

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
POSLOVNO UPRAVLJANJE

Tamara Vukić

**ETIČKI KODEKSI U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU NA PRIMJERU MINISTARSTVA
OBRANE REPUBLIKE HRVATSKE**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2019.

TAMARA VUKIĆ

ETIČKI KODEKSI U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU NA PRIMJERU MINISTARSTVA
OBRANE REPUBLIKE HRVATSKE

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Specijalistički diplomski stručni studij

Poslovno upravljanje

Kolegij: Poslovna etika

Mentor: Andreja Primužak, dipl.oec., viši predavač

Matični broj studenta: 0619617022

Karlovac, srpanj 2019.

SAŽETAK

U ovom radu biti će prikazana važnost etičkih kodeksa u svakodnevnom radu državnih vojnih službenika MORH-a, a posebno će biti istaknut rad u odnosima s javnošću. Potrebno je da državni vojni službenici MORH-a zaštite, kako svoj, tako i sam ugled državne službe, a pogotovo u javnim nastupima kada predstavljaju državno tijelo koje mora biti u skladu s propisima, ovlastima koje su dobili, znanjem kojeg su stekli i samim etičkim kodeksom i na kraju držati se samih načela etičkog kodeksa.

Osnovni pojmovi koji će biti objašnjeni važni su za razumijevanje teme čime će se također na što kvalitetniji način obraditi sama tematika i problematika diplomskog rada.

Ključne riječi: etički kodeks, MORH, državni vojni službenici, odnosi s javnošću

SUMMARY

In this paper will be shown the importance of codes of ethics in the daily work of government military officials of the Ministry of Defense of the Republic of Croatia, and in particular will be highlighted work in public relations. It is necessary the government military officials of the Ministry of Defense of the Republic of Croatia protect both their own and the reputation of the civil service, and especially in public appearances, when representing a state body that must comply with the regulations, the powers vested in, the knowledge they have acquired and the ethical code and eventually stick to the principles of the code of ethics.

The basic concepts that will be explained are important for an understanding of the subject, which will also treat the topic and problems of graduate work in the highest quality.

Key words: code of ethics, Ministry of Defense of the Republic of Croatia, government military officials, public relations

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	1
1.3. Struktura rada.....	1
2. TEORIJSKE ODREDNICE ETIKE I POSLOVNE ETIKE	2
2.1. Definicija etike i etike poslovanja	2
2.2. Poslovna etika u kontekstu društveno odgovornog poslovanja	3
2.3. Etički kodeks	5
3. OPĆENITO O MINISTARSTVU OBRANE RH	7
3.1. Temeljni podaci o MORH-u	7
3.2. Odnosi s javnošću u MORH-u	8
3.3. Značajke etičkih kodeksa državnih službenika	12
3.4. Etički kodeks vojnih osoba Hrvatske vojske	13
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE I ANALIZA REZULTATA	16
4.1. Definiranje istraživačkih pitanja i hipoteza	17
4.2. Definiranje uzorka istraživanja i varijabli istraživanja	18
4.3. Metode prikupljanja i obrade podataka.....	18
4.4. Rezultati istraživanja	19
4.5. Ograničenja istraživanja	56
5. ZAKLJUČAK	57
LITERATURA	59
PRILOZI – ANKETNI UPITNIK O ETIČKIM KODEKSIMA U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU U MORH-U	63

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog završnog rada je uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću u Ministarstvu obrane Republike Hrvatske. Na temelju teorijskih i praktičnih znanja, cilj je prikazati najvažnije zaključke o važnosti poštivanja etičkih kodeksa u odnosima s javnošću u MORH-u.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

U svrhu istraživanja teme završog rada prikupljeni su primarni podaci koji su bili potrebni za analizu same ankete i sekundarni podaci koji su prikupljeni kroz pregled literature koja je bila potrebna za osnovu poznavanja same teme ovog diplomskog rada. Korišteni sekundarni izvori podataka su iz knjiga, članaka i internetskih izvora, stručnih članaka koja je navedena na kraju rada. Korištene su deskriptivne metode, metode indukcije i dedukcije, metode analize i sinteze te metode kompilacije. Primarni podaci, odgovori ispitanika, analizirani su deskriptivnom statistikom.

1.3. Struktura rada

Rad je podijeljen u pet glavnih dijelova: Uvod, Teorijske odrednice etike i poslovne etike u kojima se definira pojam etike, etike poslovanja, prikazuje se poslovna etika u kontekstu društveno odgovornog poslovanja i definira se etički kodeks, Općenito o Ministarstvu obrane RH gdje se prikazuju opći podaci o MORH-u, odnosi s javnošću u MORH-u, značajke etičkih kodeksa državnih službenika i vojnih osoba, Empirijsko istraživanje i analiza rezultata gdje se definiraju istraživačka pitanja i hipoteze, uzorak i varijable istraživanja, metode prikupljanja i obrade podataka i prikazani su rezultati istraživanja i na kraju Zaključak.

2. TEORIJSKE ODREDNICE ETIKE I POSLOVNE ETIKE

2.1. Definicija etike i etike poslovanja

Pojam „etika“ potječe od grčkog pridjevnog izraza „ethikos“ iz kojeg potječe riječ „ethos“. U hrvatskom prijevodu oni označavaju običaj, navadu, boravište, stan, ćud.¹

Etika je filozofska disciplina koja propituje čovjekove postupke s obzirom na dobro i zlo. U užem smislu, etika je filozofija morala u središtu problematike sadrži: moral, moralne probleme i moralne sudove. U širem smislu, etika se može definirati kao doktrina ljudskog moralnog života. Ima zadatak ne samo da nas upozna s moralnošću, njezinim osnovnim komponentama, nego i da zauzme kritički pogled na postojeću moralnu praksu.² Etika poslovanja, odnosno poslovna etika ili korporativna etika, je vrsta primijenjene etike koja istražuje primjenu općeprihvaćenih etičkih normi i načela u poslovanju pojedinaca, poduzeća, kompanija i organizacija u zemlji ili u inozemstvu.³ Stručnjaci ju smatraju derivatom socijalne etike, koja za primarni cilj ima objašnjavanje i primjenu temeljnih etičkih normi, vrijednosti i pretpostavki koje omogućuju ostvarivanje društvene odgovornosti.

Poslovanje svake organizacije suočava se s velikim brojem vidljivih i nevidljivih prepreka, a jedna od nevidljivih prepreka su i etička pravila s kojima se svaka organizacija, koja razmišlja o sebi i svom poslovanju dugoročno, susreće.⁴ Zbog toga se u dokazanom pravilu može vidjeti da se dobar glas organizacije postiže dugoročnim i poštenim radom, a može se u jednom trenutku izgubiti neumjesnom odlukom. Uspješne svjetske i domaće organizacije sve su više svjesne činjenice da u smislu konkurencije poslovna etika omogućuje rast i razvoj, povećava učinkovitost i produktivnost. Brojna istraživanja su pokazala da poslovna etika i profitabilnost nisu međusobno isključivi pojmovi, a organizacije koje imaju dobro funkcionirajući sustav poslovne etike u vlastitom poslovnom sustavu pokazuju bolje rezultate od onih koji to nemaju.⁵ Poslovna etika primjenjuje etička načela u poslovnim odnosima i

¹ Vidanec, D. Čovjek u poslovnom svijetu, priručnik, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić, 2012., str. 18.

² Vidanec, D. Uvod u etiku poslovanja, priručnik, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić, 2011., str. 19.

³ Ibid, str. 23.

⁴ Karpati, T. Etika u gospodarstvu (religije – moral – poslovanje), Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2001., str. 78.

⁵ Aleksić, A. Poslovna etika-element uspješnog poslovanja, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 2007., str. 420.

aktivnostima, a danas velik broj organizacija ima formalne etičke kodekse u pisanom obliku. Stoga je logično da bi se svi zaposlenici u poduzeću trebali pridržavati etičkih načela kako bi koncept poslovne etike bio važeći. Zbog suvremenih uvjeta globalnog poslovanja, postizanje konkurentske prednosti i postizanje ciljeva, koji ne podrazumijevaju samo povećanje profitabilnosti, postaje nužnost te su postali imperativ svake organizacije. Spomenuti ciljevi uključuju postizanje i zadržavanje zadovoljstva kupaca, zaposlenika i dioničara. Idealni ciljevi su oni koji nadmašuju zadovoljstvo svih dionika unutar organizacija i koji se ostvaruju na najkvalitetniji način. Da bi se to postiglo, potrebno je pridržavati se etičkih načela i načela poslovanja, etičkih stavova i uvjerenja.

Etičko ponašanje je ponašanje koje je u skladu s moralnim normama društva.⁶ Što se tiče profesija, primjena moralnih vrijednosti u praksi naziva se primijenjena etika. Profesije koje se priznaju pretpostavljaju široko prihvaćene ideje ponašanja u svojim etičkim kodeksima. Treba naglasiti da odnosi s javnošću i medijske udruge posvećuju više pozornosti etičkim vrijednostima i nastoje usmjeriti svoje članove u tom smjeru.⁷

2.2. Poslovna etika u kontekstu društveno odgovornog poslovanja

Društvena odgovornost poduzeća u 21. stoljeću dobiva sve veći značaj. Pojam društveno odgovorno poslovanje može se definirati kao etička ideologija u kojoj je organizacija dužna pridonijeti poboljšanju i razvoju cijelog društva, a ne samo individualnom poboljšanju, što bi značilo maksimiziranje profita koji je glavni cilj tvrtke. Ono može biti pasivno i aktivno. Pasivna društvena odgovornost je ona gdje organizacija izbjegava akcije koje su štetne za društvo, ali ne pomaže svojim djelovanjem, dok je aktivna društvena odgovornost gdje organizacija shvaća svoju društvenu odgovornost i doprinosi poboljšanju društva, odnosno njegovom prosperitetu i razvoju. Kao pojam pojavljuje se sredinom 20. stoljeća i podrazumijeva predanost menadžmenta da izabere i poduzme akcije koje su dobre za društvo i organizaciju. Aktivnosti društveno odgovornog poslovanja mogu se podijeliti u sljedeće:

⁶ Broom, G.M. Cutlip & Center's Učinkoviti odnosi s javnošću, Mate, Zagreb, 2010., str. 131.

⁷ Skoko, B. Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću, Millenium promocija, Zagreb, 2006., str. 133.

- sprječavanje i rješavanje problema zajednice u kojoj organizacija djeluje (npr. rješavanje ekoloških problema),
- poboljšanje obrazovanja, umjetnosti, sporta i zdravlja društvene zajednice koja ih okružuje,
- doprinos rješavanju društvenih problema,
- poboljšanje zajednice i
- poboljšanje vladine uprave omogućujući svojim menadžerima i stručnjacima uključivanje u vladine pozicije.⁸

Svaka profesija treba ispuniti očekivanja i moralne obveze na razini društva. Dužnost služenja društvu odnosi se i na pojedinačne zaposlenike i na cijelu profesiju. To ukazuje da će stručnjak koji se pravilno ponaša uzeti u obzir dobrobit društva kao cjeline dok pomaže klijentima u rješavanju problema. Društveno odgovorni odnosi s javnošću imaju sljedeće glavne pozitivne značajke:

- poboljšati profesionalnu praksu kodificiranjem etičkog ponašanja i standarda postupanja i osiguranja njihovog ponašanja,
- poboljšati ponašanje organizacija naglašavajući potrebu za javnim odobrenjem,
- služiti javnom interesu dopuštajući svim zainteresiranim stranama da budu jasne javnosti,
- da služe segmentiranom, raštrkanom društvu koristeći komunikaciju i posredovanje za zamjenu dezinformacija informacijama, a neslogu s razumijevanjem, te
- ispuniti svoju društvenu odgovornost za promicanje ljudske dobrobiti pomažući društvenim sustavima da se prilagode promjenjivim potrebama i okolišu.⁹

⁸ Tipurić, D. Nadzorni odbor i korporativno upravljanje, Sinergija, Zagreb, 2006., str. 352.

⁹ Broom, G.M. Cutlip & Center's op.cit., str. 132.

2.3. Etički kodeks

Često se naglašava razlika između etičkih kodeksa, kodeksa ponašanja i kodeksa normi i pravila koja reguliraju ponašanje dužnosnika u suvremenoj literaturi. Etički kodeksi navode ključne vrijednosti i načela. Oni su općeg karaktera, uglavnom su apstraktni i ne bave se primjenom zadanih vrijednosti u specifičnoj situaciji. Nasuprot tome, kodeksi ponašanja postavljaju određene standarde ponašanja koji pokazuju da se određena načela i vrijednosti trebaju primjenjivati u praksi i pokušati predvidjeti i spriječiti neka neprihvatljiva ponašanja. S druge strane, ako kodeksi ponašanja opisuju rad na poslu, etički kodeksi su opći vodiči za odlučivanje o tim akcijama. Najviši stupanj konkretnosti imaju kodeksi normi i pravila koji postavljaju zahtjeve za ponašanje dužnosnika i sadrže sankcije u slučaju kršenja tih uvjeta.¹⁰ U praksi, mnogi kodeksi ponašanja pokazuju obilježja etičkih kodeksa i variraju u opsegu, od minimalističkog do vrlo opsežnog.

Riječ „etički kodeks“ dolazi od grčke riječi „ethos“ koja znači ćud, ponašanje, običaj i latinske riječi „codex“ koja znači zakonik, a pod etičkim kodeksom podrazumijeva se sustav pravila koja reguliraju moralne, odnosno etičke standarde ponašanja i koji služe kao kriterij za razlikovanje dopuštenih od nedopuštenih činova.¹¹ Da bi profesija mogla postići određeni status u društvu, potrebno je da sama organizacija bude vođena korpusom profesionalnih normi koje se obično nazivaju etičkim kodeksima.¹²

Etički kodeks je, u najopćenitijem smislu, pravilo poželjnog ponašanja koje se temelji na vrijednostima, načelima i pravilima odgovornog poslovanja i ponašanja organizacije. Također je najrazvijenija i najistaknutija komponenta upravljanja poslovnim etikom u svjetskoj poslovnoj praksi, iako usvajanje etičkog kodeksa je usvajanje minimalnih standarda u etičkom upravljanju. Mnogi priznaju da usvajanjem etičkog kodeksa dolazi do vladavine morala u struci. Međutim, kodeksi pokazuju da većina vođa i članova iskreno želi poboljšati etičke standarde i definirati kriterije za procjenu individualnog ponašanja. No, treba imati na umu da sam kodeks ne znači mnogo ako ga ne slijede odgovornost, obrazovanje i provedba u praksi.

¹⁰ Marčetić, G. Etički kodeksi i etika javnih službenika, Hrvatska i komparativna javna uprava, časopis za teoriju i praksu javne uprave, 2013., str. 505.

¹¹ Vojković, Ž. Etički kodeks državnih službenika, Hrvatska i komparativna javna uprava, 2007., str. 1028.

¹² Cutlip, S.M., Center, A.H., Broom, G.M. Odnosi s javnošću, Mate, Zagreb, 2003., str. 165.

Slika odnosa s javnošću kao profesije često je nepravedno negativna, a razlog je neprofesionalno i neetično postupanje nekih pojedincima unutar struke.¹³ Niz neetičkih primjera iz prakse postupno degradira kredibilitet, vrijednost i imidž u području odnosa s javnošću. Kao rezultat toga, sve više stručnjaka naglašava važnost etičkih kodeksa u području javnih odnosa. Danas ipak većina ljudi prihvaća da se moraju pridržavati određenih temeljnih moralnih pravila. Njihovo kršenje može rezultirati različitim sankcijama, od neodobravanja i ostracizma do najtežeg pravnog kažnjavanja. U svakom zanimanju postoje stvari koje se rade i one koje se ne rade, a ljudi uče u hodu, ali onaj koji krši običaje prečesto riskira biti „izbačen“ iz organizacije.

