu neskaidrību vai to piemērošanas neparedzamību.

[20] Eiropas Cilvēktiesību tiesa vispārīgi ir skaidrojusi tiesību normas kvalitātes prasības un personu tiesības uz tiesību normu piemērošanas paredzamību. Proti, likumam ir skaidri jādefinē pārkāpumi un attiecīgie sodi. Šī prasība ir izpildīta, ja persona var, vajadzības gadījumā ar tiesas palīdzību, interpretējot attiecīgo normu, un pēc atbilstošas juridiskas konsultācijas, no tās formulējuma saprast, kādas darbības un bezdarbība viņam uzliek kriminālatbildību un kāds sods viņam par to draud. Principa, ka likumi ir vispārēji piemērojami, loģiskās sekas ir tādas, ka likumu formulējumi ne vienmēr ir precīzi. Viena no standarta juridiskās tehnikas metodēm, kad kāds jautājums tiek regulēts likumos, ir vispārīgu kategoriju izmantošana iepretim izsmeltošu sarakstu veidošanai. Tādējādi daudzi likumi neizbēgami ir formulēti vairāk vai mazāk neskaidri, un to interpretācija un piemērošana ir prakses jautājums. Neatkarīgi no tā, cik skaidri ir formulēts tiesību akts, jebkurā tiesību sistēmā, tostarp krimināltiesībās, kā neizbēgama to sastāvdaļa pastāv tiesu īstenota interpretācija. Vienmēr būs nepieciešams skaidrot neskaidrus jautājumus un pielāgoties mainīgajiem apstākļiem. Lai gan noteiktība ir ļoti vēlama, tā var radīt pārmērīgu stingrību, un likumam jāspēj turēties līdzī mainīgajiem apstākļiem. Iztiesāšanas funkcijas, kuru pilda tiesas, loma ir tieši tāda – kļiedēt interpretācijas šaubas, kas pastāv. Krimināltiesību progresīva attīstība, izmantojot judikatūru, ir labi iesakņojusies un nepieciešama Konvencijas dalībvalstu tiesību tradīciju sastāvdaļa. Konvencijas 7.pantu nevar interpretēt kā tādu, kas aizliedz pakāpeniski precizēt kriminālatbildības normas, izmantojot tiesu praksi, ja šāda attīstība ir saskaņā ar noziedzīgā nodarījuma būtību un ir saprātīgi paredzama (*Eiropas Cilvēktiesību tiesas (Lielās palāta) 2013.gada 21.oktobra sprieduma lietā „Del Río Prada pret Spāniju”, iesniegums Nr. 42750/09, 79. un 91.–93.punkts; 2018.gada 30.janvāra sprieduma lietā „Sekmadienis Ltd pret Lietuvu”, iesniegums Nr.69317/14, 64.–67.punkts; 2020.gada 28.aprīļa sprieduma lietā „ATV Zrt pret Ungāriju”, iesniegums Nr. 61178/14, 32.punkts*). Tas, ka tiesību norma tiek konkrētajā tiesību sistēmā piemērota pirmo reizi, nav iemesls uzskatīt, ka ir pārkāpts paredzamības kritērijs, jo vienmēr kādreiz ir jāpienāk pirmajai reizei, kad konkrētā tiesību norma tiek piemērota (*Eiropas Cilvēktiesību tiesas 2018.gada 30.janvāra sprieduma lietā „Sekmadienis Ltd pret Lietuvu”, iesniegums Nr. 69317/14, 67.punkts*). Likumiem un tiesību normām, kas ierobežo personas pamattiesības, jābūt gan pienācīgi saprotamām, gan paredzamām. Proti, normai jābūt formulētai pietiekami precīzi, lai indivīds, nepieciešamības gadījumā atbilstoši konsultējoties, varētu regulēt savu rīcību (*Satversmes tiesas 2021.gada 19.februāra sprieduma lietā Nr.2020-23-01 11.punkts*).

