



Raport narativ privind primul seminar național al Școlii Europene Ovidiu Șincai Ediția 2015 Odorheiu Secuiesc, 12-15 martie 2015

În perioada 12-15 martie 2015 a avut loc, la Odorheiu Secuiesc, primul seminar național al Școlii Europene „Ovidiu Șincai” – **ediția 2015**, cu titlul **Comunicarea în spațiul public**. La seminar au participat 24 de cursanți, dintre care 12 femei și 12 bărbați; 13 din București și 11 din provincie; 11 membri ai partidelor politice, 4 funcționari publici, 3 economiști, 3 reprezentanți ai organizațiilor neguvernamentale, 2 jurnaliști și 1 avocat. Media de vârstă a participanților a fost de 32 de ani. Prelegerile au fost susținute de către:

- **Csaba Asztalos**, Președinte al Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării – **„Comunicarea interculturală în Europa secolului XXI din perspectiva discriminării”**;
- **Cosmina Coman**, Director Executiv, *Learning Pro International* – **„Importanța prezentării personale pentru comunicare. Rețelele sociale”**;
- **Laura Dragomir**, Speaker, Trainer, Consultant Comunicare și Public Speaking – **„Public Speaking”**;
- **Maria-Manuela Catrina**, Director al Școlii Europene „Ovidiu Șincai” – **„Noile media – mijloc informațional din ce în ce mai important”**;
- **Ionuț Pandelică**, Profesor, Facultatea de Administrarea Afacerilor, Academia de Studii Economice, București – **„Percepție și realitate: mecanismele emoționale ale mediului socio-economic”**.

Vă prezentăm în continuare principalele idei care s-au conturat în urma cursurilor:

1. Csaba Asztalos – „Comunicarea interculturală în Europa secolului XXI din perspectiva discriminării”

Prima parte a cursului a fost dedicată prezentării unor concepte teoretice privind discriminările existente în comunicarea din societatea românească și europeană, în ansamblu, și metodele pentru combaterea lor.

Prejudecata este generalizarea unei informații eronate sau incomplete (stereotipuri) despre un anumit grup sau o persoană aparținând unui anumit grup. Stereotipul are o componentă cognitivă prin care se promovează anumite credințe, de tip afectiv, sentimental sau comportamental despre un grup. El poate fi combătut prin folosirea datelor statistice concrete care îl contrazic.

Cauzele stereotipurilor negative derivă din interpretarea lumii cu o capacitate limitată de percepție. Oamenii sunt limitați în percepția lor de imagini abstracte care pot avea sau nu legătură cu realitatea. Totuși, stereotipurile pot fi și pozitive, deși sunt la fel de limitate. Concurența economică și politică duce la un conflict generator de stereotipuri (de exemplu, teoria „oii negre” sau a „țapului ispășitor”), la fel ca și menținerea imaginii de sine și conformismul față de normele sociale. Cele mai răspândite stereotipuri în societatea românească privesc populația romă, femeile și minoritățile sexuale.

Discriminarea populației rome reprezintă un exemplu pentru astfel de percepții



în rândul populației majoritare din România. Același lucru se poate spune și în cazul altor minorități etnice (maghiari, evrei etc.). Politicienii contribuie, din păcate, la propagarea acestor probleme, inclusiv prin întreținerea unor relații de clientelism, în vederea obținerii

de voturi printr-un mesaj populist cu accente extremiste. Statisticile arată că în România rasismul aduce mai multe voturi, la fel ca în Marea Britanie și Franța. Totuși, nu am mai avut cazuri de conflicte interetnice din 1995 încoace.

Condiția femeii în societatea tradițională poate varia, de asemenea, între atitudini de sexism ostil și un sexism benevol, de bună-credință. De exemplu, în anumite sectoare din România (minerit, apărare etc.) lucrează în special bărbați, care beneficiază de un regim privilegiat (pensionare anticipată, sporuri) iar în altele (industrie ușoară, educație, sănătate) femeile sunt majoritare, dar beneficiază de un regim normal (cu excepția concediului de maternitate). Acest lucru ignoră faptul că fondul uman al unei națiuni depinde în special de educație și sănătate și mai puțin de domeniul militar.

