

Les sites de rencontre : un nouveau terrain de recherche en interculralité Online Dating Platforms: A New Field For Intercultural Research

MOSTEFA DAOUADJI Hamida * Université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem, Algérie,
hamidamostefa@yahoo.com

ROUBAI-CHORFI Mohamed El Amine Université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem, Algérie,
rcmea@yahoo.fr

Received: 01 November 2025

Accepted: 16 November 2025

Published: 20 December 2025

Résumé :

Cette recherche a pour objectif de présenter les sites de rencontre comme vecteurs d'interculturalité. Elle examine leur rôle comme espaces numériques de socialisation favorisant les échanges culturels et la communication entre utilisateurs issus de cultures différentes. La démarche méthodologique adoptée, nous ont donné la possibilité d'aller au-delà d'un descriptif du sujet parlé et de déterminer l'un des facteurs qui font des sites de rencontre un terrain de recherche privilégié pour les recherches en interculralité. En effet, les sites de rencontre sont un espace de communication interculturelle par excellence où se croisent des utilisateurs appartenant à des diverses communautés linguistiques et culturelles. Ces plateformes contribuent non seulement à l'enrichissement culturel mais favorisent également le dialogue interculturel tout en incitant à la remise en question des préjugés qui peuvent empêcher le processus d'acceptation de l'autre et la compréhension mutuelle.

Mots clés : site de rencontre, culture, échange culturel, interculralité, représentation.

Abstract:

The present study aims to present dating sites as vectors of interculturality. It investigates the role of these platforms as digital spaces for socialization that promote cultural exchange and communication between individuals from different cultural backgrounds. The methodological approach adopted here allowed us to go beyond a simple description of the topic discussed here and to identify one of the factors that make dating sites a privileged field of research for the study of interculturality. In fact, dating websites represent a space of intercultural communication par excellence, where users from diverse linguistic and cultural communities and backgrounds interact. These platforms contribute to not only cultural enrichment, but also promote intercultural dialogue, while encouraging the questioning and the critical reflection on prejudices that may hinder the process of accepting others and the development of mutual understanding.

Keywords: dating site, culture, cultural exchange, interculrality, représentation.

* Auteur correspondant

1. Introduction :

À notre époque, le monde numérique est une alternative à un espace public verrouillé, les multiples usages qu'il nous offre sont devenus indispensables dans tous les domaines de la vie quotidienne, surtout avec le choc planétaire de 2020. Notre paradigme a complètement changé, et nous nous étions trouvés dans l'obligation de digitaliser même nos pratiques quotidiennes. Grâce aux applications et aux services d'internet tels que les réseaux et les médias sociaux, le contact et la rencontre en ligne avec un autre appartenant à une autre communauté linguistique et culturelle différente est de plus en plus facile.

Surtout en Algérie, le pays plurilingue et pluriculturel qui se caractérise par la complexité de son paysage linguistique, composé de plusieurs sphères langagières, à savoir :

- La sphère arabophone ;
- La sphère berbérophone ;
- La sphère des langues étrangères où le français et l'anglais occupent une place déterminante et importante dans la société.

Internet est devenu partie intégrante de la vie quotidienne de l'homme, il, utilisé principalement pour naviguer ou accéder au portail d'information illimité, intéresse de plus en plus les interculturalistes de par leurs aspects communicatifs et culturels. Plusieurs recherches ont été lancées pour étudier son impact sur l'homme, quel soit sur son identité ou sa perception du monde.

L'espace numérique est un lieu d'interactions interculturelles où se mêlent plusieurs cultures, si nous voulons aujourd'hui aborder ce sujet, c'est parce qu'il n'est plus une question de l'étudier comme support d'information ou de canal de communication mais plutôt un porteur des marques et des traces culturelles et un déclencheur de certains phénomènes sociaux tels que les représentations.

C'est pour cette raison que nous avons choisi de nous concentrer dans cette étude sur les sites de rencontre, l'un des médias sociaux qui véhiculent l'aspect culturel et interculturel.

Parmi les raisons qui nous ont motivées à opter pour ce sujet, c'est notre intérêt pour la dimension interculturelle, en tant que principe d'ouverture, l'interculturel accorde une importance à l'individu, considéré comme sujet aux caractéristiques culturelles différentes, et permet la réconciliation et l'acceptation de l'un et l'autre.

Ce qui intrigue notre réflexion est notre expérience personnelle qui réside dans le fait que nous avons nous même utilisé un ensemble d'applications mobiles et des sites de rencontre au cours de notre parcours universitaire dans le but d'apprendre les langues étrangères.

