Éducation comparée / nouvelle série, n°23, pp 35 - 68

Identités et logiques d'action d'établissements dans un contexte de quasi-marché : que donnent les établissements secondaires belges francophones à voir d'eux-mêmes sur leurs sites Internet ?

Nathanaël Friant
Université de Mons et
Université Libre de Bruxelles
Belgique,

Mélanie Ferrara
et Marc Demeuse Université
de Mons[1]
Belgique

RÉSUMÉ

Dans le quasi-marché belge francophone, les établissements mettent en place des logiques d'action leur permettant d'attirer un nombre suffisant d'élèves. De plus, en se construisant une identité spécifique, les établissements attirent certaines catégories d'élèves et en éloignent d'autres de façon à se positionner sur le marché et à se protéger des effets d'une concurrence trop forte. Dans cet article, nous étudions la construction de ces identités par le biais de ce que les

1 Nous remercions Mélanie Leurs pour sa contribution via l'étude sur les logiques d'action des chefs d'établissements. Ce texte a été présenté aux rencontres du REF en juillet 2017 à Paris. Il a bénéficié d'une relecture approfondie par Hugues Draelants et Georges Felouzis. Nous les remercions vivement pour leurs suggestions qui nous ont aidé à l'améliorer. Certains de leurs commentaires y ont été inclus presque tels quels.

Nous remercions enfin les deux relecteurs anonymes de la revue Education Comparée, qui nous ont permis d'améliorer et de nuancer notre texte.

établissements donnent à voir d'eux-mêmes dans les textes qu'ils produisent sur leurs sites Internet. L'analyse lexicométrique de textes recueillis sur les sites Internet de 337 établissements d'enseignement secondaire montre qu'ils se présentent pour une partie non négligeable sur le mode des valeurs développées, en lien avec une identité de réseau d'enseignement, mais aussi avec l'offre de formation et la composition sociale du public scolarisé.

MOTS CLÉS

Logique d'action, Identité d'établissement, Analyse lexicométrique, Quasi-marché

ABSTRACT

In the quasi-market of French-speaking Belgium, schools set up logics of action allowing them to attract a sufficient number of students. Moreover, building a specific identity, schools attract certain categories of students, and drive others away, in order to position themselves in the market, and protect themselves from the effects of competition. In this paper, we study the construction of these identities through what schools show about themselves in the texts they produce on their websites. Lexicometrical analysis of the texts collected from the websites of 337 secondary schools shows that the schools generally portray themselves by means of the values they develop. Ths is linked with their educational network's identity, as well as their educational offer and the social composition of their pupils.

KEYWORDS

Logics of action, School identity, Lexicometrical analysis, Quasi-market

Introduction

Les travaux des chercheurs dans le domaine de l'éducation ont depuis longtemps décrit le système belge francophone comme étant un « quasi-marché » scolaire (Le Grand, 1991 ; Vandenberghe, 1999). Celui-ci est caractérisé par un libre choix des parents et un financement public des écoles en fonction du nombre d'élèves. Son fonctionnement est bien documenté (Felouzis, Maroy, & Van Zanten, 2013). Du côté de la demande, les parents peuvent mettre en place des stratégies de façon à définir l'école qu'ils estiment la meilleure pour leurs enfants, selon un critère de proximité, de facilité pratique ou encore de qualité (Maroy, 2006). Du côté de l'offre, les établissements mettent en place des

logiques d'action leur permettant d'attirer un nombre suffisant d'élèves pour continuer à fonctionner, compte-tenu des modalités de financement basées sur une approche *per capita*. Au-delà du nombre d'élèves, leurs caractéristiques sont également importantes (Delvaux & Joseph, 2006).

La rencontre de ces différentes logiques d'action conduit à un morcellement des publics accueillis dans les écoles suivant des critères académiques, sociaux et ethniques (Felouzis et al., 2013). Le positionnement de chaque établissement s'établit en fonction d'interdépendances compétitives, comme Maroy et Delvaux (2008) l'ont bien montré. Le concept d'interdépendance renvoie au fait que le fonctionnement d'un établissement scolaire est dépendant de ce que sont et font les établissements voisins (Maroy, 2006), la distance entre ceux-ci n'étant pas une variable objective, mais dépendante des représentations et des pratiques de l'espace suivant les contextes locaux et nationaux. Ainsi, un établissement scolaire est affecté dans son fonctionnement interne par les autres établissements et, en retour, son fonctionnement interne affecte les autres établissements.

Il existe également des preuves que les établissements tendent à se spécialiser dans certaines niches du marché (Cornet & Dupriez, 2005 ; Felouzis, Maroy, & Van Zanten, 2013 ; Leurs & Friant, 2016). Les résultats d'une étude sur les logiques d'action des établissements par le prisme des discours de chefs d'établissements d'un espace local donné (Leurs & Friant, 2016), montrent que la concurrence s'établit au sein du concept de « niche éducative », défini par Cornet & Dupriez (2005) comme étant la conséquence sociale et pédagogique d'un mécanisme d'adaptation mutuel au sein de l'école et de son public. Par conséquent, dans un contexte concurrentiel, les établissements scolaires sont amenés à fonder leur propre « niche éducative » de façon à se protéger des effets d'une concurrence trop directe. En d'autres termes, les écoles se construisent une « identité » spécifique. De la sorte, elles attirent une certaine catégorie d'élèves et en éloignent d'autres (Cornet & Dupriez, 2005).

La finalité des niches éducatives ainsi constituées consiste principalement à se protéger de la concurrence qui engendre de

l'incertitude et complique la gestion quotidienne et prévisionnelle de l'établissement. Il est donc important de voir au-delà des effets de mise en concurrence du marché. Ce dernier implique aussi de la différenciation, de la fragmentation au sein du système qui produit *in fine* de l'incommensurabilité entre écoles. Celle-ci a des effets pratiques tangibles comme la croyance sur le terrain que « toutes les écoles ne sont pas faites pour accueillir tous les enfants » ; croyance en contradiction directe avec les idées qui sous-tendent l'action politique (ainsi en est-il de la réforme des inscriptions qui clarifie l'attribution des places à l'inscription à l'entrée dans le secondaire et qui, dans l'intention de base, promeut la mixité sociale[2] et se base sur l'idée et défend le principe que toute école doit pouvoir accueillir n'importe quel public).

Après nous être intéressés aux discours des chefs d'établissements dans une publication précédente (Leurs & Friant, 2016), nous proposons dans cet article d'étudier la construction de ces niches éducatives par le biais d'une analyse des textes par lesquels les établissements se présentent sur leurs sites Internet. La plupart des établissements scolaires disposent aujourd'hui d'un site Internet et il s'agit là d'une méthode de communication avec les éventuels « consommateurs » de plus en plus utilisée. Si ces données ne sont pas à prendre au pied de la lettre, elles constituent des informations essentielles par rapport à ce que les établissements scolaires veulent donner à voir, ce qu'ils souhaitent valoriser dans leur présentation publique (Dutercq & Mons, 2015).

Les méthodes d'analyse textuelle et lexicométrique permettent de traiter ce type d'information de façon à en extraire le sens et les dimensions sous-jacentes (Ferrara & Friant, 2015). Quels sont les mondes lexicaux invoqués dans ces discours d'établissements ? Peut-on y déceler des logiques d'actions particulières ou des discours reflétant un positionnement dans une certaine niche éducative ? Des caractéristiques telles que la composition du public scolaire, le réseau d'enseignement ou l'offre de formation permettent-elles de déceler des discours utilisant des mondes lexicaux différents ? C'est à ces questions que nous proposons de répondre dans cet article.

2 Un décret régulant ces inscriptions en application en 2009-2010 a ainsi été nommé « décret mixité sociale ».

1. Du côté des parents : un rôle croissant des connaissances froides dans le choix de l'école

Dans le processus de choix de l'école, les parents vont utiliser différents types de connaissances leur permettant de réaliser un appariement entre leurs préférences et une certaine identité d'école. Ball et Vincent (1998) ont ainsi montré le rôle primordial que jouent les connaissances « chaudes » dans ce processus d'appariement, au contraire des connaissances froides, peu utilisées d'après Ball et Vincent (1998). Il s'agirait dès lors pour les parents de se baser sur les dires de leurs réseaux de connaissances quant au fonctionnement de l'école, le vécu de leurs enfants, l'attitude et le comportement des élèves fréquentant cette école, etc.

Au moment d'écrire ces lignes, cependant, on peut poser l'hypothèse que les développements de l'Internet rendent possible la montée en puissance des connaissances « froides », tout simplement parce que le réflexe généralisé lorsque l'on cherche de l'information sur un objet quelconque, et a fortiori l'école dans laquelle inscrire son enfant, est de commencer par effectuer une recherche sur Internet. Les parents sont ainsi mis en contact avec ces connaissances « froides », officielles, à cette façon dont l'école aura de se présenter et de se donner à voir aux « consommateurs » qui pourraient la choisir.

