



# **Veštine komunikacije** pravni intervju



# **Veštine komunikacije** pravni intervju



**Mreža univerzitetskih  
pravnih klinika u Srbiji**



# **Veštine komunikacije**

## pravni intervju

### Priredile

Prof. dr Radmila Kovačević Kuštrimović

Prof. dr Marija Draškić

mr Jelena Arsić

Jelena Jokanović

### Autori

Grupa autorki

### Lektura i korektura

Pejo Vukelić

### Dizajn

comma | communications design

### Štampa

Fiducia 011

### Tiraž

500 primeraka



Organizacija za evropsku  
bezbednost i saradnju  
Misija u Srbiji

Štampanje ove publikacije podržala je  
Misija OEBS U Srbiji.

Napomena: Stavovi izrečeni u knjizi pripadaju isključivo autorkama i ne predstavljaju  
nužno zvaničan stav Misije OEBS u Srbiji.

# Sadržaj

---

Prof. dr Jelena Vlajković  
**Psihološke komponente uspešnog razgovora  
uvod u pravnički/advokatski intervju**  
strana 7

Prof. dr Jelena Srna  
**Intervju sa decom i mladima**  
strana 21

Prof. dr Nataša Stojanović  
**Pravne klinike**  
strana 35

Dragana Ćuk Milankov  
**Komunikacija sa klijentima/klijentkinjama**  
strana 42





# Psihološke komponente uspešnog razgovora (uvod u pravni / advokatski intervju)

---

U uvodu svoje knjige „Veštine intervjuisanja” G. Brekvel (Breakwell, 2007) kaže: „Biti dobar intervjuer znači mnogo više nego postavljati pitanja na koje želimo da dobijemo odgovor. Biti uspešno intervjuisana osoba znači mnogo više nego odgovarati na postavljena pitanja”. Tekst koji je pred vama upravo će se baviti osvetljavanjem onoga što je „mnogo više” od postavljanja pitanja i odgovora na njih.

Ali, krenimo redom.

## Šta je intervju?

Intervju se definiše kao razgovor koji ima poseban profesionalni cilj, odnosno kao „profesionalnim ciljem usmereni razgovor dve osobe koje imaju međusobno komplementarne uloge” (Berger, 2009). Ili, najjednostavnije rečeno „intervju je razgovor sa svrhom ili ciljem (Matarazzo, 1965). Ovakva vrsta razgovora koristi se u mnogim

profesijama, a posebno u onima koje imaju za cilj da pomažu ljudima u nevolji. U ovim profesijama koje se nazivaju „pomažućim” (medicinari, psiholozi, socijalni radnici, pravnici) koriste se različite vrste intervjua koje imaju svoje posebne strategije i svoje posebne ciljeve.

Postoji više vrsta intervjua i oni se grupišu prema ciljevima, prema fazama razgovora i prema strukturi.

U odnosu na ciljeve razlikuju se, na primer, psihološko/psihijatrijski intervju, policijski intervju (informativni razgovor), pravni intervju, intervju prilikom zapošljavanja. Jasno je da su ciljevi ovih intervjua sasvim različiti.

Što se tiče faze razgovora intervju može biti kontaktni (to je obično prvi susret sa klijentom tokom koga se intervjuer i klijent upoznaju i uspostavljaju kontakt). Svaki sledeći razgovor predstavlja produbljeni ili tekući intervju. Po obavljenom poslu intervjuer vodi tzv. završni intervju.

Intervjue možemo razlikovati i u odnosu na strukturu, odnosno na aktivnost intervjuera. Razlikuju se tzv. nedirektivni intervju (upotrebljava se u nekim posebnim psihoterapijskim postupcima i u takvom intervjuu klijent je glavni vodič kroz razgovor), polustrukturisani i strukturisani intervju. U ova dva poslednja intervjua postoji jasna struktura, sadržaj je unapred određen i „sve konce u rukama” drži intervjuer. Pravni/advokatski intervju spadao bi u polustrukturisani ili strukturisani intervju.

Ciljevi pravnog/advokatskog intervjua mogu biti različiti, a najvažniji su: prikupljanje relevantnih informacija, uspostavljanje odnosa poverenja sa klijentom, procena „psiholoških snaga” klijenta, pružanje pouzdanih pravničkih informacija klijentu. Zbog toga osnovne elemente pravnčkog/advokatskog intervjua čine:

- intervjuer,
- stranka/klijent,
- komunikacija između intervjuera i klijenta

## Intervjuer

Da bi intervju bio uspešan, intervjuer (pravnik/advokat) trebalo bi da poseduje:

- veštine razumevanja verbalnih i neverbalnih poruka koje upućuje klijent,
- veštinu slušanja,
- veštine uspostavljanja odnosa poverenja sa klijentom i kreiranje atmosfere iskrenosti i poverljivosti.

### Veštine razumevanja verbalnih i neverbalnih poruka koje upućuje klijent

Kako se u većini definicija intervju definiše „kao razgovor”, mnogi ljudi misle da se intervju može svesti na verbalnu komunikaciju između dve osobe. Međutim, komunikacija koja se razvija između klijenta i profesionalca mnogo je složenija. Tokom intervjua pored verbalne komunikacije razvija se i bogata neverbalna komunikacija. Od trenutka kada klijent uđe u kancelariju počinje razmena velikog broja neverbalnih signala između profesionalca i klijenta. Na osnovu tih signala oba učesnika komunikacije stvaraju tzv. „prvu impresiju” o onom drugom. Ova „prva impresija” može da bude ključna za dalji razvoj intervju.

U procesu upoznavanja druge osobe neverbalna komunikacija ima čak odlučujuću ulogu. Otac psihoanalize, Sigmund Frojd je pisao: „Onaj ko ima oči da vidi i uši da čuje može se uveriti da niko smrtan ne može sačuvati tajnu. Ako njegove usne i čute, on brblja vrhovima prstiju: izdaja prodire iz svake njegove pore” (Freud, 1905).

Koji su to neverbalni signali na koje profesionalac treba da obrati pažnju? To su, pre svega:

- način na koji klijent ulazi u prostoriju (tiho, stidljivo, kao snebivajući se ili odlučno, rezolutno, sigurno);
- spoljašnji izgled klijenta i način odevanja. Spoljašnji izgled čoveka je u većoj ili manjoj meri odraz ne samo fizikosomatskih datosti već i potreba, želja i stavova prema drugim ljudima. Način odevanja skoro uvek predstavlja poruku koju upućujemo spoljašnjem svetu (konvencionalno naspram ekscentričnog odevanja, strogo naspram ležernog odevanja itd.);

- stisak ruke (čvrst stisak ili mlak, mlitav);
- boja i intonacija glasa (tih, nesiguran glas, duge pauze u govoru ili jasan i siguran govor);
- način na koji sedi (na ivici stolice, kao da će svakog trenutka da ustane i napusti prostoriju ili opušteno i sigurno ili bahato i razmetljivo). Položaj tela često sadrži poruku o statusu i moći;
- način na koji započinje razgovor (strpljivo čeka da inicijativa potekne od profesionalca ili odmah „uzima stvar” u svoje ruke);
- gestikulacija (govor prati gestikulacija rukama, nogama, celog tela);
- izraz lica (podizanje obrva, grimase);
- kontakt očima (da li klijent gleda intervjuera u oči ili skriva pogled, gleda u pod ili pogledom luta po prostoriji. Smatra se da je dobra komunikacija čak u 70% praćena kontaktom očima);
- emocionalna uzbuđenost (znojenje, sušenje usta, gutanje, crvenilo ili bledilo lica, drhtanje glasa, ubrzano disanje, trzanje na iznenadne zvuke);

Pored uočavanja neverbalnih signala koje klijent upućuje veoma je važno da intervjuer obrati pažnju na usklađenost „govora tela” i onoga što klijent verbalno saopštava. Nesklad između neverbalnih i verbalnih signala može da bude važan izvor podataka za intervjuera. Rečenici „Ja se sasvim dobro osećam povodom toga” intervjuer će dati jedno značenje ako je ta rečenica izgovorena tihim glasom na ivici suza ili ako klijent ovu rečenicu izgovara uz široki osmeh.

Međutim, ne tumači samo intervjuer neverbalne signale koje mu upućuje klijent. I klijent, takođe, tumači neverbalne signale koji dolaze od strane intervjuera. Zbog toga intervjuer treba stalno da vodi računa da ne šalje klijentu protivrečne poruke u kojima ne postoji sklad između verbalnih i neverbalnih signala. Izjavu intervjuera „Ne morate da žurite” klijent će shvatiti na jedan način ukoliko ovu rečenicu intervjuer izgovara polako i mirno, a sasvim drugačije će je razumeti ako intervjuer izgovora ovu rečenicu kroz stisnute usne i gledajući na sat.

## Veštine slušanja

Čak iiskusne profesionalce može da zbuni naslov ovog odeljka. Kakva je to posebna veština slušanja? Zar svakodnevno ne slušamo druge ljude i zar to nije prirodan dar koji svako od nas poseduje? Ako za trenutak zastanemo, otkrićemo da u mnogim slučajevima ono što nazivamo slušanjem predstavlja samo jedan od oblika neslušanja onoga što sagovornik govori. Ti najčešći oblici neslušanja su:

- lažno slušanje („Da, da... slušam vas...” govorite, a pri tome gledate u ekran kompjutera, držite u ruci mobilni telefon i čitate poruku koja je upravo stigla...);
- jednostrano slušanje (slušate samo verbalne poruke, a na neverbalne znake ne obraćate pažnju);
- selektivno slušanje (slušalac prima samo ono što je po njegovim merilima važno);
- otimanje reči („Dobro, dobro... Imao sam takav slučaj, znam u čemu je vaš problem”).

Zbog toga psiholozi smatraju da postoji više vrsta neslušanja, ali da postoji samo jedan način pravog slušanja. To pravo slušanje naziva se aktivnim slušanjem.

Aktivno slušanje je slušanje sa istinskim razumevanjem, pažnjom i empatijom. Ova vrsta slušanja doprinosi da se ljudi osećaju bolje, ohrabruje ih i podstiče da spremnije govore o činjenicama i osećanjima. Naziv „aktivno slušanje” ukazuje da ova vrsta slušanja ne podrazumeva pasivnost intervjuera. Naprotiv. Tokom procesa aktivnog slušanja odigravaju se dve vrste slušanja: intervjuer sluša ono što mu klijent govori (tzv. spoljašnje slušanje), ali sluša i ono što se u njemu odigrava (procenjuje, klasifikuje, tumači neverbalne signale koje upućuje klijent. Ovo je tzv. unutrašnje slušanje).

Znaci aktivnog slušanja su vidljivi klijentu. On po tim znacima može da zaključi da li ga intervjuer aktivno sluša. Ti najčešći znaci aktivnog slušanja su:

- način na koji intervjuer sedi (nagnut prema klijentu, položaj tela ukazuje na pažljivo slušanje);
- pogled koji je usmeren na intervjuisanog;
- autentična zainteresovanost za ono što intervjuisani govori (sluša klijenta a ne sebe);

- ne vrši selekciju podataka (bavi se onim što se stvarno desilo, a ne svojim tumačenjem događaja);
- intervjuer podstiče klijenta da govori („I...”, „Da...?”, „Šta je posle bilo? ...”);
- intervjuer parafrazira, odnosno svojim rečima ponavlja ono što je rečeno (Klijent: „Posle toga došlo mi je da se ubijem...”, Intervjuer: „Hteli ste sebi da oduzmete život”);
- intervjuer sumira, odnosno iz klijentovog izlaganja izdvaja bitne komponente (Intervjuer: „Stalno me proganja misao da me žena vara”, Klijent: „Tu neizvesnost teško podnosite”);
- intervjuer postavlja pitanja da bi bolje razumeo situaciju u kojoj se nalazi klijent.

Intervjuer može da postavlja dve vrste pitanja: zatvorena i otvorena pitanja. Zatvorena pitanja su ona na koja je moguće odgovoriti samo na dva načina: „da” ili „ne”. Ovakva pitanja „zatvaraju” komunikaciju. Za razliku od njih „otvorenim” pitanjima „otvara” se i komunikacija. Primer: zatvoreno pitanje: „Da li ste te noći izlazili iz stana?” može da se postavi i kao otvoreno pitanje: „Recite mi nešto više o toj noći”.

### Kako teče proces aktivnog slušanja?

Proces aktivnog slušanja odvija se kroz dve aktivnosti učesnika u razgovoru: kroz kodiranje i dekodiranje poruka. Tokom aktivnog slušanja intervjuer se trudi da tačno dekodira ili dešifruje poruku koju mu upućuje klijent. Tačno dekodiranje poruka uverava klijenta da ga intervjuer sluša na pravi način (aktivno) i to pomaže da se razgovor i odnos između intervjuera i klijenta uspešno razvijaju.

