

CAPITAL PSYCHOLOGIQUE ET PROCESSUS DE MANIPULATION AU CENTRE DES RESEAUX SOCIAUX : L'EXPERIENCE DES POPULATIONS CAMEROUNAISES

Siéwé félix duclos
Djiegip wete oudry gael
wetegael@gmail.com

Résumé

L'exposition aux réseaux sociaux est aujourd'hui une évidence dans la vie de tout le monde. Les informations variées que les utilisateurs y retrouvent et qu'ils consultent y sont diffusées avec des objectifs précis. La présente étude a pour objectif principal d'évaluer s'il existe une relation entre le capital psychologique et le processus de manipulation des utilisateurs de réseaux sociaux. Pour y parvenir, 429 individus ont participé à la recherche en renseignant un questionnaire. Les résultats permettent de valider l'hypothèse générale de l'étude qui postule que le capital psychologique des individus a une influence significative sur leur vulnérabilité au processus de manipulation sur les réseaux sociaux. Les résultats de la présente étude valide les hypothèses de Palletier (2012) et Chokron (2022) pour qui les réseaux sociaux pervertissent à travers leurs contenus et entraînent des changements cognitifs.

Mots clés : Capital psychologique – manipulation - réseaux sociaux – vulnérabilité

Abstract

Exposure to social media has become an integral aspect of contemporary life. The wide range of information accessed and consumed by users on these platforms is disseminated with specific underlying purposes. The present study seeks to investigate the extent to which psychological capital is related to the process of manipulation to which social media users may be subjected. A total of 429 participants completed a structured questionnaire as part of the research design. The findings provide empirical support for the general hypothesis, namely that individuals' psychological capital significantly influences their susceptibility to manipulative processes within social media

environments. Moreover, the results corroborate the theoretical claims advanced by Palletier (2012) and Chokron (2022), both of whom argue that social media exerts a corruptive influence through its content and induces cognitive transformations among users.

Keywords: Psychological capital; manipulation; social media; vulnerability

Introduction

Les réalités actuelles de la configuration mondiale soumettent les individus à un trop grand flux d'informations. Le désir de réussite, le désir d'actualisation et celui de changement obligent les individus à rechercher les informations. Se déplacer, regarder la télévision ou écouter la radio autrefois représentait les sources les plus exploitées. Aujourd'hui la stratégie est différente, les réseaux sociaux sont devenus l'univers dans lequel tout le monde ou presque va pour avoir les informations ou se distraire. En quelque temps, les réseaux sociaux ont réussi à occuper une place stratégique dans la recherche d'informations via internet. Facebook, You tube, Twitter, Instagram, X, etc sont les plates-formes qui drainent le plus grand nombre d'utilisateurs dans le monde. Les réseaux sociaux à la base sont conçus pour faciliter la communication entre amis et individus. Très rapidement d'autres usages vont émerger de leur utilisation. On s'en servira pour retrouver des amis perdus de vue, faire des rencontres, chercher un emploi, véhiculer ses idées et faire de la publicité.

La progression du nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux au Cameroun connaît une augmentation fulgurante. Entre 2021 et 2022, une augmentation de plus de 10,6% a été enregistrée alors que le taux dans les autres pays est de 5,8%. Aujourd'hui, on dénombre 4,5 millions d'utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux, Facebook étant le réseau social le plus exploré. Il attire à lui seul plus de 80% d'utilisateurs (kamdem, 2022, chiffres d'internet et des réseaux sociaux au Cameroun,

2022). En France, 41% de la population s'informe via les réseaux sociaux. Les raisons du succès de ce réseau social auprès de la communauté sont multiples. Si pour certains la qualité et la richesse du fil d'actualité sont évoquées comme cause, pour d'autres, c'est la diversité des informations qui est appréciée et pour d'autres encore, la facilité à retrouver des amis parfois même sans avoir fait une recherche représente l'élément fondamental.

Aujourd'hui nombreux sont les utilisateurs des réseaux sociaux qui s'en servent pour gagner de l'argent. La création de contenu, pratique à la mode est devenue la manne pour nombre d'utilisateurs. Les influenceurs – individus qui à partir de leur statut ou leur présence médiatique sont susceptibles de modifier les comportements d'autres personnes - sont passés maîtres dans l'art de la monétisation de leur activité sur les réseaux sociaux. Entre conseils, publicité et point de vue, ils usent de toutes les stratégies pour capitaliser leur présence sur ces plates-formes. Les autres nombreux utilisateurs dont ils attirent l'attention sont leurs followers ou leur communauté.