Par ailleurs, comme l'ont montré Deceuninck et Draelants (2016), la Belgique francophone est passée, suite aux multiples décrets régulant les inscriptions dans l'enseignement secondaire, d'un appariement personnalisé à un appariement standardisé. Avant la régulation des inscriptions, il était possible tant pour les parents que pour les établissements de personnaliser l'appariement. Cela pouvait se faire par exemple lors d'un rendez-vous entre les parents et le chef d'établissement de l'école convoitée, rendez-vous lors duquel chaque partie jaugeait de la correspondance de l'autre à ses attentes. Cet appariement personnalisé était favorable aux parents les mieux informés et permettait à certaines écoles à la réputation élitiste de faire un tri des élèves à l'entrée.

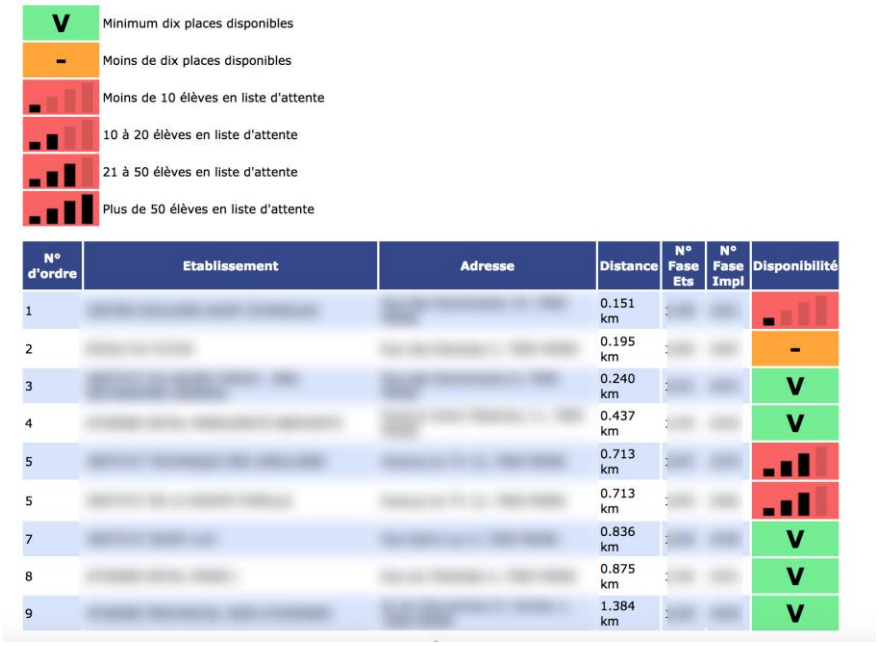
A l'heure actuelle, avec la régulation des inscriptions poursuivant notamment pour but d'établir davantage de mixité sociale au sein des établissements scolaires en évitant le tri rendu possible par l'appariement personnalisé, la procédure est plus standardisée et permet mieux à chacun de faire valoir ses préférences. Les parents remplissent ainsi un « formulaire unique d'inscription » et le remettent à une date commune à tous. Les parents ont cependant toujours la possibilité d'avoir un contact personnalisé avec l'école avant de remplir leur formulaire, ce qui peut générer des effets d'auto-censure chez les parents. Dans ce formulaire, il s'agit de classer les écoles préférées pour leurs enfants. Dans le cas d'une école pour laquelle la demande n'excéderait pas l'offre, tous les enfants l'ayant classée en premier choix sont inscrits. Si, par contre, la demande est supérieure à l'offre, alors une série de règles de priorité s'appliquent et il est possible que le premier choix ne soit pas satisfait. D'après Deceuninck et Draelants (2016), cette façon de procéder pour l'inscription des élèves à l'entrée dans l'enseignement secondaire modifie le type d'appariement en un appariement standardisé qui donne lieu à une « désingularisation » (Karpik, 2007, cité par Deceuninck et Draelants, 2016) des établissements scolaires, ceux-ci devenant, au moment de faire le choix, des biens de consommation commun plutôt que des singularités auxquelles on peut s'apparier. Le comportement des parents en serait modifié, ceux-ci ayant alors tendance à prendre des informations plus superficielles leur permettant de classer les écoles et de reporter ce classement sur leur formulaire d'inscription. Ce seraient alors des critères de façade qui seraient utilisés. Ce même fonctionnement a été constaté par Felouzis et Perroton (2005), qui ont été les pionniers en langue française de l'analyse des quasi-marchés scolaires en termes d'économie de la qualité. Face à un marché non régulé par les prix et où l'information est incertaine quant à la qualité du produit, les consommateurs (ici, les parents), vont se tourner vers toute information qui leur permettra de former un jugement sur la qualité du produit (ici, l'établissement scolaire).

A quelles informations les parents belges francophones ont-ils accès pour réaliser ce classement ? Excepté les connaissances « chaudes » qui peuvent très bien regrouper des critères de façade tels que la réputation ou le prestige de tel ou tel établissement, une série de connaissances

« froides » sont disponibles. Celles-ci sont assez limitées, contrairement à celles auxquelles ont accès les parents français qui ont l'occasion d'utiliser des classements publiés en termes de « valeur ajoutée », avec tous les problèmes spécifiques que ces classements posent (Felouzis, 2005). De plus, il n'existe pas à l'heure actuelle d'étude donnant une indication des modes d'utilisation d'Internet dans le choix d'une école en Belgique francophone. On peut supposer que tous les parents ne l'utilisent pas dans la même mesure et n'y accordent pas le même crédit. Premièrement, le site Internet officiel inscriptions.cfwb.be, créé, alimenté et hébergé par la Fédération Wallonie-Bruxelles depuis la mise en place du système actuel de gestion des inscriptions en première année du secondaire, propose plusieurs outils tels que la cartographie des établissements, permettant notamment de calculer la distance entre l'établissement et le domicile, entrant parmi les critères de priorité dans le cas d'établissements sur-demandés. Les informations disponibles sur ce site sont particulièrement factuelles et « froides » au sens de Ball et Vincent (1998) : réseau d'enseignement, distance au domicile et disponibilité. La disponibilité pourrait cependant être utilisée par les parents comme un indicateur de réputation des établissements : plus longue est la liste d'attente, plus un établissement est demandé, la conclusion rapide étant qu'ils s'agirait là d'une « bonne école » qui a tellement de succès qu'elle doit refuser des inscriptions (Figure 1)[3]. Il est intéressant de remarquer que ce genre d'indicateur de la réputation est susceptible de s'auto-entretenir de par son caractère tautologique. Ceci conduit à se poser la question du découplage entre qualité et réputation : les écoles réputées de ce point de vue ne seront pas forcément les meilleures du point de vue d'un chercheur en éducation qui tente en général d'apprécier leur qualité sur base de leur plus-value pédagogique. Ce qui a des répercussions sur les inégalités entre établissements face à la construction d'une réputation attractive, ces écoles complètes n'ayant même plus besoin de faire d'effort pour se vendre tandis que d'autres, en situation moins favorable, devront multiplier les initiatives sans forcément parvenir à se défaire d'un stigmate qui peut être lié à des éléments extérieurs à l'école et sur

3 Afin d'éviter une telle utilisation de notre article, nous avons choisi de rendre anonymes les exemples illustratifs que nous proposons, même si toutes les informations qu'ils contiennent sont disponibles publiquement.

lesquelles elle n'a, à court terme, aucune prise (par exemple, sa localisation).



N° d'ordre	Etablissement	Adresse	Distance	N° Fase Ets	N° Fase Impl	Disponibilité
1			0.151 km			
2			0.195 km			-
3			0.240 km			V
4			0.437 km			V
5			0.713 km			
5			0.713 km			
7			0.836 km			V
8			0.875 km			V
9			1.384 km			V

Figure 1 - Résultat d'une recherche d'établissements sur le site inscriptions.cfbw.be autour d'une adresse à Mons

Une deuxième source d'information est constituée des sites Internet de chacun des établissements. Le plus souvent en quelques lignes, la direction de l'établissement y présente les lignes de force, les valeurs de l'établissement ou ses caractéristiques marquantes, par exemple en termes d'offre de formation ou de cadre de vie. Ces informations donnent, aux yeux des parents, une tonalité à l'établissement (encadré 1). Notre hypothèse est que ces quelques lignes de présentation des établissements diffèrent de façon significative selon la position des établissements sur le marché scolaire, leur offre de formation, leur réseau, leur indice socio-économique.