### Pogledajmo ovaj primer:

U advokatskoj kancelariji vodi se razgovor između advokata i oca mladića koji se nalazi u zatvoru. Otac (pošiljalac, klijent) pita advokata (primalac, intervjuer): „Da li će moj sin uskoro izaći iz zatvora?” **[dijagram 1]**

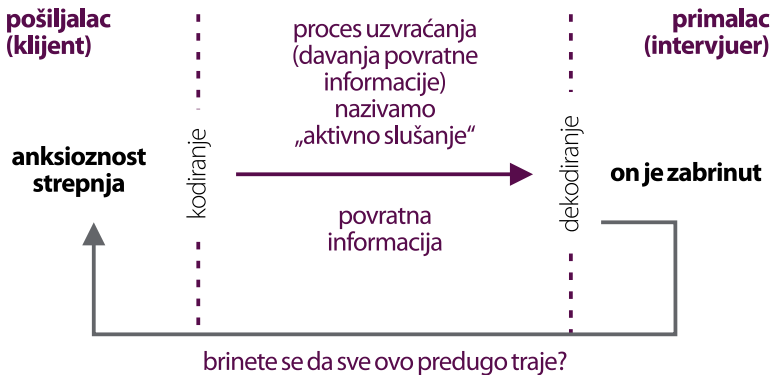
Ukoliko advokat želi brzo da završi razgovor može da odgovori klijentu sa „da”, „ne” ili „ne znam”. Na taj način advokat, u stvari, prekida komunikaciju sa klijentom. Ukoliko želi da nastavi razgovor i komunikaciju učini kvalitetnijom, advokat će prvo dekodirati poruku („On je zabrinut”) a zatim će klijentu uputiti poruku kojom će pokazati da ga aktivno sluša.

**[dijagram 2]**

[dijagram 1]



[dijagram 2]



Da bi intervjuer mogao aktivno da sluša klijenta, bilo bi poželjno da ima u određenoj meri razvijenu sposobnost empatije. Empatija se smatra stožerom svake prave komunikacije. Za razliku od simpatije koja predstavlja „osećanje za nekog“, empatija predstavlja „osećanje sa nekim“, „To znači ući u privatni opažajni svet druge osobe i biti u njemu sasvim kao kod kuće. Ovo uključuje osetljivost, jer svakog trenutka doživljaji se mogu menjati i koji teku u drugoj osobi: od straha, besa, nežnosti, konfuzije ili bilo čega što on/ona doživljava. To znači privremeno živeti u njegovom/njenom životu, pažljivo se kretati po njemu, bez donošenja vrednosnih sudova...Biti sa drugim na ovaj način znači da za to vreme ostavljate po strani gledišta i vrednosti kojih se sami držite da biste ušli u tuđ svet bez predrasuda“, pisao je čuveni psiholog Karl Rodžers (Rogers, 1975).

Koliko je prisustvo određenog stepena empatije važno za intervjuera slikovito je iskazano u jednoj indijanskoj poslovici: „Nikoga ne možeš upoznati ako nisi bar dva meseca hodao u njegovim mokasinama”.

Aktivno slušanje intervjuera koje ima u svojoj osnovi određeni stepen empatije podstiče pravu komunikaciju između intervjuera i klijenta. Za razliku od slušanja ovakve vrste, postoje verbalne poruke intervjuera koje ne razvijaju, već blokiraju komunikaciju. To su:

- naređivanje, komandovanje („U ovoj situaciji vi morate...”),
- upozoravanje, pretnja („Ja vam lepo kažem da ćete loše da prođete...”),
- moralisanje, propovedanje („Zar se ne stidite što tako mislite?”),
- držanje predavanja, pridikovanje („Prošli put sam vam rekao da je to loša ideja. Zar moram to sto puta da vam ponovim?”),
- etiketiranje („Prestanite da se ponašate kao mlakonja”),
- interpretiranje, analiziranje, dijagnostikovanje („To radite da biste skrenuli pažnju na sebe...”),
- lažno hvaljenje („Delujete mi kao jako sposobna osoba”),
- sarkazam, humor („Nije nego...”, „Da ne pametujete previše?”).

### Veštine uspostavljanja odnosa poverenja sa klijentom i kreiranje atmosfere iskrenosti i poverljivosti

Aktivno (empatijsko) slušanje predstavlja prvi i osnovni uslov za izgrađivanje odnosa poverenja i iskrenosti sa klijentom. Međutim, celokupno okruženje u kome se vodi intervju predstavlja pokazatelje odnosa koji intervjuer želi da gradi sa klijentom. Ako intervjuer sedi za pisaćim stolom na stolici koja je mnogo viša od stolice na kojoj sedi klijent – to je jasna poruka o neravnopravnom odnosu i moći koju intervjuer pokazuje. Zbog toga, ukoliko intervjuer želi da gradi demokratske odnose sa svojim klijentima, najbolje je da stolice u prostoriji u kojoj se odvija intervju budu iste visine, a još je bolje da se prvi intervju ne odvija za pisaćim stolom, već za nekom garniturom u uglu (dve fotelje i stočić). Ne treba ni pominjati da tokom intervjuja intervjuer ne odgovara na telefonske pozive i ne prima druge klijente.

Ponašanje intervjuera bitno je za izgrađivanje odnosa poverenja i iskrenosti. Ukoliko je „prva impresija” klijenta o intervjueru negativna, ovakav odnos teško može da se uspostavi. Najčešća negativna „prva impresija” o intervjueru stvara se onda kada je intervjuer nestrpljiv,



nepažljiv, kada bahato komunicira sa klijentom, daje lažna obećanja ili se ponaša kao svemoćni spasilac.

Dobar intervjuer trebalo bi da ima razvijenu sposobnost da procenjuje druge. Međutim, ova sposobnost intervjuera ne znači da će on biti uvek superioran u procenjivanju drugih ljudi. Mnoga istraživanja pokazuju da ne postoje univerzalno superiorni procenjivači. I oni najbolji svoju vrednost potvrđuju u jednoj određenoj grani ili oblasti rada. Među dobre procenjivače ljudskog ponašanja ubrajaju se osobe sa umetničkim sklonostima, vrlo inteligentne osobe sa dobrim uvidom i stabilnom ličnošću, ljudi koje obično smatraju mudrim i, naravno profesionalci, psihijatri i psiholozi (Berger, 2009). Zanimljivo je da veliko profesionalano iskustvo u radu sa ljudima, kakvo imaju psiholozi, psihijatri, nastavnici ili advokati i sudije, ne povećava njihovu sposobnost procenjivanja i izvan struke (Berger, 2009).

Da li klijentima više odgovara ravnopravan, demokratski odnos ili odnos vođstva i pokazivanje autoriteta od strane intervjuera? Tačan odgovor bi mogao da glasi: intervju je veoma živa i zato promenljiva forma komunikacije za koju bi se moglo reći da je onoliko raznolika koliko ima intervjuera i klijenata. Ono što odgovara jednom klijentu, neće biti prihvatljivo drugom. Samosvesnim, odlučnim klijentima smetaće intervjuer koji pokazuje tendenciju da preterano štiti klijenta. Plašljivi, nesigurni klijent osećaće se bolje pored intervjuera koji „čvrsto drži kormilo u svojim rukama” i koji mu svojim autoritetom uliva sigurnost.

## Klijent

Dolazak kod pravnik/advokata nije nešto što se ljudima svakodnevno dešava. Razumljivo je, zbog toga, da se klijenti za ovakav susret, u izvesnom smislu, pripremaju. Jedan od presudnih činilaca u ovakvom pripremanju je predstava koju budući klijent ima o osobi kojoj se obraća za pomoć i očekivanja u vezi sa pomoći koju će dobiti. Za neke klijente pravnik/advokat je osoba sa velikim moćima. Takvi klijenti doživljavaju pravnik/advokata kao spasioca, „čudotvorca” koji će njihovu životnu situaciju moći odmah da razreši. Zbog toga, takvi klijenti veruju da je dovoljno ako profesionalca „umilostive” skrušenim držanjem, ako mu povlađuju ili ga bez pogovora slušaju. Takvim ponašanjem klijent kao da nastoji magijski da navede profesionalca da svoju moć upotrebi za rešavanje njegovog problema.

Ponašanje tokom intervjua ove grupe klijenata mogli bismo da opišemo kao bespomoćno i nesigurno. Međutim, vrlo često ovakvi klijenti su skloni iracionalnim manipulacijama kojima primoravaju profesionalca da za njih učini više nego što je planirao.

Druga vrsta klijenata, vođena takođe određenim nesvesnim pobudama, pristupa intervjuu sa očekivanjem da pridobije svu pažnju, brigu i staranje koje pravnik/advokat kao čovek i stručnjak može da pruži. Za razliku od prvog tipa, ovaj drugi tip klijenta aktivno nastoji da osvoji profesionalca. U tom cilju on drammatizuje svoj problem i nemoć, naglašava svoje „beskrajno poverenje” u stručnost, mudrost i čovečnost profesionalca. Ukoliko profesionalac pokaže razumevanje i prihvatanje, klijent će uzvratiti pokušajem vezivanja i formiranjem jake zavisnosti. Ukoliko pak ne naiđe na prihvatanje, javiće se osećanje odbačenosti i takav klijent će se, najverovatnije, obratiti drugom pravniku/advokatu.

Tokom intervjua sa ovakvim klijentom profesionalac može da bude iznenađen brzinom kojom uglašeno i submisivno ponašanje klijenta može da pređe u ljutnju pa čak i u loše prikriiveni bes. Ovakvi klijenti zahtevaju apsolutnu pažnju i brigu profesionalca i ako im se učini da tu pažnju i brigu ne dobijaju u onoj meri koju očekuju, prekidaju kontakt.

Treća vrsta klijenata najviše se sreće među obrazovanim ljudima, mada to ne mora uvek da bude tako. Takvi klijenti dolaze kod profesionalca sa mnoštvom stručnih, pravnih termina i sa željom da fasciniraju profesionalca svojim poznavanjem pravne strane svog slučaja. Tokom intervjua često se rivaliziraju sa profesionalcem i pokušavaju da započnu

stručnu polemiku. Kontakt i intervju sa ovim tipom ljudi može za profesionalca da bude ispit lične zrelosti.

Predstava o stručnjaku od koga se očekuje pravna pomoć bitno utiče na početak i tok intervjuja kao i na odnos koji se uspostavlja između klijenta i profesionalca. Iz ovoga je moguće zaključiti da je intervju, u stvari, jedna kompleksna socijalna situacija koja ima svoj afektivni kvalitet koji se odvija paralelno sa racionalnim nivoom kontakta između klijenta i profesionalca. Profesionalcu može da laska divljenje klijenta i uloga „spasioca” koju mu klijent dodeljuje. Tada se profesionalac trudi više i čini više za klijenta. Ako dođe do prekida kontakta, odbacivanje od strane klijenta može da izazove bes profesionalca. Pravno obrazovan klijent može za neke profesionalce da bude opasnost – tada nisu retke situacije u kojima profesionalac postaje rival sa klijentom.

## **Komunikacija između intervjuera i klijenta**

Brojni su kanali komunikacije između klijenta i intervjuera. Neki od njih su verbalni, drugi su neverbalni. Neki od njih pripadaju svesnom delu ličnosti, dok su drugi nesvesni. Najznačajniji faktori koji određuju komunikaciju tokom intervjuja su očekivanja i predubedenja kako intervjuera tako i klijenta.

Što se tiče intervjuera njegova očekivanja su, najčešće, vezana za njegovu uspešnost u vođenju intervjuja. Kako su početnici uglavnom nesigurni, oni tokom intervjuja obraćaju više pažnje na sopstvene reakcije nego na klijenta. Nesigurnost intervjuera – početnika utiče na komunikaciju sa klijentom. Nesiguran intervjuer izaziva nesigurnost i sputanost i kod klijenta.

Različita predubedenja intervjuera takođe utiču na komunikaciju sa klijentom. Jedno od rasprostranjenih predubedenja, koje često može da se pročita i u priručnicima za vođenje intervjuja, glasi: „Uspešan intervjuer je uvek pažljiv, predusretljiv i topao”. Međutim, nemaju svi klijenti potrebu da uspostavlja kontakt sa intervjuerom koga krasi ovakve osobine. Postoje klijenti kojima pažljivost, predusretljivost i toplina intervjuera može da stvori sumnju da je to u stvari samo manevar intervjuera iza koga se skriva nekompetentnost. Zbog toga intervjuer treba da bude elastičan i da na početku razgovora proceni kakva su očekivanja klijenta.

Bez obzira na to što se tokom intervjua prepliću verbalni i neverbalni signali, verbalna komunikacija čini osnovu svakog intervjua. Najčešće intervjuer i klijent tehnički govore isti jezik i to podrazumeva da će se oni u svakom trenutku razumeti. Ali, to često nije tako. Intervjuer treba da je svestan da obrazovni, socijalni, etnički, kulturalni, ekonomski i religiozni činioci mogu da otežaju komunikaciju. Intervju teško da će biti produktivan i uspešan ako intervjuer ne uzima u obzir klijentovo poreklo i njegov referentni okvir.