Effectivement, ces plateformes constituent un lieu de croisement des langues et des cultures différentes. Par ailleurs, la navigation sur les sites de rencontre est devenue une nécessité pour garder le contact avec l'autre, c'est pourquoi il est important d'analyser et d'examiner leur rôle en tant que lieux privilégiés d'ouverture, d'apprentissage et de rencontre interculturelle, où se tissent de nouvelles formes de communication et d'intercompréhension entre utilisateurs appartenant à des contextes culturels divers.

Notre problématique s'articule autour de ces deux questions : Comment les sites de rencontre, en tant qu'espaces numériques de socialisation, contribuent-ils à l'enrichissement

culturel et favorisent-ils la communication interculturelle entre internautes issus de cultures différentes ? Peuvent-ils être considérés comme des vecteurs d'interculturalité ?

Afin de répondre à ces questions, deux hypothèses ont été émises, à savoir :

- Nous supposons que les sites de rencontre donnent accès à des ressources linguistiques et culturelles différentes qui créent un environnement favorable pour l'enrichissement culturel, l'interaction et la communication interculturelle.
- La particularité des sites de rencontre, notamment à travers les éléments culturels associés au profil de l'utilisateur, contribue à renforcer les représentations figées liées à la culture française.

2. L'interculturel à travers le numérique

L'interculturel est un concept très récent qui était largement étudié par les chercheurs interculturelles, mais jusqu'à présent, il leur est impossible de donner une définition propre, à cause de son profondeur et son interdisciplinarité, le concept est sociopolitique, mais il ne cesse de toucher tous nos domaines de la vie. Avant d'entrer dans le vif du sujet, il faut d'abord jeter un regard sur la conception sémantique du mot.

2.1 Définition de l'interculturel

D'après Abdallah Prétceille (1996), l'interculturel est composé d'un préfixe « inter », qui signifie « entre », et d'une racine « culturel », dérivée du mot « culture ». C'est la préfixation qui nous infléchit du lexème noyau (culture). Le préfixe « inter » indique deux points essentiels quant à la conception du mot, à savoir :

- Dépassement de la conception « multi »culturalisme, où les cultures se retrouvent séparées dans une société donnée.
- Le contact entre les groupes d'une société, la mise en relation, l'interaction et l'interpénétration entre les cultures. (cité par Sabri & Ibri, 2017, p. 384)

La « culture » constitue le noyau central du terme, dans son sens le plus large, elle est définie par Legendre (1988) comme « *ensemble de manière de voir, de sentir, de percevoir, de penser, de s'exprimer, de réagir, des modes de vie, des croyances, des connaissances, des réalisations des us et coutumes, des traditions, des institutions, des normes, des valeurs, des mœurs, des loisirs et des aspirations* ». (Cité par Chaves, Favier, Péliissier, 2012, p. 09)

Certains anthropologues, définissent la culture selon le modèle d'iceberg, développé par Edward T. Hall, dans les années 1970. La partie de surface ou la partie visible, vue et observée contient 10 % de la culture, elle inclut tout ce que l'homme peut voir, dire, goûter/manger, toucher, écouter et sentir, tels que le style vestimentaire, la langue, les chansons, la gastronomie,...etc. par contre, 90% correspond à la partie invisible ou sous la surface, tels que les croyances et les valeurs. Cette métaphore nous permet de voir la culture d'un autre angle, nous observons qu'une petite partie de la culture d'une société, mais si nous voulons la comprendre véritablement, il faut aller plus profondément. (Leanza, 2013, p. 01-02). À titre d'exemple, à travers la communication avec les représentants de la culture, qui peut révéler une autre dimension et des significations implicites et qui ne peuvent être saisies qu'en allant au-delà des apparences.

La métaphore d'iceberg, introduit timidement, l'idée d'existence des cultures différentes, car, le fait de décrire les composantes culturelles explicites et implicites d'une culture, selon ce modèle universel de catégorisation, est un signe d'existence de plusieurs modèles culturels. La théorie a pour but de décortiquer les composantes culturelles d'une culture pour qu'elles soient comprises, mais chaque culture a ses propres différences, et ces différences qui créent la diversité culturelle, alors comment arriver à gérer ces différences ? (Li, Adnan, & Gong, 2023, p. 05)

L'interculturel vient pour cette raison, il embrasse l'ensemble de la culture et gère la diversité culturelle au sein d'une société donnée, il permet la réconciliation et la tolérance entre les différents groupes culturels, quels soient des groupes minoritaires ou non, toutes les cultures sont égales, Cette mise en relation des cultures, permet de voir la culture comme concept dynamique, où chaque culture peut influencer l'autre, voir même, l'acceptation de certaines perceptions et représentations.

