

L'ACCES A L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR EN FRANCE: RESEAUX, INSTITUTIONS, MARCHÉS

Axe Politiques éducatives

Directrice du projet :

Agnès VAN ZANTEN



Directrice de recherche CNRS,
OSC- LIEPP

Membres du projet :

- Sylvie Da Costa, cadre Enseignement catholique
- Leïla Frouillou, MCF
- Léon Marbach, assistant de recherche
- Alice Olivier, MCF
- Anne-Claudine Oller, MCF
- Clément Pin, docteur
- Jessica Pothet, MCF
- Kathrina Ulhy, docteure

Principales Publications :

VAN ZANTEN A., OLIVER A. Les stratégies statutaires des établissements d'enseignement supérieur: une étude des journées "portes ouvertes" in H. DRAELANTS, X. DUMAY (dir.), *Les écoles et leur réputation. L'identité des établissements en contexte de marché*, Bruxelles, De Boeck, 2016, 233-249.

OLIVIER A., OLLER A.C., VAN ZANTEN A. Channelling students' into higher education in French secondary schools and the reproduction of educational inequalities: discourses and devices. *Etnografia e Ricerca Qualitativa*, n° 2, 2018, 225-250.

VAN ZANTEN A., OLIVIER A., OLLER A.C., ULHY K. National framing and local reframing of students' transition to higher education in France: limitations and pitfalls in N. Ingram, A. Tarabini (eds.) *Educational Choices, Aspirations and Transitions in Europe*, Londres, Routledge, 2018, pp. 149-166.

FROUILLOU L., CLÉMENT P., VAN ZANTEN A. Le rôle des instruments dans la sélection des bacheliers dans l'enseignement supérieur. La nouvelle gouvernance des affectations par les algorithmes. *Sociologie*, vol. 10, n° 2, 2019, 209-215.

VAN ZANTEN A. Neo-liberal influences in a 'conservative' régime : the role of institutions, family strategies and market devices in access to higher education in France. *Comparative education*, vol.55, n° 2, 2019.

Faisant suite à la recherche « Orientation vers l'enseignement supérieur (ORSUP), également financée par le LIEPP, la recherche ACCESUP a pour but d'analyser les différents processus au sein des trois grandes formes d'organisation sociale (les réseaux, les institutions et les marchés) qui influent de façon contextuelle et immédiate sur l'accès des jeunes à l'enseignement supérieur en France. Elle s'intéresse au rôle normatif et informatif des réseaux familiaux et amicaux des jeunes. Elle accorde aussi une importance centrale au rôle des institutions, plus particulièrement aux réformes nationales entreprises dans les années 2000 et aux nouveaux outils de gestion des candidatures et des affectations des bacheliers ainsi qu'aux activités en matière d'orientation des établissements d'enseignement secondaire et de marketing, sélection et accueil des étudiants des établissements d'enseignement supérieur. Une large place est également donnée à l'analyse des logiques et des outils marchands notamment aux stratégies compétitives des établissements d'enseignement supérieur privé et aux diverses offres en matière d'orientation proposées par des agences privées et des associations.

Terrains et méthodes d'enquête

Cette recherche a été menée en Ile-de-France et mobilise diverses méthodes de recherche:

- Des enquêtes par questionnaire auprès de proviseurs de lycées, de lycéens et de visiteurs des salons
- Des analyses de textes politiques et administratifs et de messages marchands concernant l'accès à l'enseignement supérieur (rapports, textes de loi, circulaires administratives, brochures)
- Des entretiens auprès de parents, de professionnels dans les établissements d'enseignement, de jeunes, d'intermédiaires institutionnels et marchands
- Des observations d'interactions dans les salons et les journées portes ouvertes (JPO).

Les réseaux parentaux et amicaux

L'analyse des données recueillies grâce aux questionnaires, aux entretiens et aux observations fait ressortir de façon convergente le rôle majeur des parents en matière d'orientation mais aussi les stratégies indirectes que ces derniers déploient pour respecter la norme sociale de la liberté des choix des jeunes. Il fait également apparaître une différenciation sociale forte, les jeunes issus des familles des classes supérieures échangeant bien davantage avec leurs parents, surtout avec leurs pères, et suivant davantage leurs conseils que ceux issus des classes populaires, ceux des classes moyennes se situant au milieu et échangeant davantage avec leurs mères qui les accompagnent souvent dans les salons et JPO.

