



Article scientifique

Article

2020

Accepted version

Public access

This is an author manuscript post-peer-reviewing (accepted version) of the original publication. The layout of the published version may differ .

Médias sociaux et diaspora digitale : entre l'identité et le développement de soi des immigrées chinoises en Suisse à travers l'utilisation de WeChat

Chen, Yali; Chang, Jiang

How to cite

CHEN, Yali, CHANG, Jiang. Médias sociaux et diaspora digitale : entre l'identité et le développement de soi des immigrées chinoises en Suisse à travers l'utilisation de WeChat. In: French Journal for Media Research, 2020.

This publication URL: <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:150382>

© This document is protected by copyright. Please refer to copyright holder(s) for terms of use.

Last deposit update in Archive ouverte UNIGE on 16.03.2023 01:15

Médias sociaux et diaspora digitale : entre l'identité et le développement de soi des immigrées chinoises en Suisse à travers l'utilisation de *WeChat*

Yali CHEN, Doctorante-Assistante, Institut des Études Genre, Université de Genève

Jiang CHANG (auteur correspondant), Professeur, École des médias et Communication, Université de Shenzhen, criver@protonmail.ch

Résumé

En se basant sur le cadre conceptuel de la diaspora digitale, cet article emploie les méthodes qualitatives des entretiens semi-directifs et des observations en ligne pour découvrir et discuter des motivations, des objectifs, des stratégies et des résultats de l'utilisation de WeChat, une des plateformes de réseaux sociaux les plus utilisées en Chine, par les immigrées chinoises en Suisse, afin de comprendre le rôle que jouent les médias sociaux dans la reconstruction de l'identité et la réidentification culturelles des femmes migrantes. L'article démontre trois modèles d'utilisation de WeChat parmi les femmes chinoises en Suisse sur la co-présence virtuelle entre le pays d'origine, et la société d'accueil, l'exposition de soi et identification culturelle et le développement de l'E-commerce féminin, explique comment ces femmes utilisent les avantages technologiques de WeChat pour articuler les identités culturelles et les capitaux culturels en négociation avec leur patrimoine culturel d'origine, et problématise leur façon de lutter pour l'égalité sociale dans la société d'accueil avec une approche individualiste et émotionnelle.

Mots-clés : médias sociaux, diaspora digitale, immigrées chinoises en Suisse, identité culturelle

Introduction

À partir des années 1980, de plus en plus de recherches ont étudié les femmes migrantes (Morokvasic, 1983, 1984). À l'intersection de la nationalité étrangère et de leur position de genre, les femmes migrantes sont souvent discriminées vis-à-vis de leur culture, des droits et du travail dans le pays d'accueil, notamment en ce qui concerne la division sociale du travail. Cette situation se trouve également chez les femmes hautement qualifiées (Anderson, 1993 ; Kim, 2008 ; Liversage, 2009). Par conséquent, les femmes migrantes risquent plus de devenir

victimes de violence domestiques que les femmes locales (Brounridge et Halli, 2002 ; Erez et *al.*, 2009). De plus, avec la montée en puissance de l'extrême droite, certains pays commencent à restreindre les politiques d'immigration notamment en ce qui concerne la migration par le mariage. Etant donné que la structure sociale se base principalement sur la culture patriarcale traditionnelle, ce sont souvent les femmes qui subissent les influences négatives de ces politiques d'immigration strictes, notamment pour les femmes en provenance des pays moins développés et qui immigreront par le mariage dans les pays plus développés en Europe et en Amérique (Houstoun et *al.*, 1984 ; Kawaguchi et Lee, 2016 ; Verkuyten, 2011).