Stručna terminologija koju koristi intervjuer može, isto tako, da oteža komunikaciju. Klijenti mogu da budu zbunjeni onim što govori intervjuer, ali i da se ustežu da pokažu da ne razumeju većinu termina koje upotrebljava intervjuer. Zato je preporuka da intervjueri budu pažljivi prilikom upotrebe stručne terminologije i da često proveravaju da li ih je klijent razumeo.

Razmatranje komunikacije između intervjuera i klijenta mora da uzme u obzir i moguću pristrasnost intervjuera. Ova pristrasnost može da utiče na tok intervjua i na interpretaciju činjenica koje saopštava klijent. Iza pristrasnosti intervjuera često stoje njegovi stavovi i moguće predrasude. Brojna istraživanja su utvrdila da na zaključke koje intervjuer donosi utiču etnička pripadnost i pol klijenta (Singer i Eder, 1993). U jednom opsežnom ispitivanju utvrđeno je, na primer, da su medicinski stručnjaci za mentalno zdravlje bili skloniji da dijagnostikuju depresiju kod klijentkinja nego kod klijenata, bez obzira na to da li su odgovori tokom intervjua zadovoljavali standardne kriterijume za dijagnozu depresivnog poremećaja (Potts, Burnam i Wells, 1991). U jednom istraživanju koje je rađeno sredinom prošlog veka došlo se do zaključka da socioekonomski status pacijenta bitno utiče na dijagnozu i način lečenja. Pacijenti čiji je socioekonomski status bio niži lakše su i brže dobijali „teške” psihijatrijske dijagnoze, kraće su zadržavani na lečenju, ređe su se vidali sa svojim lekarom i uglavnom su lečeni samo medikamentima (Redlich, 1952).

## Strategije za vođenje intervjua

Ne postoji jedan jedini „pravi” način vođenja intervjua, ali su se neke strategije pokazale korisne u praktičnom radu i zbog toga su prihvaćene od većine intervjuaera (Goldfried, 1980).

Svi intervjui imaju svoj početak, središnji deo i kraj. To su delovi ili faze intervjua i svaka od faza ima svoje specifičnosti.

### Prva faza ili početak intervjua

Glavni zadatak u ovoj fazi jeste uspostavljanje odnosa sa klijentom. Taj odnos se može izgraditi na nekoliko načina od kojih većina uključuje zdrav razum, pristojnost i uljudnost. Topao osmeh, prijateljski pozdrav i rukovanje dobar su početak intervjua. Časkanje o vremenu ili teškoćama u prevozu mogu da olakšaju početak intervjua, ali sa tim ne treba preterivati.

Izgrađivanju odnosa sa klijentom pomaže i celokupni radni prostor u kome se odvija intervju. Ranije je bilo reći o tome da stolice na kojima sede klijent i intervjuer treba da budu iste visine kao i da intervjuer treba da omogući razgovor bez zvonjenja telefona ili ulaska nekih drugih osoba.

Verbalnim kao i neverbalnim ponašanjem intervjuer treba, tokom ove faze intervjua, da emituje poruku: „Tu sam za tebe. Slušam te”.

Vešti intervjueri mogu već u ovoj, prvoj fazi intervjua da uspostave izuzetan odnos sa klijentom, ali se češće javlja situacija da se taj odnos postepeno razvija tokom druge, pa čak i treće faze intervjua.

### Druga faza ili središnji deo intervjua

Prelaz iz prve u drugu fazu intervjua trebalo bi da bude što jednostavniji. Od koristi mogu da budu tzv. nedirektivna otvorena pitanja. Na primer: „Šta vas dovodi ovde?” ili „Bilo bi dobro da mi nešto više kažete o problemima koje ste spomenuli u našem telefonskom razgovoru?”. Prednost ovakvih pitanja jeste u tome što ona omogućavaju klijentu da započne izlaganje problema na svoj način. Istovremeno, ovakav način započinjanja razgovora može da pomogne uspostavljanju dobrog odnosa

jer se klijentima daje na znanje da je intervjuer spreman da sasluša sve ono što oni žele da kažu.

U ovoj fazi intervjuera u kojoj klijent izlaže problem zbog koga je došao, zadatak intervjuera jeste da aktivno sluša i koristi tehnike aktivnog slušanja (postavljanje otvorenih pitanja, parafraziranje, sumiranje).

Iskusni intervjueri prepoznaju sugestivna pitanja i nastoje da ih izbegnu. Na primer, pitanje: „Vi ste se sa tim problemom dugo mučili” kao da implicira odgovor koji intervjuer očekuje. Zato je bolje ovako formulisati pitanje: „Koliko dugo imate taj problem?”

### Treća faza ili završetak intervjuera

Završni deo intervjuera (treću fazu) intervjuer može da započne na sledeći način: „Razumeo/la sam sve što ste mi rekli. Budući da nam je vreme na izmaku, bilo bi dobro da vi sada mene pitate ono što želite da saznate”.

Ovim ili sličnim tekstom intervjuer postiže istovremeno nekoliko stvari: najavljuje završetak razgovora i naglašava da je u potpunosti razumeo klijentov problem.

Postoje klijenti koji tek u ovoj fazi pružaju važne informacije. Ovakva situacija koja se naziva „ispovest pred vratima” nije retka i ona obično govori da se tokom prve faze nije oformio kvalitetan odnos između klijenta i intervjuera i da se to dogodilo tek tokom druge i treće faze intervjuera.

### Literatura

1. Berger, J. (2009) Psihodijagnostika, Zavod za izdavanje udžbenika, Beograd
2. Breakwell, G. (2007) Vještine vođenja intervjuera, Naklada „Slap”, Zagreb
3. Gavrilov—Jerković, V. (2008) Kliničko-psihološki praktikum, Futura publikacije, Novi Sad
4. Nietzel, M. T. & Berstein (2002) Uvod u kliničku psihologiju, Naklada „Slap”, Zagreb
5. Petrović, V. (2002) Intervju, u M. & Buttolo, W. (2002) Klinička psihologija, Futura publikacije, Novi Sad

# Intervju sa decom i mladima

---

## Uvod

Intervju se definiše kao: stručno vođeni, profesionalnim ciljem usmeravani razgovor dve ili više osoba u međusobno komplementarnim ulogama.

Objasnićemo podrobnije ovu definiciju.

U zavisnosti od vrste intervjuja i njegovih ciljeva, učesnici intervjuja mogu biti (najčešće) dve ali i više osoba (npr. u slučaju intervjuja kod zapošljavanja) koje su u međusobno komplementarnim ulogama – intervjuera i intervjuisanog.

Intervju je primarno verbalni proces koji započinje, vodi i okončava intrevjuer.

Intervjuer je stručna osoba koja poseduje za to odgovarajuće kompetencije, što znači da je ona za vođenje intervjuja osposobljena posebnom, u okvirima određene struke poznatom i priznatom, edukacijom. Obrazovanje za vođenje intervjuja podrazumeva sticanje odgovarajućih

teorijskih i metodoloških znanja, veština i profesionalnih stavova koji su u skladu sa profesionalnim standardima, etičkim i zakonskim normama.

Podaci, prikupljeni na odgovarajući (stručni i intervjuisanoj osobi primereni) način, obezbeđuju intervjueru dobro razumevanje intervjuisanog (same osobe, konteksta u kome ona živi i situacije u kojoj se ona nalazi). Dobro razumevanje intervjuisanog predstavlja preduslov za ostvarivanje profesionalnih ciljeva i zadataka (npr. u kliničkom intervjuu – postavljanje dijagnoze i planiranje tretmana).

Intervju je, dakle, razgovor koji je vođen opštim i posebnim profesionalnim ciljevima. Opšti ciljevi intervjuisanja su – prikupljanje, razmena i obrada informacija verbalne i neverbalne prirode. Posebni ciljevi intervjuisanja se odnose na informacije koje su relevantne za određenu struku (npr. forenzički intervju) i konkretne ciljeve (npr. utvrđivanje prisustva zlostavljanja ili utvrđivanje posledica zlostavljanja).

Uloge intervjuera i intervjuisanog su međusobno komplementarne, što znači da su one uzajamne, međusobno se dopunjavaju, stvarajući tako jednu kompaktnu celinu.

Proces u kome intervjuer traži a intervjuisani daje informacije značajan je za oba aktera ove interakcije. Za intervjuera je to jedan od načina ostvarenja profesionalnih ciljeva i zadataka, a za intervjuisanog – prilika da sabere, izrazi i plasira svoja iskustva.

Prikupljanje, razmena i obrada relevantnih informacija u osnovi je svake struke i nauke. Intervju predstavlja jednu od ključnih metoda u radu stručnjaka mnogih profila. Ovaj metod je dragocen pre svega stručnjacima tzv. pomažućih profesija koji su po prirodi svoga posla u direktnom kontaktu sa ljudima (lekari, psiholozi, nastavnici, socijalni radnici, pravnici), ali i onim stručnjacima koji o ljudima brinu na indirektan način (novinari, sociolozi, ekonomisti, istraživači). Shodno tome, možemo razlikovati više vrsta intervju: npr. prema profesiji koja ih primenjuje, prema informacijama koje se primarno traže (policijski intervju) ili primarno nude (medicinski intervju), prema načinu prikupljanja informacija (strukturisan, polustrukturisan i nestrukturisan intervju) itd.



## Specifičnosti intervjuisanja dece i mladih

### Specifičnosti deteta kao subjekta intervjuisanja – dečja perspektiva

Intervjuisanje dece se u mnogim aspektima razlikuje od intervjuisanja odraslih. Što je dete mlađe to su i razlike veće (Barker, 1990). Zbog toga je za intervjuera veoma važno (još važnije nego što je to slučaj kod intervjuisanja odraslih) da dobro poznaje i razume dečju perspektivu kao i da ume da joj se prilagodi.

Dete je otac čoveka. Stoga deca, kao budući ljudi, u svakom društvenom sistemu imaju poseban tretman – negu i zaštitu.

Deca su u razvoju. Detinjstvo i mladost su doba intenzivnih i dinamičnih promena na fizičkom, psihološkom i socijalnom planu. Sa uzrastom se kod dece razvijaju brojne sposobnosti u oblastima: opažanja, mišljenja, osećanja, ponašanja, verbalnog izražavanja, komunikacije i socijalnih relacija.

Deca su zavisna od odraslih. Od rođenja pa sve do školskog uzrasta njihova prirodna sredina je porodica, a njihov stalni pratilac je roditelj ili staratelj. Svaku drugu sredinu (i ljude u njoj, ma kako oni bili detetu naklonjeni i radili za njegovo dobro) deca primarno doživljavaju kao stranu, te prema njoj imaju određen zazor. Čak i kasnije, kada dete već krene u školu, komunikacija sa nepoznatim odraslim osobama za njega nije uobičajena. Štaviše i situacija u kojoj mu poznata osoba od autoriteta postavlja pitanja, dete asocira na neku vrstu preslišavanja i izaziva strepnju tipa: „Da li sam nešto pogrešio?” ili „Možda će me (pr)ocenjivati.” Pored toga, za razliku od odraslih, deca na intervju ne dolaze svojom voljom i pripremljena. Obično ih dovode roditelji ili staratelji, manje ili više pripremljene, često i sasvim nepripremljene.

### Principi intervjuisanja dece i mladih

Za planiranje i sprovođenje intervjua, neophodno je da intervjuer:

- Dobro razume posebnu perspektivu intervjuisanog – tj. pogled na svet sa aspekta a) dece i mladih uopšte i b) dece i mladih određenog uzrasta.
- Pozna je iskustva dece u određenoj situaciji (npr. razvoda braka roditelja)
- Obrati pažnju na posebnost samog deteta, njegovog stanja i potreba, sociokulturnog konteksta u kome živi, kao i posebnost situacije u kojoj se to konkretno dete ili mlada osoba nalazi.
- Pristupi detetu kao subjektu, a ne objektu ispitivanja, stavljajući u žižu svog interesovanja dete, a ne informacije koje očekuje da od njega dobije.
- Pristupi detetu otvorenog uma (ne dopuštajući da njegov pogled ograničavaju podaci koje već ima o konkretnom detetu ili stereotipi o deci i mladima uopšte) – bez (pr)osuđivanja.
- Pristupi detetu otvorenog srca – prihvatajući ga takvim kakvo jeste i ne opterećujući ga svojim ličnim osećanjima (kako negativnim, tako ni prenatlaženim pozitivnim osećanjima).

Vođenje računa o navedenim principima omogućava intervjueru da premosti jaz između sebe i intervjuisanog. Ovaj jaz može stvarati:

- razlika u uzrastu (stariji i mlađi),
- razlika u polu i rodu (ženski i muški),
- hijerarhija uloga (nadređeni i podređeni),
- delikatnost različitih situacija (npr. kliničko ispitivanje, istraga... i sl.).

## Stil intervjuisanja dece i mladih

Ono što možda najviše razlikuje metod intervjuisanja dece i mladih od metoda intervjuisanja odraslih (Huges & Baker, 1990) jeste stil intervjuisanja.

