

DATUM: 16. 4. 2024

MÍSTO: Ústav hudební vědy Filozofické fakulty Masarykovy univerzity

ÚČASTNÍCI: 77 zástupců z řad nezřizovaných spolků i organizací, organizátorů festivalů i příspěvkové organizace v oblasti kultury

Zápis z 18. setkání Brněnského kulturního fóra: Edukace

PROGRAM

1. UMĚLECKÉ SEKUNDÁRNÍ A TERCÍÁRNÍ VZDĚLÁVÁNÍ
2. KULTURNÍ A KREATIVNÍ ODVĚTVÍ – VZDĚLÁVÁNÍ TVŮRČŮ, UMĚLCŮ A PRACOVNÍKŮ V KKO
3. PUBLIKUM A JEHO VZDĚLÁVÁNÍ

1. Umělecké sekundární a terciární vzdělávání

Překážky při začleňování kultury a kreativity do vzdělávacích programů

Jako nejčastější překážka, se kterou se školy při začleňování kultury a kreativity do svých vzdělávacích programů setkávají, byla uváděna především **nedostatečná znalost aktuální kultury a kulturních trendů ze strany pedagogů a nezáměr o rozšíření vlastních kompetencí** mimo oblast běžné kultury. Jako podobně palčivý problém byla vnímána také **vytíženost pedagogů**, pro které je mnohdy začleňování kultury a kreativity věcí „navíc“.

Mezi další diskutované problémy pak patřily převážně **neodborné zásahy do Rámcových vzdělávacích programů** či **byrokracie** ze strany Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky. Mezi diskutéry rezonovala také **absence adekvátních prostor**, kde by tyto programy nad rámec běžné výchovy mohly školy realizovat. Reflektovaný byl nicméně také **malý zájem ze strany studentstva**.

Velká část diskutujících byla názoru, že schopnost definice profilu absolventa u profesí se v poslední době příliš nezměnila, neboť většina škol a vzdělávacích institucí stále používá tradiční metody a kritéria, které nereagují na trh práce. Část diskutujících nicméně pozorovala mírné zlepšení ve schopnosti definice profilu absolventa u profesí v posledních letech, a to především díky lepší spolupráci mezi vzdělávacími institucemi a průmyslem, stejně jako díky zavedení nových studijních programů. Mezi další kroky, kterými by šlo zlepšit současné postupy, bylo zmíněno:

- Shromažďovat a zveřejňovat informace o kulturních a vzdělávacích akcích pro konkrétní region na jednom místě (web etc.). S tím souvisel rovněž návrh na souvislé představování kulturně-vzdělávacích programů školám, příkladem byl newsletter s informacemi o akcích, které město nabízí, s kontakty na edukační oddělení jednotlivých organizací etc.
- Vytvářet a udržovat prostor pro setkávání a tvůrčí činnost.
- Získávat poznatky přímo ze sektoru – co je potřeba pro praxi? Nezbytnost studií a propojování napříč školami a profesionálními organizacemi.
- Neumísťovat začátky vzdělávacích akcí na dopoledne, neboť se tím nabourá tradiční průběh školního dne, takže pedagogové se ani nemohou bez problémů dovzdělávat.
- Vytvářet prostředí a podmínky pro propojování pedagogů a pracovníků v uměleckých sférách.
- Zapojovat více školy v rámci finanční gramotnosti budoucích absolventů.
- V rámci zvýšení kvalifikace pedagogů zesílit důraz na akademické vzdělání s praktickým dopadem.
- Zavést či rozšířit praxe s kulturními institucemi jako jsou divadla, kluby, muzea a koncertní sítě.
- Více se inspirovat zahraničím a dobrou praxí, která by se dala implementovat v brněnském prostředí.
- Sledovat jaké kompetence jsou důležité pro absolventy.
- Zajistit větší prostor kultuře všeho druhu v základním školství v rámci nabídky předmětů.
- Zlepšit koordinaci vzdělávacích akcí se školním rokem, resp. přijímačkami, koncem roku etc.