Les réseaux sociaux sont devenus à ce jour le plus puissant outil de manipulation. Ils sont devenus le lieu privilégié pour les campagnes publicitaires, les campagnes politiques, et de diffusion des informations sensibles pour informer un large public. Aux élections présidentielles de 2018 au Cameroun, les résultats définitifs avaient été publiés sur les réseaux sociaux avant la divulgation officielle. Les campagnes politiques à cette ère ne se font plus dans les rues ou à la télévision. Les réseaux sociaux sont devenus l'arène principale où se livrent les batailles entre adversaires. Plus de personnes consultent leur téléphone pour suivre l'actualité que la télévision ou la radio. Dans les réseaux sociaux, la probabilité d'atteindre le plus grand nombre d'individus est plus grande. Au cours des dernières années, le nombre de pays qui utilisent les réseaux sociaux dans le cadre du lancement des campagnes publicitaires a augmenté de 150%

(Sophos News, 2020). En France les utilisateurs de réseaux sociaux y passent en moyenne 13,1 h par mois. Nous n'avons pas trouvé cette statistique pour le Cameroun, mais on peut supposer qu'il y passe un peu plus du temps compte tenu de la situation précaire caractérisée par un taux de chômage plus élevé. L'intérêt de se servir des réseaux sociaux trouve tout son sens dans la mesure où plus de 60% d'utilisateur sont influencé par les contenus de ces plates-formes.

La propagande sur les réseaux sociaux est l'arme la plus redoutable à ce jour. Les réseaux sociaux sont un terrain où tous les coups sont permis avec en toile de fond la manipulation des consciences comme objectifs finaux. L'important volume d'informations qui y est diffusé vise à influencer le comportement des utilisateurs. Les experts du marketing l'ont vite compris faisant de la publicité ciblée pour appâter la clientèle sur la toile. La mode actuelle est de faire des effigies, les personnes qui drainent une forte communauté de « suiveurs » sur les réseaux sociaux. La publicité qu'ils font des produits pour lesquels ils obtiennent des contrats avec les marques permet de booster les ventes. La désinformation est la pratique la plus puissante de manipulation des consciences. Elle consiste à diffuser des « fake news », expression désignant les « informations fausses ». On en diffuse tellement qu'elles finissent par devenir la vérité des personnes dont le pare-feu cognitif est incapable de faire une analyse discriminante des informations qu'ils reçoivent.

Il est très difficile de résister aux influences multiformes auxquelles sont exposés les utilisateurs de réseaux sociaux. C'est ce qu'ont compris les manipulateurs qui s'en servent à bon escient. Toutefois, quelques utilisateurs arrivent à se sortir de cette impasse. Ceux-là sont dotés d'un haut capital psychologique. L'essentiel des travaux sur le capital psychologique a été exploité dans le domaine des organisations. Hoe et Janesse (2016) vont montrer dans un travail que le capital

psychologique aide facilement à rebondir après un échec entrepreneurial. Sahut (2017) va aussi s'intéresser au concept dans l'environnement organisationnel camerounais pour évaluer la performance des entreprises.

Les enjeux actuels autour de la communication sur les réseaux alimentent plusieurs débats. Leurs usages multiformes frôlent très souvent le fil d'Ariane du manque de confiance et de la propagande informationnelle. De plus en plus d'utilisateurs expriment leur déception sur les services acquis à travers les réseaux sociaux et hésitent à considérer comme parole d'évangile les informations glanées sur la toile, surtout pour les plus prudents. L'arène qu'elle offre voit s'affronter différents acteurs dont le but principal est la manipulation des utilisateurs à travers des contenus ciblés et construit très rarement sur la base de vraies informations. Les chefs de file ont l'art de baratiner les âmes sensibles qui leur obéissent faute de croire en leurs propres capacités. Les expériences qu'ils racontent et qui justifient leur pseudo-succès suffisent à convaincre leurs nombreux admirateurs qui finissent par s'en remettre à leur jugement. La capacité à prendre des décisions de manière autonome se trouve dans le capital psychologique du sujet. Si on doit la primeur de ce concept au champ des organisations (Luthans et al., 2004), sa définition prouve à suffisance que son exploration dans un contexte de plus grande liberté ou le poids d'une organisation semble ne pas planer sur ses choix.

Les utilisateurs de la plate-forme Facebook sont de plus en plus nombreux à être victimes d'arnaques. Des arnaqueurs/pirates qui prennent possession des comptes d'autres utilisateurs s'en servent pour solliciter des aides surtout financières de la part des connaissances et proches de ces derniers. Un contrôle d'identité de la part de ces utilisateurs pourtant avertis par les arnaques n'est pas souvent fait, les conduisant aussi dans les filets de ces utilisateurs véreux de la

plate-forme. Plusieurs cas sont légion dans ce cas de figure et ne découragent pas pour autant les utilisateurs de la plate-forme.