Discriminarea poate fi și: (a) directă – atunci când criteriul este încălcarea unui drept în mod direct și are ca scop sau efect restrângerea, înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate a unui drept legal; (b) indirectă – atunci când există criterii aparent neutre care dezavantajează anumite persoane; (c) victimizare – când există un tratament advers ca urmare a unui demers anti-discriminare, care are ca efect crearea unei atmosfere ostile, degradante, umilitoare sau are consecințe asupra condițiilor de muncă ale victimei; (d) hărțuirea – orice comportament pe baza unui criteriu prevăzut de lege care duce la crearea unui cadru intimidant, ostil, degradant ori ofensiv, foarte frecventă la nivelul UE (de obicei, de natură sexuală, incluzând și limbajul în spațiul public); (e) ordinul de a discrimina – dispoziția de a discrimina persoanele pe baza unui criteriu prevăzut de lege, de

exemplu, modul de selecție a clienților; (f) multiplă – atunci când există două sau mai multe criterii.

Excepțiile privesc anumite cerințe ocupaționale determinate, acțiunea pozitivă sau măsurile afirmative în favoarea unor grupuri dezavantajate (discriminarea pozitivă), libertatea de exprimare – atunci când nu aduce atingere dreptului la demnitate personală. Libertatea de exprimare este un drept foarte important, dar care nu este absolut. Trebuie conștientizat faptul că libertatea de exprimare implică și foarte multă responsabilitate.

În partea a doua a cursului a fost proiectat un film despre un experiment realizat în Statele Unite în 1967, privind percepția copiilor de clasa a II-a asupra discriminării aplicate în practică. Concluzia a fost că discriminarea poate fi combătută foarte eficient prin educarea copiilor de la vârste foarte mici. Apoi participanții au intrat în dezbateri cu lectorul, pe marginea celor prezentate în prima parte și pe marginea filmului vizionat.

Printre concluziile dezbaterii a fost și aceea că folosirea unor formule corecte din punct de vedere politic nu fac decât să ascundă de fapt printr-o convenție artificială anumite probleme concrete care se manifestă în practică. Protecția egală a legii este o obligație negativă a statului. În unele cazuri, anumite legi sunt surse majore ale discriminării. Efectele legiferării trebuie să fie nediscriminatorii, ceea ce înseamnă că statul poate crea cadrul legal necesar evitării unor asemenea situații.

2. Cosmina Coman – „Importanța prezentării personale pentru comunicare. Rețelele sociale”

În prima parte au fost prezentate câteva noțiuni introductive despre rețelele sociale. La nivel mondial, rezolvarea problemelor presupune combinarea cunoștințelor și a banilor. Pentru aceasta este nevoie de implicarea în rețele (sisteme) sociale care reprezintă comunități de practică și de interes.

Rețelele pentru prosperitate reprezintă o inițiativă care se bazează pe crearea unui sistem de management global pentru dezvoltarea sectorului privat. Scopul acestui sistem este de a folosi capacitatea de cunoaștere a Organizației Națiunilor Unite (ONU) în domeniul dezvoltării sectorului privat, prin îmbunătățirea capacității de a oferi consultanță politică, de a dezvolta capacitățile instituționale și de a pune în practică proiecte pilot. La nivelul țărilor membre, inițiativa este menită să faciliteze accesul țărilor în curs de dezvoltare la cunoaștere, în conformitate cu nevoile și cerințele lor.

La nivelul organizațiilor o importanță deosebită o au rețelele inter-personale, inclusiv în relațiile cu clienții. Aceste rețele sunt bazate pe coordonarea non-ierarhică și au rolul de a transforma guvernarea în guvernanta și de a redefini rolul statelor. Ceea ce rezultă este o modalitate distinctă de guvernare prin intermediul rețelelor, atât la nivel național cât și internațional. Există și un index de conectivitate al țărilor (UNIDO), care indică modul în care aceste rețele sunt folosite la nivel internațional, dar și în interiorul anumitor țări. Din păcate, România nu se află în prima jumătate a clasamentului bazat pe acest index.

Totuși, accesul la rețele (de orice fel) contribuie la dezvoltarea unei țări și a cetățenilor săi (de exemplu, Uniunea Europeană poate fi considerată o astfel de rețea). Rețelele informale sunt mai utile decât cele formale, pentru că se bazează pe încredere,

pe relații personale, pe comunicare. Poziționarea ca intermediar care oferă un serviciu poate constitui un avantaj. Această poziție trebuie bine valorificată, cu condiția găsirii unor soluții, indiferent de contextul existent.