Encadré 1 – Deux exemples de textes de présentation d'établissements

Etablissement 1

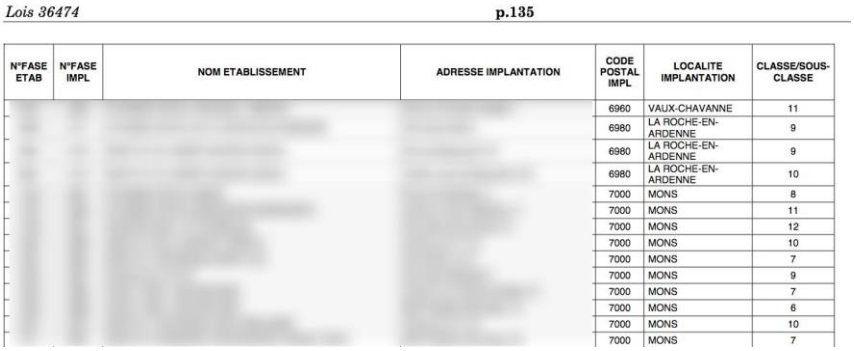
« Notre école est une école à taille humaine et entend le rester. Elle accueille des élèves d'origines sociales et culturelles diverses sans toutefois être un ghetto. Ceci permet tolérance, ouverture d'esprit et abandon de « clichés » ou d'idées toutes faites.
Dans cette optique, l'effort est mis sur la création de groupes classes aussi petits que possibles, tenant compte des demandes d'inscription et des filières d'enseignement.
Ainsi les classes du premier degré dépassent rarement 17 élèves et celles du deuxième degré 18 élèves en moyenne.
Notre but est de permettre aux jeunes que nous inscrivons de se construire une personnalité ouverte, critique et humaniste afin qu'ils puissent, au terme de leur scolarité, faire des choix réfléchis et autonomes, être en mesure d'utiliser leur savoir avec souplesse lorsqu'ils sont confrontés à des situations nouvelles, être des citoyens responsables. »

Etablissement 2

« Dans un cadre de verdure remarquable et une atmosphère chaleureuse, nous allions, à *(nom de l'établissement)*, exigence et qualité, de la maternelle aux humanités anciennes et modernes.
Chaque jour, nous travaillons à dispenser, aux jeunes qui nous sont confiés, une formation de qualité. Notre école se veut à la fois vivante, exigeante et accueillante. Vivante parce qu'elle est largement ouverte sur la vie, sur la société et qu'elle est animée par une équipe dynamique. Exigeante parce que nous demandons à nos élèves le meilleur d'eux-mêmes tant au point de vue du travail scolaire que du comportement. Accueillante enfin parce que nos élèves ne sont jamais traités de façon impersonnelle. L'atmosphère de type familial qui règne chez nous reflète l'intérêt et le respect qui leur sont témoignés.
(…) L'enseignement qui y est dispensé est empreint de neutralité, toutes les convictions, aussi bien philosophiques que politiques, s'y rencontrent et s'y respectent, pour le plus grand enrichissement de chacun. (…) »

Enfin, une troisième source d'information disponible et souvent citée par le grand public lorsqu'il s'agit de choix de l'établissement est une liste des établissements classés par indice socio-économique, disponible publiquement depuis 2011 sous forme d'arrêté du Gouvernement de la

Communauté française et ayant fait les choux gras de la presse en 2015. Cette liste consiste en un classement des écoles (techniquement, des implantations, qui peuvent être des subdivisions d'établissements ayant des adresses différentes) en 20 classes de même effectif d'élèves sur la base d'un indice de composition socio-économique. Elle est utilisée dans l'application d'une politique d'éducation prioritaire nommée « encadrement différencié » et consistant à allouer davantage de moyens aux écoles scolarisant un public socio-économiquement défavorisé. La presse a publié cette liste en 2015 en parlant de classement des établissements, qui, selon certains journaux, étaient « notés » de 1 à 20. Il n'en a pas fallu davantage pour que les parents s'en saisissent et que l'idée percole dans la société belge francophone qu'il existait un classement des écoles (sur un critère peu clair pour les utilisateurs, mais après tout, à leurs yeux, l'important est de classer) que l'on pouvait utiliser pour s'assurer de faire le bon choix.



Lois 36474 **p.135**

N°FASE ETAB	N°FASE IMPL	NOM ETABLISSEMENT	ADRESSE IMPLANTATION	CODE POSTAL IMPL	LOCALITE IMPLANTATION	CLASSE/SOUS-CLASSE
				6960	VAUX-CHAVANNE	11
				6980	LA ROCHE-EN-ARDENNE	9
				6980	LA ROCHE-EN-ARDENNE	9
				6980	LA ROCHE-EN-ARDENNE	10
				7000	MONS	8
				7000	MONS	11
				7000	MONS	12
				7000	MONS	10
				7000	MONS	7
				7000	MONS	9
				7000	MONS	7
				7000	MONS	6
				7000	MONS	10
				7000	MONS	7

Figure 2 - Extrait de l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française communiquant les classes d'indice socio-économique par implantation

Relevons toutefois que si ces connaissances « froides » ont été mises en avant dans cet article, le recours de plus en plus massif à des recherches sur Internet n'est pas obligatoirement de nature à mettre en sourdine des connaissances chaudes, qui peuvent, elles aussi, se trouver en ligne par le biais d'avis Google ou de sites tels que Yelp. Au moment de réaliser cette recherche, ces avis étaient cependant encore trop peu fournis pour qu'ils puissent être utilisés. A titre d'exemple, Yelp ne recensait au moment d'écrire ces lignes que 1 à 3 avis sur les établissements d'enseignement secondaire les plus connus de Bruxelles (et souvent aucun avis sur les établissements moins connus : aucun avis

à Mons, par exemple). Google rassemble davantage d'avis en moyenne, mais ceux-ci sont très peu fournis et non. Il est très probable que ces modes de partage d'avis sur les établissements scolaires vont, dans le futur, prendre davantage d'ampleur.

2. Du côté des établissements : logiques d'action, niches éducatives et identités catégorielles

Pour comprendre les identités d'établissements et la façon dont ils vont se positionner sur le marché, plusieurs outils théoriques peuvent être mis à contribution : les logiques d'action des établissements, telles que décrites par Maroy et Van Zanten (2009) ; le concept de niches éducatives, tel que défini par Cornet et Dupriez (2005) et la constitution des identités catégorielles, telle que discutée par Draelants et Dumay (2016).

2.1. Logiques d'action

Van Zanten (2006) a montré que trois facteurs sont particulièrement importants dans la façon dont les chefs d'établissements s'engagent dans les dynamiques de compétition locales : la façon dont ils perçoivent la place de leur établissement dans la hiérarchie locale et la façon dont cette position affecte leur activité et leur image professionnelles ; la façon dont ils perçoivent le niveau de vulnérabilité de la position de leur établissement par rapport aux différentes pressions compétitives locales ; et la perception qu'ils ont de leur propension à pouvoir agir en fonction, d'une part, des ressources et de l'autonomie dont ils disposent et, d'autre part, du consensus interne qu'ils vont probablement créer autour d'une ligne d'action.

En réponse à la compétition entre établissements dans un contexte de quasi-marché, chaque établissement emploie une politique spécifique dans le but de cultiver sa réputation en vue de conserver ou d'étendre le nombre d'élèves ou même d'en attirer certains qui montrent des caractéristiques sociales ou académiques particulières. Les logiques d'action sont influencées par deux facteurs : le positionnement de l'établissement scolaire dans la hiérarchie locale et la nature plus ou

moins ouverte ou plus ou moins stable des interdépendances compétitives (Maroy et Van Zanten, 2009) (Tableau 1)

Tableau 1 - Orientations dominantes dans les logiques d'action des établissements scolaires (adapté de Van Zanten, 2006, p.259)

		Situation du quasi-marché scolaire	
		Ouverte et instable	Fermée et stable
Position hiérarchique et intensité des interdépendances compétitives	Élevée ou moyenne-élevée	Entrepreneur	Rentier
	Moyenne-basse ou basse	Essayeur	Résigné

Un établissement en position élevée et en compétition avec plusieurs autres établissements de ce type développera une logique d'action d'entrepreneur. Il portera beaucoup d'attention aux domaines orientés vers l'extérieur comme l'offre éducative, le recrutement et la promotion de l'établissement. Les établissements de type « entrepreneur » ainsi en compétition vont s'efforcer d'attirer le plus d'élèves possible, mais aussi les meilleurs d'entre eux. Ils développeront un grand dynamisme en matière d'offre, avec par exemple la création de classes bilingues, d'options sports-études, de sciences sociales, d'infographie, etc. Par contre, si la compétition n'est pas ouverte (l'établissement a peu de concurrents) et si l'environnement social et institutionnel est stable, alors c'est plutôt la logique de rentier qui sera développée. L'établissement n'aura pas besoin de développer de publicité intense, s'appuyant sur sa réputation bien établie pour attirer un flux stable d'élèves de bon niveau scolaire. Ce type d'établissement a tendance à développer une image basée sur le haut niveau d'exigence dans les matières les plus valorisées comme le français, les mathématiques, les langues anciennes...

Les établissements en position basse et en compétition avec d'autres établissements dans un contexte local ouvert vont développer une logique d'essayeur : ils vont créer de nouvelles options capables d'attirer ou maintenir des élèves au niveau scolaire moyen, moins

prestigieuses que les options des entrepreneurs et des rentiers. Ils vont aussi tenter de préserver une scolarité protégée aux « bons élèves » afin de garantir leur fidélité. Si, par contre, la compétition est fermée et stable, c'est la logique de résigné qui sera mise en œuvre : ils ne mettent pas en œuvre de logique d'action orientée vers l'extérieur, puisqu'ils estiment impossible de modifier leur position, mais développent des conduites orientées vers le fonctionnement interne en visant à maintenir la paix plutôt qu'à faire réussir les élèves ou en privilégiant une fonction éducative et socialisatrice plutôt que de favoriser l'exigence et la progression dans des apprentissages académiques.