Onog trenutka kada je neki kodeks usvojen, već tada najčešće postoji zakon, ali sastavljači kodeksa istodobno osjećaju njegovu nedostatnost i njegove opasnosti. Ono što oni sastavljaju nije zakon, kojeg bi se svi trebali bezuvjetno i poslušno držati, već jedan oblik podsjetnika čije postojanje pretpostavlja da određena osoba posjeduje određeni moralni osjećaj.¹⁴

U svakoj organizaciji kodeks ima za cilj ukloniti varalice i šarlatane, on informira javnost o profesiji i signalizira da ona ima svoja pravila ponašanja. Dok s jedne strane proširuje svoj kredibilitet, s druge strane jamči odanost svojih klijenata. Isto tako stvara određenu solidarnost unutar grupe i održava ugled profesije, a time i njezin utjecaj. Među znanstvenicima i stručnjacima u području odnosa s javnošću uvijek postoji rasprava o etičkim kodeksima. Neki znanstvenici vjeruju da nije moguće osigurati usklađenost s kodeksom, pa se oslanjaju na dobrovoljnost, dok drugi vide kodeks kao nužnu polaznu točku za praksu.¹⁵

Kodeksi puno toga zabranjuju i malo toga propisuju jer je lakše dogovoriti se o greškama koje treba izbjegavati nego o vrlinama koje se moraju njegovati. Naime, kodeksi su izuzetno potrebni ne samo u promotivnim aktivnostima, već i u drugim oblicima tržišne aktivnosti.

¹³ Brautović, H., Brkan, D. Odnosi s javnostima i etički kodovi, MEDIANALI - znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva, 2009., str. 184.

¹⁴ Bertrand, C.-J. Deontologija medija, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007., str. 50.

¹⁵ Broom, G.M. Cutlip & Center's op.cit., str. 136.

3. OPĆENITO O MINISTARSTVU OBRANE RH

3.1. Temeljni podaci o MORH-u

Ministarstvo obrane Republike Hrvatske je središnje tijelo državne uprave Republike Hrvatske koje je zaduženo za poslove obrane, a ti poslovi su:

- planiranje razvitka sustava obrane, izrada i usklađivanje planova obrane i planova za druge izvanredne okolnosti;
- procjena ratnih i drugih opasnosti;
- ustrojavanje, opremanje, naoružanje, razvitak i uporaba Hrvatske vojske, proizvodnja i promet naoružanja i vojne opreme;
- pričuve proizvoda s posebnom namjenom za potrebe obrane, upravljanje i raspolaganje imovinom koja mu je povjerena;
- sustav uzbunjivanja i obavješćivanja;
- sustav vojne izobrazbe te znanstveno – istraživački rad za potrebe obrane;
- planiranje i provedba međunarodne vojne suradnje i poslova koji proizlaze iz preuzetih međunarodnih obveza Republike Hrvatske u području obrane;
- mjere sigurnosti i zaštite tajnih podataka obrane;
- planiranje i izrada mjera mobilizacije i pripravnosti, novačenje, popuna i mobilizacija oružanih snaga;
- sustav financiranja obrane i inspekcijski poslovi obrane.

Ministarstvo obrane ima sljedeće ustrojstvene jedinice:

- Kabinet ministra,
- Glavno tajništvo,
- Samostalni odjel za unutarnju reviziju,
- Samostalna služba za vojni zračni promet,
- Samostalna služba za odnose s javnošću i izdavaštvo,
- Samostalni sektor za javnu nabavu,
- Uprava za obrambenu politiku,
- Uprava za ljudske resurse,
- Uprava za materijalne resurse,

- Uprava za informacijske sustave, financije i proračun,
- Inspektorat obrane i
- Samostalni odjel za potporu Vojnom ordinarijatu u Republici Hrvatskoj.

U okviru Ministarstva ustrojen je i Glavni stožer Oružanih snaga Republike Hrvatske kao združeno tijelo Oružanih snaga nadležno za zapovijedanje, pripremu i uporabu Oružanih snaga Republike Hrvatske. Vojna sigurnosno – obavještajna agencija je ustrojstvena jedinica Ministarstva za planiranje i provođenje potpore Ministarstvu i Oružanim snagama Republike Hrvatske za izvršenje zadaća obrane opstojnosti, suvereniteta, neovisnosti i teritorijalne cjelovitosti Republike Hrvatske. Na čelu ministarstva je ministar obrane, a po potrebi mogu ga mijenjati zamjenik/ca ministra i pomoćnici ministra, sukladno njegovoj Odluci.¹⁶

3.2. Odnosi s javnošću u MORH-u

Samo značenje odnosa s javnošću kao i javne vlasti je često ne shvatljiv kao ni to kakav bi profil osoba trebao raditi u odnosima s javnošću i s kojim ciljem. Zaboravlja se što je cilj odnosa s javnošću neke organizacije ili institucije, a to je upravljanje ugledom i vjerodostojnošću neke organizacije ili institucije, a on se lako i brzo gubi, a teško i mukotrpno stječe. Najčešći „grijesi“ u radu u odnosima s javnošću neke organizacije ili institucije jesu:

- funkcionalna kratkovidnost (ogleda se kao izostanak vrednovanja mogućnosti odnosa s javnošću u učinkovitom upravljanju);
- filozofija „odvrtanja i zavrtanja“ (obraćanje odnosima s javnošću samo kada se uvidi potreba);
- brzopletost (započinjanje aktivnosti bez ispitivanja javnog mnijenja);
- lokalna anestezija (pokušaj rješavanja problema na lokalnom nivou);
- nervoza (vjerovanje u javno mišljenje samo kada je pozitivno i povoljno za nas); jednokratni komunikacijski tik (komuniciranje samo kada se ono ne može izbjeći, npr. u godišnjem izvješću);

¹⁶ Ministarstvo obrane Republike Hrvatske | MORH, <https://www.morh.hr/>, 10.09.2019.

- varka sjene (često vlada mišljenje da se svaka organizacija može učiniti nevidljivom kad god to ona poželi).¹⁷

Kod državne uprave i u javnim službama, tj. u odnosima s javnošću javne vlasti ima nerazumne uporabe resursa za odnose s javnošću, a njihovim bi glasnogovornicima/nicama često više odgovarao naziv zaštitnik od javnosti (public relationship protector). Danas je kod planiranja komunikacije neophodno istraživanje, bilo da se radi o formalnim ili neformalnim istraživanjima, te da se znaju dosezi u zaključivanju koji proizlaze iz određenog tipa istraživanja. To je posebno važno jer je medijski prostor ili vrijeme skupo. Glasnogovornik/nica je „zvijezda“ odnosa s javnošću. On ili ona trebaju biti stalno dostupni novinarima, moraju biti upućeni u trajnije stavove svoje organizacije jer odjednom rade tri stvari: informiraju, zastupaju i posreduju, a često trebaju trenutno reagirati. Osim navedenoga glasnogovornik/nica će medijski pripremiti i organizirati medijske treninge za čelne ljude organizacije. Kod glasnogovornika vojske i policije često je u komunikaciji prisutno previše stručnih i vojnih ili policijskih termina.

Odnosi s javnošću u vojsci mogu slijediti opće naputke struke uz neke specifičnosti. Strateški pregled obrane definira odnose s javnošću MORH-a i OS RH kao: “Aktivan pristup informiranju i odnosima s javnošću zamijenit će praksu reagiranja, osiguravajući pozitivnu sliku obrambenog sustava u javnosti. Informiranost dužnosnika i građana RH, partnera u okviru međunarodne obrambene suradnje te pripadnika obrambenog sustava RH o zbivanjima u obrambenom sustavu i ciljevima obrambene politike bit će u funkciji potpore reformskim procesima.”

U vojsci se nešto više pozornosti poklanja unutarljivoj komunikaciji. Cilj odnosa s unutarljivoj javnošću ili unutarljeg komuniciranja jest pozitivna identifikacija djelatnika s organizacijom ili institucijom. Svaki djelatnik mora imati osjećaj da je njegovo djelovanje bitno i da se cijeni. Unutarljive vojno komuniciranje jest organizirani proces prikupljanja podataka i informacija, njihova odabira i oblikovanja, te prenošenja i korištenja za potrebe vojske u svrhu njezina djelovanja.¹⁸

Kako je vojska kao institucija državna i javna služba, rad vojske nadziru nacionalni, lokalni i međunarodni mediji. Nacionalna obrana kao javno dobro ne može

¹⁷ Black, S. Odnosi s javnošću, CLIO, Beograd, 1997., str. 14.

¹⁸ Sapunar, M. i Beš, I. Vojno komuniciranje, Hrvatsko vojno učilište “Petar Zrinski”, Zagreb, 1995., str. 44.

na duži rok podnijeti negativno javno mišljenje, bez većeg narušavanja javnog interesa. Zato su odnosi s javnošću oružanih snaga zahtjevniji i traže punu profesionalnost. U djelovanje vojnih odnosa s javnošću prema vanjskim javnostima može se kao važne uvrstiti odnose s medijima i odnose s lokalnom zajednicom. Rad vojske prate zainteresirane (vanjske) javnosti u svakoj zemlji. Javnost se u svakoj zemlji, odnosno društvu, uglavnom može podijeliti na sljedeći način:

- zainteresirana javnost domoljubnih pobuda
- zainteresirana javnost veteranske populacije
- zainteresirana javnost potencijalnih pripadnika OS
- zainteresirana znanstveno–stručna javnost
- zainteresirana gospodarska javnost
- zainteresirana politička javnost.

Odnosi s javnošću i izgradnja identiteta vojske počinju od pojedinačnog vojnika do najviših zapovjednika, ministarstva obrane, ministra obrane i predsjednika države, a sve obično koordinira jedna centralna služba za odnose s javnošću ministarstva obrane. Komunikacijske sposobnosti sustava obrane koncentrirane su u ministarstvima obrane i oružanim snagama, a u posljednje vrijeme gotovo isključivo u ministarstvima obrane. Rezultat rada odnosa s javnošću u vojsci jest javni ugled institucije.

Vojne postrojbe žive i rade u lokalnim sredinama, a manje sredine često se blagonaklonije odnose prema vojnim postrojbama i vojnom osoblju. Veća vojna postrojba može biti gospodarski generator jedne sredine. No, vojna postrojba i njezine vojne instalacije mogu biti i opterećujući faktor u odnosima lokalne sredine i oružanih snaga. Tome može pridonijeti i nepoznavanje karaktera opasnosti koje mogu prouzročiti oprema i ubojita sredstva koja se skladište u blizini vojne postrojbe ili vojarne. Negativan odnos lokalne sredine prema vojnim snagama ili pak incidenti koji se mogu dogoditi mogu se ubrzo prenijeti i na opće mnijenje o vojsci. Vojska, naravno u okviru mogućeg, treba logistički pomoći lokalnoj zajednici u akcijama i projektima lokalne zajednice. Treba planirati sredstva za suradnju s lokalnom zajednicom, kao što se planiraju sva druga sredstva u oružanim snagama. Odnosi vojske s lokalnom sredinom moraju biti iskreni i neprekinuti, što znači da komunikacijski kanali trebaju biti stalno otvoreni. Treba dodati da vojne službe odnosa s javnošću redovito nastoje

njegovati dobar odnos i s lokalnim medijima, te im redovito slati obavijesti za koje je lokalna zajednica zainteresirana. Naime, uz odnos s medijima odnosi s lokalnom zajednicom najvažniji su oblik odnosa oružanih snaga i vanjskih javnosti.

Odnose vojske i stručne javnosti možemo shvatiti kao odnos vojske i onog dijela stručne javnosti koja se bavi temama sigurnosti, obrambenim politikama, obrambenim i oružnim sustavima. U svijetu često dolazi do proliferacije znanstvenika za oblikovanje obrambenih politika, ali i regrutacije pripadnika oružanih snaga u znanost. Isto tako se osnivaju instituti ili centri za sigurnosne studije koji se bave znanstvenim istraživanjima i obrazovnim aktivnostima na području sigurnosnih studija. Te znanstvene institucije imaju za cilj provođenje kontinuiranih znanstvenih istraživanja iz područja sigurnosti čiji rezultati trebaju dovesti do boljeg razumijevanja sigurnosnih pojava i procesa, i podizanja razine sigurnosne kulture građana. U vojnom obrazovanju, posebno u onom višem, kao na primjer u RH u Zapovjedno stožernoj školi i u Ratnoj školi treba organizirati stjecanja znanja o javnim politikama, protežnosti javnosti i medijima, i to zbog dva razloga: zbog standarda koji vrijedi za javnu vlast i za obrambeni sustav, ali i sve izraženijeg prožimanja vojne komponente i informacijske komponente, tj. sve snažnijeg utjecaja medija na vođenje oružanih sukoba.¹⁹

Krizno komuniciranje u oružanim snagama može se događati kada vojska sudjeluje u rješavanju ili suzbijanju krize u skladu sa svojim zadaćama ili društvenom ulogom. Ali OS mogu postati sudionikom krize bilo da sudjeluju u njezinu prevladavanju ili da su one same predmetom krize. Krizno se komuniciranje planira i uvježbava u više mogućih scenarija, jer je najvažnija reakcija u prvim satima krize. Upravljanje temama je organizacijska sposobnost praćenja i analiziranja poslovnih i društvenih zbivanja, te uočavanja prevladavajućih tema. To je proaktivni strategijski proces identificiranja, ocjenjivanja, predviđanja u cilju odgovaranja na javna pitanja koje utječu na odnos organizacije ili institucije i njezinih javnosti. Kada se dovoljno rano identificiraju teme, one se mogu povoljno iskoristiti ili oslabjeti ako su nepovoljne. Često se početnim uočavanjem trendova štedi vrijeme i novac i mogu izbjeći kasnija višestruko skuplja rješenja u rješavanju nepovoljne situacije. Tako se može doći do optimalnih obrambenih politika (defence policy).

¹⁹ Marinac, D. Javnost i oružane snage, Hrvatski vojnik, br.63, 2005., www.hrvatski-vojnici.hr/hrvatski-vojnici/0632005/javnost.asp, 27.07.2019., str. 284.

Odnosi s javnošću kao upravljiva funkcija i funkcija upravljanja djeluju poput svjetionika, a svojim otvoreno sustavskim i simetričnim pristupom, a posebno ekološkim pristupom pomažu instituciji u promjenama i prilagodabama, omogućujući joj ostvarenje društvene zadaće u uvjetima stalne promjene. Moderno vojno djelovanje sažima vrijeme planiranja i izvođenja operacije, teži reakciji u realnom vremenu te zahtjeva da i interakcija s javnošću bude takva. Moderan sustav vođenja i zapovijedanja po standardu C4I (command, control, communication, computer, intelligence), tj. povezanost zapovjednih, upravljačkih, komunikacijskih, računalnih, obavještajnih informacija daje elemente za odlučivanje, odnosno zapovijedanje. U skladu s tim aktivnosti odnosa s javnošću dijele se na: definiranje problema istraživanja, planiranje i kreiranje programa, poduzimanje akcije i komuniciranje, te procjenu programa.²⁰

Vojska ne može na duži rok izvršavati svoju društvenu ulogu bez odgovarajuće javne potpore. S druge strane, izloženost interesu javnosti svakoj instituciji daje refleks za učinkovitošću, a javnoj službi za služenjem javnosti. Stabilna javna potpora u javnom interesu sužava prostor za politizaciju bilo koje državne institucije, pa tako i vojske, dajući joj potreban mir za zahtjevne zadaće koje su po mnogočemu karakteristične samo za nju. Zato se slobodno može reći da se vojska kao institucija u modernom demokratskom društvu najbolje razvija između političkog, društvenog ili javnog nadzora, u interesu javnosti i brige državnih institucija i društva za njezin razvoj i društvenu ulogu obrane, kao javnog dobra.