Stil je po prirodi stvari:

- Angažovaniji – zahteva veći tehnički ali i emocionalni angažman intervjuera.
- Fleksibilniji – zahteva veći stepen prilagođavanja intervjuisanom.
- Daje više inicijative detetu i mladoj osobi u izboru teme razgovora i formata interakcija.

- Oslanja se više na neverbalne i simboličke sadržaje (gest, crtež, igru) kao prirodnije oblike komunikacije dece i mladih (naročito onih mlađeg uzrasta).

## Kontekst intervjuisanja dece i mladih

Prostor u kome se sprovodi intervju treba da je odvojen (radi pažnje i koncentracije aktera i zaštite privatnosti informacija), svetao, provetren, topao i ugodan. Raspored sedenja takav da obezbeđuje detetu dovoljno prostora, bez prepreka (npr. u vidu pisaćeg stola) između njega i intervjuera, a sa vizuelnim kontaktom u istoj ravni. U prostoriji treba da bude poneka igračka (ne igraonica koja bi odvukla pažnju deteta), papir i olovka, bojice i druga pomoćna sredstva (Srna, 2004).

Kod intervjuisanja mladih prostor u kome se vodi intervju ne bi trebalo da ima pomenuta dečja obeležja, jer bi ih mladi mogli doživeti kao „tešku uvredu” (Puritz et al, 2000).

Vreme intervjuisanja bi trebalo da bude što je moguće bliže za intervju relevantnom događaju ili situaciji (zbog svežine sećanja), ali ne i pre nego što dete za to bude spremno. Takođe, vreme intervjuisanja ne bi trebalo da remeti dečju rutinu (npr. ručak, popodnevno spavanje i sl.)

## Proces intervjuisanja dece i mladih

### Priprema i planiranje intervjuja

Da bi sam proces sprovođenja intervjuja dobro funkcionisao, potrebno je da se intervjuer prethodno dobro pripremi i da pažljivo isplanira intervju.

Priprema za intervju obuhvata prikupljanje sledećih informacija:

- Informacija o samom detetu: ime i nadimak, uzrast, školsko postignuće, interesovanja i preferencije, posebne potrebe (npr. usled prisustva, fizičkih i mentalnih oboljenja i oštećenja).
- Informacija o sredini iz koje dete potiče: vrsta porodice (npr. potpuna ili nepotpuna, hraniteljska i sl.), status porodice (npr. izbeglički),

maternji jezik, nacionalna i religiozna pripadnost (Aronson-Fontes, 2009).

Kao vodič za planiranje intervjua (Barker, 1990) mogu da posluže odgovori na sledeća pitanja: Gde će se obaviti intervjui? Za koga se on vodi? Sa kojim ciljem? Koje informacije tražimo? Koliko vremena je potrebno za intervjui? U koliko navrata će se intervjui voditi? Šta učiniti sa uzgrednim produktima intervjua (informacijama koje smo dobili a na koje nismo ciljali)?

Pre započinjanja intervjua sa decom i mladima intervjuer treba da obezbedi informisanu saglasnost roditelja ili staratelja, kao i pristanak samog deteta ili mlade osobe.

Informisana saglasnost roditelja je važna jer obezbeđuje njihovu podršku i saradnju a istovremeno doprinosi i pozitivnoj motivaciji samog deteta. Traženjem pristanka od deteta (naročito od mlade osobe) intervjuer pokazuje svoje uvažavanje, što dodatno uvećava pozitivnu motivaciju intervjuisanog.

Roditelj ili staratelj, kao i neka druga osoba od poverenja, mogu prisustvovati intervjui da podrže dete i/ili pomognu intervjueru da ga bolje razume (npr. kod intervjuisanja male dece ili dece sa posebnim potrebama). Na intervjueru je da pažljivo proceni da li će uključiti druge osobe, s obzirom na to da njihovo prisustvo, pored pomenutih pozitivnih, može imati i neke negativne implikacije (npr. dete se uzdržava da o nekim delikatnim temama govori pred roditeljima ili pak roditelji nehотиčno ometaju proces intervjuisanja postavljajući detetu pitanja ili čak dajući umesto njega odgovore.)

## Sprovođenje intervjua

Za intervjuisanje dece i mladih postoje brojni protokoli (Vasquez, 2007; Home Office, 1992; Lamb et al, 1998; Northern California Training Academy, 2006; Orbach et al, 2000), koji se u suštini veoma malo razlikuju. Svi oni mahom sadrže slične elemente koji uspostavljaju okvirnu strukturu i sled koji usmerava tok procesa intervjuisanja.

Intervjuisanje dece i mladih mnogi autori (Wilson & Powel, 2001; Cameron, 2005; Krahenbuhl & Blades, 2006) tretiraju kao proces koji se odvija kroz sledeće faze:

1. **Uspostavljanje kontakta i saradničkog odnosa.**
2. **Iniciranje i održavanje spontane priče / iskaza.**
3. **Postavljanje specifičnih pitanja.**
4. **Završavanje intervjuja.**

Razmotrićemo detaljno svaku od ovih faza intervjuisanja.

### **Uspostavljanje kontakta i saradničkog odnosa**

Intervju otpočinje tako što se intervjuer prvo sam predstavlja detetu ili mladoj osobi svojim imenom i profesijom, odnosno ulogom (npr. „Ja sam Jelena, psiholog. Moj posao je da slušam decu koja imaju neke brige ili probleme i da im pomazem da ih reše”).

Intervjuer zatim daje detetu ili mladoj osobi određene informacije u cilju:

- a) Uspostavljanje atmosfere poverenja i sklada kao neophodnih uslova za uspešno sprovođenje intervjuja.
- b) Orijetisanja deteta u pravcu svrhe razgovora, trajanja razgovora i konkretnog načina rada, tj. strukture i pravila procesa intervjuisanja.

Preciznim informisanjem o onome što ga tokom intervjuja očekuje, intervjuer teži da približi (novu, nepoznatu i samim tim nelagodnu) situaciju intervjuisanja detetovom već postojećem iskustvu. Na taj način on detetu pruža priliku da ovlada situacijom i da se u njoj oseća komotno i sigurno.

Cilj, način rada i pravila intervjuja, najbolje je dati deci opisno: Npr.

„Pričaćemo o raznim stvarima koje tebe interesuju, usput pomalo crtati ili se igrati)...” – „Sve to neće dugo trajati, (jedno pola sata do sat), a možemo praviti kratke pauze (kao što i u školi imaš odmor)”

„Kada te ja pitam ti ne odgovaraš kao u školi (tu nema tačnih i netačnih odgovora, nema ni ocena). Kažeš mi ono što ti znaš (što se stvarno dogodilo, sve čega se sećaš, makar i malih stvari za koje misliš da nisu važne). A kada ne znaš da odgovoriš, ili se ne sećaš slobodno kaži „ne

znam" ili „ne sećam se". Nemoj da pogadjaš. Kada ne čuješ ili ne razumeš ono što te pitam, slobodno mi kaži i ja ću ti ponoviti i objasniti".

Kroz proces pažljivog objašnjavanja ciljeva, načina rada i pravila intervjuisanja (jednostavnim jezikom koji dete može da razume), intervjuer pomaže detetu da ostvari kognitivnu kontrolu nad procesom intervjuisanja i prevaziđe svoje strepnje u vezi sa nepoznatim i nelagodnim. Istraživanja su pokazala da ovakav pristup obezbeđuje najbolje informacije, jer otklanja mnoge prepreke uspešnom intervjuisanju dece (povećava njihove kompetencije, usmerava ih na realno i istinito, smanjuje sugestibilnost i sl. (Cameron, 2005; Krahenbuhl & Blades, 2006).

Po davanju informacija dobro je ponuditi detetu da (ukoliko želi) i samo postavi pitanja intervjueru. Ovim intervjuer već od samog početka

- demonstrira „na delu samu suštinu razgovaranja" (dvosmernost komunikacije),
- daje detetu na važnosti i podstiče njegovo aktivno učešće u razgovoru,
- pruža detetu priliku da se informiše o onome što ga u datom trenutku interesuje, kao i da ispolji svoje strepnje i dileme,
- proverava da li je detetu sve jasno ili mu je potrebno još nešto pojasniti.

Nakon odgovora na detetova eventualna pitanja, intervjuer pristupa upoznavanju deteta tako što se sa puno pažnje interesuje za detetovo ime/ nadimak, uzrast, dobre drugare i njihove omiljene igre, za vrtić ili školu koju dete pohađa, njegove vaspitače ili nastavnike, omiljene i neomiljene školske predmete i sl. Ukratko, intervjuer upoznaje dete raspitujući se o temama za koje zna da mogu biti u sferi iskustva i interesovanja deteta ili mlade osobe određenog uzrasta.

Po upoznavanju deteta, pitanjima kao što su: „Da li znaš zašto si ovde? i „Isprčaj mi šta se dogodilo?", intervjuer uvodi dete u teme koje su manje neutralne i bliže ciljevima intervjuisanja. Tako se ostvaruje blag, neosetan prelaz u sledeću (delikatniju) fazu intervjuisanja.

### **Iniciranje i održavanje spontane priče/iskaza**

Na ovom mestu je dobro dati jednu važnu napomenu: Neka deca i mladi sami iniciraju ključnu temu razgovora, jer imaju jaku potrebu da odmah kažu intervjueru ono što ih tišti. Krutim pridržavanjem standardne strukture, intervjuer bi ih praktično onemogućio da se spontano izraze,

što bi naravno bilo sasvim kontraproduktivno. U takvim situacijama je važno da intervjuer bude fleksibilan, što u ovom slučaju znači da prilagodi strukturu i tok intervjuisanja konkretnom detetu i njegovim potrebama.

Pošto je glavna tema razgovora inicirana, intervjuer pažljivo sluša, trudeći se da ne prekida dete dok spontano govori svojim tempom i svojim rečima jer upravo ovi momenti predstavljaju ono što je u intervjuu najvrednije. Kada dete zastane, intervjuer koristi lagani podstrek (npr. „Pričaj mi još o tome... I onda?... Aha... Nastavi...”). Kratkim upadicama (npr. „Da... Oh! Uf! – bez preteranog uživanja koje bi moglo da ga iznenadi ili zbuni) intervjuer pokazuje detetu da ga prati i razume. Podsticanjem tipa (npr. „Došao je? ... I posle? ...”) intervjuer lagano usmerava tok priče, pomažući tako detetu da ostane usmereno na glavnu temu razgovora i da o njoj da bitne informacije, ne remeteći pri tom kontinuitet i autentičnost detetovog slobodnog iskaza.

Što je dete mlađe, ono i očekuje da će mu odrasla osoba pomoći da se izrazi i korigovati ga kad nešto pogreši. Za razliku od adolescenata koji dobro razumeju koji tip informacija se od njih očekuje i tačno znaju šta treba da kažu (Wilson & Powel, 2001)

### **Postavljanje specifičnih pitanja**

Pored razvojnih i individualnih razlika dece i mladih osoba, na kvalitet njihovih odgovora u velikoj meri utiče vrsta i formulacija pitanja (Walker, 1994; Krahenbuhl & Blades, 2006).

Pitanja koja je intervjuer do sada postavljao (npr. „Ispričaj mi šta se dogodilo”) nazivaju se otvorena pitanja. Ona su dobra za stimulisanje spontanog iskaza jer ne pretpostavljaju unapred šta će dete reći i podstiču odgovore koji sadrže više reči i rečenica.

Specifična ili direktna pitanja (npr. „Gde je stajao taj čika?) su ona kojima se od deteta traže precizne informacije – u par reči, a postavljaju se da bliže odrede već rečeno, tj. da pojašne detetov iskaz, raščiste eventualne nekonzistentnosti u njemu i moguće nesporazume u komunikaciji između deteta i intervjuera.

Zatvorena pitanja (npr. „Da li je taj čika imao bradu?”) su vrsta direktnih pitanja koja traže odgovor ograničenog broja mogućnosti, najčešće dve – da ili ne). Ova se pitanja koriste tek pri kraju intervjua, kada je prikupljeno

dovoljno spontanog materijala i kada je smanjen rizik od kontaminacije dobijenih podataka.

Konačno, tu su i pitanja oko kojih se najviše „lome koplja” u stručnoj literaturi – vodeća ili sugerišuća pitanja. Ova pitanja upućuju na željeni odgovor ili pretpostavljaju činjenice koje nisu dokazane i koje dete prethodno nije pominjalo (npr. „Taj čika te je povredio. Je l' tako?”). Vrednost ovih pitanja je u tome što pomoću njih vešt intervjuer može: skratiti fazu upoznavanja (npr. „Ti se zoveš Dragan, stanuješ u Mileševskoj ulici br 103 i ideš u V razred osnovne škole Aleksa Šantić”), olakšati prelaz na glavnu temu razgovora (npr. „Tvoja mama misli da te je neko povredio? Da li te je neko povredio?”), a i pokazati razumevanje za dečja osećanja (npr. rezimirajući detetov detaljan opis zlostavljanja rečima: „On te je baš mnogo, mnogo povredio”).