Depuis l'ouverture économique de la Chine au marché mondial en 1978 et notamment depuis l'adoption de la loi sur la libéralisation de la circulation de la population en 1985, le nombre de chinois ayant migré à l'étranger par différents canaux n'a pas cessé d'augmenter. Selon l'*International Migration Report* de 2017, le nombre de Chinois émigrés a atteint 10.0 millions en 2017, faisant de la Chine le quatrième pays après l'Inde, le Mexique et la Russie en termes de population à l'étranger (Nations Unies, 2017, p.13). Dans les pays européens et nord-américains, bien que le niveau de revenu des immigrés en provenance de la Chine soit généralement supérieur à celui des autres immigrés des groupes ethniques minoritaires, les femmes chinoises ayant immigré vers ces pays par le mariage ou par autres formes de regroupement familial sont souvent plus discriminées structurellement que leurs homologues masculins (Zong et Batalova, 2017). Les discriminations vécues par les femmes migrantes ne se reflètent pas seulement dans les domaines juridiques et politiques des droits de l'éducation, de l'emploi et de la santé, etc., mais sont également liées à la montée en puissance de l'extrême droite qui encourage le sexisme et l'objectivation des femmes migrantes (Lim, 2018). De ce fait, les femmes migrantes asiatiques, y compris les Chinoises, se trouvent souvent dans des dilemmes où elles reçoivent difficilement le respect de la société d'accueil et s'intègrent à peine au marché de l'emploi local. Bien que le phénomène migratoire des femmes chinoises en tant que personnes dépendantes qui suivent leur père ou époux diminue au jour d'aujourd'hui, et que celles qui migrent à l'étranger possèdent souvent un niveau d'éducation plus élevé et des compétences professionnelles plus importantes que les générations précédentes, les femmes Chinoises migrantes restent davantage victimes d'inégalités de traitement dans la société d'accueil en raison d'une série de facteurs structurels liés à l'histoire de l'immigration du pays d'accueil. Pour cette raison, les femmes chinoises rapportent des difficultés à s'intégrer dans la culture locale ainsi que l'impression de vivre comme une *outsider*. Par conséquent, la vie des migrantes chinoises à l'étranger n'est pas seulement un problème social et juridique, mais

également un problème culturel et politique. Cela fait également l'objet d'attention particulière de notre recherche qui critique trois structures historiques du phénomène de la migration des femmes chinoises au niveau international concernant les répressions des femmes provoquées par les relations traditionnelles de genre, le regard et l'objectivation orientalistes, ainsi que le problème des différences de classes transnationales causées par le déséquilibre du développement économique mondial. De ce fait, les activités sociales et la conscience communautaire des migrantes chinoises sont devenues des enjeux heuristiques pour comprendre leurs migration, identité et culture dans le contexte de la glocalisation.

Avec l'émergence des technologies numériques et la vulgarisation de l'utilisation des médias sociaux, la migration internationale et le développement de culture sont entrés dans une nouvelle ère. L'utilisation des médias sociaux par les migrants crée un effet culturel d'une « voix à double sens »¹. D'une part, grâce à la vulgarisation d'utilisation et la facilité d'accès des médias sociaux, les migrants du XXIe siècle ont un canal plus fluide que jamais pour accéder et s'intégrer à la culture locale (Tapscott, 2009). D'autre part, les médias sociaux sont dotés d'avantages transfrontaliers et interculturels et ne rendent plus nécessaire l'intégration culturelle locale pour les immigrés dans la société d'accueil ; ainsi, l'intimité émotionnelle et des ressources culturelles issues de la culture originaire coexistant avec la culture différente de la société d'accueil permet aux migrants de renforcer, dans une certaine mesure, l'influence de la culture originaire sur leur vie dans la société d'accueil (Kim, 2017a). Pour le dire simplement, les médias sociaux ne fournissent pas que de nouveaux canaux de communication pour les groupes immigrés, mais également transforment les attributs des réseaux relationnels humains quotidiens des immigrés (Dekker et Engbersen, 2013), ce qui devient une perspective indispensable pour les études de migration quant à l'observation et l'interprétation de la culture des migrants.

En se basant sur l'observation et l'analyse de l'utilisation des médias sociaux des femmes migrantes chinoises en Suisse, cette recherche présente la manière dont ces femmes utilisent la technologie numérique pour améliorer leur situation de la vie en Suisse et rechercher et reconstruire une identité stable, et ainsi développent des stratégies pour contester diverses oppressions structurelles et politiques. Cet article a pour l'objectif d'expliquer la diaspora digitale chinoise et d'essayer de construire la notion du statut politique numérique des femmes migrantes.

¹ 双行道 (Shuang Xing Dao) : une voix qui donne deux sens contraires mais complémentaires.