Dans une publication précédente (Leurs & Friant, 2016), nous avons interrogé seize chefs d'établissements dans un espace local belge francophone, et n'avons pas décelé dans leur discours de trace de la logique du « résigné ». De plus, la segmentation du marché dans l'espace local étudié nous a fait mettre en œuvre le concept de niche éducative introduit par Cornet et Dupriez (2005) que nous opposions alors au modèle des logiques d'action de Maroy et Van Zanten (2009). Nous allons cependant voir que ces deux outils théoriques peuvent être articulés.

2.2 Niches éducatives

Développé dans le contexte belge francophone par Cornet et Dupriez (2005), le concept de niche éducative renvoie au fait que les établissements se spécialisent dans l'accueil de certains types de publics dans un marché segmenté. Tous les établissements ne sont pas en compétition les uns avec les autres, la compétition s'opérant entre établissements susceptibles d'attirer un public semblable. Dans notre étude précédente réalisée auprès de seize chefs d'établissements au sein d'un espace local (Leurs & Friant, 2016), nous avons constaté que les logiques des établissements diffèrent selon leur place dans la hiérarchie et leur position au sein du quasi-marché scolaire, ce qui nous a amenés à déceler les limites de l'application stricte du modèle de Maroy et van Zanten (2007) dans cet espace local.

Le concept de niche éducative peut ainsi être utilisé pour rendre compte de la construction des identités d'établissements dans le quasi-marché belge francophone et des relations que ces établissements

entretiennent entre eux. Dupriez et Wattiez (2016) ont ainsi montré qu'il existait des relations étonnamment pacifiées entre des établissements s'insérant dans des niches éducatives différentes, notamment en rapport à leur position hiérarchique dans le marché scolaire. Ces niches éducatives sont en effet une « forme de protection des établissements dans un espace concurrentiel » (Dupriez et Wattiez, 2016, p.86) segmentant la concurrence. Par ailleurs, le contexte belge francophone est marqué par une catégorisation stable des établissements en fonction de leur réseau[4] et de leur offre de formation, catégorisation particulièrement structurante pour l'identité des établissements scolaires et leur positionnement dans leur espace local (Dupriez & Wattiez, 2016).

Il convient toutefois d'articuler ce concept de niche éducative à celui des logiques d'action des chefs d'établissements et à d'autres concepts issus de la sociologie des identités de marché (Draelants & Dumay, 2016 ; Dupriez & Wattiez, 2016) pour développer une compréhension plus approfondie de la construction des identités d'établissements et des relations qu'ils peuvent entretenir entre eux.

2.3 Identités catégorielles

Si le concept de niche éducative peut être utile pour comprendre que les établissements se construisent une certaine image permettant d'attirer certains types d'élèves, il doit être articulé aux notions de catégorie et d'identité catégorielle telles que définies par Draelants et Dumay (2016). Ces derniers, s'appuyant sur la sociologie des identités de marché (Jensen, Kim & Kim, 2011), ont souligné le rôle important joué par les usagers de l'école dans la définition de l'identité des établissements. En fonction de leur position sur le marché et des catégories auxquelles ils appartiennent, les établissements scolaires vont susciter certaines attentes de la part des usagers, attentes qui vont

4 L'enseignement en Belgique francophone est organisé par des réseaux d'enseignement se démarquant principalement aux yeux du public par un clivage religieux – non-religieux. Trois réseaux principaux scolarisent la quasi-totalité des élèves de l'enseignement secondaire : le réseau officiel organisé par la Fédération Wallonie-Bruxelles (environ 23% des élèves), le réseau officiel organisé par les villes et les provinces (environ 16%) et le réseau libre catholique (environ 60%)

à leur tour avoir une influence non négligeable sur l'identité des établissements scolaires, définissant ainsi des identités catégorielles.

On peut ainsi envisager la compétition dans un espace local comme se segmentant en plusieurs « divisions », tout comme les championnats sportifs, divisions marquées par l'identité catégorielles des établissements qui s'y trouvent. Si la compétition est importante de façon horizontale à l'intérieur même des divisions, elle est bien moins présente de façon verticale, entre les divisions.

Ces identités catégorielles, définies par les attentes des usagers, vont ainsi à leur tour avoir un effet sur la façon dont les établissements vont construire leur « identité spécifique » (Draelants & Dumay, 2016). Qui plus est, Draelants et Dumay (2016) ont montré que l'identité catégorielle avait un effet contrasté selon la position de l'établissement : habilitante pour les établissements à l'identité catégorielle socialement valorisée (bonne réputation, prestige), permettant de se centrer sur le fonctionnement de l'établissement plutôt que sur une image à créer ou maintenir ; contraignante pour les établissements à l'identité catégorielle socialement peu valorisée, qui doivent tenter de se définir en mettant à distance l'identité catégorielle négative qui leur est affublée et dont il est difficile de se débarrasser. L'identité catégorielle constitue en ce sens une véritable force d'inertie dont il faut tenir compte dans l'étude de l'identité des établissements et de la façon dont ils se présentent à leur potentiel public.

3. Méthode

Afin de répondre à nos questions de recherche, nous avons recueilli et analysé des textes présents sur les sites Internet de 337 établissements d'enseignement secondaire en Belgique francophone (sur un total de 501). Il s'agit de textes assez courts (245 mots en moyenne) qui présentent l'établissement soit sur la page d'accueil du site Internet, soit à un clic de cette page d'accueil. Afin de sélectionner ces textes, nous avons appliqué les critères suivants : ils doivent être affichés directement dans le navigateur (pas de document à télécharger), donner une information sur l'établissement scolaire, être lisibles sur une seule page (en cas de multiples pages, seul le texte présent sur la page

principale est retenu). Dans beaucoup de cas, ces textes sont présentés comme le « mot du chef d'établissement ». Dans d'autres, ils sont présentés sur la page « notre école » ou « présentation de l'école ». La récolte de ces textes a dû se faire manuellement : aucun algorithme automatique ne permet de déceler le texte pertinent dans le cadre de cette recherche.

Etant donné que tous les établissements ne disposent pas d'un site Internet et que certains sites étaient annoncés comme étant en maintenance au moment de collecter les données, nous n'avons pu travailler sur le total des 501 établissements. De plus, certains d'entre-eux disposant d'un site Internet n'y présentent pas de texte de présentation. Ceux-ci sont donc absents de nos données. Le Tableau 2 présente la répartition des écoles selon le réseau d'enseignement, qui correspond à ce que l'on peut observer dans la population.

Tableau 2- Répartition des présentations d'établissements recueillies selon les réseaux

Réseau	**Effectif**	**Pourcentage**
Villes et provinces	61	18%
Libre catholique	190	56%
Wallonie-Bruxelles	81	24%
Autres (juif, protestant, libre non-confessionnel)	5	1%
Total	337	100%

Ces 337 textes ont été nettoyés (suppression de passages non pertinents pour l'analyse tels que la signature du chef d'établissement), et insérés dans le logiciel IRaMuTeQ (Ratinaud, 2009) pour procéder à la lemmatisation[5] et aux analyses lexicométriques. Les extraits de deux textes de présentation d'établissements montois sont présentés dans l'Encadré 1 . Le Tableau 3 présente, quant à lui, quelques statistiques descriptives sur le corpus constitué.

5 La lemmatisation consiste en une réduction du corpus pour que chaque mot (lemme) n'apparaisse que sous une seule forme (infinitif pour les verbes ; masculin singulier pour les noms et les adjectifs)

Tableau 3 - Statistiques descriptives sur le corpus

Statistique	Valeur
Nombre de textes	337
Nombre de segments de texte[6]	2370
Nombre d'occurrences[7]	82585
Nombre de formes[8]	5266
Nombre d'hapax[9]	2094
Moyenne d'occurrences par texte	245

Pour chaque texte, trois variables ont été encodées :

- Le réseau d'enseignement
- La classe d'indice socio-économique de l'établissement, regroupée en quatre catégories : de 1 à 5 ; de 6 à 10 ; de 11 à 15 et de 16 à 20.
- L'offre de formation de l'établissement, en quatre grandes catégories : uniquement l'enseignement de transition (la filière la plus prestigieuse, qui prépare aux études supérieures) ; uniquement l'enseignement de qualification (qui prépare avant tout à un métier) ; mixte à dominante transition (MT) ; et mixte à dominante qualification (MQ).

Comme le montrent les Tableaux 4, 5 et 6 en annexe, ces trois variables sont liées. Le réseau des villes et provinces organise essentiellement de l'enseignement de qualification. Or, cet enseignement est fréquenté par des élèves à l'indice socio-économique en moyenne plus faible que les élèves de l'enseignement de transition. Le réseau WBE organise essentiellement de l'enseignement de transition, mais il concentre davantage d'établissements à l'indice socio-économique très faible. De plus, il ne représente pas autant les écoles à l'indice socio-économique très élevé que le réseau libre catholique.

Trois types d'analyse ont été réalisés sur le corpus en utilisant le logiciel IRaMuTeQ : la classification hiérarchique descendante, l'analyse de similitude et l'analyse factorielle des correspondances. Chacune de ces méthodes se base sur un découpage du corpus en segments de texte de volume similaire et en une certaine façon de compter le nombre de fois que des formes lemmatisées apparaissent ensemble. Dans un souci de meilleure compréhension, nous présentons ici ces trois techniques non pas dans l'ordre dans lequel elles seront

présentées dans la section « résultats », mais de la plus simple à la plus complexe.