Međutim, vodeći stručni stav jeste da ovakva pitanja treba izbegavati kad god je to moguće, zbog rizika od narušavanja autentičnosti (pa čak i istinitosti) dečjeg iskaza uopšte, a naročito kada su u pitanju mlada deca i manje iskusni intervjueri.

Ukratko, stručnjaci uglavnom prednost daju otvorenim pitanjima i smenjuju ih sa specifičnim/direktnim pitanjima koja odgovore usmeravaju i konkretizuju a ne navode ili iznuđuju.

Pored vrste pitanja, i način na koji se pitanja formulišu može značajno uticati na odgovore dece i mladih. Konkretna pitanja kao što su: Ko? Šta? i Gde? dobro razumeju deca već na uzrastu od tri godine. Odgovori na pitanja: Kada? i Koliko? zahtevaju od deteta određena znanja i sposobnost procene (vremena, težine, visine, udaljenosti, lokacije) za koju dete nije spremno pre nego što dobro zagazi u period školskog uzrasta. Na pitanja: Zašto? i Kako to? koja zahtevaju razvijeniji stepen logike i apstraktnog mišljenja, najpotpunije odgovaraju deca starijeg školskog i adolescentnog uzrasta. Ova pitanja treba postaviti oprezno s obzirom na to da i deca i mladi mogu da ih dožive kao optužujuća (npr. „Zašto si išao u park”? ili „Kako ti se to desilo?”).

## **Završavanje intervjua**

Intervjuer završava razgovor sumiranjem informacija koje je dobio od intervjuisanog, pružajući tako sebi priliku da proveri svoje razumevanje onog najvažnijeg, a detetu i mladoj osobi mogućnost da isprave eventualne netačnosti ili nesporazume. Zatim se intervjuer zahvaljuje intervjuisanom



na saradnji, dajući mu mogućnost da i na kraju (ukoliko želi) nešto pita ili komentariše. Decu koja su za to zainteresovana intervjuer (uzrastu primerenim načinom) informiše o daljim koracima, tj. o onom što ih čeka nakon intervjua. Na samom kraju intervjua on ostavlja detetu ili mladoj osobi otvorena vrata, za slučaj potrebe za novim razgovorom, dopunom informacija i sl.

## Činioci od uticaja na ishod intervjua

Istraživanja (Muers, 1997) su pokazala da ishod intervjua samo u jednoj trećini zavisi od intervjuisanog deteta ili mlade osobe, a u dve trećine od odraslog intervjuera i situacije u kojoj se intervju odvija. Činioci koji od strane intervjuera u najvećoj meri utiču na kvalitet intervjuisanja su:

- Adekvatan trening, koji intervjueru treba da obezbedi kompetentnost za planiranje i sprovođenje intervjua, kao i
- Poznavanje i poštovanje prava deteta koji su u osnovi stava uvažavanja deteta kao subjekta.
- Kreiranje detetu prijateljske sredine prilagođavanjem konteksta, trajanja, dinamike i načina intervjuisanja specifičnim karakteristikama i potrebama dece i mladih.

Stručnu kompetenciju za rad na ovoj problematici intervjuer stiže: odgovarajućom edukacijom i treningom, kao i kontinuiranim osvežavanjem i unapređivanjem stečenih znanja i veština, profesionalnih stavova i vrednosti (Srna, 2002).

Odgovarajuća edukacija i trening podrazumevaju:

- a) Ovladavanje znanjima relevantnim za intervjuisanje dece i mladih:
  - o deci (kao što su npr. razvojne karakteristike dece predškolskog, školskog i adolescentnog uzrasta, individualne razlike i sl.);
  - o situacijama u kojima se ona nalaze u trenutku intervjuisanja (npr. razvod braka roditelja, nasilje u porodici).
- b) Ovladavanje veštinama intervjuisanja koje podrazumevaju: pažljivo slušanje, opažanje, razumevanje, ispitivanje (postavljanje specifičnih pitanja), procenjivanje, integrisanje i sumiranje (sinteza dobijenih informacija u jednu koherentnu celinu).

- c) Usvajanje savremenih profesionalnih stavova i vrednosti (npr. primarno usmerenje na dete umesto usmerenja na pitanja koja postavljamo ili informacije koje tražimo).

Kontinuirano osvežavanje i unapređenje znanja, veština i stavova intervjuer postiže:

- dodatnim treninzima (u pravcu daljeg usavršavanja i specijalizacije),
- supervizijom (od strane eksperata) i intervizijom (od strane kolega),
- praćenjem aktuelnosti i novina u oblasti intervjuisanja (u stručnoj literaturi) kao i razmenom iskustva (na specijalizovanim stručnim skupovima).

## Umesto zaključka

Na samom kraju potražili smo i odgovor na pitanje: Koje su karakteristike uspešnog intervjua sa decom i mladima?

Uspešan intervju (Wilson & Powel, 2001) je onaj u kome intervjuer:

### **Više sluša nego što govori.**

Poznati američki pisac Mark Tven je, na sebi svojstven duhoviti način, o tome rekao ovako: „ Da je bog hteo da više pričamo nego što slušamo, dao bi nam dvoja usta i samo jedno jedno uvo”. Pažljivo slušanje je, dakle, ta magična veština svake dobre komunikacije, pa i dobrog intervjuisanja!

### **Zna i ume da**

- uspostavi odnos poverenja, ohrabri dete ili mladu osobu da spontano i otvoreno govori o određenim temama, bez pritisaka;
- postavi prava pitanja (koja stimulišu razgovor) i ponudi minimalne podstreke koji održavaju komunikaciju. I što je možda najvažnije,
- pokaže detetu da se njegov glas čuje, da ga odrasli razumeju i uvažavaju.

### Literatura:

1. Aronson Fontes, L. (2009): Interviewing Immigrant Children and Families for Suspected Child Maltreatment, APSAC Advisor, Spring pp 7—11
2. Huges, J. N. , Baker, D. B. (1990): The Clinical Child Interview, New York, Guilford Press
3. Barker, P. (1990): Clinical Interviews with Children and Adolescents, New York, Norton
4. Cameron, H. (2005): Asking the tough questions: a guide to ethical practices in interviewing young children. Early Child Development and Care Vol 175, No 6, pp. 597—610
5. Home Office (1992): Memorandum od good practice on video recorded interviews with children witnesses for criminal. Proceedings. Her Majesty's Stationary Office, London, UK
6. Krahenbuhl, S. , Blades, M. (2006): The effects on interviewing techniques on young children's responses to questions, Child: Care, Health & Development, 32, 3, 321—331
7. Lamb, M. E. et al (1998): Conducting investigative interviews of alleged sexual abuse victims. Child Abuse and Neglect, 22, 813—823
8. Myers, J. E. B. (1997): Evidence in Child Abuse and Neglect Cases, Vol 1, New York, John Willey & Sons
9. Northern California Training Academy (2006): Interviewing of Children & Special Populations, University of California, Davis
10. Orbach, Y. , et al (2000): Assessing the value of structured protocols for forensic interviews of alleged child abuse victims. Child Abuse and Neglect, 24, 733—752
11. Puritz, P et al (2000): Talking to teens in the justice system: Strategies for interviewing adolescent defendants, witnesses and victims, American Bar Association
12. Srna, J. (2002): Psihološki aspekti svedočenja dece i mladih. U J, Srna. (Ur.) Od grupe do tima, multidisciplinarni pristup edukaciji stručnjaka za zaštitu dece od zlostavljanja i zanemarivanja, Beograd, Centar za brak i porodicu i IP „Žarko Albulj”
13. Srna, J. (2004): Forenzički intervju sa detetom, U M. Milosavljević (Ur.) Zlostavljanje i zanemarivanje dece, Beograd, Socijalno-humanitarno udruženje „Sačuvajmo decu” i Intergraf MM
14. Vasquez, R. (2007): Interviewing Children, Arizona Supreme Court, <http://www.supreme.state.az.us/casa/prepare/interview.html>
15. Walker, A. G. (1994): Handbook on Questioning Children, Washington, DC, ABA Center on Children and Law
16. Wilson, C. , Powel, M. (2001): A guide to Interviewing Children, Essential Skills for Counselors, Police, Lawyer and Social workers, New York, Routledge

# Pravne klinike

---

## Uvodne napomene

Pravni intervju možemo definisati kao sakupljanje i razmenu informacija između klijenta i advokata. Sprovodi se u cilju dobijanja potrebnih informacija od klijenata i oodređivanja pravne prirode problema.

## Uslovi za sprovođenje intervjua

Za uspešno obavljanje intervjua potrebno je ispunjenje određenih uslova. Jedna grupa uslova tiče se samog advokata, a druga organizacije prostora gde će se intervju realizovati. Advokat koji treba da sprovede intervju mora da bude obučen i pripremljen za takav vid pravnog delovanja.<sup>1</sup>

---

1 Korisno je da, u cilju efikasnijeg obavljanja intervjua, advokat unapred pripremi ankete/upitnike određenog sadržaja. Dobra strana te aktivnosti se posebno vidi kod raspravljaja zaostavštine određenog ostavioca, sastavljanja zaveštanja, sačinjavanja ugovora o doživotnom izdržavanju, ugovora o deobi nasledstva itd. Opširnije videti kod T. Живулин, Интервьюирование, Клиническое юридическое образование, Методический семинар для преподавателей, Санкт-Петербург, 2000, str. 166.

Advokat, pored toga, treba da bude sposoban da uspostavi kontakt sa klijentom i uloži potrebne napore na razvijanju odnosa među njima, uzimajući za polaznu osnovu uvažavanje i poverenje.

U toku intervjuisanja advokat mora klijentu da posveti punu pažnju. To podrazumeva:

- da advokat malo govori, da bude aktivan i pažljiv slušalac, da uspostavi dobar vizuelni kontakt sa klijentom i budno prati njegov izraz lica, njegov pogled, njegove gestove i pokrete;<sup>2</sup>
- da pokaže klijentu da prati tok njegovih misli i da ispolji saosećajno razumevanje;
- mora biti sposoban da precizno formuliše svoje ideje, jasno saopšti argumetne pro et contra određenog rešenja, i izrazi svoje mišljenje ubedljivo i razumljivo klijentu.
- mora biti sposoban da sačini intervju sa potrebnim fazama i da postavlja odgovarajuća pitanja klijentu u cilju pravog sagledavanja njegovog problema.

Jedino kancelarija advokata može biti prostorija u kojoj se sprovodi intervju. Drugi prostori (npr. kafić, hotel, sud) ne smatraju se prihvatljivim rešenjem sa stanovišta Kodeksa profesionalne etike advokata.<sup>3</sup> Advokat i njegov saradnik treba da u advokatskoj kancelariji stvore atmosferu u kojoj će se klijent osećati prijatno. Pri tom, za samog klijenta nije od značaja vrednost i vrsta nameštaja koji se nalazi u kancelariji, već dobar utisak koji advokat treba da ostavi na klijenta svojim načinom ponašanja, stručnim kvalitetima i sposobnošću da objektivno sagleda njegov problem. Psiholozi tvrde da će se klijent mnogo prijatnije osećati ukoliko sedi s boka advokatu, a ne preko puta njega<sup>4</sup>, ako njega i advokata niko ne prekida u toku razgovora, ukoliko su vrata prostorije gde se obavlja intervju zatvorena i ako se klijentu ostavi dovoljno vremena da iznese svoj problem advokatu.

---

2 U prilog tome ide i mišljenje psihologa da izgovorene reči čine samo 7% saopštene informacije 38% se odnosi na visinu, boju i druge kvalitete glasa klijenta, a 55% na izraz njegovog lica. O tome detaljnije videti kod III. Ахмет, Интервьюирование клиента – необходимые учебные пособия и материалы, оп. цит., str. 174.

3 Videti II deo, tačka 12 Kodeksa profesionalne etike advokata RS.

4 Detaljnije o tome videti kod: Ю. Звездина, О психологических аспектах интервьюирования, оп. cit., str. 170.

## **Pitanja koja advokat može postavljati u toku sprovođenja intervjua**

Zavisno od širine informacije koju želi da dobije, advokat može koristiti pitanja otvorenog tipa (npr. „Objasnite mi malo bliže vaše nesuglasice sa davaocem izdržavanja” ili „Kako ste precizirali vaš ugovorni odnos sa poslugoprимcem”), ili zatvorena (sužena) pitanja (npr. „Ovo nije prvi put da vas je muž udario, je li tako?” ili „Da li vam je davalac izdržavanja kupovao potrebne lekove?”).

I jedna i druga vrsta pitanja imaju svoju svrhu i odgovarajuće mesto u intervjuisanju klijenata. Od sposobnosti samog advokata zavisi u kojoj meri će ona biti iskorišćena sa uspehom. U stručnoj literaturi<sup>5</sup> se preporučuje da advokat započne intervju sa otvorenim pitanjima a okonča ga sa nizom suženih pitanja.