Eiropas Cilvēktiesību tiesa, izvērtējot tiesību normu skaidrību, kas pieņemtas, ieviešot Eiropas Savienības direktīvas kapitāla tirgus regulēšanas jomā un izteiktas nenoteiktā formā, proti, izmantojot izteicienu „jebkādā veidā” un norādot tikai uz aizlieguma mērķi – novērst kapitāla tirgus manipulāciju, neuzskatīja, ka šāda juridiskā tehnika būtu pretrunā ar tiesību normu kvalitātes prasībām (*Eiropas Cilvēktiesību tiesas 2020.gada 28.maija sprieduma lietā „Georgouleas un Nestoras pret Grieķiju”, iesniegumi Nr.44612/13 un 45831/13, 61.–63.punkts*).

Savukārt attiecībā uz ierobežojumiem zāļu pārdošanas jomā lietā, kurā vērtēts tas, vai jēdziena „zāles”, kas Francijas tiesībās ieviests, balstoties uz Eiropas Savienības direktīvu, noskaidrošana, Francijas tiesām laika gaitā veidojot savu judikatūru saskaņā ar Eiropas Savienības Tiesas atziņām, izpilda paredzamības kritēriju, Eiropas Cilvēktiesību tiesa atzina turpmāk minēto. Kā daudzas citas legāldefinīcijas, arī zāļu legāldefinīcija piemērojamā tiesību normā konkrētajā lietā ir diezgan vispārīga. Ja tiek izmantota juridiskā tehnika – kategorizēšana, daļa no tās piemērošanas gadījumiem vienmēr paliks pelēkāajā zonā. Šī šaubu ēna saistībā ar piemērošanas robežgadījumiem pati par sevi nepadara tiesību normu nesaderīgu ar Konvencijas 7.pantu, ja vien tā izrādās pietiekami skaidra lielākajā daļā gadījumu. Iztiesāšanas funkcijas, kuru pilda tiesas, loma ir tieši šāda – kļiedēt interpretācijas šaubas, ņemot vērā izmaiņas ikdienas praksē. Tādējādi tiesai ir jāpārliedz, vai šajā lietā normatīvā akta teksts, ņemot

vērā to skaidrojošo judikatūru, lietai būtiskajā laikā atbilda šim kritērijam. Paredzamības jēdziena apjoms ievērojami atkarīgs no attiecīgā teksta satura, jomas, uz kuru tas attiecas, un to personu skaita un statusa, kam tas ir adresēts. Likums var atbilst paredzamības prasībai pat tad, ja attiecīgajai personai apstākļiem atbilstošā apjomā ir jākonsultējas ar juristu par to, kādas būs konkrētās rīcības sekas. Tas jo īpaši attiecas uz personām, kas veic profesionālu darbību un ir pieradušas savā darbā rīkoties ar lielu piesardzību. Tādēļ no tām var sagaidīt, ka tās īpaši rūpīgi izvērtēs ar savu darbību saistītos riskus. Saņemot atbilstošas juridiskās konsultācijas attiecīgā persona var apzināties, ka, ņemot vērā kasācijas un zemāko instanču tiesu judikatūru, var pastāvēt reāls risks tikt sauktai pie atbildības par nelikumīgu zāļu tirdzniecību (*Eiropas Cilvēktiesību tiesas (Lielā palāta) 1996.gada 11.novembra sprieduma lietā „Cantoni pret Franciju”, iesniegums Nr. [17862/91](#), 32. un 35.punkts*).

[21] Izskatāmajā gadījumā pieteicēja ir uzskatāma par profesionālu izdevēju, kas darbojas likuma „Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem” ietvaros un kurai ir jāpiemēro šā likuma 17.pants. Tāpat pieteicējai kā reklāmas izplatītājai atbilstoši Reklāmas likuma 12.panta ceturtajai daļai ir jāpārbauda, vai tā npublicē aizliegtu reklāmu (sal. *Eiropas Cilvēktiesību tiesas (Lielās palāta) 2015.gada 16.jūnija sprieduma lietā „Delfi AS pret Igauniju”, iesniegums Nr. [64569/09](#), 129.punkts*). Tādējādi pieteicējai bija jābūt saprotamam Reklāmas likuma un noteikumu Nr. 378 saturam, tostarp tam, ka, lai izprastu „zāļu reklāmas” jēdzienu, ir nepieciešams interpretēt direktīvas 2001/83 normas, tostarp nepieciešamības gadījumā to tekstu aplūkojot dažādās Eiropas Savienības oficiālajās valodās un obligāti izmantojot atbilstošo Eiropas Savienības Tiesas judikatūru. Attiecīgo jēdzienu nozīmi varēja izprast, to darot pašai vai lūdzot juridisko padomu. Šajā ziņā Senāts atzīmē, ka apgabaltiesa pamatoti atzina, ka lietas materiālos esošajiem atzinumiem, kurus sagatavojusi Mediju ētikas padome un Valsts valodas centrs, nav piešķirama nozīme, jo tajos netiek piemērotas tiesību normu interpretācijas metodes, lai interpretētu noteikumus Nr. 378 un direktīvas 2001/83 86.–89.pantu. Arī pašas tos sagatavojošās institūcijas atzīst, ka tie nav uzskatāmi par juridiskajiem atzinumiem. Turklāt atzinumi ir iegūti, nevis pirms attiecīgās darbības – publikāciju sagatavošanas un to redakcionālās apstiprināšanas –, bet gan tikai tiesvedības vajadzībām.

