

2. Dziennikarz ma obowiązek zachowania w tajemnicy:

- 1) danych umożliwiających identyfikację autora w śródku komunikowania społecznego, listu do redakcji lub innego materiału o tym charakterze, jak również innych osób udzielających informacji opublikowanych albo przekazanych do opublikowania, jeżeli osoby te zastrzegły nieujawnianie powyższych danych;
- 2) wszelkich informacji, których ujawnienie mogłoby naruszać chronione prawem interesy osób trzecich.

3. Obowiązek, o którym mowa w ust. 2, dotyczy również innych osób zatrudnionych w redakcjach, wydawnictwach prasowych i innych jednostkach organizacyjnych środków komunikowania społecznego.

**Art. 19.** 1. Dziennikarz jest zwolniony od zachowania tajemnicy zawodowej, o której mowa w art. 18 ust. 2, w razie, gdy informacja, materiał w śródku komunikowania społecznego, list do redakcji lub inny materiał o tym charakterze dotyczy przestępstwa określonego w art. 240 § 1 ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. – Kodeks karny (Dz. U. z 2022 r. poz. 1138, 1726, 1855, 2339 i 2600 oraz z 2023 r. poz. 289, 403, 818, 852, 1234, 1834, 1860 i 1963) albo autor lub osoba przekazująca taki materiał wyłącznie do wiadomości dziennikarza wyrazi zgodę na ujawnienie jej nazwiska lub tego materiału.

2. Zwolnienie, o którym mowa w ust. 1, dotyczy również innych osób zatrudnionych w redakcjach, wydawnictwach prasowych i innych jednostkach organizacyjnych środków komunikowania społecznego.

3. Redaktor naczelny powinien być w niezbędnych granicach poinformowany o sprawach związanych z tajemnicą zawodową dziennikarza; powierzoną mu informację albo inny materiał może ujawnić jedynie w przypadkach określonych w ust. 1.

### Rozdział 3

#### **Organizacja działalności środków komunikowania społecznego**

**Art. 20.** 1. Prowadzenie środka komunikowania społecznego w formie dziennika, czasopisma oraz – jeżeli liczba odbiorców wynosi co najmniej 50 000 – innej formy środka komunikowania społecznego, wymaga rejestracji w Krajowym Rejestrze Środków Komunikowania Społecznego, zwanym dalej „Krajowym Rejestrem”.

2. Liczbę odbiorców stanowiącą podstawę do rejestracji środka komunikowania społecznego ustala się na dzień składania wniosku do Krajowego Rejestru.