Upotreba pitanja otvorenog tipa omogućava da klijent: u svom slobodnom kazivanju iznese činjenice koje bi možda bile izostavljene postavljanjem pitanja suženog tipa, da oseti kako je advokat zainteresovan za njegov slučaj i da ga uvažava kao ličnost, što, u celini posmatrano, može doprineti uspostavljanju kvalitetnih odnosa između klijenta i advokata. Upotreba pitanja suženog tipa omogućava da se saznaju pojedini detalji klijentovog problema, kao i da se on dodatno motiviše u iznošenju činjenica relevantnih za njegov slučaj.

## **Faze u intervjuisanju klijenata**

### **Uspostavljanje kontakta sa klijentom (uzajamna ocena klijenta i advokata)**

Kada klijent dođe kod advokata on, (ili njegov saradnik) treba da ga dočeka u prijemnoj kancelariji ili (ako nje nema) da priđe vratima same kancelarije, pozdravi se s njim i doprati ga do stolice gde će sedeti. Radi uspostavljanja harmoničnih i bliskih odnosa između klijenta i advokata, i stvaranja uslova za uzajamnu simpatiju, korisno je da advokat

---

5 D. Binder & S. Prais, Pravno intervjuisanje i savetovanje (prevod), 1977, str. 59—99

potencijalnom klijentu postavi odgovarajuća prigodna pitanja (npr. Da li mu je bilo teško da nađe advokatsku kancelariju, kako je došao do kancelarije, da li je bilo mesta za parkiranje automobila itd.), ponudi ga čajem, kafom ili sokom.

U ovoj fazi korisno je da advokat upozori klijenta da sve ono što mu bude rekao je strogo poverljivo i da ti podaci mogu biti saopšteni drugim licima samo uz prethodnu dozvolu klijenta. Sve ovo može advokatu, u izvesnoj meri pomoći da oceni klijenta kao čoveka, privikne se na njegov način govora, otkrije uplašenost klijenta, njegovu nervozu ili psihičku rastrojenost. Klijent, takođe, na osnovu izgleda advokata, njegovog ponašanja i ophođenja sa njim ocenjuje i odlučuje da li će mu poveriti svoj slučaj.

### Faza preliminarne identifikacije problema

Ova faza intervjua najčešće započinje pitanjem advokata: „Kako vam mogu pomoći?” ili „Šta mogu da učinim za vas?” Korisno je da, posle početnog pitanja ili dobijanja početnog odgovora, advokat upotrebi strukturalnu vodilju tipa: „Recite mi kakav je vaš problem, kako i kada je nastao i šta vi mislite kako bi mogao biti rešen?” Ako je advokat već prethodno kontaktirao sa klijentom i saznao, načelno, prirodu problema, onda bi on prilikom prvog susreta trebalo da upotrebi sledeću formulaciju: „Koliko sam shvatio vi imate problem sa zakupodavcem. Molim vas, budite ljubazni pa mi recite kada je on nastao i kako bi ste hteli da se on reši.”

U ovoj fazi intervjua neophodno je da advokat dopusti klijentu da samostalno opiše svoj problem, da ga sam „skicira”. Advokat ne treba da prekida svog klijenta pitanjima, posebno ne onima koja izražavaju sumnju ili kritiku. Ovakav način ponašanja advokata umanj će iskrenost klijenta, koji će zauzeti obrambenu poziciju i time izmeniti ishod intervjua. Ako advokat dozvoli klijentu da govori bez prekida, dobiće prilično tačnu, mada ne potpunu sliku problema. Takođe, to će pomoći klijentu da se oslobodi i da mu poveća nivo sposobnosti sećanja i samopoštovanja.

Ako klijent nerado govori, advokat ne bi trebalo da postavlja sužena pitanja, već ona opšteg tipa, npr.: „Ne žurite se, ja razumem da vam je teško o tome govoriti, ali šta je bilo dalje?”

U ovoj fazi intervjuisanja klijenta advokat treba da dopusti klijentu da ispolji svoja osećanja iz dva razloga. Prvo, na taj način pokazuje klijentu da ga uvažava kao ličnost. Drugo, to pomaže advokatu da odvoji subjektivne predstave klijenta od realnosti.

Advokat u fazi preliminarne identifikacije problema ne treba da beleži sve ono što je klijent rekao, već samo da obrati pažnju na najvažnije činjenice.

Najčešća greška advokata u ovoj fazi intervjuisanja klijentata jeste da on, rukovodeći se već viđenim sličnim modelom problema, ne dozvoli klijentu da do kraja ispriča svoju verziju problema. Advokat, na taj način, propušta da sazna neke odlučujuće činjenice, da uoči emocije klijenta i specifičnosti u tome kako bi klijent želeo da se reši njegov problem.

Faza preliminarne identifikacije problema treba da bude završena konstatacijom advokata da razume klijentov problem, njegovu zabrinutost i kako bi problem trebao da bude rešen po klijentovom mišljenju.

### Faza hronološkog pregleda problema

U ovoj fazi intervjuja, advokat i klijent treba da hronološkim redom srede svoje podatke o problemu, počev od vremena njegovog nastanka pa do trenutka intervjuisanja.

Korisno je da advokat klijentu, pre ove faze, saopšti (tzv. pripremno objašnjenje) šta se od njega očekuje posle preliminarne identifikacije problema i koliko će okvirno trajati intervju. Jedino na taj način mogu se sprečiti teškoće u komunikaciji advokata i klijenta.

Kada klijent započne sa detaljnim opisom svog problema, uobičajeno je da advokat koristi, ukoliko klijent zastane sa iznošenjem činjenica pitanja otvorenog tipa (npr. „Šta se zatim dogodilo?“). Nekada će, međutim, postojati potreba za razjašnjenjem (npr. „Kada ste saznali da se raniji vlasnici nisu iselili iz stana, pre susreta s komšijom ili posle tog susret?“), ili razradom (npr. „Šta se dogodilo kada je suprug pokušao da stupi u u kontakt sa vama?“) određenog segmenta problema, kada će biti upotrebljena sužena pitanja.

Ukoliko klijent u ovoj fazi intervjuisanja zatraži od advokata rešenje svog problema (npr. „Mislite li da ću morati da nadoknadim štetu?“), on ne



sme da žuri sa odgovorom. Advokat mora njemu ponoviti ono što je već rečeno kod pripremnog objašnjenja, da se analiza njegovog položaja, njegovih prava i obaveza ostavlja za kasnije kada se utvrde sve relevantne okolnosti konkretnog slučaja.

U ovoj fazi intervjuja kao i u prethodnoj može doći do izražaja advokатов kvalitet saosjećajnog razumevanja koji u sebi obuvata pažljivo slučanje klijenta, razumevanje njegove situacije i neosuđivanje za učinjeno.

### Faza određivanja pravne prirode problema

Ova faza u intervjuisanju klijenta obično započinje sledećom formulacijom advokata „Da li ste slučajno izostavili nešto iz priče?”

Kada pitanja ovakvog tipa više ne mogu advokatu da daju potrebne odgovore, onda je korisno da on upotrebi sužena pitanja („Molim vas, recite mi šta se tačno desilo kada ste na ulici sreli svog zakupodavca? Objasnite mi malo bliže vaš dogovor sa mužem oko podele imovine...”) Ukoliko na postavljeno pitanje klijent izbegava odgovor, advokat ga može preformulisati ili ga kasnije ponoviti i ukazati klijentu na važnost davanja odgovora (npr. formulacijom „Ja ne mogu da vam pomognem onoliko koliko bih mogao ako ne znam sve detalje slučaja”).

U prirodi je čoveka da, skoro uvek, kod drugih ljudi želi da stvori dobar utisak o sebi izostavljajući pri tome saopštavanje činjenica koje mu ne idu u prilog. Sa takvim problemom se često susreću i advokati u intervjuisanju svojih klijenata. U takvim situacijama advokat mora da ukaže klijentu da je na njegovoj strani i da bi ga adekvatno zastupao, potrebno je da zna i verziju problema suprotne strane. Saznanje svih relevantnih okolnosti konkretnog slučaja je za advokata od izuzetnog značaja jer on samo tako može biti siguran koji će pravni propis biti primenjen u datim okolnostima. I ne samo to, na osnovu uvida u sve odlučne činjenice konkretnog slučaja advokat može sa visokom dozom preciznosti saznati motiv za određeno delovanje klijenata ili suprotne strane kao i ko je i u kojoj meri zainteresovan da određene činjenice predstavi u pogrešnom svetlu.

Kada dođe vreme da se završi intervju, advokat ne sme naglo prekinuti kontakt sa klijentom ili se zadržati suviše udaljeno od njega. To može narušiti već uspostavljeni odnos poverenja i uvažavanja. Korisno je da se

advokat posluži sledećim rećima: „Vrlo dobro, ćini mi se da smo danas razjasnili skoro sva pitanja. Kako bismo do kraja i u potpunosti našli pravi odgovor za rešenje vašeg problema, predlažem da se ponovo vidimo naredne nedelje. Recimo, da li vam odgovara sreda u 17 ćasova? Do tada, molim vas, pripremite potrebnu dokumentaciju i saznajte lićne podatke svedoka koji su prisustvovali događaju.” Dakle, nije dovoljno da advokat kaŹe klijentu da će mu se javiti, bez bliŹeg preciziranja.

Kada se advokat oprostí od klijenta, ukoliko nije pribeleŹio neke informacije o slućaju u toku intervjuja, obavezno treba da to ućini dok su saopćteni podaci joć u sveŹem sećanju.

# Komunikacija sa klijentima / klijentkinjama

---

## **Vežbe za buduće volontere/ke pravne klinike u oblasti porodičnog prava**

Kontakt sa klijentima/klijentkinjama u okviru pravne klinike koji vodi zadovoljstvu osobe koja se obratila za pomoć i uspešnom pravnom odgovoru na problem u kojem se osoba nalazi, zahteva, između ostalog, i određene psihološke veštine, pre svega mogućnost aktivnog slušanja. Sposobnost aktivnog slušanja pak obuhvata različite veštine, kao što su decentracija, identifikovanje nezadovoljenih interesa i potreba osobe, sposobnost izražavanja kroz opise umesto tumačenja, razlikovanje osećanja od procene, konstruktivno razumevanje besa. Ovaj tekst je posvećen navedenim veštinama, nudeći primere praktičnih vežbi kroz koje je moguće ovladati njima. Nadamo se da će tekst biti orijentir drugim praktičarima prilikom kreiranja programa, koji će doprineti da on bude u što većoj meri prilagođen potrebama budućih volontera/ki u pravnim klinikama.

## Uvod u komunikaciju – važni aspekti komunikacije sa klijentima/kinjama

Na početku komunikološkog dela programa, važno je istaći značaj komunikacije za kontakt sa klijentima/kinjama kao i relevantnost za pružanje adekvatne pravne pomoći. U tu svrhu se mogu primeniti sledeće vežbe:

### Kada su nam reči prozori, kada su nam reči zidovi<sup>6</sup>

Voditelj/ka traži od učesnika/ca da se sete neke situacije ili situacija u kojima su uživali u komunikaciji. Podstaci ih da saopšte samo odlike razmene koje su doprinele prijatnosti komunikacije, bez detaljnog opisivanja same situacije.

Učesnici/ce iznose, voditelj/ka beleži na FC papiru koji je okačen tako da je svima vidljiv sadržaj. Rezimira obeležja komunikacije koja učesnici/ce smatraju prijatnim. Obično među učesnicima/cama postoji značajna saglasnost u pogledu karakteristika komunikacije u kojima uživaju (slušanje, razumevanje, posvećivanje pažnje i vremena i sl.).

Dalje, voditelj/ka traži od učesnika/ca da se sete neke situacije ili situacija u kojima im komunikacija nije prijala. Ponovo ih podstiče da iznesu odlike razmene koje im nisu prijale, bez detaljnog opisivanja situacije.

Beleži na FC papiru karakteristike koje učesnici/ce navode. I u slučaju obeležja komunikacije koja ne prija je obično prisutna velika saglasnost (procenjivanje, etiketiranje, prekidanje, neslušanje i sl.).

Nakon rezimiranja vidova prijatne i neprijatne komunikacije, voditelj/ka podseća učesnike/ce da sve to što njima prija, odnosno ne prija u kontaktu sa drugima, jednako prija, odnosno ne prija drugima u kontaktu sa njima. Ukoliko žele da imaju dobar kontakt sa klijentima/kinjama, moraju imati na umu da drugima pruže onu razmenu koju bi i sami smatrali ugodnom

---

<sup>6</sup> Preuzeto iz: N. Ignjatović-Savić, M. Krstanović, Z. Trikić: Reči su prozori ili zidovi, program nenasilne komunikacije 3, radionice za srednjoškolce; interna publikacija projekta „Uzajamno vaspitanje: jezik žirafa u vrtiću i školi”, Beograd, 1996.

i podstičućom (na primer, pružanje razumevanja, nasuprot etiketiranju; slušanje, nasuprot isključivom davanju saveta, i sl.).