3.3. Značajke etičkih kodeksa državnih službenika

Ovim etičkim kodeksom definirana su pravila ponašanja državnih službenika i etička načela na temelju kojih državni službenici djeluju u obavljanju svojih službenih dužnosti.²¹ Etički kodeks državnih službenika sadrži sljedeća poglavlja: Opće odredbe, Etička načela, Odnosi službenika prema građanima, Međusobni odnosi državnih službenika, Imenovanje povjerenika za etiku, Prava i obveze povjerenika za etiku, Podnošenje pritužbe, Ispitivanje osnovanosti pritužbe, Zaštita povjerenika za etiku, Središnje tijelo državne uprave nadležno za službeničke odnose, Etičko povjerenstvo,

²⁰ Marinac, D. op.cit., str. 285.

²¹ Etički kodeks državnih službenika, NN 40/11, 13/12

Javnost etičkog kodeksa, Posebni etički kodeksi, Prijelazne i završne odredbe i Stupanje na snagu.

Članak 8. sadrži smjernice za ponašanje dužnosnika u javnim nastupima koje je izneseno u nastavku. U svim oblicima javnih nastupa i aktivnosti u kojima predstavlja državno tijelo, državni službenik je dužan da iznese stavove državnog tijela koji moraju biti u skladu s propisima, dobivenim ovlastima, stručnim znanje i Etičkim kodeksom. Ovdje je vrlo važno ukazati na Etički kodeks državnih službenika kroz koji se mora voditi državni službenik. Pri iskazivanju stavova državnog tijela i osobnih stavova, državni službenik je dužan brinuti se o ugledu državne službe i osobnom ugledu. To znači da nikako ne smije ugroziti ugled državne službe i, u konačnici, svoj osobni ugled. U javnim nastupima koji ne predstavljaju državno tijelo, a koje se na bilo koji način odnose na poslove u okviru državnih tijela ili poslova radnog mjesta, državni službenik ne može otkriti informacije koje bi mogle ugroziti ugled državne službe i ugroziti povjerenje građana u rad državnih tijela i ako je otkrivanje takvih podataka povreda dužnosti čuvanja službene tajne ili ako je u suprotnosti s drugim zakonom zaštićenim interesima građana i pravnih osoba. U javnim nastupima u kojima nije državno tijelo, a koji nisu u vezi s državnom službom ili sferom nadležnosti državnog tijela u kojem je službenik zaposlen, službeniku nije potrebno odobrenje šefa državnog tijela za medijske nastupe, ali moraju obratiti pozornost na ugled državne službe i osobni ugled.

3.4. Etički kodeks vojnih osoba Hrvatske vojske

Etičkim kodeksom vojnih osoba Hrvatske vojske (djelatni vojnik/mornar, djelatni dočasnik, djelatni časnik, vojni specijalist, pričuvnik – u daljnjem tekstu: hrvatski vojnik) utvrđuju se etička načela koja hrvatski vojnik primjenjuje u službi i izvan službe. Etički kodeks definira i odražava temeljna moralna načela i ljudske vrijednosti prema kojima se hrvatski vojnik treba ravnati u svom profesionalnom, javnom i privatnom djelovanju. Etički kodeks je popis univerzalnih civilizacijskih normi koje odlikuju hrvatskog vojnika čime se jača povjerenje građana, inspirira pripadnost i razvija zajednički identitet i duh pripadnika Hrvatske vojske te jača homogenost i prepoznatljivost Hrvatske vojske kao pouzdanog čimbenika sigurnosti Republike Hrvatske.

Svrha ovog etičkog kodeksa je podizanje svijesti hrvatskog vojnika o važnosti poštivanja etičkih načela i etičkog ponašanja, u službi i izvan nje.

Vojna etika proizlazi iz tisućljetne vojne tradicije hrvatskog naroda, hrvatske kulture, običaja i baštine, kao i iz univerzalnih moralnih vrijednosti te počiva na temeljima domoljublja osvjedočenog tijekom stalne borbe hrvatskog naroda za slobodu, posebno u Domovinskom ratu te dokazanog kroz doprinos hrvatskih vojnika očuvanju mira, stabilnosti i sigurnosti sudjelovanjem u misijama i operacijama diljem svijeta. Hrvatska vojska je nedjeljiv dio hrvatskog društva. Hrvatski vojnik ulaže sve svoje sposobnosti, uključujući i vlastiti život, u cilju obrane Domovine i njezinih građana, postupajući u skladu s etičkim kodeksom te poštujući norme hrvatskog i međunarodnog prava.

Temeljna načela i vrijednosti koja se promoviraju ovim Etičkim kodeksom su slijedeća:

- domoljublje,
- čast i poštenje,
- dostojanstvo,
- odgovornost,
- požrtvovnost i ustrajnost,
- odvažnost i
- odanost.²²

Hrvatski vojnik voli svoju domovinu, poštuje i brani njene simbole i vrijednosti, uvijek je spreman štiti svoje građane i svoju domovinu Hrvatsku. On drži do svoje riječi, časti i ugleda, a svojim primjerom i ponašanjem štiti čast i ugled Hrvatske vojske. Njega krasi poštenje i nesebičnost, a u radu i osobnom životu vodi se moralnim načelima i vrijednostima ne nanoseći štetu drugima u cilju stjecanja osobne koristi. Svojim djelima pokazuje da su dobrobit kolega i potrebe zajednice uvijek ispred njegovih vlastitih probitaka. Nikako ne smije iskorištavati svoj čin ili položaj za osobni probitak ili korist te isto tako u obavljanju privatnih poslova ne smije se koristiti autoritetom radnog mjesta. Mora u potpunosti čuvati svoje dostojanstvo i poštivati

²² Etički kodeks vojnih osoba Hrvatske vojske, https://www.morh.hr/wp-content/uploads/2019/02/eticcki_kodeks_vo_hv_prosinac_2018.pdf, 02.08.2019.

dostojanstvo svojih podređenih i nadređenih te suradnika i svih drugih osoba. Također djeluje na razborit i siguran način poštujući pri tome vrijednost ljudskog života kao jednu od najviših vrijednosti. Prema svima se uvijek odnosi čovječno, moralno i u skladu s ovim kodeksom i etičkim vrijednostima hrvatskog društva. Osobnim primjerom, u radu i osobnom životu, potiče ostale na prihvaćanje istih načela i vrijednosti. Poštuje dostojanstvo protivnika, sa ranjenima i zarobljenima postupa humano. Također tretira i štiti jednako sve ljude bez obzira na njihovu rasu, boju kože, spol, jezik, vjeru, političko ili drugo uvjerenje, nacionalnost ili socijalno podrijetlo, imovinu, rođenje, naobrazbu, društveni položaj ili druge osobine. On sebe doživljava kao aktivnog čimbenika u obrani domovine i njezinih građana te sve svoje dužnosti izvršava odgovorno, s maksimalnom inicijativom, predanošću i marljivošću. Spreman je preuzeti odgovornost za izvršenje zadaća. Isto tako se kontinuirano usavršava te stalno usvaja nova znanja i vještine. Motiviran je, inovativan i kreativan te potiče druge pripadnike na postizanje izvrsnosti. Ima razvijenu svijest o sebi i svojoj ulozi u Hrvatskoj vojsci te izraženu samokontrolu.

U izvršavanju zadaća je požrtvovan, izvršava ih potpuno predano, nesebično, ne bojeći se i vlastite žrtve. Uvijek će ustrajati u realizaciji zadaće, pri čemu će činiti sve što je u njegovoj moći da postigne uspjeh, a svoje dužnosti izvršava odvažno i odlučno. U svim uvjetima spreman je suočiti se s izazovima, opasnostima i teškoćama. Izvršenje bilo koje zadaće, zaštita domovine i svih njenih građana njemu je ispred vlastite dobrobiti te će se hrabro i nepokolebljivo boriti do krajnjih granica svojih mogućnosti. On je odan svojoj domovini Hrvatskoj i svim njenim građanima i uvijek će djelovati kao „braća po oružju“ i bit će predani i odani jedni drugima i svojoj postrojbi. U borbenim djelovanjima, uvijek i svuda će i pod cijenu ugroze vlastitog života pružiti pomoć svojim suborcima. Niti jedan hrvatski vojnik nikada neće biti ostavljen na milost i nemilost protivniku, a svaki ranjeni bit će zbrinut na najbolji mogući način i smješten na sigurno. Tijelo svakog poginulog hrvatskog vojnika bit će vraćeno njegovoj obitelji ili će biti dostojno sahranjeno do trenutka kada će biti vraćeno njegovoj obitelji. Svaki pripadnik Hrvatske vojske treba biti upoznat sa sadržajem Etičkog kodeksa, pridržavati se odredbi, načela i vrijednosti Etičkog kodeksa te postupati i raditi u skladu s njima.

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE I ANALIZA REZULTATA

Istraživački se proces može promatrati kroz etape koje je potrebno proći da bi se došlo do željenih informacija. Etape tog procesa su navedene kako slijedi:

1. Definiranje problema i ciljeva istraživanja
2. Razvoj plana istraživanja
3. Prikupljanje informacija
4. Analiziranje informacija
5. Prezentiranje nalaza istraživanja
6. Korištenje nalaza istraživanja u odlučivanju.

U procesu prikupljanja informacija za donošenje odluka postoje dvije vrste podataka:

- ✓ Primarni podaci
- ✓ Sekundarni podaci

Primarni podaci prikupljeni su po prvi puta i specifični su za istraživanje koje je u tijeku, odnosno za specifičnu svrhu koja je u tom trenutku važna, izravno od osoba ispitanika koje predstavljaju jedinice istraživanja. Oni nisu već prethodno dostupni, nego se prikupljaju na inicijativu istraživača.

Sekundarni podaci su podaci koji su ranije prikupljeni u nekom drugom istraživačkom projektu, za neke druge potrebe. Oni su dostupni u izvještajima vlade, trgovačkih udruženja, javnim i sveučilišnim knjižnicama, istraživačkim organizacijama, poslovnim dnevnicima, enciklopedijama, itd. Prilikom izrade plana za prikupljanje primarnih podataka treba odlučiti o pristupima istraživanja, metodama kontaktiranja, planu uzorkovanja i instrumentima istraživanja.

Cilj ovog istraživanja je da se na temelju odgovora ispitanika, tj. zaposlenih u odnosima s javnošću u MORH-u, razmotri važnost etičkih kodeksa u svakodnevnoj praksi PR djelatnika MORH-a.

Definiranjem problema i utvrđivanjem cilja istraživanja u ovom završnom radu, pristupilo se prikupljanju primarnih podataka putem anketnog upitnika kako bi se dobili odgovori ispitanika na pitanja o educiranosti zaposlenika, njihovim stavovima o ulozi

etičkog kodeksa državnih službenika. Anketiranje je provedeno slučajnim odabirom i tako je odabran uzorak od 30 ispitanika

Anketni upitnik sastoji se od tri grupe pitanja. Rezultati istraživanja će prvenstveno pomoći praktičarima koji rade PR u MORH-u, a isto tako bi mogli pomoći stručnjacima u području etike i odnosa s javnošću, ali također i široj skupini ljudi, odnosno studentima koji bi na temelju provedenog istraživanja i analiziranih rezultata dobili uvid u važnost etičkog kodeksa u odnosima s javnošću u točno određenoj organizaciji, MORH-u.

4.1. Definiranje istraživačkih pitanja i hipoteza

1. U kojoj se mjeri ispitanici pridržavaju Etičkog kodeksa državnih službenika i Etičkog kodeksa vojnih službenika ?

2. U kojoj mjeri uloga Etičkog kodeksa vojnih službenika utječe na oblikovanje identiteta, imidža i ugleda MORH-a ?

3. U kojoj se mjeri ispitanici pridržavaju i poštuju načela Etičkog kodeksa Hrvatske udruge za odnose s javnošću ?

Hipoteza 1

Ispitanici se u potpunosti pridržavaju Kodeksa državnih i vojnih službenika.

Hipoteza 2

Etički kodeks vojnih službenika u velikoj mjeri utječe na oblikovanje identiteta, imidža i ugleda MORH-a.

Hipoteza 3

Ispitanici se u velikoj mjeri pridržavaju načela Etičkog kodeksa Hrvatske udruge za odnose s javnošću.

4.2. Definiranje uzorka istraživanja i varijabli istraživanja

Područje istraživanja su društvene znanosti. Temu „Etički kodeksi u odnosima s javnošću na primjeru Ministarstva obrane Republike Hrvatske“ moguće je sagledati s više područja kao što su marketing, politika, etika, javna uprava i odnosi s javnošću.

Etički kodeksi u odnosima s javnošću su nezavisne varijable, dok su zavisne varijable stajališta, mišljenje i percepcija ispitanika samoj ulozi etičkih kodeksa u odnosima s javnošću u MORH-u.

Uzorak u istraživanju biti će prigodni. Ispitanici su bili isključivo zaposlenici MORH-a, gdje je i zamišljeno da se provede anketno istraživanje. U anketno istraživanje odabrani su zaposlenici odnosa s javnošću u MORH-u.

Koristiti će se online uzorak pomoću internetskog cloud servisa Google Drive, tj. njihove usluge Forms. S obzirom na vrijeme, istraživanje će biti bazirano na sadašnjost, tj. trenutno stanje, stavovi i mišljenja ispitanika o etičkim kodeksima u odnosima s javnošću u MORH-u. Samo istraživanje će biti jednokratno u vremenskom periodu od tjedan dana.

4.3. Metode prikupljanja i obrade podataka

Metode koje su korištene u ovom završnom radu su metoda deskripcije, metoda indukcije i dedukcije, metoda analize i sinteze, metoda kompilacije te metoda anketiranja.

Putem anketnog istraživanja bit će istražena mišljenja i stavovi ispitanika dok će se u istraživanju koristiti kombinacija kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja. U istraživanju će biti korišteni primarni izvori podataka, odnosno izvori podataka koji su

dobiveni po prvi puta za svrhu pisanja ovog rada, a koji odgovaraju tematici etičkih kodeksa u odnosima s javnošću u MORH-u.

Anketa će sadržavati pitanja otvorenog i zatvorenog tipa (točno/netočno, odabir jednog ili više odgovora, komentar), a samo istraživanje će biti realizirano pomoću internetskog cloud servisa Google Drive, odnosno njihove usluge Forms pomoću kojeg će biti izrađena anketa. Anketni upitnik će se sastojati od tri kategorije. U prvoj kategoriji nalaziti će se socio – demografska pitanja (spol, dob, bračni status...). U drugoj kategoriji ispitanici će biti uvedeni u tematiku jednostavnijih pitanja koja se tiču etičkog kodeksa i odnosa s javnošću. U trećoj kategoriji će biti složenija pitanja kojima će se dotaknuti srž istraživanja etičkih kodeksa u odnosima s javnošću u MORH-u. Pitanja postavljena u anketi imaju cilj potvrđivanja hipoteza ovog završnog rada.

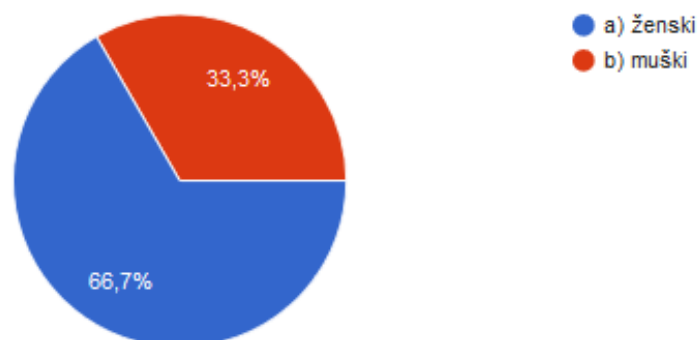
4.4. Rezultati istraživanja

U nastavku rada prikazani su rezultati istraživanja koje je provedeno u periodu od 12. do 18. kolovoza 2019. godine. Anketa je bila upućena na 40 osoba koje su zaposlene u odnosima s javnošću u MORH-u na području Republike Hrvatske. Od ukupno 40 ispitanika anketu je ispunilo 30 što ukazuje na to da je uzorak reprezentativan.