Migrants, Médias sociaux et Diaspora digitale

Les médias sociaux jouent un rôle de plus en plus important dans la construction de la communauté et l'identification culturelle des groupes migrants grâce à sa vulgarisation dans la vie quotidienne (Dekker et Engbersen, 2013 ; Kim, 2017b ; Oh, 2016). Du point de vue de l'élaboration des politiques, les médias sociaux peuvent être utilisés par les forces politiques conservatrices en tant qu'un outil pour faire circuler des discours stéréotypés et même des politiques contre les groupes migrants (Don et Lee, 2014 ; Esses et *al.*, 2013). Les médias sociaux peuvent aussi devenir un moyen pour les groupes migrants à s'adapter à un nouvel environnement culturel le plus rapidement possible et ainsi à chercher une nouvelle identification dans le pays d'accueil (Chen, 2010 ; Khvorostianov et *al.*, 2011). Du point de vue du développement personnel, les médias sociaux peuvent souvent briser les contraintes géographiques en offrant la possibilité de la co-présence en ligne pour aider les migrants à gérer plus efficacement les affaires familiales ainsi que l'éducation des enfants dans leur pays d'origine (Nedelcu, 2002). Cette pratique est également bénéfique pour la santé psychologique et émotionnelle des migrants notamment pour les migrantes féminines (Nedelcu et Wyss, 2016).

Dans la littérature de la migration, le comportement de l'utilisation des médias sociaux par les jeunes migrants et les femmes migrantes a attiré plus d'attention que celui des hommes migrants. Ce phénomène est probablement lié au statut social plus défavorisé de ces deux groupes par rapport à celui des migrants masculins. Bunge et *al.* (2016) ont souligné que les jeunes migrants sont plus aptes que les autres groupes d'âge de migrants à utiliser les médias sociaux pour surmonter les difficultés émotionnelles, comportementales et cognitives rencontrées dans la vie migratoire dans le pays d'accueil. Ils peuvent souvent accéder à de très riches ressources culturelles par le biais des médias sociaux afin de rendre la transition identitaire culturelle plus facilement (Bunge et *al.*, 2016). De plus, Helsper (2013) a constaté que les femmes sont émotionnellement plus sensibles que les hommes en général au niveau de la construction sociale de genre, les femmes migrantes utilisent ainsi les médias sociaux plus fréquemment que leurs compatriotes masculins pour communiquer avec leurs parents et amis restés dans le pays d'origine pour exprimer leurs émotions à distance (Helsper, 2013). Dans une certaine mesure, l'utilisation des médias sociaux affaiblit la structure hiérarchique originale des groupes migrants, rend la compétence numérique de plus en plus importante pour leur développement personnel (Noguerón-Liu, 2013) et améliore indirectement leur profil public et leur visibilité culturelle en particulier pour les jeunes migrants et des femmes migrantes.

Depuis la perspective de la culture de la migration transnationale, la vulgarisation de la technologie numérique et des médias sociaux a fait de la vie de la migration et de sa culture une réalité bien au-delà des limites de l'espace physique, les groupes migrants sont devenus des communautés virtuelles de différentes identités. Étant donné que les migrants de différents groupes ethniques et culturels manifestent différents comportements en utilisant des sites Internet et des outils de communication numériques différents, les communautés digitales se forment de façons diverses et complexes, notamment en termes de langues, de comportements économiques, de valeurs culturelles et de quadrants politiques, etc. Ce mécanisme de formation de communauté est largement soutenu dans les recherches sociales sur les migrants chinois, érythréens et russes (Bernal, 2006 ; Chen, 2006 ; Elias et Shoren-Zeltser, 2012). Ces travaux présentent les communautés virtuelles des migrants et leurs descendants qui utilisent la technologie numérique et des plateformes digitales pour communiquer et interagir culturellement comme la diaspora digitale. Dans le contexte de la mondialisation, la diaspora digitale, à l'aide de la diffusion et l'échange d'information sur la base de la même culture, redéfinit les frontières nationales et favorise la formation d'une nouvelle identité nationale digitale pour les migrants (Laguerre, 2010). La recherche d'Halperin (2018) sur l'utilisation des technologies numériques des immigrants palestiniens au Royaume-Uni a montré que la formation et le développement de la diaspora digitale ont un impact significatif sur la vie réelle géopolitique (Halperin, 2018). Ainsi, l'étude de Zhang et Wang sur l'état actuel de l'utilisation des médias sociaux par la communauté chinoise en Australie a également démontré des résultats similaires (Zhang et Wang, 2019).