Drugi aspekt na koji je važno usmeriti pažnju učesnika/ca tiče se poslovne naspram privatne komunikacije. Naime, odgovarajući na prethodne instrukcije voditelja/ke, učesnici/ce se obično vezuju za situacije privatne komunikacije, iako to nije direktno navedeno u datom uputstvu. Stoga voditelj/ka ističe da se poslovna komunikacija u pomagačkim profesijama u ovom aspektu ne razlikuje bitno od privatne komunikacije: isto što ne prija njihovim prijateljima u kontaktu sa njima, neće prijati ni njihovim klijentima/kinjama. Naime, iako klijenti/kinje od nas očekuju izvesne procene i davanje saveta, oni treba da uslede tek nakon pažljivog, aktivnog slušanja i razumevanja sveta osobe koja se nalazi nasuprot nas, neograničenog profesionalnim ili ličnim etiketama. Pozicija autoriteta u kojoj će kao profesionalci/ke biti, lako može navesti na depersonalizaciju i dehumanizaciju klijenta/kinje.

### Slušam, a u stvari...<sup>7</sup>

Svi učesnici/ce sednu u dva koncentrična kruga okrenuti jedni ka drugima. Oni koji sede u spoljašnjem krugu su „slušači”, a u unutrašnjem „pričači”. „Pričači” biraju događaj o kojem će pričati svom paru. Dobijaju instrukciju da izaberu događaj koji smatraju interesantnim, ali koji im nije emotivno izuzetno značajan, te ga mogu podeliti sa grupom. S druge strane, svako od „slušača” dobije na papiriću zadat način na koji će da sluša (npr. deleći savete, prekidajući, vraćajući pažnju na sebe, samo pasivno čuteći i sl.).

Na znak voditelja/ke „pričači” pričaju svom prvom paru, koji ih prati na zadat način. Voditelj/ka zatim daje znak da se učesnici/ce iz unutrašnjeg kruga pomere za jedno mesto ulevo, tako da se prave novi parovi. Ponavlja se razmena. Igra se završava kada se završi ceo krug (svaki „pričač” je imao/la priliku da razgovara sa svakim „slušačem”).

Sledi razmena u velikom krugu. Učesnici/ce koji su govorili prvi iznose utiske – kako su se osećali u različitim razmenama. Nakon što su svi koji su

---

<sup>7</sup> Preuzeto iz Z. Trikić, D. Koruga, J. Vranješević, V. Dejanović, S. Vidović: Vršnjačka medijacija; Nemačka organizacija za tehničku saradnju (GTZ) GmbH i Kinderberg International e.V., Beograd, 2003.

želeli podeliti utiske sa grupom (i oni koji su govorili i oni koji su slušali), voditelj/ka komentariše bitne odlike razmene koje nam prijaju, odnosno ne prijaju i povezivanja uspešne komunikacije sa budućim angažmanom volontera/ki u savetovalištu, kao i u slučaju prethodnog primera.

Veštine koje će u daljem tekstu biti navedene omogućavaju uspostavljanje komunikacije koju su procenili kao ugodnu: omogućava razumevanje, pružanje podrške, izbegavanje zamke sagledavanja osoba kroz etikete, moralisanja, isključivog davanja saveta i sl. Takav kontakt će im pružiti i podatke relevantne za sagledavanje interesa osobe, te ih usmeriti ka adekvatnim pravnim rešenjima.

### **Veština decentracije – preduslov aktivnog slušanja**

Osnova razumevanja drugih jeste sagledavanje njihovog načina doživljavanja sveta koji ih okružuje, umesto suđenja o njima na osnovu našeg mišljenja o tome šta se u njima dešava. Naime, svaki događaj se može razumeti na više načina, iz perspektive različitih učesnika/ca. U tom smislu, kada su u pitanju međuljudski odnosi ne postoji jedna neosporna istina, već različita viđenja osoba koje su odnosom obuhvaćene. Decentracija podrazumeva sposobnost izmeštanja iz svoje perspektive, „stavljanja u zgradu” svog načina tumačenja ljudi i događaja, te pokušaj sagledavanja istih iz perspektive druge osobe. Time ona predstavlja preduslov ovladavanja veštinom aktivnog slušanja.

Jedan od načina da se studenti i studentkinje podstaknu da razumeju perspektivu drugih, jeste i sledeća vežba.

Voditelj/ka kaže učesnicima/cama da će dobiti opis jednog jednostavnog događaja, koji nam svima može biti blizak. Tri su glavna lika u ovoj priči (pacijent gospodin Marković, doktor i sestra na šalteru). Priča je ispričana neutralnim jezikom, kako bi učesnicima/cama približila šta se to popodne dešavalo u doktorskoj čekaonici. Zadatak učesnika/ca biće da, nakon što pročitaju priču, radeći u malim grupama pokušaju da razumeju kako bi taj događaj mogla da vide sva tri lika – kako bi ova priča izgledala da je priča gospodin Marković, kako da je priča doktor, a kako da je priča sestra. Zatim će te tri priče i napisati, u prvom licu, kao da ih priča svaki od ova tri lika.

## Jedan dan u doktorskoj čekaonici

Gospodin Marković ima zakazan pregled kod svog lekara u 14 i 15. Stiže u ordinaciju u 14.05, predaje na šalteru knjižicu i seda da sačeka svoj red.

14.15: sestra ga ne proziva.

14.25: sestra ga još uvek ne proziva.

U 14.30 gospodin Marković prilazi šalteru: „Oprostite, imam zakazan pregled u 14. 15, a još uvek nisam prozvan.”

Sestra mu odgovara: „Doktor ima pacijenta. Kada bude slobodan, prozvaću vas.”

Gospodin Marković ponovo seda i čeka dalje.

14.40: sestra ga ne proziva.

U 14.47 gospodin Marković ponovo prilazi šalteru i povišenim tonom kaže: „Znate šta, ovo zaista nije u redu! Čekam već 45 minuta, prošlo je više od pola sata od mog zakazanog termina, a još uvek me ne prozivate, niti dobijam bilo kakvu informaciju!”

Na to mu sestra odgovori: „Jedino što mogu da vam kažem je da doktor ima pacijenta. Kada bude slobodan, prozvaću vas.”

15.07: Gospodin Marković vidno uznemiren ustaje, šeta po čekaonici. Počinje da razgovara sa jednom gospođom, takođe nezadovoljnom čekanjem na pregled. U jednom trenutku primeti da ga sestra sa šaltera posmatra.

15.20: Iz doktorove ordinacije izlazi jedan stariji gospodin. Sestra proziva gospodina Markovića, i on ulazi u ordinaciju.

Komentar voditelja/ke prati u kojoj meri su opisi mogući iz perspektive ovih likova, i u skladu s tim, u kojoj meri je izbegnuto etiketiranje lika iz čije se perspektive događaj opisuje – što je bolje sagledan lik, manja je verovatnoća da će se u opisima pojaviti negativno procenjivanje.

Odličan materijal za vežbu decentracije mogu biti i poznate bajke. Događaji opisani u njima su deo opšteprihvaćenog diskursa („zna se” šta se dešavalo

u Snežanim životu), te su utoliko više izazov za variranje vizura različitih likova. Dodatni izazov pri korišćenju bajki su likovi veštica, zlih maćeha i slični, za koje postoji viševjekovni konsenzus (ekstremno) negativnog vrednovanja.

## Elementi aktivnog slušanja

### Prepoznavanje (nezadovoljenih) interesa i potreba

Identifikacija interesa i potreba je sledeći korak u podsticanju razumevanja i izbegavanju procenjivanja osoba i odnosa. Ona je veoma bitan element aktivnog slušanja.

Kada su u pitanju potrebe, važno je usmeriti pažnju studenata i studentkinja na razlikovanje načina zadovoljenja potreba od samih potreba. U tom cilju, mogu se koristiti sledeće vežbe:<sup>8</sup>

### Idealan dan

Učesnici/ce dobiju instrukciju da se što udobnije smeste na svojim stolicama, zažmure, i opuste (može se primeniti i neka kraća vežba relaksacije pre započinjanja vođene fantazije). Voditelj/ka ih kroz vođenu fantaziju podstiče da zamisle svoj idealan dan, vodi ih od početka do završetka dana („Kako bi izgledalo jutro vašeg idealnog dana?“, „Šta biste potom radili?“, „Zamislite da je sada popodne...“, „Kakvo treba da bude večer, da bi ono bilo za vas idealno?“).

Mogu razmeniti svoje doživljaje u parovima.

Zatim dobijaju instrukciju da razmisle zbog čega je baš takav dan za njih idealan, koje njihove bitne potrebe on zadovoljava? Napišu sve potrebe kojih se sete.

---

<sup>8</sup> Navedeno prema D. Ćuk Milankov: ZaPravo mi, priručnik za voditelje; publikacija u okviru projekta Stvarnost i naše mesto u njoj, Centar za prava deteta i Save the Children Norveška, Beograd, 2005.



Učesnici/ce čitaju identifikovane potrebe, voditelj/ka ih zapisuje na FC papiru.

Komentar je u pravcu objašnjavanja razlike između potreba i načina njihovog zadovoljenja. Kako učesnici/ce u zadatku potrebe često brkaju sa različitim načinima njihovog zadovoljenja, to pruža odličnu priliku voditelju/ki za njihovo razgraničenje. U daljem komentaru se objašnjava značaj identifikacije potreba za razumevanje osoba i aktivno slušanje.

Na primerima učesnika/ca se zatim može objasniti i pojam interesa u oblasti komunikacije, dovodeći ga u odnos sa potrebama i načinima njihovog zadovoljenja. Važno je napomenuti da za razliku od svakodnevnog govora, u oblasti komunikacije interes nema negativne implikacije (ako je na taj način definisan, pobrkan je sa načinima zadovoljenja potreba – npr. prevariti nekoga nije interes već može biti jedan od načina zadovoljenja nekog interesa i potrebe).

Prepoznavanje (nezadovoljenih) potreba i interesa pomaže razumevanju klijenata/kinja i uspostavljanju dobrog kontakta. Profesionalcima/kama pomaže da se oslobode razmišljanja o drugima kroz procene i etikete. Pomaže i upravljanje razgovorom (kao što je npr. prekidanje, usmeravanje na aspekte bitne pravniku/ci) na način koji čuva kontakt. Na primer. „Vidim da ste zabrinuti za dobrobit dece. Kako bih vam pomogao/la da zaštitite njihove interese, bilo bi mi važno da znam...”. Ono takođe usmerava ka pravnim rešenjima koja su za klijente/kinje suštinski i dugoročno zadovoljavajuća. Pomaže pri traženju najpovoljnijeg rešenja pošto otvara više mogućnosti (u smislu alternativnog načina zadovoljenja potreba i interesa). Na kraju, ova veština daje i profesionalnu distancu praktičarima/kama, omogućavajući im da ostanu u poziciji pružanja dalje pomoći osobama kojima je ona potrebna.

## **Pusto ostrvo**

Voditelj/ka kaže učesnicima/cama da će ih povesti na jedno malo putovanje. Neka zamisle da je njihova dobra vila odlučila da ih nagradi za sve što su do sada u životu lepo i dobro uradili, tako što im je obezbedila putovanje na jedno divno ostrvo. No, potkrala joj se jedna greška, te je ostrvo na koje će otići potpuno pusto. Pošto dobra vila želi da im nadoknadi ovaj propust, obezbediće im na pustom ostrvu sve što im je potrebno da se na njemu lepo osećaju tokom mesec dana boravka. Sve što oni treba da urade, jeste da naprave spisak stvari i osoba koje su im neophodne da bi im boravak na ostrvu bio ugodan. Nema ograničenja

– mogu da traže električne aparate (kompjuter i sl.), čamac, ronilačku opremu, prijatelje da budu tamo, mladića / devojku, kućne ljubimce, ... Jedini kriterijum jeste da im je to veoma važno da bi se tokom boravka na ostrvu dobro osećali.

Kada su završili, voditelj/ka ih usmerava da razmotre zbog čega im je značajna svaka stavka sa liste, koje bitne potrebe im zadovoljava. Pored svake stavke treba da napišu potrebu/be koje ona zadovoljava.

Učesnici/ce čitaju identifikovane potrebe, voditelj/ka ih zapisuje na FC papiru.

Završni komentar se odvija na isti način kao i kod prethodno navedene vežbe.

## Konstruktivno razumevanje besa

Klijenti/kinje dolaze na pravnu kliniku pogođeni problemima koji zahvataju bitne oblike njihovog života – finansijske, egzistencijalne, odnose sa emotivno bitnim osobama. Stoga su često veoma uznemireni, a emocija koja dominira tokom kontakta je svakako bes. Pošto je bes klijenata/kinja praktičarima dragocen putokaz ka nezadovoljenim interesima i potrebama, veoma je važno umeće njegovog konstruktivnog razumevanja. U tu svrhu može se primeniti sledeća vežba:<sup>9</sup>

Voditelj/ka nacрта na FC papiru konturu ljudskog tela i okači je na zid.