L'analyse de similitudes consiste à compter le nombre de fois que des mots pleins (ou formes lemmatisées) apparaissent dans le même segment de texte. Elle se base sur l'analyse d'un tableau croisant l'occurrence de chacune de ces formes. On applique ensuite une représentation graphique de ce tableau, de la même façon que celle utilisée dans les techniques d'analyse des réseaux sociaux (Mercklé, 2011). Dans cette représentation graphique, les nœuds sont des formes lemmatisées et les liens représentent les cooccurrences entre ces formes.

L'analyse factorielle des correspondances est une méthode qui permet de déterminer des axes factoriels sur lesquels vont se placer des groupes de mots. Elle a été développée par Benzécri (1973). Elle se base sur un tableau à double entrée croisant les formes lemmatisées avec une variable indépendante (dans notre cas : le réseau, la classe d'indice socio-économique ou l'offre de formation). Elle permet de mettre en évidence les distances et les rapprochements qui peuvent exister entre les groupes de mots considérés, sur un plan factoriel à deux dimensions. L'analyse effectuée ici avec le logiciel IRaMuTeQ (Ratinaud, 2009) permet également de catégoriser les mots comme étant particulièrement caractéristiques de l'une ou de l'autre des modalités de la variable étudiée. Ce sont ces mots particulièrement caractéristiques qui sont présentés sur le graphiques et qui sont colorés selon la modalité dont ils sont représentatifs.

La classification hiérarchique descendante, ou la méthode Reinert (1983) consiste à « *étudier la variation des distributions des mots pleins dans ces segments […]. Ce modèle simplifié de représentation statistique d'un discours suffit à mettre en évidence, du moins dans l'analyse de certains corpus, une tendance du vocabulaire à se distribuer dans des mondes lexicaux stabilisés* » (Reinert, 2008, p. 982). Elle consiste en l'application, de façon itérative, de plusieurs analyses factorielles de correspondances, de façon à obtenir un certain nombre de classes, représentant des mondes lexicaux distincts. Elle permet d'obtenir une représentation simple du corpus analysé. C'est pourquoi nous la présentons en premier lieu.

4. Résultats

4.1. Trois mondes lexicaux principaux : les valeurs, les acteurs et l'organisation

La classification hiérarchique descendante permet de structurer le corpus en trois mondes lexicaux : celui des valeurs (classe 3), relié à celui des acteurs (classe 2), tous deux bien distincts de celui de l'organisation scolaire (classe 1).

Le monde des valeurs (36% des segments classés) fait apparaître des termes tels que « valeur », « respect », « responsabilité », « développer », « citoyen », etc. Il montre que, d'une façon non négligeable, les établissements se présentent en faisant état des valeurs qui les caractérisent et qu'ils souhaitent développer chez l'élève. Cette façon de se présenter n'est pas étonnante dans le contexte belge francophone où les réseaux et leur caractère chrétien ou laïque prennent une importance prépondérante.

Le monde des acteurs fait apparaître les acteurs de l'éducation (« parent », « professeur », « direction », « équipe », « éducateur ») et les activités de l'école (« visite », « voyage », « conseil », « rendez-vous », …). Les segments de texte placés dans cette classe 2 montrent une tendance des textes de présentation des établissements à s'adresser aux parents (le mot « cher » provenant de la formule d'introduction « chers parents ») et à expliquer ce que fait l'équipe éducative, les activités qu'elle met en place.

Enfin, le monde de l'organisation fait apparaître toutes les informations « froides » données sur les sites Internet des établissements et décrivant les filières et options organisées (« technique », « général », « degré », « qualification ») ainsi que des informations concrètes sur la localisation et le bâti (« rue », « implantation », « bâtiment »).



Figure 3 - Résultats de la classification hiérarchique descendante

4.2. Ecole de qualité cherche élève à développer

L'analyse de similitude montre que les textes s'articulent autour des mots enseignement, élève et, dans une moindre mesure, école (Figure). L'enseignement est présenté sous son aspect organisationnel (premier degré, professionnel, option, technique…) mais aussi quant à sa qualité et à sa préparation aux études supérieures. L'élève est présenté à la fois comme acteur (développer, compétence, projet, travail, activité, …) et comme objet de l'action éducative de l'établissement (personnel, enseignant, objectif, éducation, équipe, centre, valeur, respect, …). Le terme « école » est souvent utilisé en référence à son visage humain, à son cadre de vie, à son accueil des jeunes et des enfants. La phrase « bienvenue sur le site de notre école » apparaît très souvent et on en trouve bien entendu la trace dans cette analyse. Des analyses de similitude séparées ont été réalisées selon les différentes variables d'intérêt et n'ont pas montré de différences majeures dans les résultats. Au final, le noyau dur commun des sites Internet des établissements peut se résumer en ces termes : « école de qualité cherche élève à développer ». La Figure montre ainsi non seulement que les mots « élève », « école », « enseignement » sont souvent répétés, mais de plus

qu'ils sont souvent associés, et ce à quoi ils sont associés. Il s'agit ainsi de présenter un enseignement de qualité organisé par l'école (groupe de mots autour du mot « enseignement »), cet enseignement étant associé à un élève en développement, qui suit une formation (groupe de mot autour du mot « élève »).

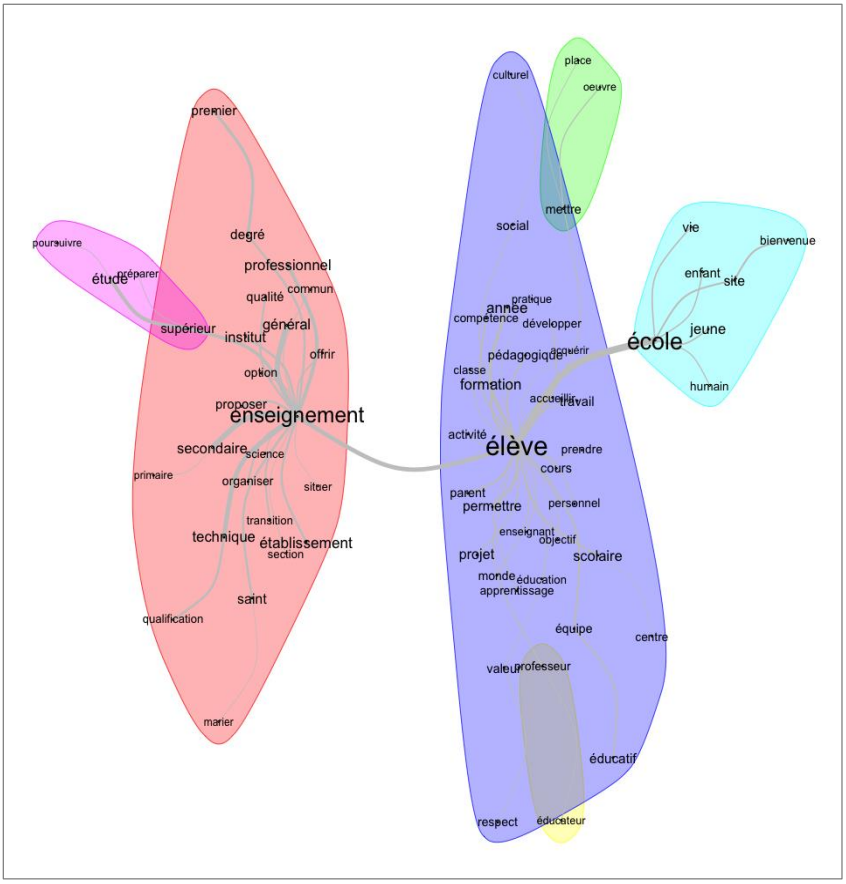


Figure 4 - Résultats de l'analyse de similitude sur le corpus entier

4.3. Des identités fortement marquées par les réseaux d'enseignement

L'analyse factorielle des correspondances (AFC) par réseau d'enseignement renvoie à un discours fortement marqué par le réseau : les groupes de mots se positionnent de façon très marquée selon le réseau d'enseignement (en vert, l'enseignement libre catholique, en rouge, l'enseignement des villes et provinces, et en bleu, l'enseignement

de la Fédération Wallonie-Bruxelles), l'axe horizontal (58% de la variance) opposant l'enseignement libre catholique à l'enseignement des villes et provinces, l'axe vertical (42% de la variance) opposant l'enseignement de la Fédération Wallonie-Bruxelles aux deux autres réseaux (Figure).

Le facteur 1 (axe horizontal) peut être interprété comme opposant, sur la gauche, des références chrétiennes propres à l'enseignement catholique (évangile, christ, foi, religieux, …) et, sur la droite, des termes très terre à terre faisant référence au fonctionnement concret des établissements scolaires (fonctionnement, calendrier, école, équipement…), caractéristiques de l'enseignement des villes et provinces. Le facteur 2 (42% de la variance) oppose quant à lui, dans la partie inférieure, des références aux valeurs de l'enseignement de la Fédération Wallonie-Bruxelles (humanisme, raison, émancipation, neutralité) ainsi que des caractéristiques du cadre de l'école et de ses services (verdure, agréable, exceptionnel, transport, bus, chaud – pour « repas chaud » -, bibliothèque…) à des termes caractéristiques de l'enseignement de qualification, surtout organisé par les deux autres réseaux (technologique, horticulture, plastique, bureau, agent, industrie…).