Vybavenost školního prostředí

Vybavenost školního prostředí ve srovnání s aktuálními vzdělávacími potřebami byla hodnocena jako dostačující, avšak návrhy na zlepšení zahrnovaly především:

- Více finančních prostředků a financování z mezinárodních fondů a spolupráce se zahraničními subjekty, které se přímo specializují na kulturní vzdělávání.
- Lepší vzdělání i finanční ohodnocení pedagogů, a především začlenění umění a jejich komplementaritu do vzdělávacích programů – nikoli jako doplněk, ale jako jádro výuky.
- Ochota zkoušet a zavádět nové věci.
- Zachování dotačních titulů jako např. OP JAK, MAP, IROP etc.

Praxe

Praxe byly obecně považovány za způsob, kterým mohou školy své studenty lépe připravit na kariéru v kulturním a kreativním sektoru. Z hlediska dalšího rozvoje praxí a stáží byly zmiňovány tyto kroky:

- Podporovat pedagogy v jejich umělecké a kulturní praxi.
- Zapojovat studenty do spolupráce se konkrétními institucemi.
- Spolupracovat více se školami v zahraničí.
- Kvalifikovaně seznamovat studenty s praxí dotačních titulů a objektivně seznamovat s aktuální realitou.
- Delší časový rámec praxe a zapojení více organizací v sektoru.

Z hlediska fungování stáží byly navrhovány tyto kroky pro jejich zlepšení a optimalizaci:

- Vyhradit speciální místa pro pracovníky, kteří se studentům budou věnovat a nebude to pro ně práce navíc. Otázka samotného pozitivního a vstřícného přístupu pedagoga ve skupině výrazně rezonovala a byla několikrát nezávisle zmiňována.
- Nastavit produkční mechanismy tak, aby studenti byli během studia v intenzivním kontaktu s veřejností.
- Student by měl po uskutečnění praxe vypracovat výstup (zpráva, prezentace), ve kterém zhodnotí, co se naučil.
- Spojit konkrétní představy studentů (škol) s možnostmi kulturních institucí v poskytování konkrétní práce během stáže.
- Buďto již na škole dokonale simulovat dané pracovní prostředí, nebo už v rámci studia spolupracovat se „světem venku“ – nejlépe kombinace obojího.
- Začlenit tyto programy do učebních osnov. Zvát experty do výuky a zprostředkovávat propojení s institucemi a profesionály v kultuře a kreativních odvětvích v rámci akreditovaných programů.

Samotná dostupnost praxí pak byla hodnocena většinou diskutujících jako dobrá, a to jak z hlediska místních praxí, tak i výměnných pobytů v zahraničí, jejichž nabídku hodnotili jako středně efektivní až efektivní. Programy považovali za dostupné, ale bylo poukazováno na občasné dobré nedostatky v organizaci nebo v přínosech, které studentům poskytují. Mezi nejčastěji vytýkané aspekty patřily:

- Složitá administrativa a přílišná byrokracie.
- Nepřehlednost.
- Nedostatečné nabízení těchto programů studentům.
- Nedostatečná komunikace mezi školami a institucemi.
- Malé propojení nabídky a poptávky.
- U uměleckého školství je i přes partnerství jakéhokoliv druhu především kapacitní problém (výuka 1:1).
- Malá systémová podpora – často se může jednat pouze o iniciativu jednotlivých pedagogů, která pak není dostatečně ohodnocena.
- Často nedostatečná komunikace pedagog-student.
- Přehlížení finančního aspektu stáže – pokud nelze zajistit, je třeba hledat jiné motivační nástroje.
- Akcentovat výhodnost pro obě strany – pouze tak lze zajistit udržitelnost a smysluplnost praxí.

Mezinárodní inspirace

Jaké konkrétní mezinárodní trendy v oblasti vzdělávání by měly být zapojeny do školních kurikulů?