D'après le cadre conceptuel développé par Luthans et al. (2007), le capital psychologique est un état de développement psychologique positif de l'individu qui se caractérise par une grande confiance en soi, la persévérance, l'espoir et la résilience. Nombreux travaux (Yamakawa & al, 2015 ; De Hoe & Jansen, 2016) ont montré que le capital psychologique était un puissant levier de réussite chez les entrepreneurs, de satisfaction au travail et d'engagement organisationnel (Peterson et al., 2011).

Il est bon de savoir que ses quatre éléments (ci-dessus cités) sont dans un processus permanent d'interaction dans l'optique de rétablir l'équilibre psychologique chez le sujet. La planification et la volonté accroissent la motivation et permettent plus facilement l'atteinte des objectifs (Luthans et al., 2007). De même une personne qui a une grande confiance en elle est plus à même capable d'utiliser l'espoir, l'optimisme et la résilience pour la réalisation de tâches spécifiques. Par ailleurs, la résilience sera la capacité utilisée comme mécanisme d'adaptation pour les personnes qui veulent développer leur optimisme.

A présent nous allons nous atteler à la compréhension des quatre dimensions du capital psychologique. L'optimisme est un concept dont on doit l'une des principales conceptualisations à Seligman (1998). L'optimisme renvoie à une disposition cognitive qui se traduit par une grande confiance dans la capacité du sujet à avoir des résultats positifs (Luthans et al., 2007). Une personne qui a un fort optimisme est plus motivée à atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés (Peterson, 2000). Les individus optimistes sont plus enclins à croire à la venue future d'expériences positives dans leur vie en comparaison avec ceux qui sont pessimistes (Carver et al., 2001). La capacité à s'approprier rapidement des expériences nouvelles et de saisir les opportunités que recèlent chaque

situation est une des qualités des personnes optimistes. Optimisme et motivation sont corrélés et peuvent s'inscrire dans un continuum.

La matérialisation d'un fort capital psychologique se traduit aussi par un fort sentiment d'auto-efficacité chez le sujet. Le concept d'auto-efficacité trouve son origine dans la théorie sociale cognitive de Bandura et s'entend comme la croyance d'une personne qui se sent capable d'organiser et d'exécuter les actions susceptibles de lui faire atteindre ses objectifs (Bandura, 1997). Les personnes qui font montre d'un fort sentiment d'auto-efficacité sont convaincues dans leurs capacités à braver les obstacles. Elles ont un appétit constant à se fixer de très hauts objectifs ; n'abdiquent pas et font montre d'une bonne croissance post-traumatique même lorsque les situations sont défavorables (Bandura, 1997). L'auto-efficacité est une qualité qui symbolise la dynamique qui existe entre l'environnement, le comportement et les connaissances permettant au sujet de croire en sa capacité à effectuer des tâches. Plusieurs recherches en entrepreneuriat démontrent que les entrepreneurs sont nantis de cette qualité (Hayek, 2012). La croyance dans sa capacité à surmonter toutes les difficultés pousse l'individu à déployer les efforts nécessaires pour atteindre ses objectifs. Les individus qui se perçoivent suffisamment auto-efficaces sont plus stables et connaissent plus que les autres des succès de grande envergure (Zimmerman, 2000). Le capital psychologique étant un package de compétences on retrouve aussi la résilience.

La résilience est la capacité d'une personne à digérer et à rebondir après les difficultés auxquelles elle fait face. Elle regroupe des éléments comme les habiletés et les forces psychologiques qui sont identifiables, mesurables et qui s'améliorent au cours de la vie (Masten & Obradovic, 2006). La résilience est une compétence qui peut être développée par tous les individus (Coutu, 2002). Selon Krumm et Tarquinio (2011), les individus résilients sont moins bouleversés par les situations

difficiles qu'elles traversent en comparaison aux autres dont le niveau de vulnérabilité est plus élevé. Le lien entre la résilience et la performance organisationnelle a été démontré à travers plusieurs recherches (Luthans et Youssef, 2004 ; Coutu, 2002). Les personnes résilientes sont moins enclines à prendre des risques non calculés et possèdent de grandes capacités dans la recherche des solutions innovantes face à des nouvelles situations. Donc la résilience n'est pas seulement une réponse après-coup, mais elle est surtout une anticipation sur une difficulté latente.

