

productivité, avec des conditions de travail satisfaisantes, des salaires élevés et un système bien organisé de formation initiale et continue ; et un marché secondaire caractérisé par une instabilité de l'emploi, des salaires plus bas, des tâches plus répétitives et peu motivantes, une offre interne ou externe de formation professionnelle presque inexistante et où les compétences utiles sont acquises au terme de périodes de formation de courte durée, J. Guichard, 2003. Cependant il ne s'agit pas de marchés étanches, ni séparés. L'étendue du marché secondaire dépend de la conjoncture.

La globalisation économique détermine les contextes d'orientation. Ainsi le problème d'orientation des travailleurs centraux qui se trouvent sur le segment interne du marché du travail est le suivant : « Comment s'adapter en faisant le bilan de ses diverses compétences et définir des projets professionnels et personnels pertinents ? ». Pour une part croissante des travailleurs périphériques, assujettis à la précarité et au « chaos vocationnel » et qui se trouvent sur le marché secondaire du travail la question d'orientation devient : « Comment faire face aux multiples transitions marquant le cours de l'existence ? », J. Guichard, 2006.

Selon J. Gautié, 2007, on assiste à un dualisme du marché du travail avec des *outsiders* d'un côté, des *insiders* de l'autre, qui seraient les salariés en CDI, d'autant plus *insiders* qu'ils travaillent dans les grands secteurs publics.

L'organisation d'un marché du travail suppose un langage commun, des conventions et des intermédiaires (ANPE, cabinets de recrutement, conseillers en emploi, etc.). « L'orientation professionnelle, l'information sur les professions et les formations sont désormais une composante importante, sinon centrale, du marché du travail : les individus sont de plus en plus demandeurs d'information, comme d'aide en cours de vie active pour mieux maîtriser leur trajectoire sur le marché du travail », J.F. Germe, 2007.

→ Chaos ; Information (sur les études et les débouchés) ; Mondialisation ; Qualification ; Travail ; ...

289. L'éducation est-elle une marchandise ?

MARCHÉ SCOLAIRE : Bon nombre de sociologues s'accordent sur le fait qu'il existe un « marché scolaire » où les comportements opportunistes des familles varient en fonction de leur capital culturel et de leur connaissance du système éducatif. Cette concurrence est renforcée dans certaines régions par la co-présence de l'enseignement public et de l'enseignement privé, ce dernier constituant un avantage comparatif pour les familles cherchant à contourner la sélection scolaire. Les établissements ne peuvent ignorer cette situation et ils élaborent différentes stratégies pour y faire face. Elles consistent par exemple, à jouer sur les différences d'options pour attirer les meilleurs élèves ou bien encore créer de nouvelles filières de formation pour susciter l'intérêt des familles. Certains établissements créent des

classes d'excellence ou maintiennent artificiellement des options aux effectifs réduits pour éviter un effondrement brutal de leur recrutement. Toutes ces stratégies participent de la politique de l'établissement qui désormais, doit se montrer apte à se construire une image et une réputation, J.L. Derouet, Y. Dutercoq, 1997.

Un courant libéral associant technocrates et industriels milite pour faire de l'école, « un grand marché du XXI^e siècle » (*Le Monde diplomatique*, juin 1998). Les nouvelles technologies de l'information et de la communication suscitent la convoitise des marchands qui prévoient d'importants investissements financiers et humains pour satisfaire aux besoins (solubles) d'équipement des populations vouées à l'apprentissage à vie. Certaines propositions comme le « bon scolaire » remettent en cause l'idée d'un service public de l'enseignement pour tous. Croyant aux vertus de la régulation par le marché sur l'intervention étatique, certains idéologues libéraux jugent « l'école à la Française » comme étant trop coûteuse, inefficace et coupée des réalités économiques et technologiques qui traversent le monde des entreprises. Le désengagement de l'État signifierait la fin de l'école comme priorité nationale en matière de dépenses publiques. « Ce renversement trouve sa source dans la concurrence croissante d'autres besoins sociaux, comme l'environnement, l'emploi, la vieillesse, la santé », F. D'Orivel (*la Lettre du Monde de l'éducation*, 9 septembre 1996).

L'E-learning accélère la mondialisation et la marchandisation de l'offre éducative, et menace les enseignements de service public. Pour les responsables de l'Internationale de l'éducation, IE, 2001, l'éducation n'est pas un bien commercialisable ; il faut donc exclure la possibilité de livrer les services éducatifs à l'Organisation mondiale du commerce, OMC, afin de défendre l'offre de services publics de qualité. Même conclusion du Forum mondial de l'éducation de Porto Alegre (Brésil, octobre 2001) qui plaide en faveur « d'une éducation publique pour tous comme droit inaliénable, garanti et financé par l'État, inconciliable avec les lois du marché ».

→ Bien commun ; Carte scolaire ; Service public ; Technologie de l'information et de la communication ; ...

290. Pourquoi la massification fonctionne-t-elle comme un piège scolaire ?

MASSIFICATION : La massification consiste à considérer un groupe de personnes comme un ensemble indistinct. La massification est donc un processus par lequel se constitue « la masse » à partir des individualités. Ce processus relève des conditions sociales, économiques et industrielles qui standardisent les comportements humains et inclinent au conformisme.

En termes pédagogiques, la massification est une approche de l'enseignement qui considère un groupe d'élèves comme