- Vše, co je ověřeno dobrou praxí.

- Bloková výuka.
- Zapojení renomovaných lektorů ze zahraničí, kteří by pokrývali zajímavá témata, která se již nevezou do kurikul.

Z hlediska proaktivity a integrace mezinárodních trendů do svých vzdělávacích programů byly školy hodnoceny jako spíše pasivní až středně proaktivní. Mezioborová a meziuniverzitní spolupráce by pak mohla být motivována takto:

- Výměnnými programy a rezidenčními pobyty.
- Výraznou podporou aktivních pedagogů, kteří se chtějí zapojovat do těchto projektů, tzn. interně.
- Podporou pedagogů v propagaci a prezentaci jejich práce a mimořádných výstupů, tzn. externě.
- Pozitivním příkladem spolupráce – ukázat kde a jak to funguje. Jako příklad bylo mj. uvedeno kreativní a inovační centrum TAH – Technology, Art, Humanities Creative and Innovation Centre.
- Zřízením speciální pozice s kapacitou a mandátem.

Připravenost na trh práce

V otázce míry připravenosti absolventů uměleckých oborů na trh práce se diskutující spíše neshodli, převažoval však názor, že **absolventi jsou spíše připraveni** a relativně dobře vybaveni uměleckými dovednostmi. Současně **mají však jen někteří z nich komplexní přehled o trhu práce**.

K získání vysněné pracovní pozice může dle diskutujících napomoci studentů především **neustálý styk s živou praxí v rámci samotného studia**. Konkrétní doporučení pak zněla mj. takto:

- Základní podnikatelské vzdělání.
- Přípravy na pohovory.
- Ukázky živé praxe, aby se studenti dokázali na práci a její náročnost připravit i mentálně.
- Propojení s experty a praxí v oboru napříč celým studiem.
- Zahraniční stáže a studijní výjezdy.
- Dobrá prezentace svých schopností a výsledků práce.
- Aktivní networking.

Postavení hudební a výtvarné výchovy v osnovách základních škol vnímali účastníci **jako zastaralé a zásadně závislé na osobnosti samotného pedagoga**. Byla vznesena otázka „proč neprobíhá výuka např. v muzeích, klubech, studiích etc.“? Poukazováno bylo mj. na **inspirativní příklad z Walesu**, resp. jejich pilotní program Creative Learning through Arts. Výraznou podporu mezi účastníky měl případný **vznik platformy propojující školy a jednotlivé praxe**, resp. určitý typ brněnské „burzy“ pracovních nabídek a stáží. Ten by současně sloužil k mapování sektoru.

2. Kulturní a kreativní odvětví – vzdělávání tvůrců, umělců a pracovníků v KKO

Překážky, se kterými se kulturní a kreativní odvětví setkávají v profesionálním rozvoji pracovníků

Mezi hlavní překážky, se kterými se kulturní a kreativní odvětví setkávají v profesionálním rozvoji pracovníků patří dle zúčastněných především **časová vytíženost pracovníků a nedostatek specialistů**. V rámci diskuse však rezonovala také **absence systémového řešení a potřeba velmi úzké specializace**. Za problematické byla považována také **malá velikost pracovních týmů či finanční náklady na vzdělávání**.

Kurzy pro pracovníky v KKO

Z hlediska dostupnosti kurzů pro pracovníky v oblasti KKO panoval s výraznou převahou názor, že **kurzy jsou sice dostupné, ale mohly by podstatně lépe adresovat specifické potřeby a nové trendy v KKO**. Zaznívaly však rovněž názory, že dostupnost kurzů je nedostatečná a že existuje pouze několik kurzů, které navíc nejsou dostatečně rozmanité nebo pokročilé, aby pokryly potřeby pracovníků v KKO. Jako konkrétní návrhy na zlepšení dostupnosti a kvality kurzů určených pro pracovníky v KKO uváděli účastníci:

- Získat prostředky a zdroje pro konkrétní organizaci na vlastní vzdělávání pro svůj tým přesně na míru organizaci.
- Zlepšit finanční dostupnost kurzů.
- Celoživotní vzdělávání pracovníků pro technické profese.