Les réseaux sociaux sont les plates-formes par excellence que les gens consultent pour se renseigner sur l'évolution du monde, l'actualité et voire les manières de faire à la mode. La situation malade de l'économie camerounaise dont les corollaires sont un taux de chômage élevé et un accroissement rapide du secteur informel crée une grande dissonance dans l'esprit des citoyens qui ne savent plus les moyens les plus sûrs de réussite.

1- Question de recherche

Cette étude a pour point d'ancrage d'examiner la relation qui existe entre le capital psychologique de l'individu et sa capacité à inhiber les influences informationnelles en provenance des réseaux sociaux. Dans le cadre de cette recherche, la question de recherche est la suivante : existe-il un lien entre le capital psychologique de l'individu et sa capacité à résister à la manipulation sur les réseaux sociaux ?

2- Hypothèses de la recherche

L'hypothèse générale de cette recherche postule que le capital psychologique des individus a une influence significative sur leur vulnérabilité au processus de manipulation sur les

réseaux sociaux. Pour manipuler cette hypothèse, nous l'avons opérationnalisé ce qui a permis d'obtenir les hypothèses de recherche de ce travail. Nous en avons trois à savoir :

HR 1 : il existe un lien entre le niveau de confiance de l'individu et sa capacité à résister à la manipulation sur les réseaux sociaux

HR 2 : il existe un lien niveau d'optimisme de l'individu et sa capacité à résister à la manipulation sur les réseaux sociaux

HR 3 : il existe un lien entre la résilience de l'individu et sa capacité à résister à la manipulation sur les réseaux sociaux

3- Méthodologie

Notre étude est corrélationnelle. Les participants sont des individus âgés de 21 à 50 ans qui affirment passer au moins 10 heures par semaine sur les réseaux sociaux. Le choix de l'échantillon s'est fait via une procédure d'échantillonnage non probabiliste notamment l'échantillonnage à l'aveuglette. In fine, 429 personnes ont renseigné notre questionnaire sur la période allant du 28 Mai au 06 Juin 2025. L'échelle proposée pour mesurer le capital psychologique est une échelle à quatre points construits sur trois dimensions à savoir la confiance, l'optimisme et la résilience.

Le concept de capital psychologique est relativement jeune dans la littérature. Son application principale porte dans le domaine de la psychologie des organisations. L'exploration de la littérature présente très peu d'outils qui permettent de mesurer ce construit. Le plus connu de tous est le *Psychological Capital Questionnaire* (Luthans et al, 2007) donc la version originale comporte 24 items mesurés à l'aide d'une échelle à quatre points allant de « fortement en accord » à « fortement en désaccord ». Au regard de l'objet de notre étude, cette échelle n'est pas exploitable. Ainsi, l'exploration des différentes variables de notre étude a été faite à l'aide d'un questionnaire construit pour

les besoins de l'étude, en raison d'absence d'échelle adaptée dans la littérature.

Après la construction de l'échelle, les efforts ont été consentis dans la collecte des données. Ladite collecte a eu lieu dans les lieux publics de la ville de Douala. Nous allions de manière hasardeuse vers les différents lieux à la rencontre des participants. Lors de la rencontre avec chacun d'eux, nous prenions quelques minutes pour établir le contact, garantir l'anonymat et la confidentialité des données, ceci dans le but d'obtenir de ces derniers leur approbation. Lorsque nous réussissions à convaincre le sujet, il lui était remis un exemplaire du questionnaire pour qu'il le renseigne. Les données recueillies ont permis de tester la relation entre les variables de l'étude à l'aide du Rhô de Spearman à travers le SPSS (outil statistique).

4- Résultats, analyse, interprétation et discussion

Les principaux résultats issus du traitement des données collectées ainsi que leur interprétation et leur discussion seront présentés dans les paragraphes ci-après.

4.1- Résultats et analyse

Cette section nous permettra de présenter les principaux résultats de l'étude et de faire une analyse succincte de ceux-ci. Lesdits résultats vont principalement s'appuyer sur les analyses descriptive et inférentielle.

Tableau 1

Caractéristiques de l'échantillon

Tranche d'âge	Fréquence	Pourcentage
moins de 20 ans	93	21,7
Entre 20 et 25 ans	247	57,6
Entre 26 et 31 ans	51	11,9

32 ans et plus	38	8,9
Nombre d'enfants		
Aucun enfant	325	75,8
Un enfant	91	21,2
Deux enfants	13	3,0
Genre		
Masculin	186	43,4
Féminin	243	56,6
Nombre d'heures journalier sur les réseaux sociaux		
Moins d'une heure	79	18,4
Entre 3 et 4 heures	147	34,3
Entre 5 et 6 heures	96	22,4
Plus de 6 heures	107	24,9