În partea a doua a cursului au avut loc mai multe exerciții în cadrul cărora participanții au fost rugați să îndeplinească anumite cerințe. Una dintre acestea a constat în afișarea a 12 enunțuri privind posedarea unor calități personale la care

fiecare trebuia să răspundă, afirmativ sau negativ. În funcție de răspunsuri, fiecare putea semna pe lista fiecăruia în dreptul calităților respective.

La sfârșit a fost realizată o evaluare a numărului de

semnături, care a oferit o imagine mai bună despre abilitățile existente în cadrul grupului.



Un alt exercițiu a constat în selectarea de către fiecare a câte trei nevoi personale care trebuie satisfăcute și a câte trei oferte pentru a satisface anumite nevoi, care au fost scrise pe foi separate pentru nevoi și oferte. Apoi, foile au fost adunate și consultate de fiecare, în vederea acoperirii nevoilor cu ofertele existente. În urma acestui exercițiu au fost identificate posibilitățile de cooperare în cadrul grupului.

Un alt exercițiu a fost acordarea de note relațiilor profesionale, personale, de carieră de către fiecare participant și imaginarea unor posibilități de îmbunătățire a acestora. Concluzia a fost că dezvoltarea personală poate contribui la prioritizarea unor obiective organizaționale, care pot duce la evitarea crizelor. Această dezvoltare trebuie să respecte regula celor patru „I” (imagine, impresie, inițiativă, încredere câștigată) și să pună accentul pe relaționare. În acest context, sunt importante prezența în cadrul rețelelor sociale de tip profesional (de exemplu, *LinkedIn*) și participarea la evenimente. Focalizarea pe relații dezvoltă tranzacțiile, însă focalizarea pe tranzacții distruge relațiile. Dezvoltarea unui capital social (la fel de important ca și capitalul financiar) implică oferirea de ajutor înainte de a cere același lucru de la interlocutor.

3. Laura Dragomir – „Public Speaking”

În prima parte a cursului au fost aduse în atenție o serie de repere teoretice privind discursul în public. Vorbitorul în public reprezintă cea mai mare frică din lume, alături de frica de păianjeni, zbor, înălțime etc. Fiecare dintre noi comunică în permanență, prin intermediul aspectului, gesticii, non-verbalului. Comunicarea

eficientă trebuie să respecte cei șase „C”: clar, concis, coerent, credibil, consecvent, corect. Pauza poate accentua o idee, atrage atenția asupra unui anumit pasaj; tăcerea poate fi și ea un mesaj în sine.

Există patru actori principali ai comunicării: (1) discursul (sau mesajul), care reprezintă 7%; (2) vocea (educată sau nativă), care conferă nota de optimism sau pesimism; (3) corpul nostru, care reprezintă 67% din mesaj (ceea ce vedem are preponderență față de ceea ce auzim); (4) publicul (audiența), care poate genera zgomot de interferență sau poate fi blocat de o cantitate mare de informații.

Elementele cheie în comunicare sunt publicul, timingul (echilibrat), mesajul (complet și clar), claritatea (să îndrume la acțiune), concizia (esența), limbajul folosit (adecvat situației), pasiunea (credibilitatea, vocea potrivită, expresia facială, limbajul corpului). Zâmbetul este singura expresie umană vizibilă până la 90 de metri și trebuie



folosită intens pentru a controla situația. Un bun comunicator trebuie să inspire, să informeze, să motiveze, el nu este niciodată agitat. O bună comunicare este o formă de respect față de

ceilalți. Succesul personal depinde, în cele din urmă, de cât dăruiești celorlalți, inclusiv prin comunicare. Măiestria comunicatorului constă în a spune multe cu puține cuvinte.

Comunicarea trebuie întotdeauna pregătită și antrenată. Auditivul reprezintă 35% din comunicare, cuvintele 10%, sonoritatea 25%, iar restul este ceea ce se vede. Discursul este un act performant ce reprezintă o entitate. Greșelile în acest domeniu se referă la tentația de a termina mai repede, lipsa repetițiilor, recitarea discursului. Mesajul trebuie să fie relevant pentru audiență, să aibă acuratețe și concizie, să fie livrat cu încredere, pasiune și stil. În cadrul mesajului, 7% este conținut, 38% voce și 55% limbaj. Obiceiurile culturale au, de asemenea, un rol important în decodarea sensului mesajelor.

