

SESSION 2026

**CAPES
CONCOURS EXTERNE
ET CAFEP**

Section : SCIENCES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES

ÉPREUVE ÉCRITE DISCIPLINAIRE APPLIQUÉE

L'épreuve porte sur un ou plusieurs objectifs d'apprentissage des programmes de sciences économiques et sociales en vigueur dans les classes de seconde générale et technologique et du cycle terminal du lycée et prend appui sur un dossier documentaire.

Il est demandé au candidat de présenter, à partir des documents qu'il retient, une séquence pédagogique pour un niveau de classe donné en mobilisant ses connaissances disciplinaires et en didactique de la discipline. Cette séquence devra intégrer des travaux à réaliser par les élèves et une évaluation des acquisitions attendues.

Durée : 5 heures

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout matériel électronique (y compris la calculatrice) est rigoureusement interdit.

Il appartient au candidat de vérifier qu'il a reçu un sujet complet et correspondant à l'épreuve à laquelle il se présente.

Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier. Le fait de rendre une copie blanche est éliminatoire.

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie.

Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

► **Concours externe du CAPES de l'enseignement public :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
E B E	1 1 0 0 E	1 0 2	9 3 1 2

► **Concours externe du CAFEP/CAPES de l'enseignement privé :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
E B F	1 1 0 0 E	1 0 2	9 3 1 2

ÉPREUVE DISCIPLINAIRE APPLIQUÉE

Objectifs d'apprentissage sur lesquels porte l'épreuve :

- *Comprendre les principes et les techniques des sondages, et les débats relatifs à leur interprétation de l'opinion publique.*
- *Comprendre comment le recours fréquent aux sondages d'opinion contribue à forger l'opinion publique et modifie l'exercice de la démocratie (démocratie d'opinion) et de la vie politique (contrôle des gouvernants, participation électorale, communication politique).*

Extrait du programme de la classe de première :

Comment se forme et s'exprime l'opinion publique ?	- Comprendre que l'émergence de l'opinion publique est indissociable de l'avènement de la démocratie : d'abord monopole des catégories « éclairées », l'opinion publique est désormais entendue comme celle du plus grand nombre. - Comprendre les principes et les techniques des sondages, et les débats relatifs à leur interprétation de l'opinion publique. - Comprendre comment le recours fréquent aux sondages d'opinion contribue à forger l'opinion publique et modifie l'exercice de la démocratie (démocratie d'opinion) et de la vie politique (contrôle des gouvernants, participation électorale, communication politique).
--	--

Document 1

Les sondages d'opinion ont contribué à la reformulation de ce que recouvre l'opinion publique, qui n'est plus seulement la traditionnelle expression volontaire (l'opinion publique résulte de ceux qui se mobilisent et le font savoir) mais s'apparente à une forme de prise en charge subventionnée (l'opinion publique est celle d'un échantillon représentatif non mobilisé). Sans eux, le coût et l'effort requis pour organiser et communiquer publiquement une opinion seraient pris en charge par les individus (écrits, prises de parole publiques, militantisme, manifestations, etc.). *A contrario*, les sondages organisent et rendent eux-mêmes l'opinion sans requérir d'initiative ou d'action de la part des individus. Seules les personnes contactées sont invitées à se soumettre à l'enquête. Elles expriment alors par procuration l'opinion de la population mère sur laquelle porte l'enquête. Les sondeurs supportent donc eux-mêmes les coûts de l'extraction, de l'organisation et de l'expression publique de l'opinion (Ginsberg, 1986). Cette opinion sondée n'est légitime qu'à la condition de satisfaire le postulat de la représentativité des échantillons de répondants. [...]

Fondamentalement, le succès des sondages repose sur le concept de représentativité, soit la possibilité de prendre une partie (l'échantillon) pour le tout (la population) en s'assurant que chaque partie sondée est substituable et équivalente aux autres. Lorsqu'il s'avère techniquement impossible ou trop coûteux d'apprécier un ensemble, on en prélève une partie pour induire de son observation les propriétés du tout. Aussi simple soit-elle dans son principe, l'exigence de représentativité des échantillons apparaît complexe et coûteuse à satisfaire dans les faits. [...]

La méthode par quota représente, de très loin, la méthode la plus utilisée en France par les instituts de sondage. Son principe repose sur la miniaturisation de la société, prétendant reproduire « raisonnablement » — on parle ainsi d'échantillons « raisonnés » — ses principales arêtes. [...] Les sondages réalisés par les instituts en France — hors enquêtes scientifiques sur échantillons représentatifs — recourent invariablement aux quotas d'âge, de sexe et de statut socioprofessionnel (nomenclature des professions et catégories sociales de l'INSEE). Cette dernière variable peut manquer de finesse sociologique. [...]