L'influence des pairs est importante pour une large majorité des jeunes, mais prend des formes différentes selon le milieu social et l'établissement fréquenté: les camarades de classe influent beaucoup sur les choix et les pratiques d'orientation des élèves, y compris de ceux issus des milieux populaires, dans les établissements favorisés ; Dans les établissements défavorisés les élèves évoquent en revanche davantage le rôle d'amis hors de la classe et de l'établissement avec qui ils se renseignent également sur leur orientation sur Internet et visitent des salons.

L'orientation dans les lycées

Les analyses en cours d'un questionnaire auprès de proviseurs d'un échantillon représentatif des lycées publics et privés d'Ile-de-France corrobore très largement les résultats du travail monographique réalisé dans quatre lycées dans le cadre de l'enquête ORSUP tout en permettant de mettre plus clairement en évidence les différences entre lycées publics et privés concernant la qualité du service d'orientation.

Ces analyses montrent que les lycées privés proposent une offre d'orientation se distinguant nettement de celle des lycées publics sur les quatre dimensions explorées qualitativement dans le travail monographique:

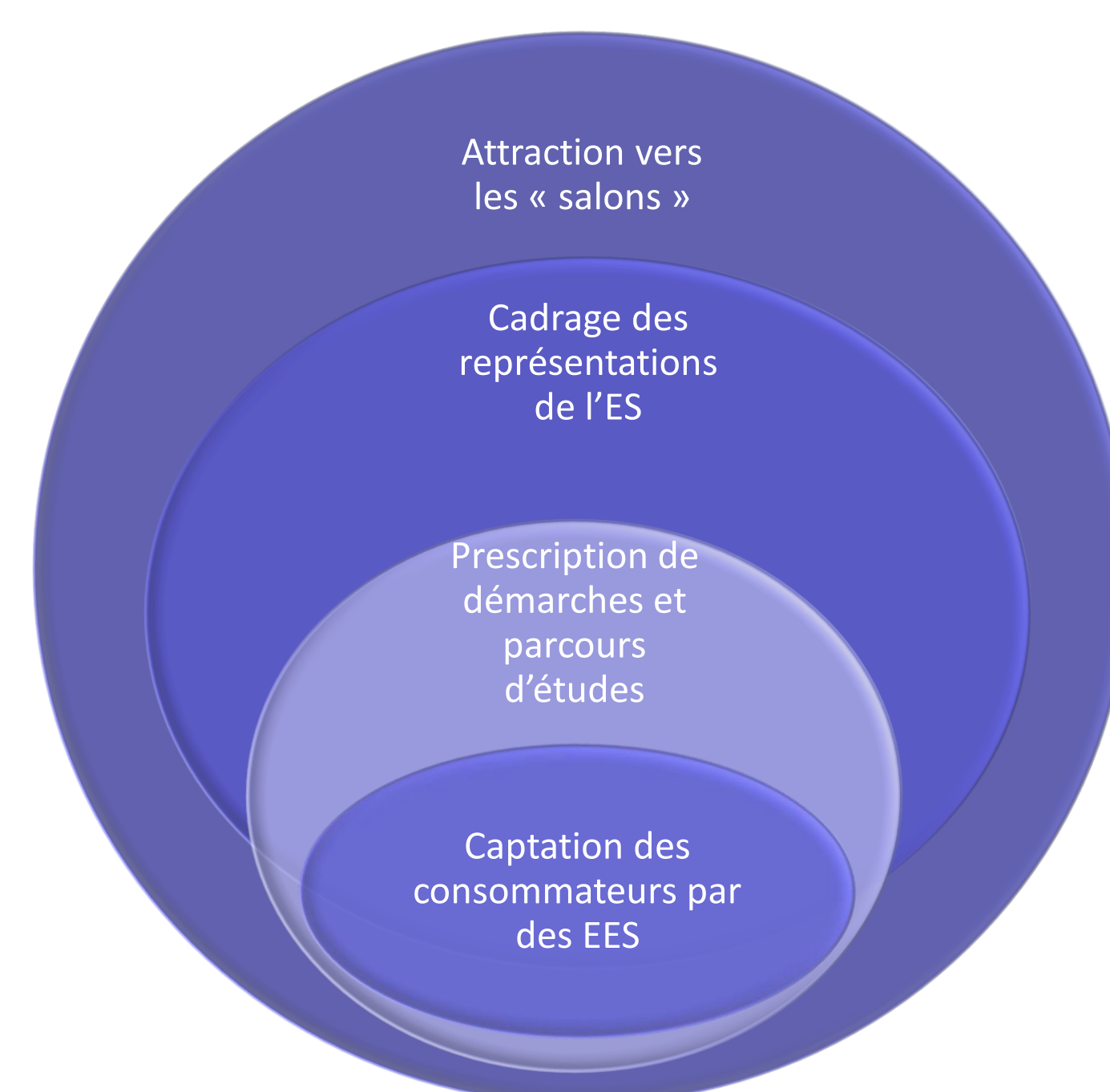
- ✓ **L'anticipation** : les activités d'orientation commencent beaucoup plus souvent en classe de Première voire de Seconde dans les lycées privés que dans les lycées publics.
- ✓ **L'intensité** : le nombre d'activités est plus important et plus varié dans les lycées privés que dans les lycées publics.
- ✓ **La mobilisation**: le nombre de personnels intervenant dans le domaine de l'orientation est plus importante dans les lycées privés que dans les lycées publics.
- ✓ **La personnalisation**: les lycées privés réalisent davantage des entretiens personnalisés avec les élèves que les lycées publics. A cela s'ajoute un cinquième facteur de différenciation mis en avant dans cette enquête statistique:
- ✓ **La priorité**: le proviseur ou son adjoint s'impliquent davantage dans plusieurs activités d'orientation dans le privé. L'enquête fait également apparaître des différences très marquées suivant la composition sociale du public des établissements.