Ces résultats montrent que, si le quasi-marché scolaire s'organise bel et bien selon une compétition entre établissements et non entre réseaux, les identités des établissements, et, par-là, leurs politiques, du moins telles qu'ils les présentent sur leurs sites Internet, sont très fortement empruntes d'une identité de réseau. Des trois variables que nous avons testées, c'est bien le réseau qui distingue le plus les discours des établissements. Une analyse en termes de pédagogie visible et invisible (Bernstein, 1990) telle qu'appliquée par Mangez (2004) peut nous permettre de différencier les discours. En effet, d'après Mangez (2004), on peut distinguer un modèle pédagogique « visible » pour l'élève, avec notamment un découpage et un séquençage explicites des apprentissages, d'un modèle pédagogique « invisible » pour l'élève, avec notamment un découpage et un séquençage lâche des apprentissages et des tâches plus globales, dont la finalité est moins claire aux élèves. Mangez (2004) a montré que les programmes des cours du réseau catholique présentaient davantage de caractéristiques de la pédagogie invisible que les programmes des cours du réseau de la

Fédération Wallonie-Bruxelles[6]. Les écoles du réseau catholique se démarquent par leurs valeurs chrétiennes. Notre analyse nous permet également de faire l'hypothèse que certaines références propres renvoient à un monde lexical de la pédagogie invisible étudiée par Mangez (2004) (communauté éducative, famille, rythme, sentir, progressivement, exprimer, autonome). Les établissements de l'enseignement de la Fédération Wallonie-Bruxelles se démarquent, eux aussi, par leurs valeurs, laïques cette fois, ainsi que par une propension à vanter le cadre agréable de l'établissement, sa situation et les services qui y sont offerts. Offrant principalement de l'enseignement de transition, ces établissements abordent également cet aspect de préparation à l'enseignement universitaire, ses options prestigieuses (cours scientifiques, de latin), voire son excellence. Enfin, les établissements des villes et provinces, spécialisés dans l'enseignement de qualification, insistent sur leur offre de formation qualifiante menant à l'emploi et adoptent un discours très concret. Notre analyse des discours des établissements de ces deux réseaux d'enseignement officiel nous permet d'émettre l'hypothèse que certaines références appartiennent au monde lexical de la pédagogie visible (enseigner, instruction, organisation, remédiation, programme, connaissance, acquisition, structure) en opposition avec celui de la pédagogie invisible caractéristique du réseau libre. Il faut cependant se rappeler que le réseau d'enseignement est lié à l'offre de formation et à l'indice socio-économique. Ces caractéristiques peuvent donc aussi intervenir dans l'explication d'un discours différencié.

6 À l'époque encore nommée « Communauté française de Belgique »

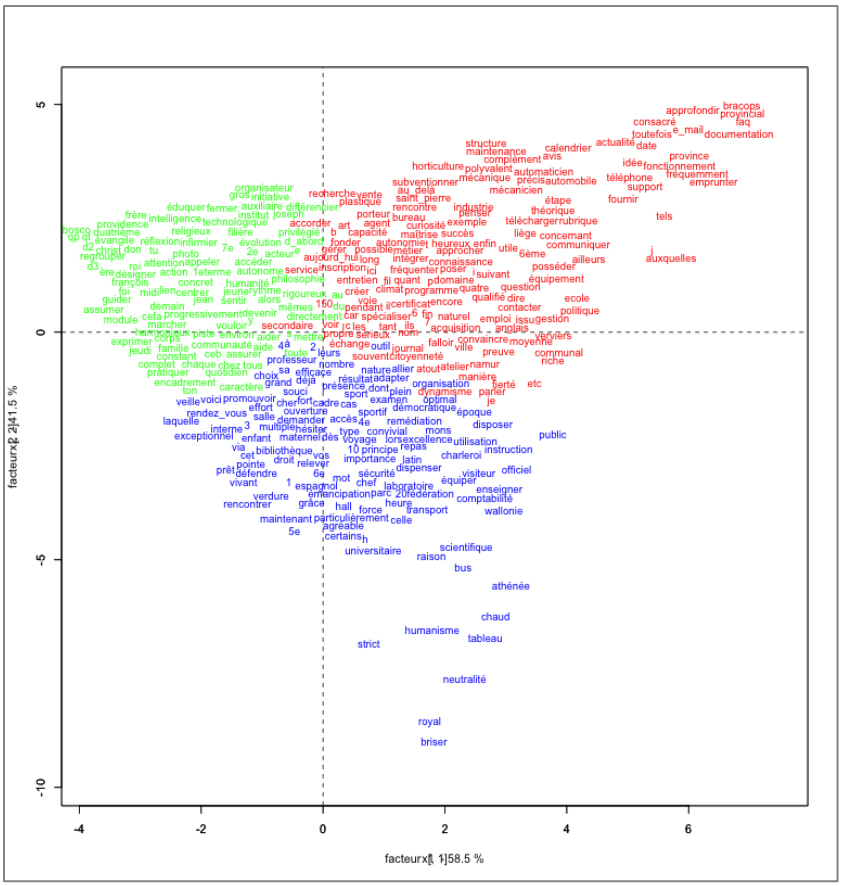


Figure 5 - AFC par réseau[7]

4.4. Qualification, dynamisme ou excellence

L'AFC par offre de formation (Figure) polarise, sur le facteur 1 (48% de la variance), à gauche l'offre à dominante transition (en violet, transition uniquement, en vert, mixte à dominante transition) et à droite l'offre à dominante qualification (en rouge, mixte à dominante qualification, en cyan, qualification uniquement). Le facteur 2 (31% de

7 Certains termes aux extrémités du graphique renvoient à des noms d'établissements (Don Bosco, Providence, Saint François, école des Frères, pour l'enseignement catholique ; Athénée Bracops, Athénée Provincial, pour l'enseignement des villes et provinces ; Athénée Royal, « La Brise » (nom d'un établissement mentionné maintes fois sur son site Internet et lemmatisé en « briser »), pour l'enseignement de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

la variance) oppose, sur le côté gauche de la figure, l'offre de transition uniquement à une offre mixte à dominante transition.

On remarque que les mondes lexicaux des établissements qui offrent uniquement ou principalement la qualification (cyan et rouge) ne se distinguent pas. Les établissements avec ce type d'offre de formation se caractérisent par leur description concrète de cette offre et de ses débouchés (agent, entreprise, qualifié, technicien, tourisme, vente…). Le monde lexical des établissements qui ont une offre mixte à dominante transition (ils offrent de la qualification, mais peu) en est très différencié. Ces établissements ne se distinguent pas par un discours quant à leur offre de formation qualifiante, mais plutôt de transition (allemand, espagnol, immersion). Leur monde lexical se distingue par les notions d'ouverture (nouvelle population, agréable, harmonieux, communauté), de dynamisme, d'efficacité (efficace, dynamisme, fierté, rigoureux). Bien que l'on ne puisse bien entendu pas considérer que tous les établissements présentant ces caractéristiques entrent dans cette logique d'action, cette dernière se déployant dans un espace local et non au niveau d'un système éducatif dans son ensemble, on ne peut s'empêcher de faire le parallèle entre ces particularités et l'idéal-type « entrepreneur » de Maroy et Van Zanten (2009). Les établissements offrant uniquement l'enseignement de transition se démarquent par leur discours alliant les notions d'excellence (excellence, exceptionnel), d'intelligence abstraite associée à certaines disciplines scolaires (intelligence, réflexion, mathématique, grec, littéraire) à des références à des valeurs, souvent chrétiennes (foi, christ, spirituel, Jésus, évangile) mais pas uniquement (démocratique, devise, citoyenneté). Avec les mêmes précautions que pour l'idéal-type « entrepreneur », on peut ici trouver quelques ressemblances avec l'idéal-type « rentier » de Maroy et Van Zanten (2009).