Tādējādi ir atzīstams, ka piemērotās noteikumu Nr. 378 normas objektīvi ir pietiekami skaidras, un šajā gadījumā nav pamata uzskatīt, ka pieteicēja nevarēja paredzēt to, ka tās rīcība tiks atzīta par šo normu pārkāpumu.

[22] Pieteicēja kasācijas sūdzībā iebilst, ka pārsūdzētajā spriedumā nav pietiekama pamatojuma vārda (izpausmes) brīvības ierobežošanai. Senāts turpmāk minēto apsvērumu dēļ šo argumentu atzīst par nepamatotu.

[23] Pieteicējai ar pārsūdzēto lēmumu noteiktais pienākums – aizliegums izplatīt normatīvo aktu prasībām neatbilstošu un aizliegtu zāļu reklāmu – ir vērsts uz sabiedrības veselības aizsardzību un citu cilvēku, arī pacientu, tiesību aizsardzību Satversmes 116.panta un Konvencijas 10.panta 2.punkta izpratnē.

[24] Kā Senāts atzina iepriekš, ierobežojumi pieteicējas vārda (izpausmes) brīvībai ir noteikti likumā, kas ir skaidrs un saprotams.

Likumam un arī ar pārsūdzēto lēmumu uzliktajam pienākumam ir leģitīms mērķis, kas vairākkārt ir skaidrots arī Eiropas Savienības Tiesas judikatūrā. Proti, direktīvas 2001/83 preambulas 2.apsvērumā norādīts, ka sabiedrības veselības aizsardzībai jābūt visu to noteikumu pamatmērķim, kas reglamentē zāļu ražošanu, sadali un izmantošanu.

Atbilstoši Eiropas Savienības Tiesas judikatūrai direktīvas 2001/83 galvenais mērķis ir sabiedrības veselības aizsardzība, jo zāļu reklāma var kaitēt cilvēku veselībai, ņemot vērā smagās sekas veselībai, kādas var radīt recepšu zāļu nepareiza vai pārmērīga lietošana, un riskus, kas arī var būt saistīti ar pārmērīgu un nepārdomātu bezrecepšu zāļu lietošanu. Terapeitiskā iedarbība tās būtiski atšķir no citām precēm. Terapeitiskās iedarbības dēļ zāles, ja tās tiek lietotas bez vajadzības vai nepareizā veidā, var būtiski apdraudēt veselību, par ko pacients var nezināt zāļu lietošanas laikā. Turklāt zāļu pārmērīga vai nepareiza lietošana rada risku valstu sociālā nodrošinājuma sistēmu finansiālajam līdzsvaram (*Eiropas Savienības Tiesas 2022.gada 22.decembra sprieduma lietā „EUROAPTIEKA”, C-530/20, [ECLI:EU:C:2022:1014](#), 39.–41.punkts un tajā minētā judikatūra*).