Les biais représentatifs disparaissent-ils avec la méthode de l'échantillon aléatoire ? Largement utilisée par l'INSEE ou l'INED, cette méthode ne l'est qu'exceptionnellement par les instituts français de sondage. [...] Une première difficulté de la méthode probabiliste réside dans la possibilité d'avoir accès à une liste exhaustive de la population mère dans laquelle les enquêteurs pourront puiser en aveugle. Or une telle liste fait souvent défaut. Il n'y a pas de liste de la population française en tant que telle. [...] La méthode aléatoire suppose par ailleurs de multiplier les contacts (démarchage téléphonique ou demande d'entretien, etc.) jusqu'à l'établir avec les individus tirés au sort. Le coût est exorbitant pour un gain de précision jugé trop faible par les instituts par rapport à la méthode par quota.

Source : Thomas FRINAULT, Pierre KARILA-COHEN, Erik NEVEU, *Qu'est-ce que l'opinion publique ? Dynamiques, matérialités, conflits*, Gallimard, 2023.

Document 2 – L’approbation du recours à l’euthanasie

Question : Certaines personnes souffrant de maladies insupportables et incurables demandent parfois aux médecins une euthanasie, c’est-à-dire qu’on mette fin à leur vie, sans souffrance. Selon vous, la loi française devrait-elle autoriser les médecins à mettre fin, sans souffrance, à la vie de ces personnes atteintes de maladies insupportables et incurables si elles le demandent ⁽¹⁾ ?

	Rappel 12-13 avril 2001 ⁽²⁾ (%)	Rappel 21-22 octobre 2010 ⁽³⁾ (%)	Rappel 7-9 octobre 2014 ⁽⁴⁾ (%)	Ensemble des Français 26 avril-2 mai 2024 ⁽⁵⁾ (%)
Total Oui	88	94	96	92
• Oui, absolument	38	36	54	55
• Oui, dans certains cas	50	58	42	37
Non	10	6	4	8
Ne se prononcent pas	2	-	-	-
Total	100	100	100	100

(1) Précision relative aux marges d’erreur : la théorie statistique permet de mesurer l’incertitude à attacher à chaque résultat d’une enquête. Cette incertitude s’exprime par un intervalle de confiance situé de part et d’autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude, communément appelée « marge d’erreur », varie en fonction de la taille de l’échantillon et du pourcentage observé [...]. Exemple : dans le cas d’un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10 %, la marge d’erreur est égale à 1,8. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,2 % et 11,8 %. Dans le cas d’un échantillon de 3 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10 %, la marge d’erreur est égale à 1,1. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,9 % et 11,1 %.

La représentativité de l’échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d’agglomération.

(2) Sondage IFOP pour le Journal du Dimanche réalisé par téléphone auprès d’un échantillon de 950 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

(3) Sondage IFOP pour Sud Ouest Dimanche réalisé par téléphone auprès d’un échantillon de 956 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

(4) Sondage IFOP pour l’ADMD réalisé par questionnaire auto-administré en ligne auprès d’un échantillon de 977 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

(5) Sondage IFOP pour l’ADMD réalisé par questionnaire auto-administré en ligne auprès d’un échantillon de 2 527 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Source : À partir de IFOP, *Le regard des Français sur la fin de vie*, étude réalisée par l’IFOP pour l’ADMD (Association pour le Droit de Mourir dans la Dignité), mai 2024.

Document 3

Je voudrais préciser d'abord que mon propos n'est pas de dénoncer de façon mécanique et facile les sondages d'opinion, mais de procéder à une analyse rigoureuse de leur fonctionnement et de leurs fonctions. Ce qui suppose que l'on mette en question les trois postulats qu'ils engagent implicitement. Toute enquête d'opinion suppose que tout le monde peut avoir une opinion ; ou, autrement dit, que la production d'une opinion est à la portée de tous. Quitte à heurter un sentiment naïvement démocratique, je contesterai ce premier postulat. Deuxième postulat : on suppose que toutes les opinions se valent. Je pense que l'on peut démontrer qu'il n'en est rien et que le fait de cumuler des opinions qui n'ont pas du tout la même force réelle conduit à produire des artefacts dépourvus de sens. Troisième postulat implicite : dans le simple fait de poser la même question à tout le monde se trouve impliquée l'hypothèse qu'il y a un consensus sur les problèmes, autrement dit qu'il y a un accord sur les questions qui méritent d'être posées. Ces trois postulats impliquent, me semble-t-il, toute une série de distorsions qui s'observent lors même que toutes les conditions de la rigueur méthodologique sont remplies dans la recollection et l'analyse des données. [...]