Učesnici/ce dobiju instrukciju da razmisle koje su to situacije koje ih razbesne. Zapisuju ih na stikere jedne boje (iste za sve učesnike/ce). Odlaze do crteža i lepe ih oko konture tela.

Kada su svi učesnici/ce zalepili stikere, voditelj/ka ih čita naglas i objašnjava da su sve to situacije koje dovode do besa, a da ćemo u narednim minutima videti šta je to što se dešava u nama u tim trenucima.

---

<sup>9</sup> Preuzeto iz Z. Trikić, D. Koruga, J. Vranješević, V. Dejanović, S. Vidović: Vršnjačka medijacija; Nemačka organizacija za tehničku saradnju (GTZ) GmbH i Kinderberg International e.V., Beograd, 2003.

Daje instrukciju učesnicima/cama da zapišu na stikere druge boje (takođe iste za sve) koje im misli prolaze kroz glavu u ovim situacijama, šta pomisle o sebi i/ili drugima. Prilaze crtežu i lepe stikere u glavu figure.

Voditelj/ka ih čita naglas i komentariše da te misli (koje su obično vrlo tipične i međusobno slične) u suštini etiketiraju druge ili samu besnu osobu, i često nam samo pojačavaju ljutnju.

Na stikere treće boje, učesnici/ce pišu šta obično rade u ovim situacijama koje ih razljute. Prilaze crtežu i lepe ih u ruke i noge figure.

Voditelj/ka objašnjava kako bes može biti destruktivan po naše odnose sa drugima, ili doživljaj nas samih.

Nakon toga, voditelj/ka vraća učesnike/ce na situacije koje ih razbesne, od kojih su pošli/le. Upućuje ih da razmisle koje im potrebe zapravo u toj situaciji nisu zadovoljene. Zapisuju ih na stikere četvrte boje i lepe u stomačni deo figure.

Ovo je veoma važan deo vežbe: voditelj/ka objašnjava kako u besu izgubimo kontakt sa svojim potrebama. Bavimo se time šta nije u redu sa drugima ili nama samima (podseti učesnike/ce na misli u situaciji besa), iz čega proizađu reakcije destruktivne po naše odnose sa drugima ili doživljaj sebe (podseti učesnike/ce na njihove uobičajene reakcije u situacijama besa). Pri tome propustimo da prepoznamo svoje nezadovoljene potrebe. Time gubimo mogućnost da u kontaktu dobijemo ono što nam zapravo treba (poštovanje, poverenje, sigurnost i sl.).

Na kraju, voditelj/ka usmerava učesnike/ce na njihove nezadovoljene potrebe identifikovane u prethodnom koraku i pita ih kako se osećaju kada im ta potreba nije zadovoljena. Osećanja koja prepoznaju pišu na stikere pete boje i lepe ih u grudi figure.

Voditelj/ka komentariše da, kada se usredsredimo na naše potrebe koje nisu zadovoljene, nestaje bes, a pojavljuju se druga osećanja (najčešće tuga, povređenost i strah) koja je bes „pokrio”. Usmerenje na ova osećanja i nezadovoljene potrebe nam daje mogućnost da tražimo konstruktivne načine poboljšanja odnosa sa drugima ili doživljaja sebe.

U cilju shvatanja smisla i značaja vežbe u kontekstu njihovog budućeg rada sa klijentima/kinjama, bilo bi korisno na kraju podsetiti studente i studentkinje da prepoznavanje nezadovoljenih potreba, koje su u osnovi

besa, omogućava traganje za pravnim rešenjima koja su za klijente/kinje suštinski i dugoročno zadovoljavajuća (npr. cilj nije pronaći način da se jednom roditelju ograniči i kontroliše kontakt sa decom, već pronalaženje načina da se osigura zaštita i razvoj dece u situaciji razvoda roditelja). Pored toga, nasuprot besu koji deluje restriktivno na korpus potencijalnih rešenja koja su za klijenta/kinju prihvatljiva, prepoznavanje potreba i interesa otvara više mogućnosti.

### Izražavanje kroz deskripciju nasuprot interpretacije

Kao i drugi pomenuti elementi aktivnog slušanja, određivanje izvesnog ponašanja kroz opis takođe sprečava etiketiranje osoba i generalno vodi boljem razumevanju. Naime, izražavanje kroz tumačenja ne govori jasno šta je to u ponašanju drugih što osobi smeta (npr. izjava supruge: „On je loš otac!” ne daje uvid u to šta joj u ponašanju supruga smeta), te nije jasno ni šta bi kroz traženje odgovarajućeg pravnog rešenja želela da postigne. Stoga je vrlo bitno da osoba koja pruža pravnu pomoć ume da prepozna tumačenje i vodi klijenta/kinju ka deskriptivnom definisanju ponašanja koje vidi kao problem.

Jedan od načina da studenti i studentkinje ovladaju pomenutom veštinom jeste i sledeća vežba:

Voditelj/ka traži od učesnika/ca da se sete rečenica koje ne vole da im drugi govore (bliske osobe, autoriteti i sl.), koje ih naljute ili iznerviraju. Svako za sebe zapiše rečenice na papiru.

Kada su svi završili, voditelj/ka kaže da rečenice koje ne volimo da čujemo, obično sadrže neku negativnu procenu nas, zbog nas i ljute. Pita učesnike/ce da li bi neko podelio sa grupom svoj primer. Zapiše rečenicu na FC papiru i na tom primeru objasni prevođenje sa jezika tumačenja na jezik opisa ponašanja (npr. „Stvarno si neodgovoran!” na „Dogovorili smo se da do ponedeljka završiš svoj deo našeg zajedničkog rada, a ti to nisi uradio.”).

Zatim voditelj/ka sakupi sve papiriće sa primerima; učesnici/ce podeljeni u male grupe dobijaju jedan broj primera i zajedno prevode svaku rečenicu sa jezika tumačenja na jezik opisa.

Razmena u velikoj grupi.

## Razlikovanje osećanja od procena

Zamagljivanje osećanja procenama takođe ne govori jasno ni o tome kako se osoba oseća, niti šta je to što joj smeta u ponašanju drugih. Na primer izjava klijenta/kinje da se „oseća prevareno” govori samo o tome da od izvesne osobe nije dobila ono što je očekivala, a ne daje objašnjenje šta je ta osoba konkretno uradila. Bilo bi važno skrenuti pažnju studentima/kinjama da je u našem svakodnevnom govoru uvreženo nazivanje osećanjima i naših procena sebe (osećam se bespomoćno; osećam se manje vrednom...) i drugih (osećam se iznevereno, osećam se razočarano i sl.), što može da deluje zbunjujuće u kontekstu konstruktivne komunikacije.

### Vežba:

Voditelj/ka predstavlja razliku između osećanja i procene na primeru i objašnjava značaj ove distinkcije u kontekstu budućeg angažmana učesnika/ca. Zatim učesnici/ce dobijaju listu sa nazivom Lista osećanja, na kojoj se pored osećanja nalaze i procene. Prvi zadatak učesnika/ca jeste da radeći u malim grupama, identifikuju procene na listi i označe ih.

Razmena u velikoj grupi.

Posle toga pet procena (po izboru voditelja/ke) pokušaju da prevedu na osećanja, osmišljavajući pri tom sami mogući kontekst (ko je kome u kojoj situaciji uputio tu procenu).

Ponovo sledi razmena u velikoj grupi.

## Lista osećanja

### Osećam se...

usamljeno	tužno	veselo
bespomoćno	srećno	uznemireno
iznevereno	razočarano	ohrabreno
besno	ustreptalo	ljuto
iznervirano	prazno	poletno
prestrašeno	očajno	prevareno
sputano	uplašeno	zapostavljeno

razdragano  
zanemareno

osramoćeno  
iskorišćeno

zabrinuto  
nezadovoljno

## Tehnike aktivnog slušanja

I, na kraju se svi elementi objedinjuju u tehnike aktivnog slušanja.

Više je tehnika aktivnog slušanja. Kao najčešće primenjene i najkorisnije za komunikaciju u raznim kontekstima, pa i u kontekstu pravne klinike, su se pokazale sumiranje, parafraziranje i slušanje sa empatijom. Studenti i studentkinje se mogu sa njima upoznati i kroz sledeću vežbu:

Nakon podsećanja učesnika/ca na dosad predstavljene komunikacijske veštine (decentraciju, identifikaciju potreba i interesa, izražavanje u opisima, razlikovanje osećanja od procena, konstruktivno razumevanje besa), voditelj/ka napomene da se sve one uklapaju u tehnike aktivnog slušanja, kao elementi na kojima se ove tehnike zasnivaju. Zatim ukratko predstavi svaku od tehnika.

Posle toga, učesnici/ce podeljeni u male grupe dobijaju primere rečenica na kojima treba da primene sumiranje, parafraziranje i empatijsko slušanje, stavljajući se u situaciju rada na pravnoj klinici (kao da date rečenice izgovaraju klijenti/kinje). Sledi razmena u velikoj grupi.

Voditelj/ka komentariše produkte učesnika/ca, posebno im obraćajući pažnju na neke od tipičnih zamki u komunikaciji ukoliko se pojave u grupnim raportima (kao što su moralisanje, suptilna, neprepoznata agresija, saglašavanje, savetovanje, tešenje i sl.).

### Primer za sumiranje

Stvarno mi ga je više dosta, sa njim se ne može dogovarati! Neodgovoran je i tvrdoglav uz to! Hiljadu puta smo razgovarali o tome da decu vraća u dogovoreno vreme, i opet ih svake nedelje dovede bar sat-dva kasnije. A da ne govorim o tome u kakvom ih stanju dovede – neokupane, prljave, isflekane, a pošaljem uvek rezervnu odeću. Za ceo vikend ne pojedju normalan kuvani obrok! Njemu se deca ne mogu prepustiti na brigu ni sat vremena!

## Primeri za parafraziranje

1. Uvek sam ja taj koji treba da razumem nju, i njene promene planova. Kao da samo ona ima pravo na decu, i može da bude dobar roditelj!
2. Stalno pred decom govori loše stvari o meni, to su takve gadosti da ne možete da zamislite!
3. Deca od njega uvek dođu kući uznemirena, plaču, nervozni su, kenjkavi, treba mi silno vreme da ih smirim.

## Primeri za slušanje sa empatijom

1. Sve odluke vezane za decu i njihvo vaspitanje donosi sama!
2. Nijednog dečijeg rođendana se nije setio, nikad ih nije nazvao da im čestita.
3. Kad deca odu kod njega, provedu vikend sa njegovom majkom, njega i ne vide!
4. Ona uvek ruši ograničenja koja ja postavim detetu. Pokušavam da vaspitam dete, a ona mi se namerno suprotstavlja.
5. Nikada se ne pita treba li deci nešto, ne bi im dao dinar više nego što mora.

Opciono se učesnicima/cama može podeliti materijal Lista potreba (priložen u nastavku teksta) kao podsetnik i orijentir u radu, uz napomenu da ona nikako nije konačna, te ni ograničavajuća pri njihovom razmatranju dobijenih primera.

## Lista potreba

prihvatanje  
poštovanje  
bliskost  
sigurnost  
opuštanje  
zabava  
razvoj  
poverenje  
igra  
harmonija  
autonomija  
integritet  
kreativnost

ljubav  
povezanost  
podrška  
mir  
odmor  
izazov  
smisao  
razumevanje  
lepota  
sloboda  
zaštita  
saznavanje  
red

autentičnost  
raznovrsnost  
dodir  
podsticanje  
jasnoća  
uživanje

izražavanje  
spontanost  
razmena  
toplina  
iskrenost  
učestvovanje

Kada se vežba radi sa studentima i studentkinjama koji/e su već imali/e neko iskustvo u kontaktima sa klijentima/kinjama u okviru pravne klinike, osnova za vežbu mogu biti rečenice klijenata/kinja koje su im bile teške da ih razumeju, koje su ih iznervirale, naljutile, uopšte izazvale u njima jaku emotivnu reakciju.

### Umesto zaključka

Psihološka perspektiva oblasti komunikacije studente i studentkinje prava usmerava na specifično sagledavanje profesionalnog odnosa u kojem se stručnost i razumevanje druge osobe uklapaju u celinu pružanja usluga prilagođenih potrebama klijenata/kinja. Traganje za vežbama koje će svakoj specifičnoj grupi studenata i studentkinja biti podsticajne i u što većoj meri korisne za njihov budući rad jeste svakako, konstantan izazov. Praćenje volontera/ki tokom njihovog rada na klinici, pruža najbolju evaluaciju kreiranog programa i mogućnost njegovog usavršavanja za naredne generacije. S obzirom na generalnu efikasnost vršnjačke edukacije, bilo bi vrlo korisno i za aktivne volontere/ke i za one studente i studentkinje koje se tek interesuju, da se u izvođenje programa obuke uključe i mladi koji imaju već neko iskustvo rada na klinici. Na kraju, razmena iskustava predavača/čica vezanih za rad različitih klinika je uvek značajan izvor obogaćivanja ideja, podsticanja kreativnosti i raznovrsnosti pristupa.