Selon Chaves, Favier et Péliissier (2012), l'interculturel est « *Une démarche qui vise la construction de passerelles, de liens entre les cultures. Cette approche est par conséquent une reconstruction constante de l'identité dans la relation ; il s'agit, d'une part, d'accepter la diversité des regards de rencontrer d'autres points de vue et de comprendre des modes de vie différent et d'autres part, de comprendre que l'on est soi-même rarement le produit d'une seule appartenance culturelle* ». (Chaves & Favier & Péliissier, 2012, p. 12)

D'après ces auteurs, l'interculturel est une démarche qui crée des liens entre les cultures différentes, elle vise l'acceptation des jugements d'autrui et la diversité culturelle pour construire une propre identité culturelle. Autrement dit, un regard, une manière d'analyser la diversité culturelle, et un mode d'interrogation sur les interactions culturelles.

Le développement croissant et rapide de la technologie, a eu comme effet majeurs sur la multiplication de cultures différentes, nous citons à titre d'exemple, les sites de rencontre.

2.2 Définition des sites de rencontre

Un site de rencontre, comme l'indique l'expression elle-même, renvoie à un espace virtuel de rencontre en ligne, qui vise la socialisation et le rapprochement des peuples éloignés, en leur permettant de s'interagir, et de partager leurs expériences et leurs cultures. (Atsawintarangkun, Yuizono, 2014, p. 01)

Les sites de rencontre sont considérés comme faisant partie des réseaux socionumériques, dans la mesure où ils visent la même finalité : celle de l'interaction et la mise en relation. Toutefois, à la différence des autres plateformes socionumériques comme Facebook et X (Twitter), les sites de rencontre ne sont pas conçus prioritairement pour partager de contenus audiovisuels (vidéos, images, textes, etc.), leur conception demeure plus restreintes, puisqu'elle se limite essentiellement à offrir un espace d'échange interpersonnel orienté vers la rencontre tout en limitant les barrières d'ordre linguistiques et culturel.

Les sites de rencontre, sont considérés comme lieu de ressources linguistiques et culturelles, Loiq (2011) affirme que les médias sociaux en générale « *apparaissent comme les outils de la circulation de contenus culturels qui viennent s'inscrire dans ces espaces culturels distincts* ». (Loiq, 2011, P02)

Ils « *favorisent également le partage mais ce sont surtout des espaces de rencontre par cooptation* ». (Joannés, 2008, P182), si nous rassemblons tout ce qui était dit précédemment, nous comprenons que ces sites préservent et favorisent certains principes de l'aspect interculturel, par

exemple : les internautes peuvent entrer en contact avec les natifs de la culture cible et ils peuvent engager une communication interculturelle,...etc. A ce propos, Loiq (2011) partage le même avis en avançant que : « *Ils sont des dispositifs de médiation investis dans des logiques locales et des échanges internationaux produisant alors des conditions nouvelles d'interaction interculturelle* ». (Loiq, 2011, P02)

Mais est-ce vraiment le cas ? Sont-ils forcément un espace d'intercompréhension ? Lors d'une communication, les internautes, issus d'une culture différente, sont exposés à un certain degré d'intercompréhension et de représentations, quels soient des obstacles d'ordre linguistique ou culturel, l'internaute ne peut pas comprendre et interpréter à 100 % ce qui était dit, chaque internaute a ses propres perceptions et sa propre vision qu'il lui permet d'accepter ou refuser la culture de l'autre. C'est pour cela, que nous avons mené cette recherche pour étudier, analyser et vérifier le rôle que jouent ces sites de rencontre.

3. Outils et méthodologie :

Pour réaliser le volet pratique de cette recherche, nous avons fait une enquête en ligne par questionnaire sur les sites de rencontre Mektoub et MeetMe. A ce stade-là, Il convient de mentionner que cette enquête a été réalisée au mois d'août 2021.

Nous avons posé 09 questions différentes à notre public cible composé de 62 utilisateurs algériens (26 femmes, 36 hommes), de régions diverses (Alger, constantine, chlef, oran,...), dont l'âge varie entre 20 et 60 ans. Cette méthode, qui s'inscrit dans l'approche quantitative, vise le traitement de l'information et la recueille des éléments susceptibles d'apporter des réponses à notre question de départ.

Les questions sont de types différents, elles vont du générale au particulier ; des questions fermées à réponses uniques (oui/non) qui vont nous aider à analyser et interpréter facilement les réponses et des questions ouvertes pour laisser, aux internautes, le libre choix de s'exprimer.

Au début, nous avons créé un compte/profil sur chaque site cité précédemment, puis nous avons analysé la façon dont nous allons procéder et diffuser notre questionnaire. Les deux sites ont la même structure, une messagerie instantanée ou un live. Donc, il était préférable d'envoyer le questionnaire en ligne via les conversations, et des fois nous nous sommes trouvés dans l'obligation de poser les questions sous forme d'un message sachant que nous avons dès le début nous identifions comme chercheur pour faciliter la récolte des données et pour éviter tout type de conversation informelle et hors sujet (faire des connaissances, les conversations à caractère sexuelles,...etc.)