J'ai bien voulu dire que l'opinion publique n'existe pas, sous la forme en tout cas que lui prêtent ceux qui ont intérêt à affirmer son existence. J'ai dit qu'il y avait d'une part des opinions constituées, mobilisées, des groupes de pression mobilisés autour d'un système *d'intérêts* explicitement formulés ; et d'autre part, des dispositions qui, par définition, ne sont pas opinion si l'on entend par là, comme je l'ai fait tout au long de cette analyse, quelque chose qui peut se formuler en discours avec une certaine prétention à la cohérence. Cette définition de l'opinion n'est pas mon opinion sur l'opinion. C'est simplement l'explicitation de la définition que mettent en œuvre les sondages d'opinion en demandant aux gens de prendre position sur des opinions formulées et en produisant, par simple agrégation statistique d'opinions ainsi produites, cet artefact qu'est l'opinion publique. Je dis simplement que l'opinion publique dans l'acception implicitement admise par ceux qui font des sondages d'opinion ou ceux qui en utilisent les résultats, je dis simplement que cette opinion-là n'existe pas.

Source : Pierre BOURDIEU, « L'opinion publique n'existe pas », *Les Temps modernes*, janvier 1973.

Document 4

S'il n'existe pas de définition conventionnelle de l'opinion publique en sciences sociales, les critiques adressées aux sondages convergent sur plusieurs points. [...]

1) *Un critère de rationalité : l'opinion publique (est ou devrait être) une opinion consciente et informée*

Depuis 1949, dans un pamphlet paru aux États-Unis, le professeur de droit et de science politique, Lindsay Rodgers dénonce l'absurdité qui consiste à interroger des gens sur des questions à propos desquelles ils ne se sont pas interrogés, faute de temps et d'intérêt [...]. Ce reproche reviendra par la suite comme un leitmotiv, et plusieurs travaux français [...] rejoignent ici la réflexion américaine autour des *non-attitudes* ou des *pseudo-opinions*, pour constater le fait que les sondages d'opinion agrègent sans distinction des opinions aux contenus en information très hétérogènes.

2) *Un critère de publicité : l'opinion publique (est devrait être) une opinion concertée*

La plupart des critiques tournent également autour de l'idée selon laquelle l'opinion publique constitue un processus collectif et évolutif, qui se forme (ou devrait se former) dans l'interaction des volontés, à l'issue d'une délibération et d'une discussion entre membres d'une même communauté. L'opinion publique ne peut jamais dans ces conditions se réduire à la simple addition d'opinions individuelles portées et énoncées en secret. [...]

3) *Un critère d'effectivité : l'opinion publique (est ou devrait être une) opinion organisée*

On retrouve l'argument, célèbre, développé d'abord par Herbert Blumer, puis par Pierre Bourdieu [...], selon lequel, puisque la société est essentiellement un champ de forces et de tensions entre des groupes organisés, plus ou moins influents, toutes les opinions ne se valent pas, et certaines ont plus de force réelle que d'autres. Dans ces conditions, le recensement des opinions selon le principe « un homme-une opinion » constitue une absurdité sociologique. [...]

4) *Un critère d'authenticité : l'opinion publique (est ou devrait être) une opinion spontanée*

Dans nombre de réflexions critiques se retrouve l'idée selon laquelle l'opinion qui se donne à voir dans les sondages se présente comme une opinion réactive, sollicitée d'en haut par les instituts de sondage et ne correspond en rien à ce que pourrait être l'opinion publique réelle ou spontanée des individus. Vont dans ce sens la comparaison qu'effectue Patrick Champagne, entre le sondage et d'autres formes d'expression de l'opinion, comme les manifestations, ou les critiques [...] sur le fait que les commanditaires de sondage, exploitant toutes les possibilités du concept sociologiquement improbable de « majorité silencieuse » ont contribué de manière illégitime à dévaluer l'action des militants.

Source : Loïc BLONDIAUX, « Ce que les sondages font à l'opinion publique », *Politix*, 1997.