- Mít možnost pracovat v rámci asociací – např. pracovní skupina ekonomů z divadel apod.
- Propojovat certifikované školitele, aby oslovovali lidi z praxe a přizvali je rovněž jako školitele.
- Využívat ideálně jednu webovou stránku, která by sloužila jako jednotná platforma pro nabídky – zmíněn byl převážně Culturenet.
- Sdílení zkušeností mezi organizacemi.

Největší **pozornost byla opět věnována potřebě jednotné platformy**, která by přehledně shromažďovala nabídku dostupnou v Brně a okolí.

Jako neúčinnější metody a platformy pro další vzdělávání pracovníků v KKO byly uváděny především: Culturenet, CzechMobility, Nová síť, Sound Czech a Fair Art. **Význam dalšího vzdělávání zaměstnanců pro úspěch kulturní organizace je dle účastníků velmi podstatný a další vzdělávání může zabránit mj. případnému vyhoření.** Stejně tak **pomáhá zvýšit konkurenceschopnost pracovníků a napomáhá udržet krok s aktuálními trendy.** Jako problematické aspekty vzdělávání v KKO naopak spatřovali **online kurzy, které svádějí k pasivní účasti a současně nemají často takovou váhu jako kurzy prezenční**, ty jsou nicméně časově náročné a pro některé i nemožné. Výrazně rezonovala možnost **zpřístupnění univerzitních kurzů v této oblasti absolventům.** Zlepšení by bylo žádoucí také v těchto oblastech:

- Financování vzdělávání v KKO.
- Znalost vzdělávacích potřeb zaměstnanců na konkrétních pozicích.
- Systematičnost ve vzdělávání.
- Komunikační dovednosti pracovníků.
- Řešení krizových situací.
- Kybernetická bezpečnost a GDPR.
- Technické a technologické schopnosti.
- Cílené propojování nabídky a poptávky.

Mezi dovednosti a znalosti, které jsou nejvíce požadovány zaměstnavateli v KKO patří dle účastníků především:

- Leadership dovednosti.
- Adaptabilita.
- Autonomie.
- Znalost aktuálních témat.
- Schopnost mezioborové spolupráce.
- Komunikativnost.
- Proaktivita.
- Ekonomické znalosti.
- Znalost prostředí.
- Odborná expertíza.
- Zodpovědnost.
- Technické znalosti.

Jako nedostatečnou až velmi nedostatečnou shledali diskutující míru a efektivitu vzdělávání pracovníků v KKO v oblasti nastavení zdravých pracovních hranic a péče o psychické zdraví. Pracovníci v KKO nejsou v této tematice téměř vůbec vzdělávání a existuje pouze omezené množství vzdělávacích zdrojů a programů zaměřených na tyto oblasti, které nejsou dostatečně přístupné nebo efektivní. Řešeními by mohlo být:

- Zvýšení počtu pracovních pozic v rámci instituce.
- Možnost „odpojit se“ dočasně od provozu.
- Firemní kouč-psycholog. (Zde však bylo poukazováno na to, že je problematické najít někoho, kdo se vyzná v nezávislém uměleckém sektoru.)
- Kurzy, u kterých by bylo zajištěno hlídání dětí.

Ke zvýšení počtu odborníků v KKO by dle diskutujících pomohlo:

- Zlepšení finančního ohodnocení u příspěvkových organizacích, grantů i obecně.
- Redukovat fluktuaci – špatně se motivuje tým, který se mění.

- Zlepšení infrastruktury.
- Granty pro organizaci vlastních workshopů pro zaměstnance s větším zacílením.