Vocea joacă un rol foarte important. Cuvintele pe care le alegem trebuie să fie descriptive, să permită o vizualizare mai bună a ceea ce se comunică. Tonul trebuie să fie reglat în funcție de stilul subtil al vorbitorului. Stilul de ansamblu trebuie să fie credibil și abordabil. Volumul este legat de felul de a respira și depinde de specificul fiecăruia. Articularea cuvintelor denotă claritate și un mod de exprimare fără prețiozitate. Ritmul trebuie să fie adecvat (100-150 cuvinte pe minut) și lent doar la solemnități. Inflexiunile reprezintă o joacă cu vocea care generează atenție și controlează publicul.

Corpul valorizează aproximativ 65% din mesaj prin privire, gesturi, postură, mișcare, mimică, ritm. Membrele noastre comunică înaintea cuvântului, de aceea este

important ca ele să fie în concordanță cu mesajul și adecvate contextului. Explicarea unor concepte din mesaj crește înțelegerea cu circa 17%. Important este ca ceea ce vrem să transmitem să fie reținut de auditoriu.

Adeseori avem impresia că ceea ce spunem a fost înțeles de la sine. Impresia reprezintă construirea unei relații de comunicare sau oprirea actului de comunicare. Ea se creează în primele 20 de minute, mai ales prin limbaj non-verbal. De obicei, amintirea unei senzații, emoții (pozitivă, negativă, absentă), declanșează o emoție și în noi. Amintirea pe care o lăsăm celuilalt se bazează pe folosirea unui brand personal care ne individualizează. Însă mintea noastră funcționează axată pe viitor. După o perioadă, prima impresie este confirmată sau infirmată de faptele concrete.

Pentru a putea comunica eficient, dialogul interior trebuie să fie controlat. Există un limbaj al autosabotării (nu pot, nu cred, nu trebuie etc.) care nu este util; dialogul interior de acest tip trebuie coordonat pentru depășirea blocajului. De asemenea, trebuie identificat câte un punct-țintă pentru fiecare parte din public pe care ne axăm.

Când ne întâlnim cu cineva, fiecare vine cu experiența sa de viață (tipologii, prejudecăți, presupuneri). Recapitularea mesajului ne asigură că mesajul a fost înțeles; feed-back-ul trebuie cerut, evident, în mod elegant. Ascultarea activă înseamnă să știi să pui întrebarea corectă la momentul decisiv. O întrebare corectă atrage după sine un răspuns bun. Atunci când se cer explicații concrete, există o problemă de acceptare a mesajului la nivel mental; trebuie înțeles de ce (prejudecăți, frici etc.). Filtrele de ascultare lasă să ajungă doar 25% din mesaj și acesta este preponderent vizual.

În partea a doua a cursului participanții au vizionat un scurt film în care expresiile faciale trădau stări de spirit diferite față de mesajul transmis și care permiteau citirea stării de spirit reale a personajului. Anumite gesturi trădează anumite intenții, la fel ca și anumite poziții ale corpului și ale membrilor. Acest lucru se întâmplă pentru că inconștientul e mai puternic decât conștientul.

Un alt scurt film analiza modul în care se poate comunica cu persoane cu deficiențe mentale, folosind reperele modului lor de a percepe lumea înconjurătoare. Oamenii au nevoi și așteptări diferite, în funcție de nevoile lor concrete (fiziologice, financiare etc.) sau psihologice (a fi parte dintr-un grup, stima și respectul, informarea, realizarea personală etc.). Convingerile reflectă ceea ce crede fiecare despre ceilalți sau despre sine însuși, cum vede lumea și ce se întâmplă în jur, în funcție de prejudecățile dobândite. Convingerile pot fi flexibile (adaptabile) sau rigide (viața în trecut) și diferă de la o persoană la alta.