D'après les données présentées dans le tableau 2 ci-dessus, sur l'ensemble des 429 participants à l'étude la répartition selon le genre indique que 186 soit 43,4% sont de sexe masculin contre 243 soit 56,6% qui sont de sexe féminin. Une disparité qui s'explique par la facilité des femmes à participer aux enquêtes. En ce qui concerne la tranche d'âge de ces derniers, les données indiquent que 21,7% de participants ont moins de 20 ans ; ceux qui ont entre 20 et 25 ans représentent 57,6% de participants soit le taux le plus important. Dans la tranche d'âge de 26 à 31 ans, nous avons 51 participants soit 11,9% et 8,9% représentent la tranche d'âge des participants donc l'âge minimal est de 32 ans. En ce qui concerne le nombre d'enfants, la majorité des participants est sans enfant soit 325 participants contre 91 qui affirment avoir un enfant et 13 qui affirment avoir 2 enfants. En ce qui concerne le nombre d'heures journalier passé sur les réseaux sociaux, les résultats indiquent que 18,4% de participants soit 79 d'entre eux affirment passer moins d'une heure par jour sur les réseaux sociaux ; 34,3% soit 147 participants affirment passer entre 3 et 4 heures par jours sur les réseaux sociaux ; par contre 96 participants soit 22,4% de participants passent entre 5 et 6 heures par jour sur les réseaux sociaux et 24,9% y passent plus de 6 heures.

Tableau 2

Moyenne et écart-type des scores sur la confiance en soi

	N	Moyenne	Ecart type
Je suis capable de reconnaître les bonnes informations	429	3,87	1,193
Je me sens capable de discuter les informations que je trouve sur les réseaux sociaux	429	3,68	1,129
Je suis serein quand je consulte les réseaux sociaux	429	3,25	1,387
Je suis capable de ne tirer que le meilleur des réseaux sociaux	429	3,51	1,354
Je me fie aux informations publiées sur les réseaux sociaux	429	2,18	1,240
Sur les réseaux sociaux, je cherche l'information avec un objectif bien précis duquel je ne me détourne pas	429	3,79	1,223
Je ne me laisse pas influencer par les informations tous azimuts	429	3,82	1,270
Je contrôle le temps que je passe sur les réseaux sociaux	429	3,19	1,519
J'ai tendance à me fier aux messages de motivation que je vois sur les réseaux sociaux	429	3,00	1,431
Quand j'ai un problème grave, je le présente sur les réseaux sociaux pour avoir l'avis des internautes	429	1,68	1,160
Je n'hésite pas à lire les contenus de tous les titres intéressants sur les réseaux sociaux	429	3,10	1,494

Le tableau ci-dessus montre que la majorité des scores moyens de la confiance en soi des 429 participants à l'étude interrogés est supérieure à la moyenne théorique d'une échelle à cinq points. Cela signifie que la majorité des participants par exemple se sentent sereins lorsqu'ils consultent les réseaux sociaux. C'est le cas avec les autres items pour lesquels la majorité des répondants sont « plutôt d'accord » et « tout à fait d'accord » attestant d'un niveau de confiance assez élevé de leur part au moment où ils consultent les réseaux sociaux. D'ailleurs l'oscillation de l'écart-type le démontre.

Tableau 3

Moyenne et écart-type des scores sur l'optimisme

	N	Moyenne	Ecart type
J'ai confiance que les réseaux sociaux m'apportent plus d'opportunités que de problèmes	429	3,11	1,472
Je pense que mes expériences futures sur les réseaux sociaux seront généralement positives	429	2,47	1,424
Je vois les réseaux sociaux comme un espace qui peut contribuer à mon bien-être	429	2,91	1,279
Je pense que les réseaux sociaux peuvent m'aider à atteindre mes objectifs personnels	429	3,74	1,513
Je crois que les réseaux sociaux me permettront de développer des relations enrichissantes	429	3,59	1,239
Je considère les expériences négatives sur les réseaux sociaux comme temporaires	429	3,16	1,278

Les données du tableau ci-dessus montrent que la majorité des scores moyens de l'optimisme de l'ensemble des participants à l'étude est supérieure à la moyenne théorique d'une échelle à cinq points. La majorité des participants croit pouvoir développer des relations enrichissantes sur les réseaux sociaux. Cela se confirme lorsqu'on s'intéresse au niveau de confiance dans les opportunités que les réseaux sociaux leur apportent. On peut constater que la majorité des participants est plutôt d'accord sur le fait que les réseaux peuvent les apporter plus d'opportunités.