Parfois, la question a dû être modifiée pour faciliter la compréhension, à travers le processus de reformulation et la traduction en arabe vu le type de site (ou application) sur lequel nous travaillions.

Nous avons choisi de travailler sur les sites de rencontre pour plusieurs raisons :

- Les sites de rencontre sont à la base un système et un espace de rencontres en ligne qui permet aux gens de rentrer en contact et de communiquer les uns avec les autres quels que soient leurs objectifs personnels.
- Le site de rencontre est un espace limité entre deux services seulement (la messagerie instantanée et le live) contrairement aux réseaux sociaux (facebook, twitter...) qui sont très

vastes à étudier puisqu'ils proposent plusieurs modes d'activité (le profil, le groupe, la page,...) et plusieurs types de contenu.

- Les sites de rencontre constituent un champ d'étude riche et multidisciplinaire, largement explorés par des chercheurs issus de différents domaines de recherches comme la psychologie, les études des médias et de l'informatique. Les sujets les plus fréquemment abordés dans ces recherches sont la présentation de soi et les performances identitaires, le plus souvent dans une perspective psychologique. En prenant en considération l'objectif des sites de rencontre qui est la rencontre culturelle et interculturelle, l'interconnectivité et le partage des représentations, des idées et des valeurs différentes, ces plateformes s'avèrent donc un excellent terrain d'enquête où nous pouvons mener des nouvelles recherches surtout dans le cadre de l'interculturalité.
- La structure des sites de rencontre est différente de toutes les structures existantes dans les autres médias sociaux, car elle ne présente pas seulement un catalogue de personnes, mais bien une liste d'éléments culturels attachée au profil de l'utilisateur. C'est-à-dire, chaque profil présente l'appartenance culturelle de la personne qu'elle soit liée à sa religion, ses croyances, ses pratiques culturelles, la gastronomie,...etc. ce que Cardon (2019) appelle l'identité civile, définit comme un ensemble des éléments fixes qui renvoient à l'identité de l'utilisateur, comme le sexe, le nom, le prénom, l'âge, la localisation, et parfois même mensurations, profession ou revenus, appartenance culturelle, etc. (Cardon, 2019, p.122)

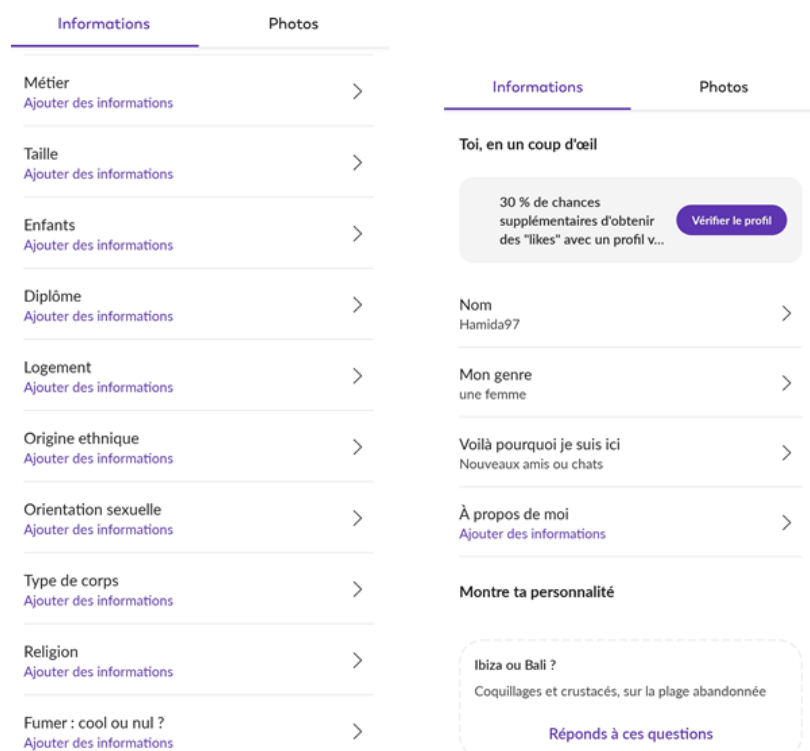


Image 1 : Les coordonnées attachées au profil de l'utilisateur- MeetMe.

La photo ci-dessous montre le type de site de rencontre utilisé dans notre enquête :



Image 2 : Logo des sites de rencontre utilisés dans cette recherche.

4. résultat et discussion :

Le questionnaire nous a permis de recueillir des données et des informations très importantes pour la recherche que nous avons structurée autour de quatre axes principaux, permettant de structurer notre étude de manière claire et cohérente.

