

3. Ogłoszenia i reklamy muszą być oznaczone w sposób niebudzący wątpliwości, iż nie stanowią one materiału redakcyjnego.

4. Środek komunikowania społecznego ma prawo odmówić zamieszczenia ogłoszenia i reklamy, jeżeli ich treść lub forma jest sprzeczna z linią programową bądź charakterem publikacji.

5. Na żądanie organów upoważnionych do tego na podstawie odrębnych przepisów wydawca lub redaktor są obowiązani do ujawnienia posiadanych nazw i adresów przedsiębiorców lub osób fizycznych, zamieszczających odpłatne ogłoszenia lub reklamy w sprawach działalności gospodarczej. W tym przypadku przepisów art. 18 ust. 1 i 2 nie stosuje się.

Rozdział 6

Krajowy Instytut Wolności i Rzetelności Środków Komunikowania Społecznego

Art. 38. 1. Krajowy Instytut Wolności i Rzetelności Środków Komunikowania Społecznego, zwany dalej „Krajowym Instytutem” wykonuje zadania państwa określone w ustawie, wynikające z art. 1 pkt 1–3.

2. Krajowy Instytut jest finansowany z budżetu państwa, w którym stanowi odrębną część.

Art. 39. Do pracowników Krajowego Instytutu stosuje się przepisy ustawy z dnia 16 września 1982 r. o pracownikach urzędów państwowych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1917).

Art. 40. Organizację Krajowego Instytutu w zakresie nieuregulowanym ustawą określa statut nadany przez Prezesa Krajowego Instytutu Wolności i Rzetelności Środków Komunikowania Społecznego.

Art. 41. 1. Krajowym Instytutem kieruje Prezes Krajowego Instytutu Wolności i Rzetelności Środków Komunikowania Społecznego, zwany dalej „Prezesem Krajowego Instytutu”.

2. Do zadań Prezesa Krajowego Instytutu należy:

- 1) podejmowanie działań na rzecz zwiększenia poziomu rzetelności środków komunikowania społecznego;
- 2) podejmowanie działań na rzecz utrwalania niezależności środków komunikowania społecznego;
- 3) monitorowanie przejawów utrudniania środkom komunikowania społecznego zbierania materiałów krytycznych i tłumienia krytyki;