Tableau 4

Moyenne et écart-type des scores sur la manipulation

	N	Moyenne	Ecart type
Je suis abonné à plus d'une dizaine de pages de personnes populaires sur les réseaux sociaux	429	3,19	1,560
Je préfère suivre le dénouement de l'actualité sur les réseaux sociaux plutôt qu'à la télévision ou à la radio	429	3,05	1,594
Je suis constamment à l'affût des informations sur internet	429	3,13	1,494
Il n'est pas possible de se passer des réseaux sociaux	429	2,98	1,550
Je suis souvent embarrassé sur le choix de l'actualité à suivre sur les réseaux sociaux	429	3,04	1,450

Les données renseignées dans le tableau 4 ci-dessus nous permettent de constater que le score moyen pour la majorité des items sur la manipulation sur les réseaux sociaux est supérieur à la moyenne théorique d'une échelle à cinq points. Pour l'ensemble des items, la majorité des participants est plutôt d'accord. Cela atteste du niveau d'embarras accru qu'ils ont sur les réseaux sociaux. On peut le constater à l'item « je suis souvent embarrassé sur le choix de l'actualité sur les réseaux sociaux ».

Tableau 5

Analyse inférentielle des résultats

		Résultats du test	conclusion
Confiance en soi	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral)	,272 ,000	Hypothèse confirmée

optimisme	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral)	de 0,252 ,00	Hypothèse confirmée
résilience	Coefficient de corrélation Sig. (bilatéral)	,225 ,002	Hypothèse confirmée

Le tableau 5 ci-dessus présente les résultats de la corrélation effectuée dans le but de procéder à la vérification des hypothèses de recherche. Deux données essentielles ont permis de tirer des conclusions sur la validation ou l'invalidation desdites hypothèses. Il s'agit de la valeur du test de corrélation et de la significativité asymptotique. Pour la présente étude, la marge d'erreur validée est de 95%. Le croisement de chacune des sous-variables du capital psychologique avec la manipulation sur les réseaux sociaux indique pour la confiance en soi ($r = 0,27$; $p = 0,000$) ; pour l'optimisme ($r = 0,25$; $p = 0,000$) et la résilience ($r = 0,22$; $p = 0,002$). Puisque les différentes hypothèses de recherche sont confirmées, alors l'hypothèse générale de notre recherche selon laquelle le capital psychologique des individus a une influence significative sur leur vulnérabilité au processus de manipulation sur les réseaux sociaux.

4.2- Interprétation des résultats

Les réseaux sociaux aujourd'hui représentent un univers fréquenté par un nombre considérable d'individus. Tous ou presque tous les utilisateurs passent de nombreuses heures. Indépendamment de la complexité de cet univers, ils y vont avec une grande confiance. D'ailleurs, la majorité des participants se sentent protégés contre les dangers des réseaux sociaux. Ils affirment pour la plupart être capables de ne tirer que le meilleur des réseaux sociaux. L'idée d'un échec n'est pas envisageable pour eux. Leur croyance dans leur capacité à éviter les pièges est si élevée qu'ils s'exposent davantage au risque dans les réseaux

sociaux donc le but est de mettre en confiance les utilisateurs afin d'accroître leur dépendance. L'actualité sur les réseaux sociaux est conçue de manière à maintenir les utilisateurs le plus longtemps sur le fil d'actualité qui défile. Les informations y sont nombreuses et variées pour davantage les plaire. Les succès stories diffusés dans le fil d'actualité attisent leur optimisme et accroissent davantage leur confiance dans les opportunités qu'ils recherchent sur les réseaux sociaux. Il reste constamment en état d'alerte et passe de plus en plus de temps sur la toile à la recherche d'un mieux-être. Leur obsession pour les réussites qu'ils espèrent les amène à surmonter les échecs subis. Les fake news, les arnaques et les commentaires négatifs auxquels ils sont exposés de manière permanente sont quelques expériences fâcheuses qu'ils dont ils deviennent rapidement amnésiques. Cette capacité à développer une forte résilience à un fort ancrage dans les succès stories et les opportunités proposées en masse. Les stratagèmes déployés par les concepteurs des réseaux sociaux sont déployés de manière à développer une dépendance accrue pour les utilisateurs. La radio et la télévision n'ont plus la primeur de l'information comme autrefois parce qu'elle apparaît sur les réseaux sociaux plus vite. Bien plus que la télévision, les réseaux sociaux divulguent les informations qui sont censurées à la télévision. Elle donne une meilleure vue de la réalité et n'obéit pas toujours aux règles normatives qui encadrent la diffusion d'informations dans tous les domaines. Le désir de manipulation s'étend jusqu'au sondage pour des événements sensibles pour lesquels l'avis de l'opinion publique est important. Pour les campagnes et leurs résultats très souvent les résultats y sont diffusés avant l'information officielle et donc cela aguche les utilisateurs qui sont toujours à la recherche du « scoop » pour devenir la source d'informations auprès d'autres personnes. Cette tendance à croire que la primeur de l'information se trouve sur les réseaux sociaux accroît la dépendance pour et rend l'utilisateur plus manipulable.