4. Maria-Manuela Catrina – „Noile media – mijloc informațional din ce în ce mai important”

În cadrul primei părți au fost enunțate o serie de constatări cu privire la importanța noilor media în societatea actuală. Una din tendințele ultimelor două decenii a fost ascensiunea noilor tehnologii informaționale care permit o comunicare mai bună și mai rapidă între oricare dintre părțile lumii. Este vorba despre o adevărată revoluție a modului în care comunicăm cu ceilalți, care oferă mult mai multe posibilități și mai multă interactivitate. Se poate afirma că avem de-a face cu o tendință favorabilă sau nu, dar ceea ce este evident este faptul că această evoluție a schimbat modul în care interacționăm cu mediul nostru social. Acest lucru înseamnă și o

facilitare a comunicării prin utilizarea noilor tehnologii. Cât despre conținutul comunicării, aceasta este o altă problemă.

Schimbările au avut loc concomitent cu o serie de modificări politice și economice la nivel mondial. Instituțiile statale și entitățile politice au fost obligate să se adapteze la noile tehnologii pentru a putea comunica mai eficient cu cetățeni, chiar și numai în timpul campaniilor electorale. Revoluția comunicării a inclus toate domeniile de activitate și astăzi nici o instituție sau companie serioasă nu își poate imagina propria evoluție fără a avea o interfață corespunzătoare pe rețeaua virtuală a Internetului.

Totuși, comunicarea poate lua mai multe forme și o mare parte din entități aleg să folosească noile tehnologii doar pentru comunicarea unidirecțională a vederilor și politicilor lor. Acest lucru nu a contribuit la dezvoltarea unei discuții reale cu publicul lor, fiind perceput drept o mostră de rigiditate și autoritarism. Comunicarea de acest tip nu este decât o tablă pe care sunt menționate la anumite intervale, în timp ce întrebările sau interogările se lovesc de zid și nu primesc nici un răspuns.

Era nevoie de o îmbunătățire în direcția unei modalități de comunicare mai interactive (unii o numesc 2.0), care să permită o conversație în ambele direcții și care să ofere oportunitatea oamenilor să își exprime părerile privind diversele politici în discuție. Acest pas înainte a fost realizat parțial prin ascensiunea rețelelor sociale. Ele au reușit să creeze spații virtuale complexe de discuție și dezbateri, în care oricine poate participa în voie sau poate chiar alege să nu participe. Se poate spune că este cel mai democratic mijloc de a implica publicul larg și de a încuraja latura participativă a democrației, care este adeseori considerată în prezent drept principala problemă a democrațiilor liberale tradiționale.

În acest context, se poate observa că democrația a suferit ea însăși o schimbare, profitând de noile oportunități și că participarea oamenilor prin rețelele sociale poate contribui chiar la eliminarea deficitului democratic. Bineînțeles, accesul la Internet nu este la fel peste tot, în funcție de dezvoltarea economică, de sistemul politic ori de normele sociale. În unele cazuri, conținutul promovat de unii utilizatori poate fi considerat drept prea ofensiv, însă ceea ce este important este că, spre deosebire de alte perioade de criză din istoria omenirii, acum există un instrument potențial puternic prin care cetățenii pot fi implicați mai îndeaproape în procesul democratic de luare a deciziei în cadrul societăților lor. Acesta este un avantaj important și cunoașterea modului în care poate fi folosit eficient poate face diferența în procesul de construire a unui viitor mai bun.

În partea a doua a cursului, participanții au adresat întrebări lectorului și au intrat în dezbateri cu acesta și între ei. Principala temă de dezbateri a fost dacă accesul la anumite situri pe Internet ar trebui sau nu limitat sau cel puțin monitorizat de autorități pentru a evita proliferarea grupărilor extremiste și populiste. Concluzia a fost că nu accesul trebuie limitat, ci publicul trebuie să fie instruit pentru a putea discerne mai ușor între conținutul rațional și cel care îndeamnă la ură și intoleranță și care duce, în cele din urmă, la spirale ale violenței ce nu servesc nimănui.

5. Ionuț Pandelică – „Percepție și realitate: mecanismele emoționale ale mediului socio-economic”

În prima parte a cursului au fost menționate o serie de concepte fundamentale legate de tema prezentării. Capacitatea de a conduce reprezintă capacitatea de a reuși prin alții. Economia este doar o realitate din mai multe realități existente. În încercarea de a discerne aceste realități, percepția este esențială. Suntem prizonierii propriei noastre percepții, în legătură directă cu educația de care am beneficiat.

Nu putem schimba realitatea, însă putem schimba percepția asupra ei. Fiecare dintre noi acordăm o anumită semnificație realității. Acest proces are loc în urma unei decizii, care este o asumare, un act de alegere între mai multe alternative. Abilitatea se a lua decizii duce la generarea unui set de acțiuni care produc rezultate, performanțe.