Les sites de rencontre : un lieu de croisement des langues et des cultures

Q01 : En quelle langue se font les échanges sur le site ?

Nous avons constaté à l'issue de cette question, qui constitue un point de départ de la recherche, que (57.4%) des utilisateurs algériens s'expriment en langue française, (42.5%) communiquent en arabe, et (1.7%) d'entre eux optent pour autres langues. La maîtrise et l'appropriation de ces compétences linguistiques veut dire que le site de rencontre est un véritable carrefour pour les différentes langues et cultures. Cette diversité linguistique est un signe de présence de la diversité culturelle. Car, si plusieurs langues sont en interaction, plusieurs cultures seront nécessairement en contact. Si nous avons parlé de la culture, c'est pour expliquer ce rapport d'interpénétration entre la langue et la culture, la langue porte en elle des marques culturelles et la culture se manifeste par la langue. Les deux concepts sont donc interdépendants.

La rencontre interculturelle en ligne

Q02 : Echangez-vous avec des français sur ce site ?

Les données recueillies montre que (95.8%) des utilisateurs utilisent les sites pour parler avec des Français, et les (04%) qui restent, quelles que soient leurs régions, communiquent entre eux. Les deux questions confirment notre spéculation concernant l'échange avec l'autre appartenant à une autre communauté culturelle. Puisque la majorité s'exprime en français, les échanges sont faits avec des natifs français.

Q03 : Pour quelles raisons vous faites ces échanges ?

Le but de ces échanges, diffère d'une personne à l'autre, à savoir : (39.4%) des utilisateurs discutent pour des objectifs personnels (fonder une famille, ...) et (9.5%) pour passer du temps. Par contre, (40.1%) utilisent les sites pour assouvir la curiosité de découvrir d'autres perspectives, d'autres cultures et civilisations et (10.7%) se connectent pour apprendre le français ou mettre en pratique leur compétence linguistique, car, les sites constituent un moyen ludique pour apprendre les langues d'une façon autonome et authentique.

L'échange culturel/interculturel et la manifestation du culturel

Q04 : Faites-vous des échanges culturels avec ces étrangers ? Si oui, citez des exemples.

Dans cette question, aucune personne n'a répondu par (non), les réponses sont à (100%) affirmatives. Les internautes communiquant avec les français, malgré leurs différents objectifs personnels, abordent plusieurs sujets liées à la culture française. Les réponses sont plusieurs et diverses, c'est pour cela, la classification de ces éléments culturels est nécessaire.

Pour catégoriser ces éléments, nous adoptons le modèle décrit par Chaistain (1988). Il explique que la culture est composée d'un ensemble des artefacts et institutions culturelles importants et qui sont souvent considérés comme les piliers de la culture d'une société, elle renvoie aux grandes productions et contributions de la société en général ou de l'individu en particuliers, elle renvoie souvent à l'histoire, l'économie, la politique ainsi que les grands hommes politiques, écrivains, artistes, etc. du pays, cette approche, est souvent appelée « Culture avec grand C » ou « big C Culture ». Par contre, la « culture avec un petit c » ou « small c culture », englobe le mode et le style de vie d'une société, c'est-à-dire la façon dont les gens vivent et comportent, les croyances, les gestes, les valeurs...etc. (Chastain, 1988, P.388)

Les résultats obtenus englobent :

Tableau 1 : Les composantes culturelles de la culture française abordées par les internautes.

Big C Culture (n)	Small c culture (n)
L'art, littérature (03)	Vie quotidienne (36)
L'économie (15)	Les conditions de vie (15)
Education (02)	Relations interpersonnelles (19)
Géographie (12)	Valeurs, croyances et attitudes (08)
L'histoire (17)	Convention sociales (04)
Institution et les normes de la société (10)	Traits de caractère (04)
Politique (25)	Comportement rituel (03)
Les fondements juridiques (09)	

Le tableau montre combien de fois l'élément culturel a été cité par les internautes, ces derniers donnent plusieurs réponses, et ce que nous avons constaté que la majorité discutent à propos des composantes institutionnelles et formelles de la société française, celles qui renvoient à une vision officielle et socialement reconnue de la culture française comme la politique, l'histoire et l'économie. Il convient de mentionner que ces sujets renvoient souvent à des références partagées entre la France et l'Algérie.

Par contre, une partie aborde des sujets à propos de grandes contributions culturelles liées à la littérature. Certains internautes orientent leurs échanges vers des aspects plus informels de la culture française comme le style/mode de vie, les valeurs, les comportements sociaux et les pratiques quotidiennes.

Q05 : Les informations personnelles attachées au profil de l'utilisateur, représentent-elles sa culture ?