Eiropas Savienības Tiesa ir atzinusi, ka direktīvas 2001/83 88.panta 1.punkta „a” apakšpunktā bez izņēmuma ir aizliegta attiecīgi jebkāda reklāma iedzīvotājiem attiecībā uz zālēm, kuras var tikt izsniegtas tikai ar ārsta recepti. Tāpat būtiskajam mērķim aizsargāt sabiedrības veselību atbilst minētās direktīvas 88.panta 2.punkts kopsakarā ar tās 45.apsvērumu, saskaņā ar kuru ir atļauta bezrecepšu zāļu reklāma iedzīvotājiem, ja tiek ievēroti šajā pašā

direktīvā paredzētie nosacījumi un ierobežojumi (*turpat, 42.–43.punkts un tajā minētā judikatūra*), jo šī reklāma, kā izriet no šī 45.apsvēruma, ja tā ir pārmērīga un nepārdomāta, var ietekmēt sabiedrības veselību.

Eiropas Savienības Tiesa ir noteikusi, ka, tā kā zāļu reklāma, tostarp bezrecepšu zāļu reklāma, var kaitēt sabiedrības veselībai, uz šādu reklāmu attiecas direktīvā 2001/83 paredzētie aizliegumi, nosacījumi un ierobežojumi. Turklāt ar šo direktīvu zāļu reklāmas jomā ir veikta pilnīga saskaņošana. Līdz ar to – ja dalībvalstīm nav skaidri paredzētas tiesības paredzēt atšķirīgus noteikumus, vienīgās prasības, ko tās var izvirzīt zāļu reklāmai, ir minētajā direktīvā noteiktās prasības (*turpat, 59.–60.punkts un tajā minētā judikatūra*).

Ņemot vērā minēto, noteikumu Nr. 378 normu, kurās iekļautas direktīvas 2001/83 normas, leģitīmais mērķis ir sociāla vajadzība aizsargāt sabiedrības veselību.

[25] Turklāt Senāts paskaidro, ka kasatoram kasācijas sūdzībā ir jāizvirza skaidri un precīzi argumenti par pieļauto pārkāpumu. Ar argumentu tiek saprasts ne tikai apgalvojums par iespējamu pārkāpumu, bet arī šā apgalvojuma pamatojums – pārkāptā tiesību norma un kā šis pārkāpums ir izpaudies konkrētajā spriedumā. Par argumentu nav uzskatāmi vispārīgi iebildumi (*Senāta 2023.gada 28.novembra spriedums lietā Nr. SKA-71/2023 ECLI:LV:AT:2023:1128.A420341117.19.S 6.punkts*).

Pieteicēja tikai vērš Senāta uzmanību uz Eiropas Cilvēktiesību tiesas spriedumu lietā *Autronic AG pret Šveici*, kurā tiesa atzina, ka arī juridiskās personas var atsaukties uz Konvencijas 10.pantā garantētajām tiesībām. Pieteicēja nav norādījusi konkrētus argumentus par to, kā izpaužas pieteicējas vārda (izpaušmes) brīvības ierobežojuma nesamērīgums. Šāds arguments ir vispārīgs, tādēļ nav vairāk izvērtējams.

Senāts neapšaubā to, ka arī juridiska persona var atsaukties uz tiesībām uz vārda (izpaušmes) brīvību. Taču izskatāmajā lietā tiek īstenota komerciālu izteikumu (angļu valodā *commercial speech*) pārbaude un šādu izteikumu gadījumā vārda (izpaušmes) brīvības ierobežojumi var būt daudz būtiskāki, nekā attiecībā uz cita veida izpaušmēm (*Eiropas Cilvēktiesību tiesas 2002.gada 5.novembra sprieduma lietā „Demuth pret Šveici”, iesniegums Nr. 38743/97, 42.punkts*). Eiropas Cilvēktiesību tiesa jau ir atzinusi, ka valstīm ir plaša rīcības brīvība regulēt komerciālos izteikumus (*Eiropas Cilvēktiesību tiesas 2013.gada 16.jūlija sprieduma lietā „Remuszko pret Poliju”, iesniegums Nr. 1562/10, 64.punkts; 2019.gada 4.jūnija lēmuma saistībā ar sūdzību „Barna CISBI pret Rumāniju”, iesniegums Nr.16632/12, 40.punkts*) un arī rīkoties sabiedrības veselības un morāles aizsardzības jomā (*Eiropas Cilvēktiesību tiesas 2006.gada 3.oktobra lēmums saistībā ar sūdzību „Palusiński pret Poliju”, iesniegums Nr.62414/00*). Tāpat ir nepamatota pieteicējas norāde uz žurnālistu tiesībām iegūt informāciju, jo šīs tiesības ar tiesību normām, kas paredz noteikumus, nosacījumus un aizliegumus reklamēt noteikta veida zāles, netiek aizskartas. Vienlaikus informācijas iegūšanas veids noteiktos gadījumos tiek ņemts vērā iejaukšanās samērīguma izvērtējumā (šajā ziņā, sk. *Eiropas Cilvēktiesību tiesas 2017.gada 5.decembra sprieduma lietā „Frisk un Jensen pret Dāniju”, iesniegums Nr.19657/12, 70.–73.punktu*).