Přímou pomocí města v nejpálčivějších problémech by mohlo být:

- Zjednodušení administrativy.
- Zlepšení informovanosti a podpory s granty, grantové poradenství.
- 1% finanční příspěvek developerů a městských s.r.o. na kulturu.
- Vyrovnat růst nákladů růstem rozpočtů a dotací.
- Výběr kompetentního vedení institucí.
- Organizování podpůrných networkingových skupin.
- Rozšířit diskusi mezi odbornou veřejností a městem.

3. Publikum a jeho vzdělávání

Překážky bránící zvýšení kulturní gramotnosti a zájmu o kulturu mezi širším publikem

Mezi hlavní překážky bránící zvýšení kulturní gramotnosti a zájmu o kulturu mezi širším publikem patří dle účastníků workshopu především atraktivita programů, resp. **neznalost potřeb publika**. Dalším důležitým faktorem je pak **čas potenciálního publika, stejně jako jeho rozpočet**. Z hlediska samotných organizací je pak problematické **udržování edukačního týmu a samotná kvalita lektorů**, resp. jejich informovanost. Palčivým problémem jsou rovněž **neadekvátní či zcela scházející prostory** vhodné k realizování edukačních aktivit. V souvislosti s tím zdůrazňovali někteří diskutující **nedostupnost z hlediska vzdálenosti** a velikosti města. Bodově lze diskutované překážky shrnout takto:

- Neznalost potřeb publika.
- Administrativa.
- Fyzické bariéry města.
- Časové možnosti pedagogů i publika.
- Kvalita lektorů.
- Nedostatečné prostory.
- Absence participace
- Sociální a ekonomické aspekty publiky.
- Finance.
- Marketing.
- Omezená propagace edukačních aktivit.
- Zahlcení scény a příliš široká nabídka.
- Nesystematická práce.
- Personální zázemí instituce.

Míra, do které kulturní sektor mapuje své návštěvníky je dle účastníků středně dobrá až dobrá – kulturní sektor provádí **přinejmenším základní sledování návštěvníků, ačkoliv data nejsou často úplná nebo nejsou systematicky využívána**. Slouží spíše k základní představě o tom, kdo tvoří publikum. V tom lepší případě instituce mapuje návštěvníky a **využívá shromážděná data k optimalizaci svých nabídek a marketingových strategií**. Instituce mohou vyhodnocovat úspěšnost, resp. návštěvnost určitých akcí/výstav, ale mnohdy již **netrasují segmentaci cílových skupin** a nevyhodnocují ani zdůvodnění právě této segmentace. Některé instituce pak připouštějí rovněž **změnu způsobu komunikace s recipienty či přímo samotného produktu**, a to buďto pro udržení stávající cílové skupiny, nebo pro doplnění té stávající. Úprava nabídky se může týkat mj. i **práce s bariérami a přístupností**. Problémem bývají napříč edukačními aktivitami pracovní síly – **málokdy mají instituce dedikované pracovníky, kteří by se věnovali především práci s daty**. Městu adresovanou výtkou pak bylo: „*Vedla jsem několik diplomových prací, kdy studenti získávali relevantní informace o brněnském kulturním publiku. Mají je k dispozici dotčené instituce, ale postrádám vizi města.*“

Za nejzajímavější typy dat pro účely edukace publika považovali účastníci tato data v uvedeném pořadí:

- 1) Interakce a zpětná vazba
- 2) Zájmy a preference

- 3) Historie návštěv (např. u galerií: které expozice jsou nejvíce navštěvovány, kde se lidé nejvíce zdržují etc.)
- 4) Demografická data
- 5) Sociální média a online chování

Jedním z bodů workshopu byla rovněž diskuse nad způsoby, kterými může kulturní sektor lépe oslovit a přilákat „nediváky“. Důraz byl kladen především na působení kultury na člověka. Jmenovány byly tyto možnosti:

- Volný přístup, resp. den otevřených dveří, venkovní neplacené aktivity.
- Program cílící na vzbuzení emocí prostřednictvím umění – „šokující marketing“ a cílená dramaturgie.
- Intervence do veřejného prostoru a do komunit.
- Proniknutí informací do komunikačních kanálů, kde se kultura běžně neprezentuje.
- Cílené informační kampaně – zde by údajně byla žádoucí právě podpora města.
- Aktivní zapojení účastníků – aktivní, nikoliv pasivní divák.
- Atypická zasazení programů, např. nehudební akce v hudební instituci apod.
- Žánrové fúze.
- Sociální dostupnost.
- Oslovovat potenciální diváky přes školy, učitele a ředitele.
- Meziinstitucionální spolupráce.
- Program stavící na boření bariér mezi diváky a „nediváky“.
- Bourat bariéru strachu z nepochopení a elitářství.
- Prezentace potenciálu institucí – co dokáže nabídnout i na místech, která jsou pro ni atypická.

Možnosti, které instituce k oslovení diváků i „nediváků“ užívají seřadili účastníci dle četnosti následovně:

- 1) Zaměření na rodiny a mladé lidi – speciální program pro rodiny s dětmi, interaktivní výstavy, tvořivé dílny, kurzy digitálního umění etc.
- 2) Speciální události a festivaly – tematické festivaly, noční muzea, kulturní slavnosti spojené s místní gastronomií.
- 3) Oslovení a komunitní zapojení – spolupráce s komunitními centry či školami na společných projektech.
- 4) Zpětná vazba a adaptace – vyhodnocení a přizpůsobení programu na míru.
- 5) Zjednodušení přístupu – např. první návštěva zdarma, den otevřených dveří s volným vstupem aj.
- 6) Digitální zapojení – vytvoření atraktivního online obsahu, virtuální prohlídky, podcasty, sociální média jako prostředek cílené reklamy.

Jako příklady dobré praxe zazněly mj.:

- Práce s influencery.
- Klub mladých diváků Brno.
- Divadelní kavárna pro seniory v HaDivadle.
- Samostatné trasy pro rodiny s drobnými úkoly.
- Výukové programy pro školy – navazující na RVP.
- Pátrací a jiné hry.

Strategie pro výchovu mladších diváků

Jedním z témat byly rovněž strategie pro výchovu diváků či návštěvníků kulturních organizací od nejujtějšího věku. Účastníci navrhovali důkladnou **práci s dětmi**, a to především **prostřednictvím hry**. Dále pak **školní prohlídky a exkluzivní programy výhradně pro děti**. S tím souvisí rovněž zmiňované bezpečné prostředí a zaměření na potřeby vývoje v daném věku, nelze však zapomenout na potřeby všech členů rodiny. V tomto ohledu navrhovali diskutující také **společné zážitky rodič-dítě** a umožnit **setkávání rodičů s dětmi ve stejné věkové kategorii**. Jako zásadní shledali účastníci, aby byli **kultivováni již rodiče samotní**. Žádoucí je rovněž, aby **kulturní organizace aktivně oslovovaly školy, školky a mateřská centra** a ty oslovovaly také kulturní organizace. Nezbytná je rovněž **podpora školských zařízení**, aby pro ně byla kultura dostupná, a to i pro znevýhodněné skupiny. Nápomocná

by mohla být také **spolupráce s jinak zaměřenými subjekty** – sportovní organizace, sociální služby etc.

Technologie v edukaci by měly být primárně motivační a neměly by být samotným cílem, přesto je třeba je sledovat a snažit se jim porozumět. U mladého publika jsou navíc zcela zásadní. Dobrým příkladem jsou třeba 3D vizualizace jevištních technologií – vizualizace je dobrá skrze bezpečnost dětí během edukace. Kvitovány však byly archivační snahy hudebních souborů a divadel jako nahrávání koncertů a představení na online platformy typu YouTube apod. Online platformy rovněž umožňují budovat vztah i s publikem z méně dostupných lokalit. Dle diskutujících přispívají technologie ke zkrácení cesty k publiku, zpřístupňují neveřejné a zprostředkovávají kulturu kdykoliv a kdekoliv. Poukazováno bylo také na využití online prostředí ve formě interaktivních výukových materiálů.