4.3- Discussion des résultats

Les résultats de la présente étude montrent que le capital psychologique de l'individu joue un rôle majeur dans la capacité de l'individu à faire face à la manipulation sur les réseaux sociaux. Cette étude n'est pas la seule à reconnaître le capital psychologique comme un élément efficace pour faire face à la difficulté. D'ailleurs Peterson et al. (2011) affirment que le capital psychologique favorise de meilleures performances et des attitudes positives de travail. Si les réseaux sociaux peuvent fournir l'information, les excès qu'on y retrouve entretiennent l'utilisateur dans une spirale de manipulation. Selon Pelletier (2012), sur les réseaux sociaux, il y a une exacerbation perverse qui a trait à la diffusion des contenus. Cette distorsion augmente l'attrait pour les réseaux sociaux. La confirmation de l'hypothèse générale du présent travail va dans le même sens que l'étude de Maza et al. (2023) qui affirme que les changements cognitifs ont lieu dans le cerveau des adolescents qui passent beaucoup de temps sur les réseaux sociaux. Ces changements cognitifs entraînent une baisse des capacités d'attention de ceux qui sont exposés aux réseaux sociaux (Chokron, 2022). La manipulation de l'opinion publique sur les réseaux sociaux est très courante pour orienter les choix. Dans le cadre politique, les réseaux sociaux sont le lieu de rencontre des potentiels électeurs. Les trolls et les bots sont systématiquement utilisés pour les campagnes politiques dans le but d'influencer le choix des électeurs (Perez, 2018). Roset (2013) affirme d'ailleurs que le capital psychologique influence l'acte de vote qui a aussi un ancrage émotionnel. La corrélation entre le capital psychologique et la capacité à résister aux influences est soutenue par Vellut (2021). Selon ce dernier, plus le capital psychologique est élevé moins la susceptibilité de résister aux influences négatives est élevée.

Aujourd'hui, la dépendance aux réseaux sociaux est un fait social de premier ordre. Ainsi, face à l'influence négative et

grandissante des réseaux sociaux sur les utilisateurs l'urgence d'une éducation aux médias sociaux s'impose. L'exposition prolongé aux médias sociaux détériorant la santé mentale de l'utilisateur, contrôler le temps que passe les individus aux contact de ceux-ci est une solution qui pourrait être adoptée. Dailleur, Jahagirdar et al. (2024) affirment l'existence du lien entre utilisation de médias sociaux et dépression, stress et anxiété chez des employés. Le constat de la dangerosité de l'utilisation exacerbée des réseaux sociaux apparait donc évident au vue des conséquences qui en découlent sur la santé de l'individu.

Conclusion

Les réseaux sociaux constituent aujourd'hui un fait d'armes, une arène où dorénavant se livrent tous les combats. Le désir de rallier tous les spectateurs – utilisateurs – à sa cause est un objectif majeur. Tous ou presque tous les contenus y sont est diffusés dans le but de séduire, influencer, faire de la publicité, bref manipuler. Indépendamment de l'avis de l'utilisateur, il est exposé à de multiples informations qui défilent dans son fil d'actualité. Cela draine de plus en plus un nombre important d'utilisateur à l'adoption de comportement tendancieux. Ce constat a justifié le postulat de l'hypothèse générale de notre recherche selon laquelle le capital psychologique des individus a une influence significative sur leur vulnérabilité au processus de manipulation sur les réseaux sociaux. Ladite hypothèse qui a été opérationnalisé en trois hypothèses de recherche portant sur la confiance en soi, l'optimisme et la résilience a été validé après vérification à l'aide de la corrélation de Spearman. Cela nous a permis de comprendre le poids significatif que la confiance en soi, l'optimisme et la résilience ont dans la capacité de l'individu à faire face à la manipulation liée au flux d'informations auxquels il est exposé sur les réseaux sociaux. En raison de la

nécessité de l'utilisation des réseaux sociaux dans la configuration mondiale actuelle ainsi que les nombreuses dérives qui leurs sont corrélées, l'éducation à l'utilisation des plateformes sociales numériques s'impose dorénavant avec acuité.

Références bibliographiques

Bandura Albert, 1997. *Self-Efficacy the exercice of control*, Freeman.