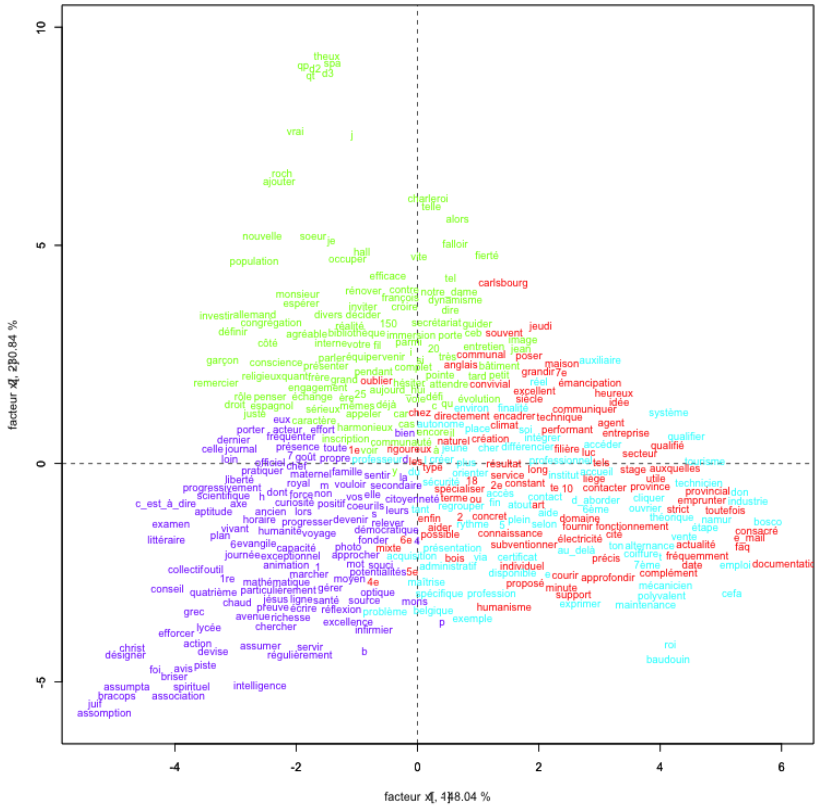


Figure 6 - AFC par offre de formation

4.5. Une ambition marquée par le public scolarisé

L'AFC par classe d'indice socio-économique (Figure) ordonne assez clairement de gauche à droite sur le facteur 1 (48% de la variance) les classes d'indice socio-économique des établissements. Les établissements au public le plus favorisé (en vert, à gauche) se caractérisent par un monde lexical lié à l'excellence et à l'ambition (carrière, international, intelligence, aptitude), avec des références à des valeurs, souvent chrétiennes (fondateur, évangile, christ, foi, spirituel), tout cela renvoyant à un certain prestige de l'établissement. A l'opposé, les établissements au public moins favorisé (classes 1 à 5, en cyan, classes 6 à 10, en violet) se caractérisent par un monde lexical lié plutôt

à l'enseignement qualifiant (cefa[8], qualifier, polyvalent, tourisme, industrie), à l'accueil et au climat scolaire (climat, progresser, attentif, citoyenneté, démocratique, mutuel, différencier), aux infrastructures (bibliothèque, performant, quartier, installer, fonctionnement), tout en rappelant le côté rigoureux de la formation (rigoureux, théorique, acquisition, instruction) ainsi que l'ancrage historique de l'établissement scolaire.

L'axe vertical est plus difficile à interpréter. Il pourrait opposer, dans la partie inférieure, un monde lexical lié au cadre de vie agréable de l'établissement (beau, propice, mixte, nature) à, dans la partie supérieure, un monde lexical plutôt axé sur les structures scolaires dans un sens plus administratif (système, structure, ceb[9], examen, inscrire) et sur l'action de l'établissement (dévouement, humanisme, exprimer, collectif, motiver, gérer, rigoureux).

Ces résultats montrent que les établissements sont marqués par l'identité catégorielle qui leur est apposée en fonction de leur public. Les établissements scolarisant un public favorisé peuvent se construire une identité basée sur l'élitisme, l'excellence, le prestige et des valeurs historiques. Les établissements scolarisant un public défavorisé doivent, eux, se construire une identité autour de l'accueil, du climat positif et de la progression des élèves, ce qui marque une ambition très différente.

8 Centre d'éducation et de formation en alternance

9 Certificat d'études de base, obtenu à l'issue de l'enseignement primaire ou du premier degré différencié de l'enseignement secondaire

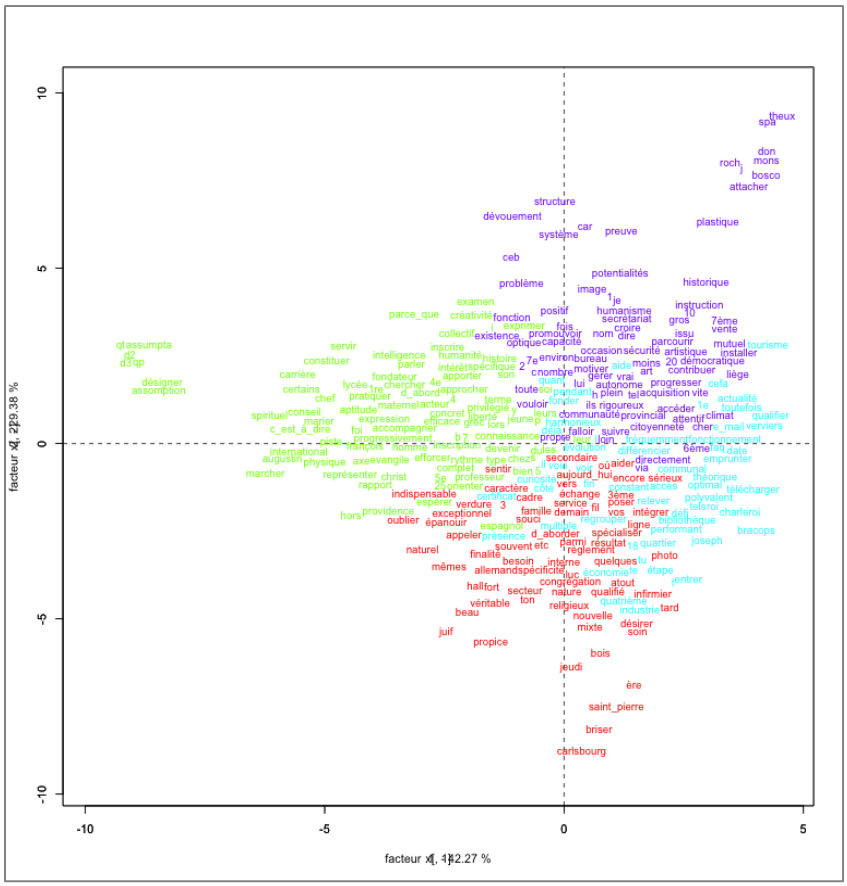


Figure 7 - AFC par classe d'indice socio-économique

5. Discussion et conclusion

Dans un système éducatif où la liberté de choix de l'établissement est constitutionnelle, la concurrence entre les établissements scolaires et les effets qui en découlent sur ce que donnent à voir les établissements d'eux-mêmes ne sont pas récents, contrairement à ce qui s'est déroulé en France avec l'assouplissement de la carte scolaire et a pu être constaté par Dutercq et Mons (2015). Un nombre aujourd'hui important d'études se sont penchées sur cette compétition entre établissements et sur ses conséquences en termes de construction des identités

organisationnelles (par exemple, Draelants & Dumay, 2016 ; Dupriez & Wattiez, 2016), de logiques d'action des chefs d'établissements (par exemple, Ball & Maroy, 2008 ; Leurs et Friant, 2016) ou encore de production de ségrégations entre écoles (par exemple, Delvaux, 2006 ; Friant, 2012). La plupart de ces études se sont basées soit sur les dires d'acteurs éducatifs recueillis sous la forme d'entretiens, soit sur des statistiques de flux d'élèves entre établissements en lien avec la ségrégation scolaire. L'originalité de notre étude est de se baser sur les textes produits par les établissements pour renvoyer une certaine image d'eux-mêmes auprès de leur public.

Les résultats de cette étude permettent tout d'abord de caractériser le discours produit par les établissements scolaires belges francophones, se présentant pour une partie non négligeable sur le mode des valeurs développées, valeurs non indépendantes d'une identité de réseau d'enseignement. Cette « macro-catégorie » (Dupriez & Wattiez, 2016) apparaît comme étant fortement structurante des discours développés par les établissements et constitue une caractéristique essentielle de leur identité. Il reste à savoir si le public scolaire est sensible à ce discours marqué par des valeurs et fait son choix en fonction de celles-ci. L'hypothèse la plus plausible est que ces dernières jouent un rôle, en combinaison avec toute une série d'autres facteurs et sont, peut-être, médiées par des caractéristiques qui ne font pas directement référence au caractère chrétien ou laïque, mais à une vision légèrement différente de la pédagogie (plutôt du côté visible pour l'enseignement officiel, plutôt du côté invisible pour l'enseignement libre catholique) et du rôle de l'établissement (offrir une communauté, une famille, pour l'enseignement libre catholique ; offrir un cadre agréable et de qualité avec des services efficaces pour l'enseignement officiel).

L'offre de formation constitue une autre « macro-catégorie » structurante des discours des établissements. N'organiser que l'enseignement de transition permet de se centrer sur ces valeurs ainsi que sur une idée d'excellence. Cela confirme les résultats obtenus par Draelants et Dumay (2016) d'une identité catégorielle de certains établissements à bonne réputation comme étant habilitante et leur permettant de se centrer sur leur fonctionnement, mais aussi, résultat nouveau, sur les valeurs au cœur de l'identité de l'établissement.

L'idéal-type « rentier » (Maroy & Van Zanten, 2009) peut également être mis à profit pour comprendre la logique d'action de ce type d'établissements. Il suffit d'organiser un peu d'enseignement de qualification et ainsi offrir une offre mixte pour se démarquer par un discours ressemblant bien davantage au type « entrepreneur ». Organiser principalement l'enseignement qualifiant donne un discours beaucoup plus terre-à-terre quant aux spécificités de cette offre de formation.