Document 5 – Évolution des intentions de vote pour les quatre principaux candidats aux élections présidentielles de 2002 et 2017, et comparaison avec les résultats du premier tour (en %)

Élections présidentielles 2002					
Institut de sondage	Date	Lionel Jospin	François Bayrou	Jacques Chirac	Jean-Marie Le Pen
BVA	4-6 avril	20	5	20	12
Ipsos	5-6 avril	19	5	23	12
Ifop	11-12 avril	17	6,5	19	9,5
BVA	10-13 avril	18	6	18,5	14
Ifop	12 -13 avril	16,5	6,5	20	10,5
Ipsos	15 -16 avril	18	5	22	13
Louis Harris	16-17 avril	18	7	20	13
Ipsos	17-18 avril	18	6	20	14
Score min		16,5	5	18,5	9,5
Score max		20	7	23	14
Résultat 1er tour	21 avril	16	7	20	17
Élections présidentielles 2017					
Institut de sondage	Date	Jean-Luc Mélenchon	Emmanuel Macron	François Fillon	Marine Le Pen
Ifop-Fiducial	18-21 mars	11,5	25,5	17,5	26
BVA	22-24 mars	14	26	17	25
Scan Research - Le Terrain	23-27 mars	19,5	24,5	15,5	24
Ipsos	12-13 avril	20	22	19	22
Scan Research - Le Terrain	13-15 avril	22	24	17,5	21,5
Elabe	19-20 avril	19,5	24	20	21,5
OpinionWay	19-21 avril	18	23	21	22
Ifop-Fiducial	18-21 avril	18,5	24,5	19,5	22,5
Odoxa	21 avril	19	24,5	19	23
Score min		11,5	22	15,5	21,5
Score max		22	26	21	26
Résultat 1er tour	23 avril	19,5	24	20	21,5

Source : À partir de www.lemonde.fr, 7 avril 2022.

Document 6

Si les sondages préélectoraux ont peu d'effets directs sur la très grande majorité des électeurs, il n'en est pas de même pour les hommes politiques et surtout les leaders des partis. Ces derniers sont de gros consommateurs de ce type d'enquête qui leur apportent des informations de toutes façons plus fiables que celles de leur seule intuition. [...] On sait, de l'aveu même des intéressés, que des candidatures ont été décidées sur la base d'enquêtes par sondage. Celles, par exemple, de Raymond Barre à l'élection présidentielle de 1988 ou d'Édouard Balladur en 1995, ces deux candidatures s'appuyant très directement sur une (mauvaise) lecture de sondages réalisés plusieurs mois avant le scrutin. [...] Mais, inversement, on pourrait donner de nombreux exemples de décisions prises avec succès malgré les sondages (la suppression de la peine de mort par François Mitterrand en 1981, la candidature de Jacques Chirac à l'élection présidentielle de 1995). [...] Comme pour les sondages préélectoraux, les hommes politiques ont peu à peu intégré, dans la prise de décision, ce que les sondages d'opinion, à tort ou à raison, semblent leur fournir comme indications sur ce qui est censé être « l'état de l'opinion ».

Prendre en compte ne signifie pas, aujourd'hui, suivre aveuglément les sondages, pour deux raisons. En premier lieu, les hommes politiques ont appris à domestiquer la technique du sondage et savent plus ou moins que ces enquêtes livrent des chiffres bruts qui demandent à être décodés, et qui le sont à leur risques et périls. [...] Et s'ils ne peuvent plus s'en passer, c'est parce que les incertitudes inhérentes à la lutte politique dans les régimes démocratiques, lutte qui est en permanence placée sous la dépendance des aléas électoraux, incitent les hommes politiques à voir, dans cette technique, un moyen certes moyennement fiable, pour se repérer par rapport à ce que semblent vouloir leurs électeurs. Autrement dit, l'usage du sondage s'est banalisé. Par ailleurs, la publication régulière dans la presse de sondages portant sur les intentions de vote et sur l'opinion publique oblige les acteurs politiques, qu'ils y croient ou non, à les prendre en compte et à mener la lutte sur ce front spécifique avec l'aide de leurs conseillers en communication. Il ne s'agit plus, en ce cas, de savoir ce que disent les sondages pour savoir quelle décision doit être prise mais de prendre une décision et de chercher les moyens - pour l'essentiel médiatiques - à utiliser pour que les sondages réalisés par la suite paraissent indiquer une approbation, par l'opinion publique, des décisions ainsi prises. Les politiques, loin de suivre les sondages, cherchent non pas à manipuler les enquêtes ou les enquêteurs mais ce qu'ils vont recueillir avec leur dispositif.