Au vu des résultats, (67.06%) d'enquêtés s'opposent à cette idée, et (32.9%) des répondants pensent que les informations personnelles représentent la culture des natifs français.

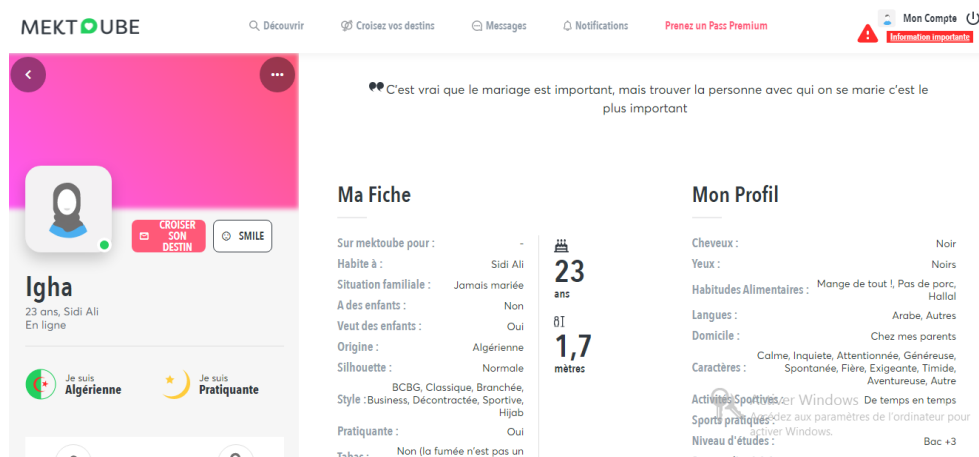


Image 3 : Quelques exemples sur le type d'informations attachées au pofil des utilisateurs-Mektoube.

Q06 : Est-ce que ces informations vous permettent de déterminer quelle personne avec qui parler ? Justifiez votre réponse.

Comme indiqué ci-dessus, les informations personnelles renvoient à la culture de l'utilisateur, son style et mode de vie, ses croyances etc.... (88,02%) des répondants pensent que même si ces informations sont des généralités liées à l'identité de la personne, elles leurs aident à choisir les personnes avec qui parler, le fait de les prendre en considération est un plus pour eux, ils considèrent ces informations comme des connaissances qui éveillent la curiosité envers l'autre. Par contre, (11,9%) s'opposent à cette idée, ils considèrent ces généralités comme des informations inutiles, l'essentiel c'est la conversation directes avec l'autre, puisqu'elle dévoile la réalité de la personne cachée derrière le profil, et parfois, les informations ne correspondent pas vraiment à la personne. Ces opposants pensent qu'il y a plus qu'un style de vie, c'est-à-dire, la culture est plus qu'une pratique culturelle, mais une manière d'agir, de voir et de percevoir la réalité d'une société.

Le rôle des sites de rencontre dans l'élaboration des représentations culturelles/interculturelles :

Q07 : est-ce ces éléments culturels vous permettent d'apprendre sur la culture de l'autre ?

Pour cette question, les enquêtés nous ont fourni des réponses différentes, la minorité (25.1%) considère ces informations comme des composantes de l'identité de la personne, un moyen d'indentification et de représentation de soi, ce qui va leur permettre d'apprendre diverses connaissances culturelles. Par contre, une majorité qui correspond au (74.8%), pensent que ces informations ne présentent pas forcément la culture ou l'appartenance culturelle de la personne, car, elles restent des informations superficielles et des généralités que tout le monde connais, c'est-à-dire, une sorte de stéréotype.

Q08 : Pensez-vous que le site de rencontre peut influencer sur votre opinion vis-à-vis la culture française ?

(56.2%) des enquêtés pensent que s'ils rentrent en contact avec les natifs français, la possibilité d'apprendre plus sur la culture française est grande, mais si les gens prennent en considérations la listes d'éléments culturels attachés au profil, peut-être, il y aura une sorte d'enfui, parce que chaque personne à ses propres perceptions, interprétations et son degré

d'acceptation de l'autre. Ils avancent aussi que parfois, ils ont des idées fausses sur les français, mais grâce aux conversations, ils découvrent une autre réalité, donc, il y a un certain processus de généralisation.

En revanche, (8.3%) des répondants ne savent pas vraiment si c'est le cas, ils acceptent n'importe quelle culture, l'essentiel pour eux, c'est de s'amuser, s'exprimer et d'avoir un natifs français avec qui parler.

(35.3%) disent que les sites de rencontre ne peuvent pas être le seul moyen d'influence, il y aura toujours d'autres facteurs qui vont changer l'avis des gens vis-à-vis la culture française tels que les médias et les mouches électroniques dans les commentaires sur les réseaux sociaux. Ils adhèrent autres facteurs aussi comme l'environnement, la famille, et l'école.