Grafikon 1. Spol ispitanika/ice

Spol

30 odgovora



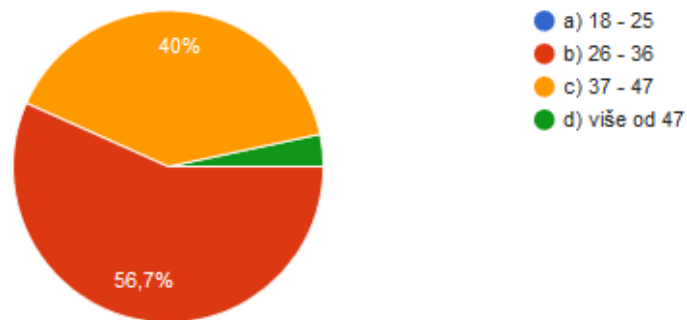
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Među ispitanim sudionicima istraživanja prevladavaju ispitanici ženskog spola (66,7%), dok su u manjoj mjeri zastupljeni ispitanici muškog spola (33,3%).

Grafikon 2. Dobna struktura ispitanika/ice

Dob

30 odgovora



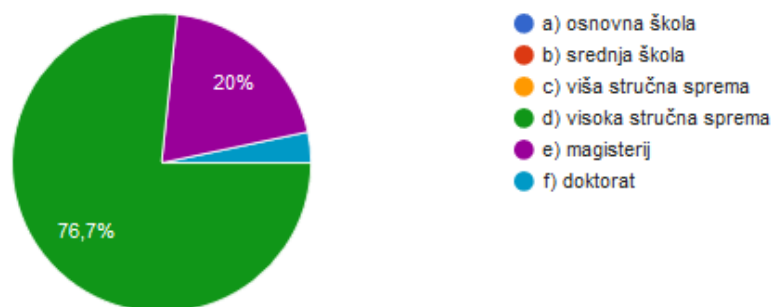
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Najveći broj ispitanika ima između 26 i 36 godina (56,7%), 40% ispitanika ima između 37 i 47 godina, a najmanji broj ispitanika ima više od 47 godina.

Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika/ice

Stupanj obrazovanja

30 odgovora



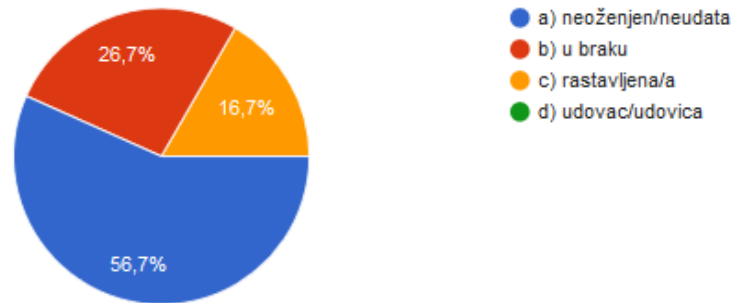
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Najveći broj ispitanika ima visoku stručnu sprema (76,7%), 20% ispitanika ima magisterij, a najmanji broj ispitanika ima doktorat. Očekivano je da najveći broj ispitanika ima završenu visoku stručnu sprema jer se to podudara s predviđenim kompetencijama i stupnjem obrazovanja koje je očekivano za stručnjake odnosa s javnošću.

Grafikon 4. Bračni status ispitanika/ice

Bračni status

30 odgovora



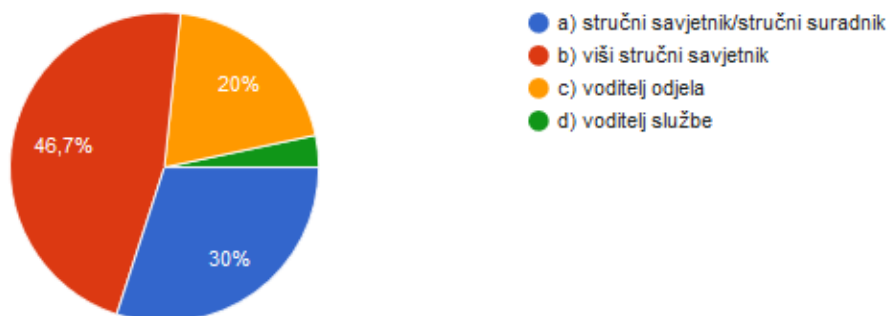
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

56,7 % ispitanika je neoženjeno/neudato, što je najveći broj ispitanika, 26,7% je u braku, a 16,7% ih je rastavljeno.

Grafikon 5. Pozicija u organizaciji ispitanika/ice

Pozicija u organizaciji

30 odgovora



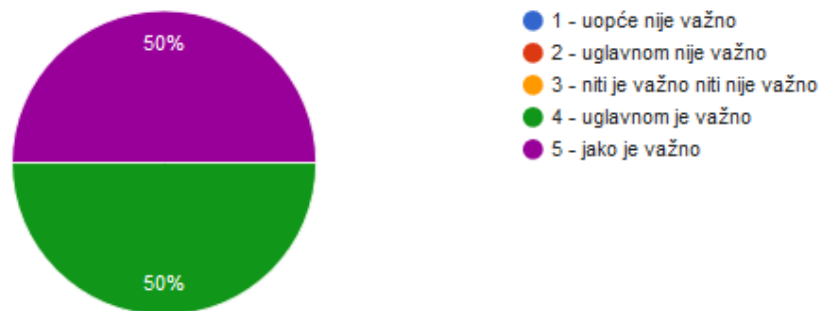
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Najveći broj ispitanika radi na poziciji višeg stručnog savjetnika (46,7%), 30% ispitanika radi na poziciji stručnog savjetnika/stručnog suradnika, 20% ispitanika su voditelji odjela, a najmanji broj ispitanika je voditelj službe.

Grafikon 6. Važnost etičnog ponašanja u suvremenom poslovnom svijetu ispitanika/ice

Važnost etičnog ponašanja u suvremenom poslovnom svijetu

30 odgovora



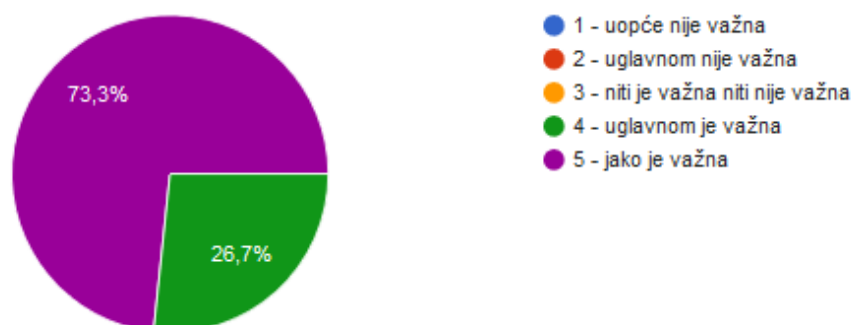
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Što se tiče mišljenja ispitanika koliko je važno etično ponašanje u suvremenom poslovnom svijetu, rezultati su podijeljeni na pola, što znači da je 50% ispitanika odgovorilo da je uglavnom važno etično ponašati se u suvremenom poslovnom svijetu, a drugih 50% je odgovorilo da je jako važno ponašati se etično u suvremenom poslovnom svijetu.

Grafikon 7. Važnost etike u odnosima s javnošću ispitanika/ice

Važnost etike u odnosima s javnošću

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

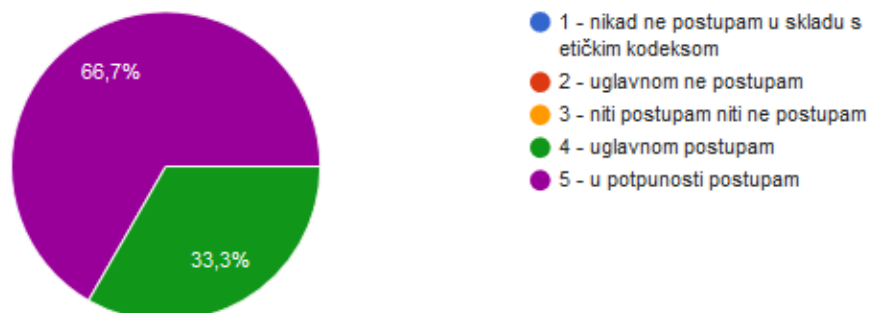
Najviše ispitanika smatra da je etika u odnosima s javnošću jako važna (73,3%), a 26,7% smatra da je uglavnom važna. Postoji mnogo razloga iz kojih bi etika i profesionalizam trebali obilježavati praksu odnosa s javnošću, ali su isto tako jednako važna obilježja i povjerenje, društvena odgovornost, ravnoteža moći i obaveza, izgradnja zajednice i rješavanje sukoba. Sam smisao odnosa s javnošću ogleda se u izgradnji i održavanju odnosa, a tu povjerenje igra veliku ulogu. Također je vrlo važno da organizaciju predstavlja osoba koja je prije svega etična i profesionalna.²³

²³ Tanta, I.; Lesinger, G. Etika struke odnosa s javnošću - utječu li odnosi s javnošću na novinarstvo u Republici Hrvatskoj?, In Medias Res, časopis filozofije medija, 2014., str. 541.

Grafikon 8. Osobno postupanje ispitanika/ice u skladu s etičkim kodeksom organizacije

Kako postupate osobno u skladu s etičkim kodeksom organizacije ?

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

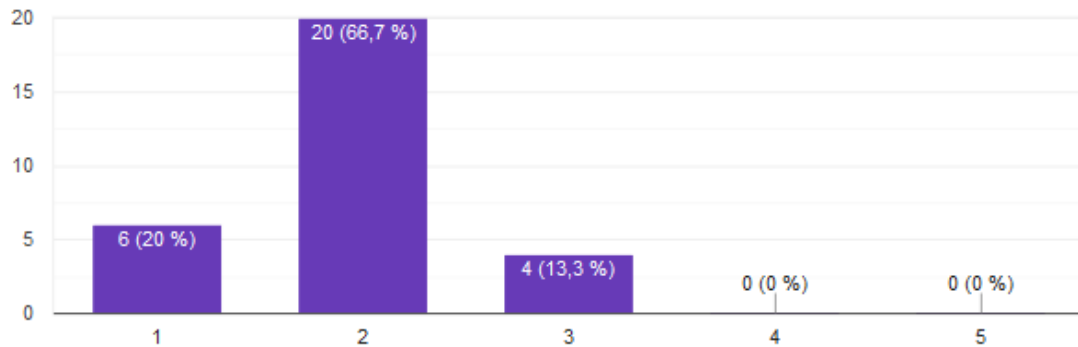
66,7% ispitanika u potpunosti postupa u skladu s etičkim kodeksom organizacije, dok 33,3% ispitanika uglavnom postupa s etičkim kodeksom organizacije.

Često je u istraživanjima stavova ispitanika upitna iskrenost davanja odgovora, ali može se zaključiti da su ispitanici ovog istraživanja svjesni važnosti postupanja u skladu s etičkim kodeksom organizacije i da u skladu s njima i postupaju. Ovaj podatak potvrđuje prvu hipotezu ovog istraživanja da se ispitanici u najvećoj mogućoj mjeri pridržavaju kodeksa državnih i vojnih službenika.

Grafikon 9. Prebacivanje greške na kolegu/suradnika

Prebacivanje greške na kolegu/suradnika

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

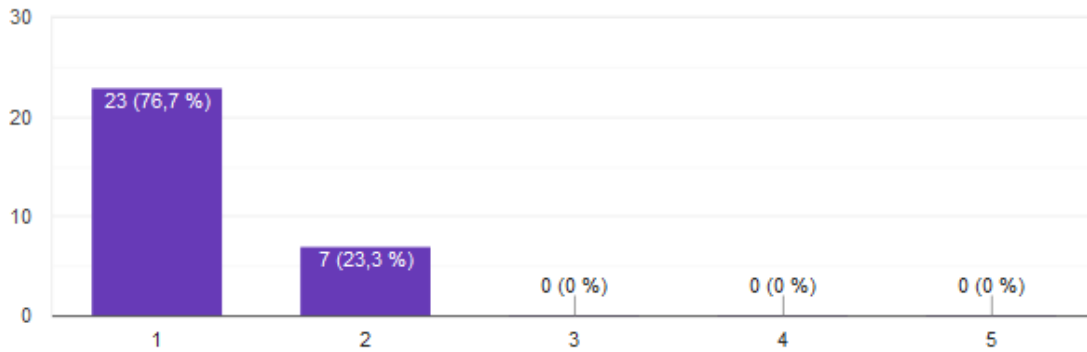
- 1 – jako neetična aktivnost
- 2 – neetična aktivnost
- 3 – niti etična niti neetična aktivnost
- 4 – etična aktivnost
- 5 – najmanje neetična aktivnost

Najviše ispitanika je odgovorilo da je neetično prebacivanje greške na kolegu/suradnika (66,7%), 20% ispitanika smatra da je jako neetično prebacivanje greške na kolegu/suradnika, a 13,3% smatra da je prebacivanje greške na kolegu/suradnika niti etično niti neetično.

Grafikon 10. Primanje mita

Primanje mita

30 odgovora



Legenda:

- 1 – jako neetična aktivnost
- 2 – neetična aktivnost
- 3 – niti etična niti neetična aktivnost
- 4 – etična aktivnost
- 5 – najmanje neetična aktivnost

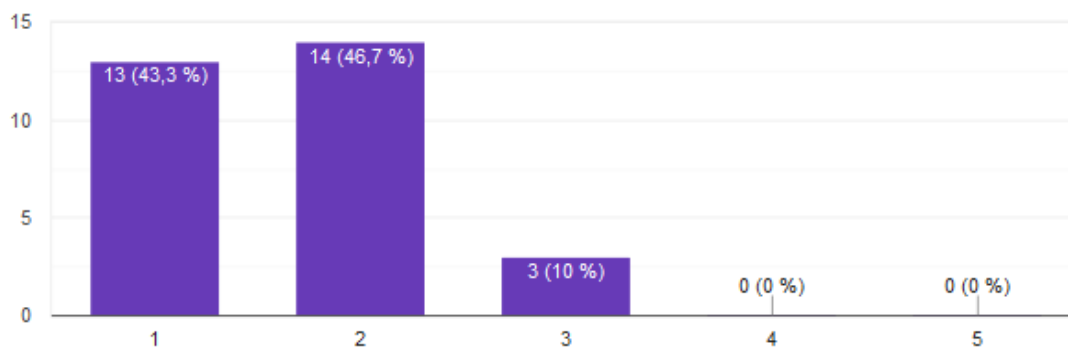
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Najveći dio ispitanika (76,7%) smatra da je primanje mita jako neetična aktivnost, dok 23,3% ispitanika smatra da je neetično primanje mita. Prema Etičkom kodeksu HUOJ načelo nulte tolerancije na korupcije ističe se važnost odgovornog poslovnog odnosa bez obzira na položaj i ovlasti pojedinca.