Source : Patrick CHAMPAGNE, « Le sondage et la décision politique », *Projet*, avril 2001.

Document 7

Dans le procès fait aux sondages au nom de la démocratie, je me situe résolument du côté de la défense. [...] De mon point de vue, les sondages, loin d'être une « pollution de la démocratie » (1), sont une de ses conséquences et peuvent contribuer à son bon fonctionnement. [...]

Considérons en premier lieu, le choix des dirigeants. Dans les démocraties ce choix résulte de l'élection qui remet la décision finale dans les mains des citoyens. La décision finale seulement car le processus électoral est un processus à deux étapes [...] : le choix des candidats et le choix des élus. [...] Dans la plupart des pays où les « élections primaires » ouvertes aux électeurs n'existent pas [...], l'utilisation des sondages dans ce processus de sélection permet de réintroduire l'électeur dans une pièce où l'essentiel se joue à huis clos : au lieu d'attendre sagement dans la salle à manger que le menu soit préparé, les convives font un tour dans l'arrière-cuisine et font connaître leurs goûts. [...] Les sondages me paraissent jouer un rôle également positif dans la seconde étape du processus électoral, celle du choix entre les candidats. [...] Les sondages sont accusés d'entretenir un conditionnement conformiste de l'opinion. [...] Le petit effet de conversion qu'on peut noter est très résiduel et est rarement unidirectionnel : quelques-uns se rallient au gagnant probable (effet « bandwagon »), d'autres volent au secours du perdant (effet « underdog »). [...] L'étude des campagnes électorales suffit à balayer l'objection d'un conditionnement massif et irrésistible de l'opinion par le miroir complaisant que lui tendraient les sociétés de sondage. [...]

La responsabilité des dirigeants est, à mes yeux, le deuxième élément constitutif de la démocratie. [...] Le sondage fait connaître à tout moment la réaction des citoyens. [...] Le gouvernant tire d'un « mauvais » sondage la leçon qu'il veut en tirer. Ou bien il persiste dans la voix choisie – en tentant le cas échéant de mieux expliquer sa politique – ou bien il infléchit son action pour tenir compte des réactions de ses mandants. [...]

Le troisième élément constitutif de la démocratie me paraît être le respect des droits de l'opposition. [...] Dans les pays où le principe majoritaire est appliqué dans toute sa rigueur, il peut arriver qu'une majorité confisque pour un temps la plupart des pouvoirs : l'exécutif et le délibératif au niveau national, et parfois au niveau régional et local. Les sondages rappellent alors la majorité au sens des proportions : ne sont-ils pas l'institution proportionnelle par excellence ?

1. Suivant le titre de l'article de Maurice Druon, *Le Monde*, 5 septembre 1972.

Alain LANCELOT, « Sondages et démocratie » in SOFRES, *Opinion publique. Enquêtes et commentaires*, Gallimard, 1984.

Document 8

Les sondages d'opinion n'ont cessé de se diffuser sous différentes formes (de la réaction instantanée de la population à une décision gouvernementale à la création de cotes de popularité des professionnels de la politique), accélérant considérablement le rythme de la vie politique, qui prend désormais l'aspect d'une « course de chevaux » et incitant les compétiteurs à se livrer à des « coups de communication », afin de peser sur l'« opinion ». Loin de rester inertes face à la montée en puissance d'un pouvoir « doxocratique » (de *doxa*, « opinion » en grec), les politiques se sont progressivement acclimatés à la pratique des sondages en y ayant recours aussi bien pour confectionner leurs programmes électoraux que pour élaborer et justifier leurs décisions politiques. [...]

Dans le même temps, les sondages vont devenir un outil de gouvernement parmi d'autres (statistiques, forums, rapports), afin en particulier de préparer la population à la nécessité d'une réforme. Ainsi, l'économie des sondages repose souvent désormais sur les pouvoirs publics, les organisations partisanses [...] mais également la presse qui en profite ainsi pour tenter d'influer sur le cours du jeu politique. [...]

C'est cette évolution structurelle du jeu politique qui tend à favoriser une division du travail politique des plus élaborée, justifiant le recours de la part des politiques à des professionnels divers et concurrents présumés capables d'interpréter et de maîtriser l'« opinion » et ses évolutions.

Source : Philippe RIUTORT, « Médias et politique » in Antonin COHEN, Bernard LACROIX, Philippe RIUTORT (dir.), *Nouveau manuel de science politique*, La Découverte, 2024.