Ces réponses nous ont rappelé les travaux de Lapointe, Luckierhoff et Prévost (2020) sur les influences culturelles sur les réseaux sociaux, ils expliquent que l'internaute est non seulement influencé par les médias, mais par autre agents d'influence tels que l'environnement familial, les professeurs et les groupes de pairs, tous ces facteur contribuent à la façon de voir la culture de l'autre.

Q09 : Pensez-vous que la communication via ce site élimine les obstacles tels que : les préjugés, les stéréotypes vis-à-vis la culture française ?

D'après les enquêtes, (61.6%) avancent que l'un des objectifs des sites de rencontre est d'entrer en contact avec autrui. A travers les conversations, les représentations et les opinions vont paraître, donc, la possibilité, de communiquer les malentendus ou tous ce qui participe à forger les idées figées vis-à-vis autrui, est grande. De plus, la nature de ces sites vise la promotion de la diversité culturelle/linguistique et l'élimination des barrières culturelles. Cependant, la non maîtrise de la langue peut créer aussi des malentendus au niveau de sens, donc, il est préférable de maîtriser certains aspects linguistiques pour comprendre le sens complet.

En revanche, (38.3%) des participants pensent que les sites de rencontre présentent généralement une image figée de la culture française. Selon eux, les éléments intégrés aux profils ne constituent que des étiquettes, représentant la dimension superficielle d'une culture. Ces informations sont perçues comme une sorte d'identité de façade. Cette dernière, généralement, a été déjà expliquée par Blanchet (2007) pour désigner l'image de soi que l'individu construit souvent en fonction des attentes communicationnelles, elle n'est pas nécessairement le reflet de l'identité culturelle réelle mais plutôt une mise en scène de soi, destinée à être vue et perçue d'une certaine manière par autrui. (Blanchet, 2007, p.25)

Dans le cas des sites de rencontre, l'« identité de façade » se manifeste à travers le profil de l'utilisateur où l'utilisateur façonne une image valorisante ou culturellement marquée de lui-même, ce qui participe au renforcement et à la circulation des représentations culturelles.

5. Conclusion :

En conclusion, dans le cadre de cette recherche, centrée sur l'étude des sites de rencontre en tant que vecteurs d'interculturalité, nous avons adopté une approche quantitative, une démarche méthodologique qui nous a permis de tester et de confirmer les hypothèses formulées au début de notre recherche.

A partir des résultats des quatre premières questions, nous avons pu comprendre que les sites de rencontre sont un moyen d'échange culturel et interculturel, qui promeut la rencontre avec autrui. Cependant, à travers la cinquième et la sixième question, nous avons pu savoir que l'utilisateur

est confronté à un ensemble d'obstacles d'ordre culturel, tels que, les stéréotypes et les clichés à cause du fonctionnement des sites de rencontre. Les éléments culturels attachés au profil des natifs français présentent des fois, une image figée d'eux et des généralités qui renforcent les représentations des algériens vis-à-vis la culture française des français.

Ces éléments participent dans la circulation des visions étriquées, des représentations figées et dans la création des frontières symboliques empêchant de développer une conscience interculturelle, ils renforcent également les écarts existants entre les différentes langues-cultures. L'internaute est en quelque sorte devant un processus d'adjectivation d'autrui.

Les sites de rencontre participent dans la construction d'une identité numérique de façade, c'est-à-dire les gens se présentent seulement par les grands identifiants d'une culture, alors que la culture n'est pas seulement qu'une pratique. La culture est composée d'un ensemble d'éléments implicites que les gens ne peuvent pas voir mais comprendre qu'à travers les interactions. C'est ce que prouve le modèle de l'iceberg de la culture qui illustre belle et bien cette idée.

Ces sites sont un lieu de croisement des langues et des cultures, mais la non-maitrise de la langue française peut être aussi un obstacle lors de la communication interculturelle, elle peut rompre l'échange et empêcher l'individu de comprendre et s'ouvrir à la culture étrangère. Car, les mots sont polysémiques et porteur de sens différents. Chaque mot véhicule une charge culturelle spécifique, liée aux représentations d'une communauté. Sa pleine compréhension n'est possible qu'à travers une maîtrise approfondie de la langue et du contexte socioculturel dans lequel il s'inscrit.

Les sujets liés à la culture française et abordés par les internautes montrent que ceux-ci engagent, souvent inconsciemment, des communications interculturelles qui jouent un rôle crucial dans leur compréhension de l'autre. Cela nous permet d'affirmer que ces échanges participent au dévoilement, à la discussion et parfois à la résolution des malentendus et des incompréhensions interculturelles.