L'analyse des plateformes de gestion des candidatures et des affectations des bacheliers

Les analyses de la conception et de l'évolution de Parcoursup ont été menées en prenant appui sur l'étude du site et des textes officiels, sur des entretiens avec des acteurs ministériels et avec des responsables pédagogiques et des enseignants dans deux universités franciliennes. Elles montrent que, malgré l'accent mis sur la liberté des jeunes et les plus grandes possibilités de choix qui leur sont offertes, cette plateforme contribue à entretenir la logique « adéquationniste » propre au système éducatif français tout en introduisant une concurrence à armes inégales entre bacheliers étant donné l'importance croissante des notes et de la capacité à comprendre et utiliser de façon stratégique les informations que propose Parcoursup et son mode d'opération. Elles montrent aussi une accentuation de la sélectivité des filières universitaires attractives et une grande opacité et hétérogénéité dans le fonctionnement des commissions d'examen des vœux.

Les salons de l'enseignement supérieur

L'analyse de 22 salons de l'orientation, déjà entamée dans le cadre de la recherche ORSUP, a permis de mettre en évidence les stratégies déployées par les intermédiaires publics et privés organisant ces événements pour attirer les visiteurs, orienter leurs représentations de l'enseignement supérieur, prescrire certains cursus et capter certains d'entre eux. Des analyses en cours des discours dans les conférences et les stands montrent aussi l'articulation de logiques instrumentales et expressives et cherchant à attirer des usagers présumés « rationnels » (parents et bons élèves) et d'autres en quête plus diffuse d'expériences. L'analyse des questionnaires distribués aux visiteurs montre quant à elle des fortes différences concernant la préparation, l'usage et l'exploitation de ces visites suivant l'appartenance sociale des parents et le niveau scolaire et les projets d'étude des jeunes.



L'appariement statutaire dans les JPO

L'analyse des observations et des entretiens réalisés dans neuf JPO de plusieurs types d'établissements d'enseignement supérieur (STS, IUT, écoles post-bac, universités, grands établissements, CPGE) ont permis de mettre en lumière un processus d'« appariement statutaire » des établissements et des usagers:

- ✓ **Les établissements de statut élevé** (prestigieux et attractifs pour les publics favorisés) utilisent les JPO pour affirmer leur prééminence statutaire grâce à des stratégies de distinction et à des stratégies de captation des meilleurs élèves et de découragement des autres
- ✓ **Les établissements de statut intermédiaire** (perçus comme sérieux et relativement attractifs pour des élèves de niveau moyen) utilisent les JPO pour essayer de s'élever dans la stratégie statutaire en mettant en avant leurs bons résultats et la reconnaissance dont ils bénéficient de la part des employeurs et en déployant de nombreux outils pour rendre la visite attrayante et agréable pour les visiteurs
- ✓ **Les établissements de statut bas** (peu prestigieux et peu attractifs y compris pour une partie des élèves des milieux défavorisés) utilisent les JPO pour éviter une dégradation encore plus forte de leur image en insistant sur leur caractère accueillant et « humain » et les actions de soutien qu'ils proposent.