Grafikon 11. Prikrivanje tuđih pogrešaka

Prikrivanje tuđih pogrešaka

30 odgovora



Legenda:

1 – jako neetična aktivnost

2 – neetična aktivnost

3 – niti etična niti neetična aktivnost

4 – etična aktivnost

5 – najmanje neetična aktivnost

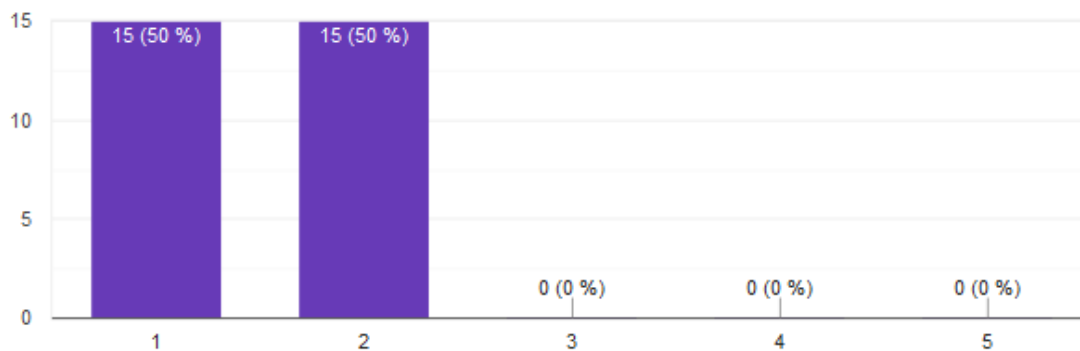
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

43,3% ispitanika odgovara da je jako neetična aktivnost prikrivanje tuđih pogrešaka, najviše ispitanika (46,7%) je odgovorilo da je neetično prikrivanje tuđih pogrešaka i 10% ispitanika smatra da je prikrivanje tuđih pogrešaka niti etično niti neetično.

Grafikon 12. „Namještanje/friziranje“ poslovnih izvješća

"Namještanje/friziranje" poslovnih izvješća

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

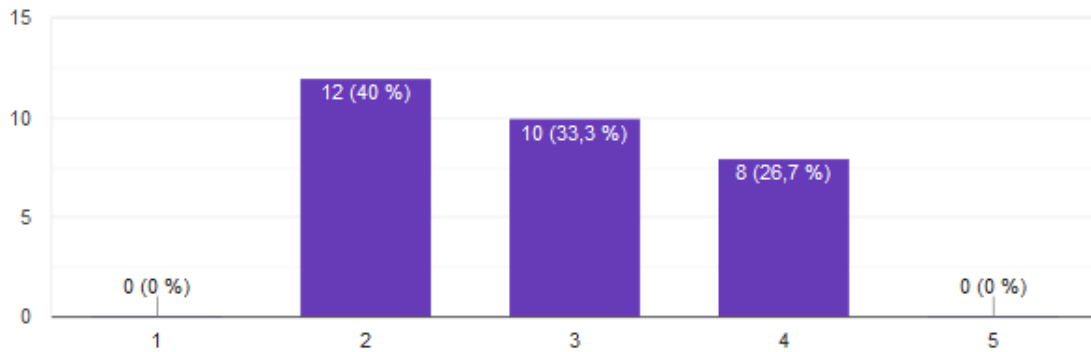
- 1 – jako neetična aktivnost
- 2 – neetična aktivnost
- 3 – niti etična niti neetična aktivnost
- 4 – etična aktivnost
- 5 – najmanje neetična aktivnost

50% ispitanika smatra da je jako neetično „namještanje/friziranje“ poslovnih izvješća i 50% ispitanika smatra da je neetično „namještanje/friziranje“ poslovnih izvješća.

Grafikon 13. Davanje darova ili usluga

Davanje darova ili usluga

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

- 1 – jako neetična aktivnost
- 2 – neetična aktivnost
- 3 – niti etična niti neetična aktivnost
- 4 – etična aktivnost
- 5 – najmanje neetična aktivnost

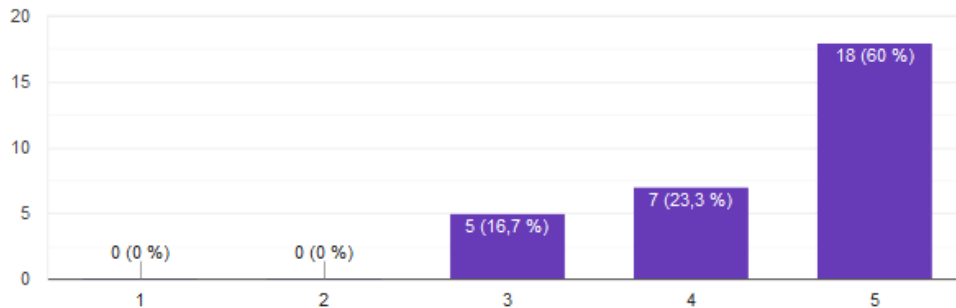
Najveći broj ispitanika (40%) smatra da je neetično davanje darova ili usluga, 33,3% ispitanika smatra da je davanje darova ili usluga niti etično niti neetično, dok 26,7% smatra da je etično davanje darova ili usluga.

Vidljive su razlike u odgovorima na ovo pitanje u usporedbi s pitanjem neetičnosti primanja mita gdje je 76,7% ispitanika odgovorilo da je aktivnost jako neetična. Odgovori o etičnosti davanja darova ili usluga su podijeljeni i nijedan ispitanik nije odgovorio da je jako neetično davanje darova ili usluga, a 40% njih smatra da je ta aktivnost niti etična niti neetična. Razlog takvih odgovora moguća je zbog regulative HUOJ koja govori kako vrijednost darova, nagrada, donacija, gostoprimstva i drugih vrsta izdataka neće prelaziti 500 kn niti će predstavljati bilo kakvu vrstu obaveze pa je moguće da su ispitanici ovu regulativu uzeli u obzir pri odgovaranju na pitanje.

Grafikon 14. Obavljanje osobnog posla u slobodno vrijeme

Obavljanje osobnog posla u slobodno vrijeme

30 odgovora



Legenda:

- 1 – jako neetična aktivnost
- 2 – neetična aktivnost
- 3 – niti etična niti neetična aktivnost
- 4 – etična aktivnost
- 5 – najmanje neetična aktivnost

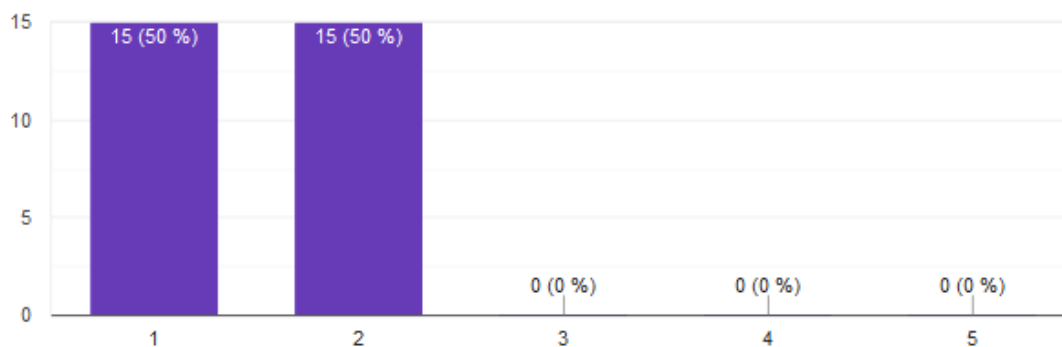
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

60% ispitanika, najveći dio, odgovorio da je najmanje neetična aktivnost obavljanje osobnog posla u slobodno vrijeme, 16,7% ispitanika smatra da je obavljanje osobnog posla u slobodno vrijeme niti etično niti neetično, a 23,3% ispitanika je odgovorilo da je etično obavljanje osobnog posla u slobodno vrijeme.

Grafikon 15. Otudivanje materijala i sredstava poduzeća

Otuđivanje materijala i sredstava poduzeća

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

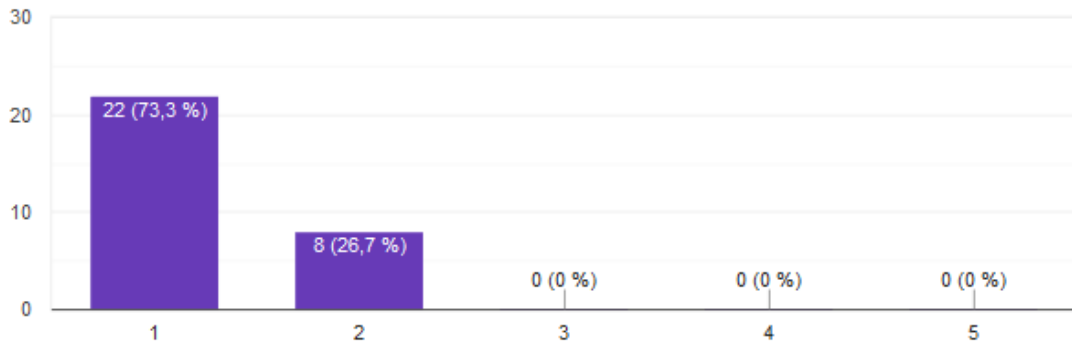
- 1 – jako neetična aktivnost
- 2 – neetična aktivnost
- 3 – niti etična niti neetična aktivnost
- 4 – etična aktivnost
- 5 – najmanje neetična aktivnost

50% ispitanika je odgovorilo da je jako neetična aktivnost otuđivanje materijala i sredstava poduzeća, a drugih 50% ispitanika je odgovorilo da je neetično otuđivanje materijala i sredstava poduzeća.

Grafikon 16. Odavanje povjerljivih informacija

Odavanje povjerljivih informacija

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

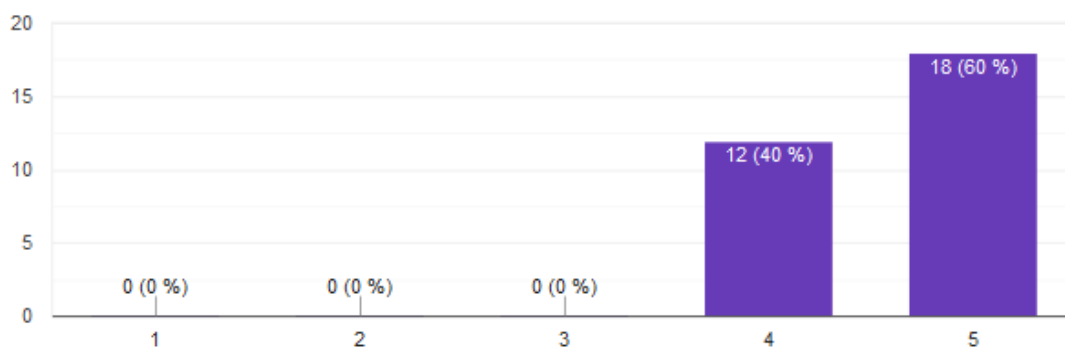
- 1 – jako neetična aktivnost
- 2 – neetična aktivnost
- 3 – niti etična niti neetična aktivnost
- 4 – etična aktivnost
- 5 – najmanje neetična aktivnost

73,3% ispitanika je odgovorilo da je jako neetična aktivnost odavanje povjerljivih informacija, a 26,7% ispitanika je odgovorilo da je neetično odavanje povjerljivih informacija. Prema normama i pravilima struke odnosa s javnošću bilo je očekivano da će svi ispitanici odgovoriti kako je odavanje povjerljivih informacija u potpunosti neetično.

Grafikon 17. Profesionalnost vojnih službenika

Vojni službenici se za profesionalno obavljanje zadaća obrazuju, stručno osposobljavaju i usavršavaju.

30 odgovora



Legenda:

- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem
- 5 – u potpunosti se slažem

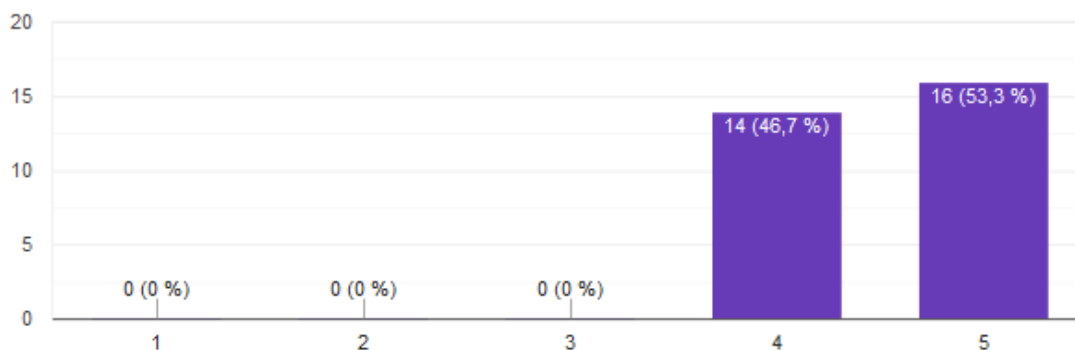
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

60% ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom da se vojni službenici za profesionalno obavljanje zadaća obrazuju, stručno osposobljavaju i usavršavaju, a 40% ispitanika se slaže s tvrdnjom da se vojni službenici za profesionalno obavljanje zadaća obrazuju, stručno osposobljavaju i usavršavaju.

Grafikon 18. Čuvanje podataka i informacija

Vojni službenici čuvaju podatke i informacije za koje su saznali u obavljanju poslova ili povodom obavljanja poslova te ih nepotrebno ne koriste i ne otkrivaju.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

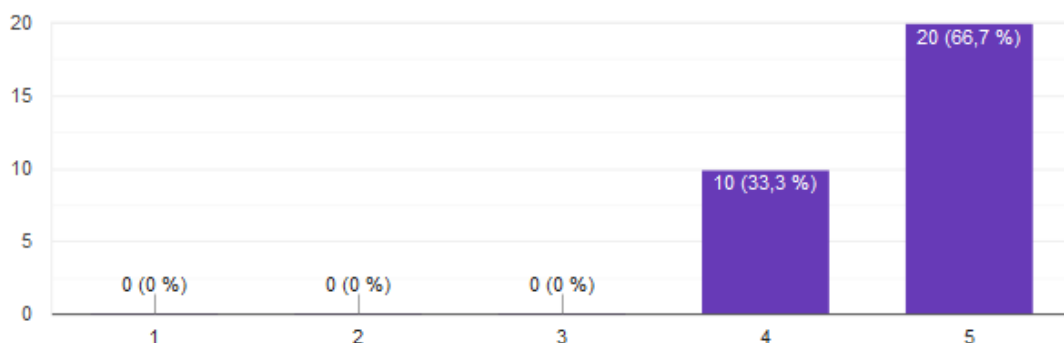
53,3% ispitanika se u potpunosti slažu s tvrdnjom da vojni službenici čuvaju podatke i informacije za koje su saznali u obavljanju poslova ili povodom obavljanja poslova te ih nepotrebno ne koriste i ne otkrivaju, a 46,7% ispitanika se slaže s tvrdnjom da vojni službenici čuvaju podatke i informacije za koje su saznali u obavljanju poslova ili povodom obavljanja poslova te ih nepotrebno ne koriste i ne otkrivaju.

Može se zaključiti da zaposleni u odnosima s javnošću u MORH-u su dovoljno educirani u području čuvanja informacija i podataka te o važnosti navedenog. Kod neposrednog kontakta s građanima odgovornost za uspješnost vojske leži pojedinačno na svako vojnom službeniku, a tu su izrazito važne vještine komuniciranja, profesionalni integritet i sveopće ponašanje u konkretnoj situaciji svakog vojnika, čime se stvara ukupna slika koju građani imaju o vojsci.