Les sites de rencontre ont à la fois un effet positif et négatif, ils constituent un moyen suscitant l'esprit de découverte et d'ouverture sur autrui et un lieu où se manifestent les obstacles d'ordre culturel tels que les préjugés. Toutefois, il faut rester attentif à l'usage que l'on en fait.

Dans la mesure où les paramètres et fonctionnalités des sites de rencontre relèvent exclusivement de leurs concepteurs, toute modification directe reste hors de portée des utilisateurs, et puisque ces plateformes sont avant tout orientées vers des objectifs personnels et relationnels, il devient essentiel de réfléchir à d'autres solutions susceptibles d'avoir un impact sur l'utilisateur lui-même. Dès lors, le travail sur les campagnes publicitaires, visant la sensibilisation à la tolérance de l'autre, diffusées sur ces plateformes ou d'autres réseaux sociaux pourrait contribuer à promouvoir des valeurs d'ouverture et de dialogue entre les cultures différentes.

Enfin, ce travail de recherche n'est pas une fin en soi, le domaine d'« interculturelité et médias sociaux » est si nouveau et si vaste qu'il donc recommandé de le développer dans d'autres recherches, nous citons à titre d'exemple, l'expérience virtuelle interculturelle et son rôle dans l'acceptation de l'autre appartenant à une autre communauté culturelle.

6. Liste Bibliographique :

- Atsawintarangkun, P. & Yuizono, T., (2014), *How different cultures affect online communication on knowledge sharing between the Thais and Chinese*, In P. L. P. RAU (éd.), *Cross-cultural design, Lecture Notes in Computer Science*, vol. 8528, Springer, Berlin, 505–516.
- Blanchet, P., *L'approche interculturelle comme principe didactique et pédagogique structurant dans l'enseignement/apprentissage de la pluralité linguistique*, (2007), Glottopol, Revue de sociolinguistique en ligne, 10, Rouen, 39–50.
- Cardon D. (2019). *Culture numérique*. Presses de Sciences Po.
- Chaistain, K. (1988). *Developing second language skills: Theory and practice*. Harcourt Brace Jovanovich.
- Chaves, R.-M., Favier, L., & Pelissier, S. (2012). *L'interculturel en classe*. Collection *Les outils malins du FLE*. Retz.
- Eid, C., & Fady, F. (2014). *Les interculturalités : États des lieux et perspectives, théories et pratiques*. EME & Intercommunications.
- Joannes, A. (2008). *Communiquer par l'image*. Dunod.
- Lapointe, M.-C., Lucherhoff, J. & Prévost, A.-S., (2020), *Les influences culturelles à l'ère des réseaux sociaux numériques*, Enjeux et société, Québec, 7(2), 245–270.
- Leanza, Y., (2013), *La culture comme un iceberg ?*, Alterstice : Revue internationale de la recherche interculturelle, Québec, 3, 1–4.
- Li, J., Adnan, H. M. & Gong, J., (2023), *Exploring cultural meaning construction in social media: An analysis of Liziqi's YouTube channel*, Journal of Intercultural Communication, Göteborg, 23(4), 1–12.
- Loicq, M. (2011), *Médias et interculturalité : L'éducation aux médias comme espace d'éducation interculturelle*, [Thèse de doctorat, Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3, Université Laval].
- Olusiji, L., Pena, M. & Méndez-Alarcon, C., (2024), *Exploring Big C and Small c cultural content across proficiency levels of a popular EFL textbook: Toward a sustainable vocabulary teaching method*, Pakistan Journal of Life and Social Sciences, Faisalabad, 22(2), 4945-4961.

7. Annexes :

Question 01 : en quelle langue se font les échanges sur le site ?

- ☐ Arabe
- ☐ Français
- ☐ Anglais
- ☐ Autre

Question 02 : Echangez-vous avec des français sur ce site ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Question 03 : Pour quelles raisons vous faites ces échanges ?

.....

Question 04 : Faites-vous des échanges culturels avec ces étrangers ? Si oui, citez des exemples.

☐ Oui

☐ Non

Question 05 : Les informations personnelles attachées au profil de l'utilisateur, représentent-elles sa culture ?

☐ oui

☐ non

Justifiez votre réponse.....

Question 06 : est-ce que ces informations vous permettent de déterminer quelle personne avec qui parler ? Justifiez votre réponse.

☐ Oui

☐ Non

Question 07 : est-ce ces éléments culturels vous permettent de découvrir et redécouvrir la culture de l'autre ? Justifiez votre réponse.

☐ oui

☐ non

Question 08 : Pensez-vous que le site de rencontre peut influencer sur votre opinion vis-à-vis la culture française ?

.....

Question 9 : Pensez-vous que la communication via ce site élimine les obstacles tels que : les préjugés, les stéréotypes,...etc ?

☐ oui

☐ non

Si oui, comment ?.....