Societatea noastră este centrată pe vectori materiali (am – fac – știu – obțin, însă ordinea poate fi diferită). Fiecare are propria percepție asupra realității, care este

cauzată de deleție, generalizări, nominalizări (realități externe) sau de propriile noastre experiențe (memorie operațională sau informațională).

Există apoi un sistem de interpretare (bazat pe sistemul de convingeri) și un sistem de evaluare (sistem de valori).

Deleția

reprezintă refuzul de a percepe evidența. Uneori, interpretarea nu are nici o legătură cu realitatea, este doar o semnificație atribuită realității. Deciziile noastre sunt influențate și de mediu, abilități, sisteme de convingeri, sisteme de valori. Convingerile sunt elemente de blocaj și protecție care apar independent de noi.

Avem șapte canale prin care culegem informația, folosind un model binar, de tip adevărat-fals, dintre care cinci sunt bazate pe simțurile primare: vizual, auditiv, chinestezic, olfactiv și gustativ. Pentru a percepe realitatea trebuie, însă, să avem o abordare integrativă; trebuie să răspundem la câteva seturi de întrebări. Primul set, care privește deleția, este compus din întrebările „Ce?”, „Comparativ cu ce?”, „Unde?” „Cât?”. Răspunsurile sunt caracterizate prin folosirea de verbe, adverbe, substantive imprecise.

Un al doilea set de întrebări, care privește relația cu ceilalți, este format din întrebările „Cine?” și „Pentru cine?”. Al treilea set de întrebări, privind generalizarea, se bazează pe „Chiar?”. Generalizările sunt absolutizări, caracterizate prin cuvinte ca „întotdeauna” și verbul „trebuie”, atât în sens de obediență cât și de revoltă, care exprimă necesitate, posibilitate, acceptabilitate și importanță.

Un alt set de întrebări, privind acuzațiile și nominalizările, se bazează pe „Cum?” și pe relația cauză-efect. În relațiile interpersonale nu trebuie aplicată această



metodă, pentru că e rezultatul unei singure percepții. Rezultatul trebuie să fie adaptabilitatea. Folosirea echivalenței complexe de tip cauză-efect poate duce la crearea unei percepții false prin manipulare.

În sfârșit, un ultim set de întrebări, privind nominalizarea, se bazează pe interogația „Ce te face să crezi asta?”. Drept răspuns se află ceea ce este ascuns și se obține percepția corectă asupra informației.

În partea a doua a cursului, participanții au completat o serie de chestionare prin care a fost evaluată înclinația fiecăruia de a se baza pe anumite canale de comunicare (vizual, auditiv, kinestezic, analitic-deliberativ). Apoi au fost analizate răspunsurile și au fost identificate zonele predilectate și cele deficitare ale fiecăruia. În continuare a fost analizată o conversație între lector și o participantă și capacitatea de acordare non-verbală între partenerii de discuție, legată de subiectul conversației. Concluzia a fost că trebuie făcută conversia mesajului pe toate canalele (verbal, non-verbal, para-verbal), care trebuie să fie în congruență între ele. Comunicarea este o problemă de sine, de deschidere pentru conectare la celălalt; doar atunci când se realizează conectarea interpersonală se poate comunica în mod eficient.

6. Evaluarea chestionarelor

Întrebările din chestionar au vizat evaluarea fiecărui conferențiar, având în vedere criteriile conținutului informațional, noutății, interactivității și eficienței (pe o scară de la 1 la 5, 1 fiind cel mai jos nivel, iar 5 fiind cel mai înalt), aprecierea organizării logistice a primului seminar, relaționarea dintre cursanți, dintre cursanți și conferențieri și recomandări pentru seminariile viitoare.

Aprecierea organizării logistice a primului seminar a fost superioară și peste medie – majoritatea cursanților acordând în acest caz calificativele: „Foarte Bună” și „Bună”. În ceea ce privește aprecierea relațiilor stabilite între cursanți și între cursanți și conferențieri, participanții au considerat că acestea au fost foarte bune și s-a realizat o comunicare în parametri buni la ambele niveluri.

Pentru prima oară în istoria școlii, recomandările cursanților vizează doar menținerea unor standarde la fel de ridicate și pentru seminariile următoare.