Senāts neuzskata, ka šajā gadījumā pastāv apstākļi, kas liktu šaubīties par to, ka tiesību uz vārda (izpaušmes) brīvību ierobežojums ir samērīgs (sk. *Eiropas Cilvēktiesību tiesas 2011.gada 21.jūlija sprieduma lietā „Sigma Radio Television Ltd pret Kipru”, iesniegumi Nr.32181/04 un 35122/05, 200.–201.punktu*). Kā secināms no pārsūdzētā sprieduma, strīdus publikācijās tika reklamētas recepšu un bezrecepšu zāles, norādot tikai to labvēlīgo terapeitisko iedarbību, kas var veicināt minēto zāļu popularitāti un pieprasījumu pēc tām, turklāt atsevišķās publikācijās informācija par šo zāļu terapeitiskajām indikācijām neatbilst zāļu aprakstā norādītajam, tāpēc strīdus publikācijas apdraud racionālu zāļu lietošanu un sabiedrības veselību. Eiropas Cilvēktiesību tiesa jau ir atzinusi par acīmredzami nepamatotu sūdzību, kurā iesniedzējs vērsās pret aizliegumu medicīnas personām reklamēt savu praksi, jo Eiropas Cilvēktiesību tiesa nesaskatīja par nepamatotu aizlieguma pamatojumu – medicīnas profesijas un misijas aizsardzība (*Eiropas Cilvēktiesību tiesas 2008.gada 29.janvāra lēmums saistībā ar sūdzību „Villnow pret Beļģiju”, iesniegums Nr.16938/05*).

Pārsūdzētajā lēmumā tika konstatēti pieteicējas pieļautie pārkāpumi zāļu reklāmas jomā un pieteicējai tika aizliegts izplatīt normatīvo aktu prasībām neatbilstošu reklāmu. Apgabaltiesa atzina, ka inspekcija veikusi pamatotus samērīguma apsvērumus, jo pieteicējai noteiktais pienākums ir nepieciešams, lai panāktu zāļu reklāmas atbilstību normatīvo aktu prasībām un tādējādi nodrošinātu sabiedrības veselības aizsardzību, kas ir leģitīms mērķis. Tiesa secināja, ka minēto mērķi nav iespējams sasniegt ar pieteicēju mazāk ierobežojošiem līdzekļiem, jo,

veicot pārbaudes iepriekš un konstatējot pārkāpumus pieteicējas darbībās, inspekcijai neizdevās panākt, lai pieteicēja ievēro zāļu reklamēšanas prasības. Turklāt pieteicējai par pārkāpumiem netika piemērots sods, bet gan tikai aizliegums turpmāk publicēt noteikumiem Nr. 378 neatbilstošas reklāmas. Līdz ar to apgabaltiesa ir veikusi pietiekamu izvērtējumu, secinot, ka pārsūdzētais lēmums ir nepieciešams demokrātiskā sabiedrībā un samērīgs.

[26] Apkopojot minēto, Senāts atzīst, ka nav konstatējamas kļūdas apgabaltiesas spriedumā, savukārt pieteicējas kasācijas sūdzība ir noraidāma.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 348.panta pirmās daļas 1.punktu un 351.pantu, Senāts

nosprieda

atstāt negrozītu Administratīvās apgabaltiesas 2023.gada 26.septembra spriedumu, bet SIA „ŽURNĀLS SANTA”kasācijas sūdzību noraidīt.

Spriedums nav pārsūdzams.

V. Kakste J. Pleps L. Slica