Grafikon 19. Odnosi između vojnih službenika

Odnosi između vojnih službenika temelje se na međusobnom poštovanju, uzajamnom i solidarnom pomaganju, kolegijalnosti, toleranciji, iskrenosti, međusobnom povjerenju i dostojanstvu, dobronamjernoj kritici i dobroj komunikaciji.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

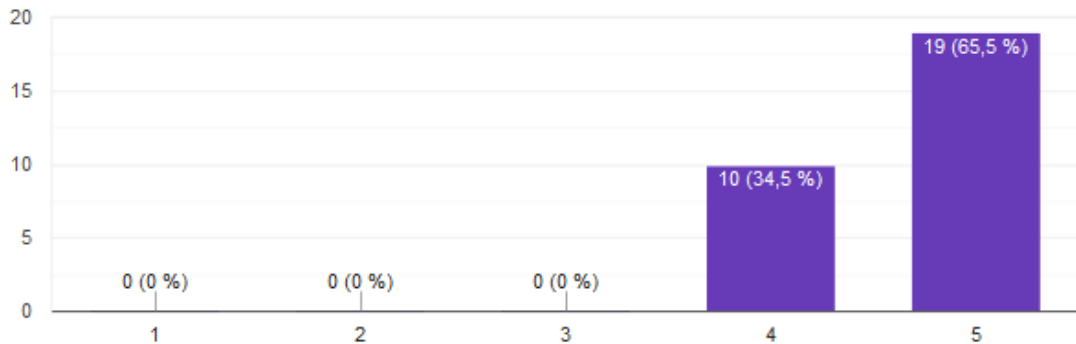
- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

66,7% ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom da se odnosi između vojnih službenika temelje na međusobnom poštovanju, uzajamnom i solidarnom pomaganju, kolegijalnosti, toleranciji, iskrenosti, međusobnom povjerenju i dostojanstvu, dobronamjernoj kritici i dobroj komunikaciji, a 33,3% ispitanika se slaže s tvrdnjom da se odnosi između vojnih službenika temelje na međusobnom poštovanju, uzajamnom i solidarnom pomaganju, kolegijalnosti, toleranciji, iskrenosti, međusobnom povjerenju i dostojanstvu, dobronamjernoj kritici i dobroj komunikaciji.

Grafikon 20. Postupanje u skladu s Etičkim kodeksom

Vojni službenici trebaju postupati u skladu s Etičkim kodeksom s čijim sadržajem su upoznati te su svjesni odgovornosti i moralnih posljedica povrede Etičkog kodeksa.

29 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

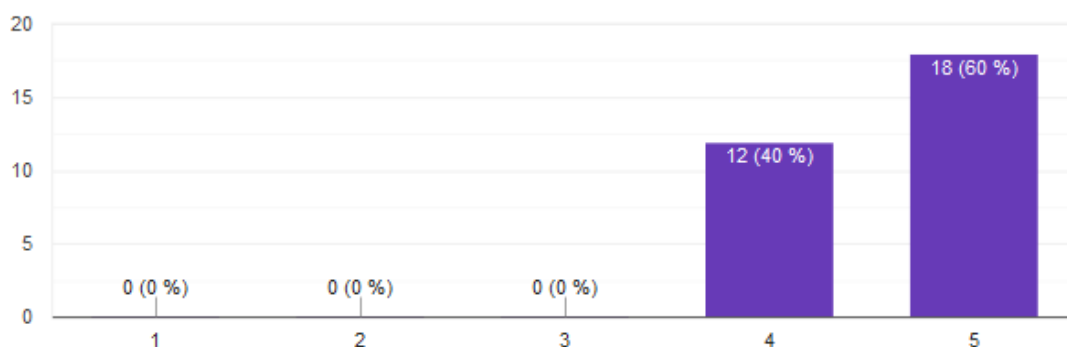
- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

65,5% ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom da vojni službenici trebaju postupati u skladu s Etičkim kodeksom s čijim sadržajem su upoznati te su svjesni odgovornosti i moralnih posljedica povrede Etičkog kodeksa, a 34,5% ispitanika se slaže s tvrdnjom da vojni službenici trebaju postupati u skladu s Etičkim kodeksom s čijim sadržajem su upoznati te su svjesni odgovornosti i moralnih posljedica povrede Etičkog kodeksa.

Grafikon 21. Osiguravanje naklonosti, ugleda i poštovanja

Vojni službenici javnim, zakonitim, stručnim, pravednim, uljudnim i korektnim radom osiguravaju naklonost, ugled i poštovanje u javnosti te prihvaćaju javnost kao oblik kontrole nad svojim radom.

30 odgovora



Legenda:

1 – u potpunosti se ne slažem

2 – ne slažem se

3 – niti se slažem niti se ne slažem

4 – slažem se

5 – u potpunosti se slažem

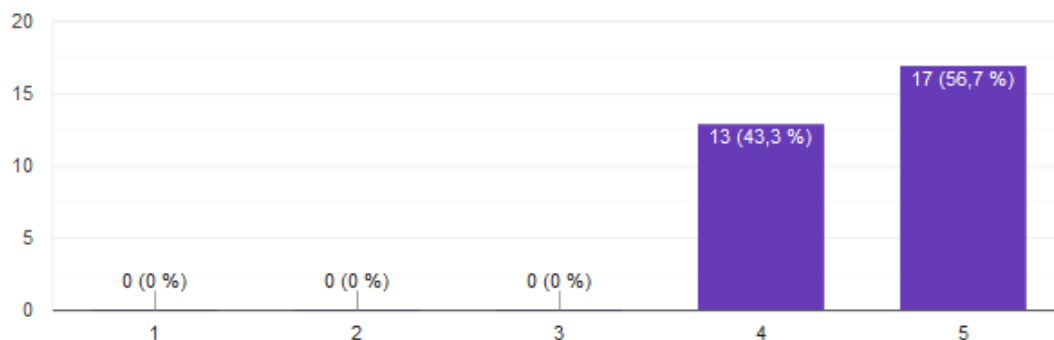
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

60% ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom da vojni službenici javnim, zakonitim, stručnim, pravednim, uljudnim i korektnim radom osiguravaju naklonost, ugled i poštovanje u javnosti te prihvaćaju javnost kao oblik kontrole nad svojim radom, dok 40% ispitanika se slaže s tvrdnjom da vojni službenici javnim, zakonitim, stručnim, pravednim, uljudnim i korektnim radom osiguravaju naklonost, ugled i poštovanje u javnosti te prihvaćaju javnost kao oblik kontrole nad svojim radom.

Grafikon 22. Uloga etičkih kodeksa i jačanje identiteta MORH-a

Uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda se u jačanju identiteta MORH-a.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

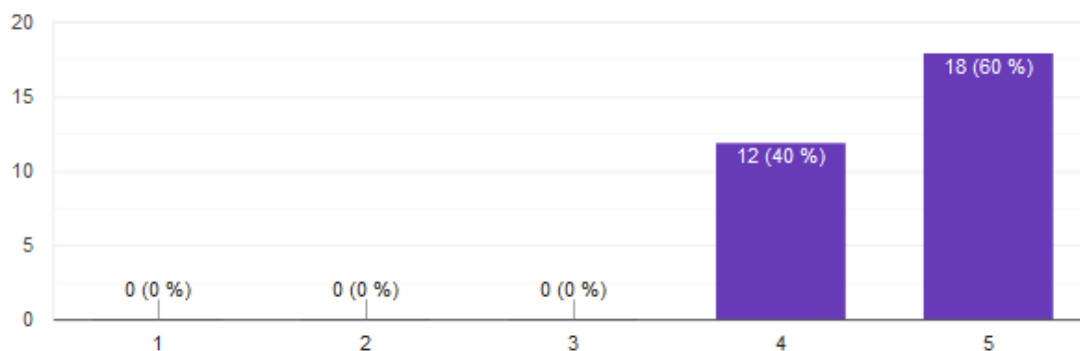
- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

56,7% ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom da se uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda u jačanju identiteta MORH-a, a 43,3% ispitanika se slaže s tvrdnjom da se uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda u jačanju identiteta MORH-a.

Grafikon 23. Uloga etičkih kodeksa i jačanje imidža MORH-a

Uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda se u jačanju imidža MORH-a.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

60% ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom da se uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda u jačanju imidža MORH-a, dok se 40% ispitanika slaže s tvrdnjom da se uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda u jačanju imidža MORH-a.

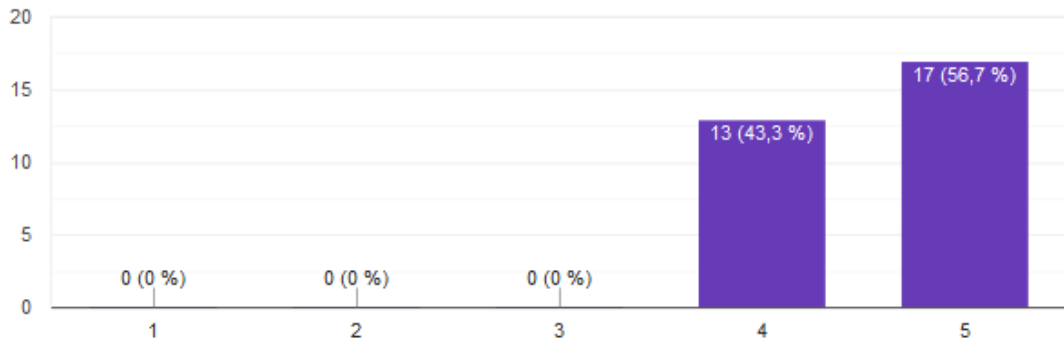
Imidž odnosa s javnošću kao struke je često nepravедno negativan samo iz razloga što neki pojedinci neprofesionalno i neetično postupaju u okviru struke.²⁴ Postoji niz neetičnih primjera iz prakse koji postupno degradiraju kredibilitet, vrijednost i sliku u području odnosa s javnošću, a rezultat svega toga je da sve veći broj profesionalaca naglašavaju važnost etičkih kodeksa u sferi odnosa s javnošću.

²⁴ Brautović, H., Brkan, D. op.cit. str. 184.

Grafikon 24. Uloga etičkih kodeksa i jačanje ugleda MORH-a

Uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda se u jačanju ugleda MORH-a.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

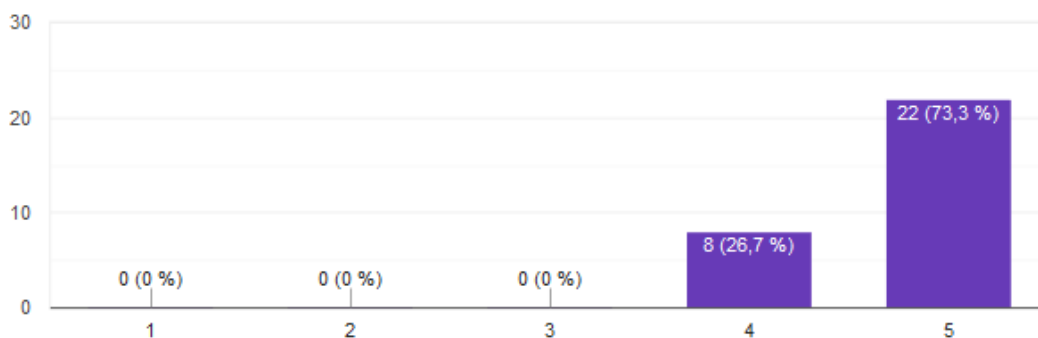
- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

56,7% ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom da se uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda u jačanju ugleda MORH-a, a 43,3% ispitanika se slaže s tvrdnjom da se uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda u jačanju ugleda MORH-a.

Grafikon 25. Pridržavanje etičkog kodeksa omogućuje rast povjerenja građana u rad MORH-a

Pridržavanje etičkog kodeksa u cjelokupnom pogledu odnosa s javnošću omogućuje rast povjerenja građana u rad MORH-a.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

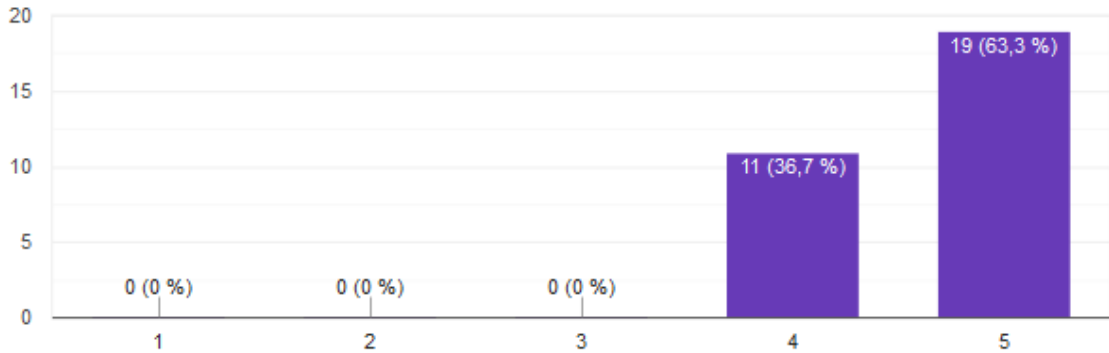
73,3% ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom da pridržavanje etičkog kodeksa u cjelokupnom pogledu odnosa s javnošću omogućuje rast povjerenja građana u rad MORH-a, a 26,7% ispitanika se slaže s tvrdnjom da pridržavanje etičkog kodeksa u cjelokupnom pogledu odnosa s javnošću omogućuje rast povjerenja građana u rad MORH-a.

Očito je da zaposlenici shvaćaju veliku važnost primjene Etičkog kodeksa s ciljevima jačanja imidža, ugleda i povjerenja građana u radu MORH-a, a isto tako veliki broj poduzeća, koji su u današnje doba potaknuti globalizacijom i razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija, postaje sve više svjesno kako je za izradu dobrog imidža veoma ključan dobar odnos s njihovom javnošću i kontrola dezinformacija.

Grafikon 26. Održavanje najvišeg standarda profesionalizma

Održavam najviše standarde profesionalnog nastojanja, integriteta, povjerljivosti, financijske korektnosti i osobnog vladanja.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

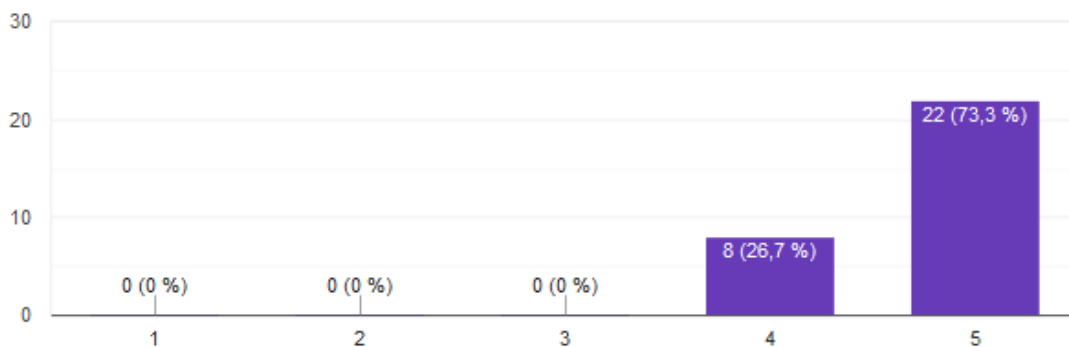
- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

63,3% ispitanika se u najvećoj mogućoj mjeri pridržava načela održavanja najviših standarda profesionalnog nastojanja, integriteta, povjerljivosti, financijske korektnosti i osobnog vladanja, 36,7% ispitanika se pridržava načela održavanja najviših standarda profesionalnog nastojanja, integriteta, povjerljivosti, financijske korektnosti i osobnog vladanja.

Grafikon 27. Pošteno i iskreno odnošenje prema poslodavcima i drugima

Odnosim se pošteno i iskreno prema poslodavcima, zaposlenicima, klijentima, kolegama u struci i ostalim profesijama i javnosti.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

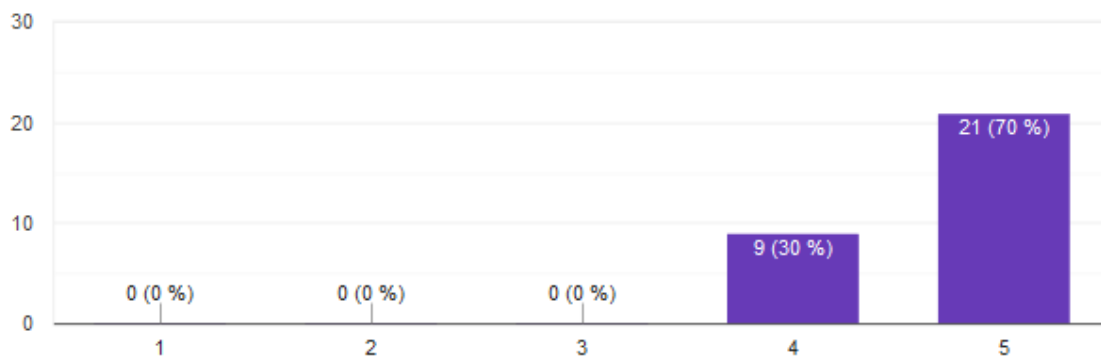
- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

73,3% ispitanika se u najvećoj mogućoj mjeri odnosi pošteno i iskreno prema poslodavcima, zaposlenicima, klijentima, kolegama u struci i ostalim profesijama i javnosti, dok se 26,7% ispitanika pridržava načela da se odnose pošteno i iskreno prema poslodavcima, zaposlenicima, klijentima, kolegama u struci i ostalim profesijama i javnosti.