Enfin, l'identité catégorielle acquise en raison de la composition du public scolaire apparaît comme ayant une forte influence sur l'ambition affichée par les établissements : un public favorisé étant significatif d'un discours basé sur l'excellence et l'ambition ; un public défavorisé entraînant un discours basé sur l'accueil et le climat. Ces observations viennent en écho à celles qu'a réalisées Bonnéry (2009) au sein-même de la salle de classe. Nous montrons ici que des ambitions bien différentes, liées à des expériences scolaires inégales, se formulent déjà au niveau des établissements scolaires. Le caractère défavorisé du public n'est cependant pas une « macro-catégorie » à laquelle les établissements ne peuvent échapper, telle que le réseau. Il pourrait donc ici s'agir d'une variable sur laquelle les politiques pourraient agir pour garantir des ambitions équivalentes pour tous. Deux pistes d'action pourraient ainsi être possibles. La première consiste à s'assurer de la mixité sociale au sein des établissements au moyen de procédures d'affectation des élèves (un exemple est la procédure proposée par Hirtt et Delvaux, 2017). La seconde consisterait à construire une plate-forme d'information sur Internet commune à tous les établissements[10], incluant une série d'informations standardisées quant à l'identité des établissements et s'assurant que les ambitions affichées ne puissent différer au point de présenter des ghettos « excellents » d'un côté et « accueillants » de l'autre, mais, au contraire, soient le reflet d'une véritable identité spécifique forte, issue d'un fonctionnement pédagogique réfléchi, de chacun des établissements.

10 Un exemple est le site du *Boston Public School Registration* : http://discoverbps.bostonpublicschools.org/

Références bibliographiques

Ball, S. J., & Maroy, C. (2008). School's logics of action as mediation and compromise between internal dynamics and external constraints and pressures. *Compare: A Journal of Comparative and International Education*, *39*(1), 99-112. https://doi.org/doi:10.1080/03057920701825544

Ball, S. J., & Vincent, C. (1998). 'I Heard It on the Grapevine' : 'hot' knowledge and school choice. *British Journal of Sociology of Education*, *19*(3), 377–400.

Benzécri, J.-P. (1973). *L'analyse des données* : *L'analyse des correspondances*. Paris: Dunod.

Bernstein, B. (1990) *The structuring of pedagogic discourse. Vol. 4: Class, codes and control.* London: Routledge.

Bonnéry, S. (2009). Scénarisation des dispositifs pédagogiques et inégalités d'apprentissage. *Revue française de pédagogie*, (167), 13-23.

Cornet, J., & Dupriez, V. (2005). *La rénovation de l'école primaire. Comprendre les enjeux du changement pédagogique*. Bruxelles : De Boeck.

Draelants, H., & Dumay, X. (2016). Catégories et identités de marché : De l'inégalité entre écoles dans la fabrication d'une identité organisationnelle. In H. Draelants & X. Dumay (Eds.), *Les écoles et leur réputation : l'identité des établissements scolaires en contexte de marché* (pp. 65–84). Louvain-la-Neuve : De Boeck.

Delvaux, B. (2006). Compétition entre écoles et ségrégation des élèves dans six espaces locaux européens. *Revue Française de Pédagogie,* (156), 63-73. https://doi.org/10.4000/rfp.356

Dupriez, V., & Wattiez, R. (2016). Niches éducatives, identités catégorielles et marchés scolaires. In H. Draelants & X. Dumay (Eds.), *Les écoles et leur réputation : L'identité des établissements scolaires en contexte de marché* (pp. 85–102). Louvain-la-Neuve : De Boeck.

Dutercq, Y., & Mons, N. (2015). Les chefs d'établissement français : Un leadership sous le signe du marketing ? In Y. Dutercq, M. Gather Thurler, & G. Pelletier (Éds.), *Le leadership éducatif : Entre défi et fiction*. Bruxelles : De Boeck.

Felouzis, G., & Perroton, J. (2007). Les « marchés scolaires »: une analyse en termes d'économie de la qualité. *Revue française de sociologie*, *48*(4), 693-722.

Felouzis, G., Maroy, C., & Van Zanten, A. (2013). *Les marchés scolaires : Sociologie d'une politique publique d'éducation*. Paris : PUF.

Ferrara, M., & Friant, N. (2015). Analyse socio-historique de réformes éducatives en Belgique francophone à travers la presse : Rénovation de l'enseignement (1971) et Contrat pour l'École (2005). *Relief*, (50), 165-176.

Friant, N. (2012). *Vers une école plus juste : Entre description, compréhension et gestion du système* (Thèse de Doctorat en Sciences Psychologiques et de l'Éducation). Université de Mons, Mons. Consulté à l'adresse http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00752087

Hirtt, N., & Delvaux, B. (2017). Peut-on concilier proximité et mixité sociale ? Simulation d'une procédure numérique d'affectation des élèves aux écoles primaires bruxelloises. *Les Cahiers de Recherche du GIRSEF*, (107). Consulté à l'adresse https://cdn.uclouvain.be/groups/cms-editors-girsef/cahier_107_.Hirtt_Delvaux.Final.pdf

Jensen, M., Kim, B. K., & Kim, H. (2011). The Importance of Status in Markets: A Market Identity Perspective. In J.L. Pearce (Éd.), *Status in management and organizations* (pp.87-117). Cambridge: Cambridge University Press.

Le Grand, J. (1991). Quasi-Markets and Social Policy. *The Economic Journal*, *101*(408), 1256-1267.

Leurs, M., & Friant, N. (2016). Étude d'un espace local en Belgique francophone : Compétition et logiques d'action. *Éducation Comparée. Nouvelle Série* (16), 67–89.

Loubère, L., & Ratinaud, P. (2014). *Documentation IRaMuTeQ 0.6 alpha 3 version 0.1*. Récupéré de http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/documentation_19_02_2014.pdf

Mangez, É. (2004). La production de programmes de cours par les agents intermédiaires : transferts de savoirs et relations de pouvoir. *Revue Française de Pédagogie*, *146*(1), 65-77. https://doi.org/10.3406/rfp.2004.3095

Maroy, C. (2006). *Écoles, régulation et marché une comparaison de six espaces scolaires locaux en Europe*. Paris : PUF.

Maroy, C., & Delvaux, B. (2008). Logiques d'établissement, interdépendances compétitives et inégalités sociales. In V. Dupriez,

J.-F. Oriane, & M. Verhoeven (Éds.), *De l'école au marché du travail, l'égalité des chances en question.* Bern : Peter Lang. pp. 205-232

Maroy, C., & van Zanten, A. (2009). Regulation and competition among schools in six European localities. *Sociologie du Travail*, *51*(Supplement 1), e67–e79.

Mercklé, P. (2011). *La sociologie des réseaux sociaux*. Paris : La Découverte

Reinert, M. (1983). Une méthode de classification descendante hiérarchique : application à l'analyse lexicale par contexte. *Les cahiers de l'analyse des données, 8* (2), 187-198.

Reinert, M. (2008). *Mondes lexicaux stabilisés et analyse statistique de discours*. Communication présentée aux 9es Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles, Lyon. Consulté à l'adresse http://lexicometrica.univ-paris3.fr/jadt/jadt2008/pdf/reinert.pdf

Ratinaud P. (2009). *IRaMuTeQ : Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires* [programme informatique]. Disponible à l'adresse http://www.iramuteq.org

Vandenberghe, V. (1999). Combining Market and Bureaucratic Control in Education: An answer to market and bureaucratic failure? *Comparative Education*, *35*, 271-282. https://doi.org/10.1080/03050069927829

Van Zanten, A. (2006). Les effets de la compétition sur les logiques d'action des établissements d'enseignement dans six contextes locaux européens. In. F. Audigier, M. Crahay & J. Dolz (Éds), *Curriculum, enseignement et pilotage* (pp. 249-269). Bruxelles : De Boeck.

Annexe : tableaux croisés représentant les relations entre les variables « réseau », « classe d'indice socio-économique » et « offre de formation »

Tableau 4 – Répartition des classes d'indice socio-économique par réseau

	Classe 1 à 5	Classe 6 à 10	Classe 11 à 15	Classe 16 à 20	Total	N
Villes et provinces	48%	34%	13%	5%	100%	61
Libre catholique	23%	22%	27%	28%	100%	190
WBE	31%	26%	26%	17%	100%	81
Autres	20%	0%	20%	60%	100%	5
N	98	84	82	73	337	337

Tableau 5 – Répartition de l'offre de formation par réseau

	Artistique*	1er degré *	MQ	MT	Qualification	Transition	Total	N
Villes et provinces	2%	2%	39%	10%	31%	16%	100%	61
Libre catholique	0%	11%	29%	25%	9%	25%	100%	190
WBE	0%	0%	27%	31%	9%	33%	100%	81
Autres	0%	0%	0%	20%	0%	80%	100%	5
N	1	22	102	79	44	89	337	337

* Ces établissements n'ont pas été inclus dans l'analyse par offre de formation

Tableau 6 – Répartition des classes d'indice socio-économique selon l'offre de formation

Étiquettes de lignes	Classe 1 à 5	Classe 6 à 10	Classe 11 à 15	Classe 16 à 20	Total	N
Artistique	0%	100%	0%	0%	100%	1
1er degré	14%	18%	36%	32%	100%	22
MQ	36%	27%	25%	11%	100%	102
MT	23%	23%	29%	25%	100%	79
Qualification	45%	34%	16%	5%	100%	44
Transition	22%	20%	20%	37%	100%	89
N	98	84	82	73	337	337