ÚSPĚŠNÉ VENKOVSKÉ ŠKOLY NA LOKÁLNÍM „TRHU“: ROZŠÍŘENÁ TYPOLOGIE

IN-DEMAND RURAL SCHOOLS ON LOCAL QUASI-MARKETS: AN EXTENDED TYPOLOGY

Dominik Dvořák[1], Silvie R. Kučerová[2], Zdeněk Svoboda[3], Ladislav Zilcher[3], Petr Meyer[2], Jan Šmíd[4]

[1] Ústav výzkumu a rozvoje vzdělávání, Pedagogická fakulta, Univerzita Karlova, Praha
[2] Katedra geografie, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, Ústí nad Labem
[3] Katedra speciální a sociální pedagogiky, Pedagogická fakulta, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, Ústí nad Labem
[4] Katedra filozofie a humanitních studií, Filozofická fakulta, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, Ústí nad Labem

Abstrakt

Volba školy je v řadě zemí podporována vzdělávací politikou, avšak reakce škol na ni je málo studována. Navíc většina dosavadních výzkumů pochází z městského prostředí. Naše studie založená na smíšené metodologii využívající administrativní data a kvalitativní případové studie shrnuje výsledky dosavadního výzkumu chování českých venkovských škol a rozšiřuje existující typologie zejména prostřednictvím analýzy vztahů mezi sousedícími školami na kvazi-trhu se vzděláváním.

Klíčová slova: *venkovské školy, tržní přístup, volba školy, Česko, smíšená metodologie*

Abstract

School choice is supported by education policy in many countries, but school responses to it is little studied. Moreover, most of the studies to date come from urban settings. Our study, based on a mixed methodology using administrative data and qualitative case studies, summarizes the results of previous research on the organizational behaviour of Czech rural schools and expands the existing typologies especially through the analysis of relations between neighbouring schools in a quasi-market with education.

Keywords: *rural schools, education quasi-markets, school choice, Czechia, mixed approach*

1 ÚVOD

Volba školy byla donedávna zkoumána především ve městech, ačkoli roste její význam i ve venkovském prostředí. Tato studie rozšiřuje naše předchozí výzkumy venkovských škol vyhledávaných rodiči o komplexní analýzu vztahů na lokálních vzdělávacích „trzích" v jejich okolí.

2 TEORIE

Obecné strategie chování škol na kvazi-trhu se vzděláváním analyzoval např. Zancajo (2020), avšak rozhodování českých rodičů o volbě školy má specifika (Simonová, 2017; Smith Slámová, 2021; Straková & Simonová, 2017). Beach a Vigo Arrazola (2020) na základě metaanalýzy etnografických studií ze Spojeného království a Španělska navrhli rozlišovat dva typy atraktivních venkovských škol: "magnetová" škola se soustřeďuje především na získávání žáků marketingovými technikami na úkor okolních škol, „pro-komunitní" škola pracuje s kapitálem venkovské obce a autenticky přispívá k jejímu rozvoji.

3 METODOLOGIE VÝZKUMU

Užitím smíšené metodologie jsme na základě administrativních dat o všech venkovských školách v Česku a sociogeografických charakteristik obcí vybrali 13 žádaných škol v rozdílných typech venkova (blíže Svoboda et al., 2022) a zpracovali jejich případové studie. V tomto příspěvku zasazujeme tyto školy do lokálních „trhů" tak, že na základě podrobných mikrodat a anket zkoumáme, odkud (ze kterých obcí) a proč přicházejí nespádoví žáci případových škol a kam naopak z lokalit škol dojíždějí žáci, pro které případová škola je spádovou.

4 VÝSLEDKY

V analyzovaném souboru venkovských škol jsme odlišili ty, kam přivádějí mimospádové žáky především faktory tahu (pull faktory – vnímaná kvalita

procesů a podmínek v cílové škole): jde například o využívání alternativních vzdělávacích přístupů, vstřícnou komunikaci s rodiči, ale i marketingové aktivity. U druhé skupiny vystupují do popředí faktory tlaku (push faktory – příchozí žáci unikají ze spádové školy, např. kvůli šikaně nebo i vyššímu podílu žáků z etnických minorit). Pak se atraktivní stává i běžná „dost dobrá" škola (James & Oplatka, 2015). Volbu rodičů ve venkovském prostředí ovlivňuje také to, zda je škola plně organizovaná, anebo má jen první stupeň, případně je málotřídní.

5 ZÁVĚRY A DISKUSE

I na českém venkově můžeme najít školy mající znaky typů, jež popisují Beach a Vigo Arrazola (2020), ale v našem souboru byly méně vyhraněné nebo polarizované. Naše zjištění doplňují a obohacují dosud publikované charakteristiky strategií (venkovských) škol (Svoboda et al., 2022) směrem ke komplexnější typologii. Mohou sloužit také jako podklad pro vzdělávací management na různých úrovních správy školství – od obcí až po tvorbu národních politických rámců – a při diskusích o možných nerovnostech v přístupu ke kvalitnímu vzdělávání ve venkovském prostoru.

PODĚKOVÁNÍ

Tento projekt podpořila Grantová agentura České republiky (projekt 20-18545S).

6 LITERATURA

Beach, D., & Vigo Arrazola, M. B. (2020). Community and the education market: A cross-national comparative analysis of ethnographies of education inclusion and involvement in rural schools in Spain and Sweden. *Journal of Rural Studies*, *77*, 199–207. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.05.007

James, C., & Oplatka, I. (2015). An exploration of the notion of the 'good enough school'. *Management in Education*, *29*(2), 77–82. https://doi.org/10.1177/0892020614544236

Simonová, J. (2017). Charakteristiky dobré základní školy z pohledu rodičů. *Pedagogická orientace, 27*(1), 136–159. https://doi.org/10.5817/PedOr2017-1-136

Smith Slámová, R. (2021). Únik ze spádových škol: obavy rodičů z „běžné školy“ při nástupu dítěte do 1. třídy. *Pedagogika, 71*(3), 457–482. https://doi.org/10.14712/23362189.2021.980

Straková, J., & Simonová, J. (2015). Výběr základní školy v ČR a faktory, které jej ovlivňují. *Sociologický časopis, 51*(4), 587–606.

Svoboda, Z., Dvořák, D., Zilcher, L., Šmíd, J., & Kučerová, S. R. (2022). How rural schools in Czechia respond to parental preferences: Different approaches to students' well-being. *Journal of Pedagogy, 13*(2), 105–127. https://doi.org/10.2478/jped-2022-0010

Zancajo, A. (2020). Schools in the marketplace: Analysis of school supply responses in the Chilean education market. *Educational Policy, 34*(1), 43–64. https://doi.org/10.1177/0895904819881781