Grafikon 28. Poštivanje običaja, pravila i kodeksa klijenata i drugih

Poštujem običaje, pravila i kodekse klijenata, poslodavaca, kolega i stručnjaka u drugim zanimanjima u svim zemljama svog djelovanja.

30 odgovora



Legenda:

- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

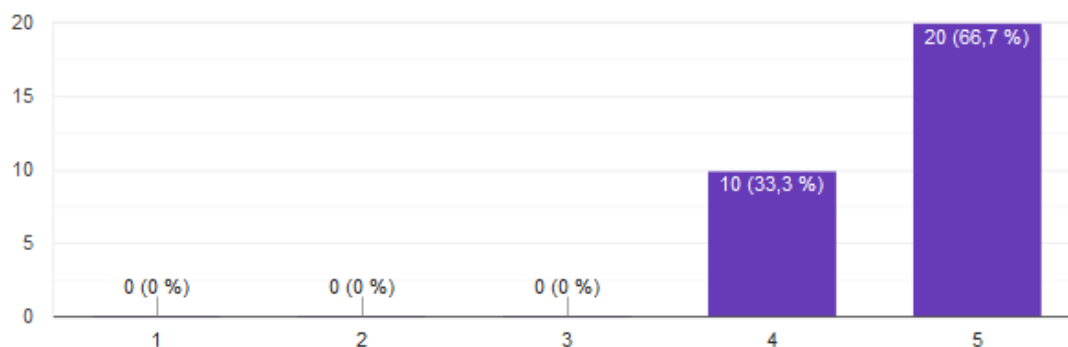
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

70% ispitanika u najvećoj mogućoj mjeri poštuje običaje, pravila i kodekse klijenata, poslodavaca, kolega i stručnjaka u drugim zanimanjima u svim zemljama svog djelovanja, a 30% ispitanika se pridržava načela da poštuju običaje, pravila i kodekse klijenata, poslodavaca, kolega i stručnjaka u drugim zanimanjima u svim zemljama svog djelovanja.

Grafikon 29. Osiguravanje poštivanja etičkih načela pri zapošljavanju

S posebnom pažnjom osiguravam poštivanje etičkih načela pri zapošljavanju što uključuje izostanak diskriminacije u bilo kojem obliku.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

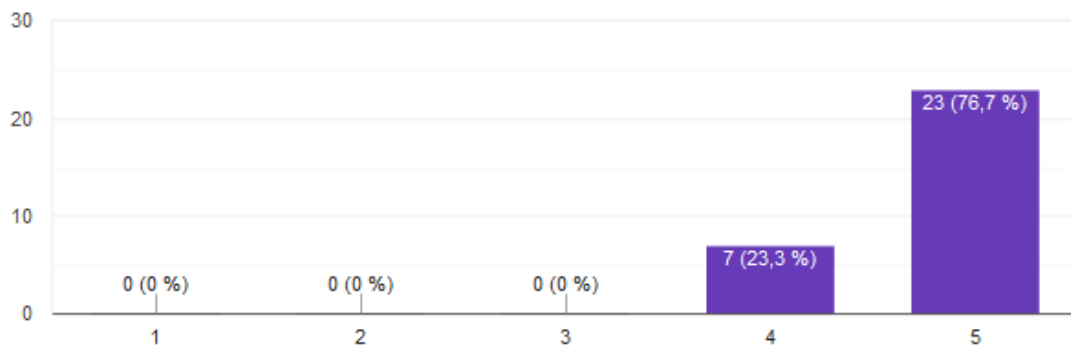
- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

66,7% ispitanika se u najvećoj mogućoj mjeri pridržava načela da s posebnom pažnjom osigurava poštivanje etičkih načela pri zapošljavanju što uključuje izostanak diskriminacije u bilo kojem obliku, a 33,3% ispitanika se pridržava načela da s posebnom pažnjom osigurava poštivanje etičkih načela pri zapošljavanju što uključuje izostanak diskriminacije u bilo kojem obliku.

Grafikon 30. Poslovanje unutar zakonskih okvira

Radim unutar zakonskih i u struci važećih okvira PR prakse u svim zemljama djelovanja.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

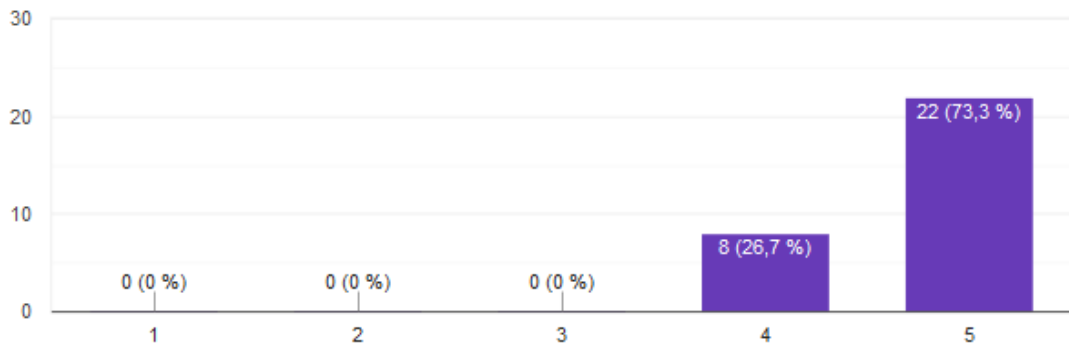
- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

76,7% ispitanika u najvećoj mogućoj mjeri rade unutar zakonskih i u struci važećih okvira PR prakse u svim zemljama djelovanja, a 23,3% ispitanika se pridržava načela da radi unutar zakonskih i u struci važećih okvira PR prakse u svim zemljama djelovanja.

Grafikon 31. Podržavanje profesionalnog osposobljavanja

Podržavam profesionalno osposobljavanje i razvoj članova profesije.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

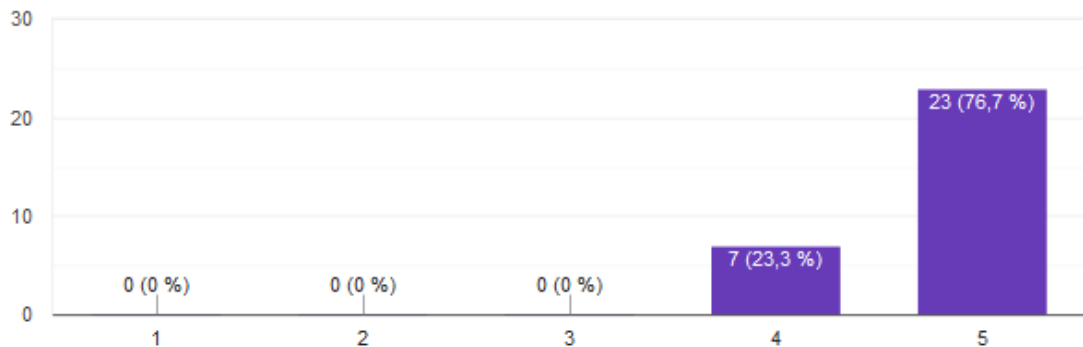
- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

73,3% ispitanika u najvećoj mogućoj mjeri podržava profesionalno osposobljavanje i razvoj članova profesije, a 26,7% ispitanika se pridržava načela da podržava profesionalno osposobljavanje i razvoj članova profesije.

Grafikon 32. Poštivanje Etičkog kodeksa

Poštujem Etički kodeks te ga se pridržavam i potičem druge da čine isto.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Legenda:

- 1 – u potpunosti se ne slažem
- 2 – ne slažem se
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem
- 4 – slažem se
- 5 – u potpunosti se slažem

76,7% ispitanika u najvećoj mogućoj mjeri poštuju Etički kodeks te ga se pridržavaju i potiču druge da čine isto, a 23,3% ispitanika se pridržava načela da poštuju Etički kodeks te ga se pridržavaju i potiču druge da čine isto.

Grafikon 33. Primjena Etičkog kodeksa u jačanju povjerenja u MORH-u

Primjena Etičkih kodeksa u pogledu izvještavanja ciljanih javnosti, kako unutarnjih, tako i vanjskih, ima presudnu važnost u jačanju povjerenja u MORH.

30 odgovora



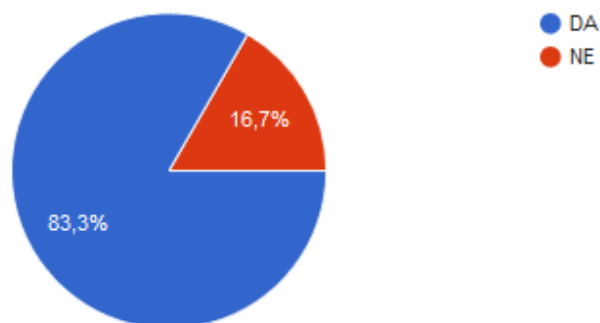
Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Svi ispitanici (100%) smatraju da primjena Etičkih kodeksa u pogledu izvještavanja ciljanih javnosti, kako unutarnjih, tako i vanjskih, ima presudnu važnost u jačanju povjerenja u MORH.

Grafikon 34. Odnosi s javnošću u MORH-u na zadovoljavajućoj razini

Smatram kako su odnosi s javnošću u MORH-u na zadovoljavajućoj razini.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

83,3% ispitanika smatra da su odnosi s javnošću u MORH-u na zadovoljavajućoj razini. Ovakvi odgovori ispitanika su zadovoljavajući jer ukazuju na zadovoljstvo obavljanja posla, ali ipak ostavljaju i prostor za napretkom i poboljšanjem rada u odnosima s javnošću.

Grafikon 35. Poboljšanje odnosa s javnošću u MORH-u

Smatram kako se odnosi s javnošću u MORH-u putem snažnije primjene Etičkih kodeksa mogu znatno unaprijediti.

30 odgovora



Izvor: Vlastito istraživanje autorice

Svi ispitanici (100%) smatraju kako se odnosi s javnošću u MORH-u putem snažnije primjene Etičkih kodeksa mogu znatno unaprijediti. Etički kodeks predstavlja najrazvijeniju i najzastupljeniju komponentu upravljanja poslovnom etikom u svjetskoj poslovnoj praksi. Također treba istaknuti kako i sam sustav upravljanja poslovnom etikom obuhvaća znatno širu problematiku od same izrade i korištenja etičkog kodeksa.²⁵ Zaposlenici MORH-a koji rade u odnosima s javnošću vide prostor za napredak te žele raditi na poboljšanju rada same struke.

²⁵ Aleksić, A. op.cit., str. 422.

Prva hipoteza glasi „Ispitanici se u potpunosti pridržavaju Kodeksa državnih i vojnih službenika.“

66,7% ispitanika u potpunosti postupaju u skladu s etičkim kodeksom organizacije, dok 33,3% ispitanika uglavnom postupaju s etičkim kodeksom organizacije. Često je u istraživanjima stavova ispitanika upitna iskrenost davanja odgovora, ali može se zaključiti da su ispitanici ovog istraživanja svjesni važnosti postupanja u skladu s etičkim kodeksom organizacije i da u skladu s njima i postupaju. Ovaj podatak potvrđuje prvu hipotezu ovog istraživanja da se ispitanici u najvećoj mogućoj mjeri pridržavaju kodeksa državnih i vojnih službenika.

Druga hipoteza glasi „Etički kodeks vojnih službenika u velikoj mjeri utječe na oblikovanje identiteta, imidža i ugleda MORH-a.“

Imidž odnosa s javnošću kao struke je često nepravredno negativan samo iz razloga što neki pojedinci neprofesionalno i neetično postupaju u okviru struke.²⁶ Postoji niz neetičnih primjera iz prakse koji postupno degradiraju kredibilitet, vrijednost i sliku u području odnosa s javnošću, a rezultat svega toga je da sve veći broj profesionalaca naglašavaju važnost etičkih kodeksa u sferi odnosa s javnošću. Zaposlenici shvaćaju veliku važnost primjene Etičkog kodeksa u ciljevima jačanja identiteta, imidža, ugleda i povjerenja građana u radu MORH-a. Time je potvrđena druga hipoteza ovog istraživanja.

Treća hipoteza glasi „Ispitanici se u velikoj mjeri pridržavaju načela Etičkog kodeksa Hrvatske udruge za odnose s javnošću.“

76,7% ispitanika u najvećoj mogućoj mjeri poštuju Etički kodeks te ga se pridržavaju i potiču druge da čine isto, a 23,3% ispitanika se pridržava načela da poštuju Etički kodeks te ga se pridržavaju i potiču druge da čine isto. S ovime je potvrđena i treća hipoteza ovoga istraživanja.

²⁶ Brautović, H., Brkan, D. op.cit. str. 184.

4.5. Ograničenja istraživanja

Ograničenje ovog istraživanja biti će pristup internetu ispitanika, dostupnost podataka pošto je potrebno dopuštenje od MORH-a da ispitanici pristupe ispunjavanju ankete, vrijeme prikupljanja, koje je za vrijeme ljeta i iz razloga što su godišnji odmori nisu svi ispitanici pristupili ispunjavanju ankete.

5. ZAKLJUČAK

Etičkim kodeksom vojnih osoba Hrvatske vojske utvrđuju se etička načela koja hrvatski vojnik primjenjuje u službi i izvan službe. On također definira i odražava temeljna moralna načela i ljudske vrijednosti prema kojima se hrvatski vojnik treba ravnati u svom profesionalnom, javnom i privatnom djelovanju. To je popis univerzalnih civilizacijskih normi koje odlikuju hrvatskog vojnika čime se jača povjerenje građana, inspirira pripadnost i razvija zajednički identitet i duh pripadnika Hrvatske vojske te jača homogenost i prepoznatljivost Hrvatske vojske kao pouzdanog čimbenika sigurnosti Republike Hrvatske. Svrha ovog etičkog kodeksa je podizanje svijesti hrvatskog vojnika o važnosti poštivanja etičkih načela i etičkog ponašanja, u službi i izvan nje.

Glavne osobine poslova kojima se bave stručnjaci za odnose s javnošću u MORH-u uključuju rukovođenje odnosa s medijima (komuniciranje s novinarima, stručnjacima, urednicima lokalnih, nacionalnih, međunarodnih i stručnih medija, uključujući tisak, radio, TV i Internet), poslovima od javnog značaja (komuniciranje s tvorcima mišljenja npr. lokalnim ili nacionalnim političarima, promatranje političkog okruženja), odnosima sa zajednicom i društvena odgovornost, rješavanje krize (komuniciranje jasnim porukama u situaciji koja se brzo mijenja ili u hitnom slučaju), pisanje tekstova (pisanje za različitu publiku, što zahtijeva visok stupanj pismenosti) i rukovođenje publikacijama (nadgledanje procesa, tiskanja/medija, upotrebljavanje često novih tehnologija). Prema odgovorima u anketi stručnjaci za odnose s javnošću u MORH-u su svjesni važnosti odnosa s javnošću kao zasebne funkcije upravljanja koja pomaže u uspostavi i održavanju uzajamne komunikacije, razumijevanja, prihvaćanja i suradnje između organizacija i njezine javnosti, također su uključeni poslovi poput upravljanja problemima ili pitanjima, pomaganje upravi da je stalno informirana o mišljenju javnosti i da djeluje sukladno tome, definiranje i isticanje odgovornosti uprave da služi javnom interesu te tako služi kao sustav ranog upoznavanja, a to pridonosi predviđanju trendova i na taj način pomaže upravi da prati promjene i da ih učinkovito koristi i na samom kraju služenje istraživanjem te ispravnom i etičkom komunikacijom kao svojim glavnim alatom.