Nabídku edukačních programů v kulturních institucích hodnotili jednotliví zástupci brněnské kulturní scény převážně jako velmi dostatečnou – nabídka edukačních programů je výborná a široce odpovídá potřebám a očekáváním různorodého publika. Na druhém místě pak bylo hodnocení nabídky jako dostatečné, tj. s dobrým pokrytím edukačních programů i potřeb návštěvníků, avšak s prostorem pro další zlepšení.

Jako kroky, které by měly být podniknuty ke zvýšení edukační nabídky ve zúčastněných institucích zaznělo:

- Navýšení úvazků – větší personální zajištění.
- Zájem vedení.
- Rozšíření komplexnosti nabídky a jejího cílení směrem k věkovým kategoriím.
- Rozpracování strategického plánu.
- Větší finanční podíl na edukační aktivity, resp. navýšení rozpočtu včetně mzdových prostředků a narovnání finančního ohodnocení edukačních pracovníků vůči jiným pedagogickým pracovníkům.
- Potřebné prostory v rámci Národního divadla Brno.

Podpora města by mohla cílit na:

- Zvýšit rozpočet pro kulturu.
- Nastavit kultivaci publika jako jednu z priorit města.
- Podpořit marketingové kanály napříč kulturními institucemi – spolupráce na propagaci.
- Větší spolupráce se školami.
- Omezení administrativy.
- Stáže pro zaměstnance a kurzy v analýze dat.
- Vznik pozice koordinátora komunikace potřeb či servisní organizace pro kulturní instituce.
- Podpora vedoucí ke zvýšení přístupnosti organizací.
- Pomoc a podpora při získávání financí pro další mobility a vzdělávání zaměstnanců.
- Kurzy v oblasti marketingu.
- Zajištění prostor pro práci s publikem, protože v běžném provozu naráží edukační aktivity na limity divadelních sálů.

ZÁVĚR

Celkově z diskuse vplynuly tyto hlavní bariéry:

- 1) nedostatek financí
- 2) chybějící prostory
- 3) chybějící databáze vzdělávacích projektů a akcí
- 4) potřeba posílení propagace
- 5) roztržitá nabídka
- 6) vytíženost pedagogů
- 7) absence datových analytiků
- 8) byrokracie
- 9) neznalost potřeb publika

Hlavním podnětem je navýšení financí, vzdělávání lektorů, obstarání adekvátních prostor a posílení edukačních týmů. Časté byly návrhy na vznik platformy, která by intuitivním způsobem sloužila jako

datábáze edukačních projektů a sloužila samotným vzdělávacím institucím i zájemcům. V tomto směru lze poukázat na elektronický katalog mapující lokální nabídku vzdělávacích programů a aktivit v kultuře, který vznikl při příležitosti XVIII. brněnského kulturního fóra. Do konce dubna 2024 pak měli zájemci možnost zaslat podklady k rozšíření nabídky katalogu.

Odbor kultury v rámci edukačních aktivit pořádá pravidelná školení o dotačním systému města Brna, která doplnil v roce 2023 a 2024 o školení Kulturního negrantového fundraisingu, které bylo pro zástupce KKO bezplatné (zřizovaná i nezřizovaná scéna). S ohledem na kapacitní omezení školení je v plánu v listopadu i organizace pro veřejnost bezplatné konference na téma Fundraising v kultuře, která je již v procesu přípravy. Od podzimu jsou plánovány rovněž pravidelná a pro veřejnost bezplatná školení ve spolupráci s TIC BRNO, p.o., OSRS i OPP, která budou přibližovat konkrétní témata podobně jako u workshopů pro školy (dotační systém města, pořádání akcí ve veřejném prostoru, nástroje na podporu KKO, data v kultuře apod.)