Carver Charles et Scheier Michael, 2001. "Optimism, pessimism, and self-regulation"., In : *Optimism and Pessimism; Implication for Theory, Research, and Practice*. E. C. Chang, (Ed.), pp. 31-51, American Psychological Association.

Chokron Sylvie, 2022. *Notre capacité d'attention « piratée » par les réseaux sociaux*". Observatoire B2V des Mémoires.
<https://www.observatoireb2vdesmemoires.fr/publications/notre-capacitedattention-piratee-par-les-reseaux-sociaux> – consulté le 18 janvier 2024.

Coutu Diane, *How resilience works*. **Harvard Business Review**, 5/ 2002, pp. 46- 55.

De Hoe, Roxane et Janssen Frank, 2016. Le capital psychologique permet-il d'apprendre et de rebondir face à un échec entrepreneurial ?, in *Management international / International Management / Gestión Internacional*, N°20, pp 18–28. <https://doi.org/10.7202/1046559ar>

Hayek Michael, « Control beliefs and positive psychological capital », *Journal of Management Research*, 12/2012, pp. 3-13.

Jahagirdar, V., Lenisha, A., Sequeira, N., Roohi, F., Sulta, A., Faiyaz, S. & Seema, M. (2024). Evaluation de l'impact de la dépendance aux médias sociaux sur les comportements psychosociaux tels que la dépression, le stress et l'anxiété chez les professionnels en activité.

https://link.springer.com/10.1186/s40359-024-01850-2?utm_source=chatgpt.com

kamdem Chedjou, 2022, *Chiffres des réseaux sociaux et d'internet au Cameroun en 2022*,

<https://histoiresdecem.com/2022/01/31/chiffres-reseaux-sociaux-internet-cameroun-2022/>

Krumm Martin et Tarquinio Cyril, 2011. *Traité de psychologie positive*, De Boec Supérieur.

Luthans Fred, Youssef Carolyn et Avolio Bruce, 2007, *Psychological capital : developing the human competitive edge*, Oxford Universit Press

Luthans Fred, Youssef Carolyn et Aviolo Bruce, 2004, « Human, Social, and now positive psychological capital management : investing in people for competitive advantage », in *Organizational Dynamics*, 33, pp 143-160. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2004.01.002>

Masten Ann et Jelena Obradovic, 2006. « Competence and resilience in development », in *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1094, pp 13-27

Maza Maria, Fox Kara, Kwon, Seh-Joo Flannery Jessica, Lindquist katherine, Prinstein Mitch et Telzer Eva, 2023, « Association of habitual checking behaviors on social media with longitudinal functional brain development » in *Jama pediatrics*, 177, pp 160-167.

Pelletier, Jean-Jacques, 2012. *Les Visages de l'humanité*, Alire,

Perez Charles, 2018. *Manipuler l'opinion publique sur les réseaux sociaux : c'est possible !* la tribune.

https://theconversation.com/manipulation-l'opinion-publique-sur-les-reseaux-sociaux-cest-possible-104164?utm_medium=article_native_share&utm_source=theconversation.com

Peterson Suzanne, Luthans Fred., Avolio Bruce, Walumbwa Fred. et Zhang Zhen, 2011, « Psychological capital and

employee performance : A latent growth modeling approach », in *Personnel Psychology*, N°64, pp 427- 450.

Peterson Christopher, 2000, « The future of optimism ».in *American Psychologist* , N°55, pp 44-55.

Rosset Clément, 2013. *Faits divers*, PUF, Paris.

Sahut Jean-Michel, 2017, Capital psychologique de l'entrepreneur et performance de l'entreprise nouvellement créée au Cameroun : le rôle modérateur des forces des liens du capital social, 10^e congrès de l'académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, Dakar 6-8 Décembre 2017.

Seligman Martin, 1998. *Learned optimism*, Pocket Books, New York.

Sophos France, 2020, *Propagande informatique : la manipulation sur les réseaux sociaux comme arme politique se développe*. Sophos France

Vellut Didier, 2021, Investir dans votre capital psychologique pour plus d'engagement et de bien-être au travail ... cap ou pas cap ? http://www.davidvellut.com/capital-psychologique/?utm_source=perplexity

Yamakawa Yasuhiro, Peng Mike et Deeds David, 2015, Rising From the Ashes : Cognitive Determinants of Venture Growth After Entrepreneurial Failure, in *Entrepreneurship Theory and Practice*, N° 39, pp 209-236.

Zimmerman, Barry, 2000, Self-efficacy: an essential motive to learn, in *Contemporary Educational Psychology*, N°25, pp 82-91.