Odnosi s javnošću u vojsci mogu slijediti opće naputke struke uz neke specifičnosti. Strateški pregled obrane definira odnose s javnošću MORH-a i OS RH kao: "Aktivan pristup informiranju i odnosima s javnošću zamijenit će praksu reagiranja, osiguravajući pozitivnu sliku obrambenog sustava u javnosti. Informiranost dužnosnika i građana RH, partnera u okviru međunarodne obrambene suradnje te pripadnika obrambenog sustava RH o zbivanjima u obrambenom sustavu i ciljevima obrambene politike bit će u funkciji potpore reformskim procesima." Kako je vojska kao institucija državna i javna služba, rad vojske nadziru nacionalni, lokalni i međunarodni mediji. Nacionalna obrana kao javno dobro ne može na duži rok podnijeti negativno javno mišljenje, bez većeg narušavanja javnog interesa. Zato su odnosi s javnošću oružanih snaga zahtjevniji i traže punu profesionalnost.

Odnosi s javnošću i izgradnja identiteta vojske počinju od pojedinačnog vojnika do najviših zapovjednika, ministarstva obrane, ministra obrane i predsjednika države, a sve obično koordinira jedna centralna služba za odnose s javnošću ministarstva obrane. Komunikacijske sposobnosti sustava obrane koncentrirane su u ministarstvima obrane i oružanim snagama, a u posljednje vrijeme gotovo isključivo u ministarstvima obrane. Rezultat rada odnosa s javnošću u vojsci jest javni ugled institucije.

Provedeno istraživanje smatra se reprezentativnim jer je u anketi sudjelovalo 30 zaposlenika od ukupno 40 zaposlenih u odnosima s javnošću u MORH-u. Putem istraživanja mišljenja i stavova zaposlenika u odnosima s javnošću u MORH-u dobiveni rezultati su veoma pozitivni, a i smatram da su više-manje realni i iskreni, pa samim time smatram da su sve tri hipoteze „Ispitanici se u potpunosti pridržavaju Kodeksa državnih i vojnih službenika.“, „Etički kodeks vojnih službenika u velikoj mjeri utječe na oblikovanje identiteta, imidža i ugleda MORH-a.“ i „Ispitanici se u velikoj mjeri pridržavaju načela Etičkog kodeksa Hrvatske udruge za odnose s javnošću.“ potvrđene u ovom radu.

LITERATURA

KNJIGE

1. Aleksić, A. Poslovna etika-element uspješnog poslovanja, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 2007.
2. Bertrand, C-J. Deontologija medija, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007.
3. Black, S. Odnosi s javnošću, CLIO, Beograd, 1997.
4. Brautović, H., Brkan, D. Odnosi s javnostima i etički kodovi, MEDIANALI, znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva, 2009.
5. Broom, G.M. Cutlip & Center's Učinkoviti odnosi s javnošću, Mate, Zagreb, 2010.
6. Cutlip, S.M., Center, A.H., Broom, G.M. Odnosi s javnošću, Mate, Zagreb, 2003.
7. Karpati, T. Etika u gospodarstvu (religije – moral – poslovanje), Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2001.
8. Marčetić, G. Etički kodeksi i etika javnih službenika, Hrvatska i komparativna javna uprava, časopis za teoriju i praksu javne uprave, 2013.
9. Sapunar, M. i Beš, I. Vojno komuniciranje, Hrvatsko vojno učilište "Petar Zrinski", Zagreb, 1995.
10. Skoko, B. Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću, Millenium promocija, Zagreb, 2006.
11. Tanta, I.; Lesinger, G. Etika struke odnosa s javnošću - utječu li odnosi s javnošću na novinarstvo u Republici Hrvatskoj?, In Medias Res, časopis filozofije medija, 2014.
12. Tipurić, D. Nadzorni odbor i korporativno upravljanje, Sinergija, Zagreb, 2006.
13. Vidanec, D. Čovjek u poslovnom svijetu, priručnik, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić, 2012.
14. Vidanec, D. Uvod u etiku poslovanja, priručnik, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić, 2011.
15. Vojković, Ž. Etički kodeks državnih službenika, Hrvatska i komparativna javna uprava, 2007.

SPISI

1. Etički kodeks državnih službenika, NN 40/11, 13/12
2. Etički kodeks vojnih osoba Hrvatske vojske, https://www.morh.hr/wp-content/uploads/2019/02/eticki_kodeks_vo_hv_prosinac_2018.pdf, 02.08.2019.

INTERNETSKI IZVORI

1. Marinac, D. Javnost i oružane snage, Hrvatski vojnik, br.63, 2005., www.hrvatski-vojn timer.hr/hrvatski-vojn timer/0632005/javnost.asp, 27.07.2019.
2. Ministarstvo obrane Republike Hrvatske | MORH, <https://www.morh.hr/>, 10.09.2019.

POPIS VIZUALIJA

Grafikon 1. Spol ispitanika/ice	20
Grafikon 2. Dobna struktura ispitanika/ice	21
Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika/ice	22
Grafikon 4. Bračni status ispitanika/ice	23
Grafikon 5. Pozicija u organizaciji ispitanika/ice	24
Grafikon 6. Važnost etičnog ponašanja u suvremenom poslovnom svijetu ispitanika/ice	25
Grafikon 7. Važnost etike u odnosima s javnošću ispitanika/ice	26
Grafikon 8. Osobno postupanje ispitanika/ice u skladu s etičkim kodeksom organizacije	27
Grafikon 9. Prebacivanje greške na kolegu/suradnika.....	28
Grafikon 10. Primanje mita	29
Grafikon 11. Prikrivljanje tuđih pogrešaka	30
Grafikon 12. „Namještanje/friziranje“ poslovnih izvješća	31
Grafikon 13. Davanje darova ili usluga	32
Grafikon 14. Obavljanje osobnog posla u slobodno vrijeme	33
Grafikon 15. Otudivanje materijala i sredstava poduzeća.....	34
Grafikon 16. Odavanje povjerljivih informacija.....	35
Grafikon 17. Profesionalnost vojnih službenika	36
Grafikon 18. Čuvanje podataka i informacija	37
Grafikon 19. Odnosi između vojnih službenika	38
Grafikon 20. Postupanje u skladu s Etičkim kodeksom	39
Grafikon 21. Osiguravanje naklonosti, ugleda i poštovanja	40
Grafikon 22. Uloga etičkih kodeksa i jačanje identiteta MORH-a.....	41
Grafikon 23. Uloga etičkih kodeksa i jačanje imidža MORH-a.....	42
Grafikon 24. Uloga etičkih kodeksa i jačanje ugleda MORH-a	43
Grafikon 25. Pridržavanje etičkog kodeksa omogućuje rast povjerenja građana u rad MORH-a	44
Grafikon 26. Održavanje najvišeg standarda profesionalizma.....	45
Grafikon 27. Pošteno i iskreno odnošenje prema poslodavcima i drugima	46
Grafikon 28. Poštivanje običaja, pravila i kodeksa klijenata i drugih.....	47
Grafikon 29. Osiguravanje poštivanja etičkih načela pri zapošljavanju.....	48

Grafikon 30. Poslovanje unutar zakonskih okvira	49
Grafikon 31. Podržavanje profesionalnog osposobljavanja	50
Grafikon 32. Poštivanje Etičkog kodeksa.....	51
Grafikon 33. Primjena Etičkog kodeksa u jačanju povjerenja u MORH-u	52
Grafikon 34. Odnosi s javnošću u MORH-u na zadovoljavajućoj razini	53
Grafikon 35. Poboljšanje odnosa s javnošću u MORH-u	54

PRILOZI – ANKETNI UPITNIK O ETIČKIM KODEKSIMA U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU U MORH-U

ANKETNI UPITNIK

Etički kodeksi u odnosima s javnošću u MORH-u

Poštovani/a,

ovo anketno istraživanje napravljeno je u svrhu istraživanja za potrebe pisanja diplomskog rada pod naslovom „ETIČKI KODEKSI U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU NA PRIMJERU MINISTARSTVA OBRANE REPUBLIKE HRVATSKE“. Identitet ispitanika ne može i neće niti na koji način biti otkriven, a rezultati dobiveni ovim istraživanjem služit će isključivo u svrhu pisanja diplomskog rada.

1. Spol

- a) ženski
- b) muški

2. Dob

- a) 18 – 25
- b) 26 – 36
- c) 37 – 47
- d) više od 47

3. Stupanj obrazovanja

- a) osnovna škola
- b) srednja škola
- c) viša stručna sprema

d) visoka stručna sprema

e) magisterij

f) doktorat

4. Bračni status

a) neoženjen/neudata

b) u braku

c) rastavljen/a

d) udovac/udovica

5. Ukupne godine radnog iskustva

6. Broj godina rada u MORH-u

7. Mjesečna primanja

a) manje od 5 000 kn

b) 5 001 kn – 9 000 kn

c) 9 001 kn – 12 000 kn

d) 12 001 kn – 16 000 kn

e) više od 16 000 kn

8. Pozicija u organizaciji

a) stručni savjetnik/stručni suradnik

b) viši stručni savjetnik

c) voditelj odjela

d) voditelj službe

9. Važnost etičnog ponašanja u suvremenom poslovnom svijetu

1 – uopće nije važno

2 – uglavnom nije važno

3 – niti je važno niti nije važno

4 – uglavnom je važno

5 – jako je važno

10. Važnost etike u odnosima s javnošću

1 – uopće nije važna

2 – uglavnom nije važna

3 – niti je važna niti nije važna

4 – uglavnom je važna

5 – jako je važna

11. Kako postupate osobno u skladu s etičkim kodeksom organizacije ?

1 – nikad ne postupam u skladu s etičkim kodeksom

2 – uglavnom ne postupam

3 – niti postupam niti ne postupam

4 – uglavnom postupam

5 – u potpunosti postupam

12. Ocijenite razinu neetičnosti sljedećih aktivnosti:

a) Prebacivanje greške na kolegu/suradnika

(jako neetična aktivnost) 1 2 3 4 5 (najmanje neetična aktivnost)

b) Primanje mita

(jako neetična aktivnost) 1 2 3 4 5 (najmanje neetična aktivnost)

c) Prikrivanje tuđih pogrešaka

(jako neetična aktivnost) 1 2 3 4 5 (najmanje neetična aktivnost)

d) „Namještanje/friziranje“ poslovnih izvještaja

(jako neetična aktivnost) 1 2 3 4 5 (najmanje neetična aktivnost)

e) Davanje darova ili usluga

(jako neetična aktivnost) 1 2 3 4 5 (najmanje neetična aktivnost)

f) Obavljanje osobnog posla u slobodno vrijeme

(jako neetična aktivnost) 1 2 3 4 5 (najmanje neetična aktivnost)

g) Otudživanje materijala i sredstava poduzeća

(jako neetična aktivnost) 1 2 3 4 5 (najmanje neetična aktivnost)

h) Odavanje povjerljivih informacija

(jako neetična aktivnost) 1 2 3 4 5 (najmanje neetična aktivnost)

13. Vojni službenici se za profesionalno obavljanje zadaća obrazuju, stručno osposobljavaju i usavršavaju.

(u potpunosti se ne slažem) 1 2 3 4 5 (u potpunosti se slažem)

14. Vojni službenici čuvaju podatke i informacije za koje su saznali u obavljanju poslova ili povodom obavljanja poslova te ih nepotrebno ne koriste i ne otkrivaju.

(u potpunosti se ne slažem) 1 2 3 4 5 (u potpunosti se slažem)

15. Odnosi između vojnih službenika temelje se na međusobnom poštovanju, uzajamnom i solidarnom pomaganju, kolegijalnosti, toleranciji, iskrenosti, međusobnom povjerenju i dostojanstvu, dobronamjernoj kritici i dobroj komunikaciji.

(u potpunosti se ne slažem) 1 2 3 4 5 (u potpunosti se slažem)

16. Vojni službenici trebaju postupati u skladu s Etičkim kodeksom s čijim sadržajem su upoznati te su svjesni odgovornosti i moralnih posljedica povrede Etičkog kodeksa.

(u potpunosti se ne slažem) 1 2 3 4 5 (u potpunosti se slažem)

17. Vojni službenici javnim, zakonitim, stručnim, pravednim, uljudnim i korektnim radom osiguravaju naklonost, ugled i poštovanje u javnosti te prihvaćaju javnost kao oblik kontrole nad svojim radom.

(u potpunosti se ne slažem) 1 2 3 4 5 (u potpunosti se slažem)

18. Uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda se u jačanju identiteta MORH-a.

(u potpunosti se ne slažem) 1 2 3 4 5 (u potpunosti se slažem)

19. Uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda se u jačanju imidža MORH-a.

(u potpunosti se ne slažem) 1 2 3 4 5 (u potpunosti se slažem)

20. Uloga etičkih kodeksa u odnosima s javnošću ogleda se u jačanju ugleda MORH-a.

(u potpunosti se ne slažem) 1 2 3 4 5 (u potpunosti se slažem)

21. Pridržavanje etičkog kodeksa u cjelokupnom pogledu odnosa s javnošću omogućuje rast povjerenja građana u rad MORH-a.

(u potpunosti se ne slažem) 1 2 3 4 5 (u potpunosti se slažem)

22. Ocijenite mjeru pridržavanja sljedećih načela:

a) Održavam najviše standarde profesionalnog nastojanja, integriteta, povjerljivosti, financijske korektnosti i osobnog vladanja.

(u najmanjoj mogućoj mjeri) 1 2 3 4 5 (u najvećoj mogućoj mjeri)

b) Odnosim se pošteno i iskreno prema poslodavcima, zaposlenicima, klijentima, kolegama u struci i ostalim profesijama i javnosti.

(u najmanjoj mogućoj mjeri) 1 2 3 4 5 (u najvećoj mogućoj mjeri)

c) Poštujem običaje, pravila i kodekse klijenata, poslodavaca, kolega i stručnjaka u drugim zanimanjima u svim zemljama svog djelovanja.

(u najmanjoj mogućoj mjeri) 1 2 3 4 5 (u najvećoj mogućoj mjeri)

d) S posebnom pažnjom osiguravam poštivanje etičkih načela pri zapošljavanju što uključuje izostanak diskriminacije u bilo kojem obliku.

(u najmanjoj mogućoj mjeri) 1 2 3 4 5 (u najvećoj mogućoj mjeri)

e) Radim unutar zakonskih i u struci važećih okvira PR prakse u svim zemljama djelovanja.

(u najmanjoj mogućoj mjeri) 1 2 3 4 5 (u najvećoj mogućoj mjeri)

f) Podržavam profesionalno osposobljavanje i razvoj članova profesije.

(u najmanjoj mogućoj mjeri) 1 2 3 4 5 (u najvećoj mogućoj mjeri)

g) Poštujem Etički kodeks te ga se pridržavam i potičem druge da čine isto.

(u najmanjoj mogućoj mjeri) 1 2 3 4 5 (u najvećoj mogućoj mjeri)

23. Primjena Etičkih kodeksa u pogledu izvještavanja ciljanih javnosti, kako unutarnjih, tako i vanjskih, ima presudnu važnost u jačanju povjerenja u MORH-u.

DA/NE

24. Smatram kako su odnosi s javnošću u MORH-u na zadovoljavajućoj razini.

DA/NE

25. Smatram kako se odnosi s javnošću u MORH-u putem snažnije primjene Etičkih kodeksa mogu znatno unaprijediti.

DA/NE