Le cadre conceptuel de la diaspora digitale constitue une référence précieuse pour cette recherche. D'une part, en considérant les groupes migrants spécifiquement connectés les uns aux autres en utilisant les médias sociaux comme la diaspora digitale, permet de dépasser le cadre des études traditionnelles de migration qui se concentrent uniquement sur la dimension de l'identité nationale, cette recherche examine les identités et la subjectivité des immigrants dans une perspective plus intersectionnelle, y compris le genre, le statut économique, les valeurs personnelles, les inclinations politiques et les attitudes de la vie migratoire, etc. Nous pouvons dire que les médias sociaux ont rendu visibles ces facteurs culturels qui étaient auparavant considérés comme moins importants pour les migrants, permettant de rendre compte de la complexité de l'identification des groupes migrants. La complexité de l'identité des migrants constitue la prémisse pour penser la mondialisation culturelle de manière générale ainsi que pour établir une base théorique pour l'établissement des politiques d'immigration.

D'autre part, la notion de la diaspora digitale considère l'utilisation de la technologie numérique comme un facteur principal dans la construction et l'identification du statut des migrants, ce qui nous offre une nouvelle approche pour observer, comprendre et interpréter les expériences de vie de différents groupes migrants. De plus, en considérant l'identification des migrants comme un processus de digitalisation, nous sommes en mesure d'explorer le potentiel culturel et politique de la nouvelle identité des migrants à partir des capacités techniques de différentes plateformes numériques afin de contribuer à une réflexion de la démocratie culturelle et à l'égalité identitaire dans un sens plus large.

Méthodologie

En s'appuyant sur la théorie de la diaspora digitale et sur une étude qualitative approfondie, cet article explore la relation entre les comportements des immigrées chinoises dans l'utilisation des médias sociaux et l'amélioration de leur situation de la vie en Suisse, leur identification culturelle ainsi que leur développement de la conscience politique.

Ce terrain est particulièrement heuristique pour deux raisons. Premièrement, avec l'entrée de la Suisse dans l'initiative chinoise « *One Belt, One Road* », les échanges économiques, commerciaux et culturels entre la Chine et la Suisse sont devenus de plus en plus fréquents, ce qui rend beaucoup plus visible la vie des immigrants chinois en Suisse et leurs rôles joués dans les relations entre les deux pays. Marylène Lieber (2010) a souligné que le rôle des immigrants chinois en Suisse est passé de l'assistance mutuelle à la promotion des intérêts économiques (Lieber, 2010), ce qui révèle la transformation du rôle des nouveaux immigrants chinois dans la société suisse depuis le XXI^e siècle. Cependant, quelle est la relation entre ce processus de la transformation de rôle des immigrants chinois en Suisse et leur intégration culturelle et identification communautaire dans l'ère numérique ? Avons-nous souvent négligé les voix marginales et les inégalités retrouvées au sein de ce groupe malgré leur présence de plus en plus nombreuse en Suisse ? Ce sont des questions auxquelles nous allons répondre par une recherche empirique et explicite. Deuxièmement, la Suisse a une situation particulière de par sa politique d'immigration stricte et la protection extrême de ses propres citoyens. De ce fait, la discrimination à laquelle les femmes migrantes sont confrontées dans différents domaines sociaux mérite de plus en plus de préoccupation par les médias et les recherches académiques. Un rapport publié par la Commission fédérale des migrations (CFM) en 2019 montre que le

taux d'emploi des immigrées féminines en Suisse (68.6%) est nettement inférieur à celui des immigrés masculins (78%), des ressortissantes Suissesses (83%) et encore beaucoup plus incomparable par rapport à celui des ressortissants suisses masculins (85%). Les immigrées féminines sont les plus vulnérables sur le marché du travail en Suisse. Malgré le fait que la plupart des immigrées féminines en Suisse ont des qualifications et des compétences professionnelles supérieures à la moyenne des citoyen-ne-s locaux, elles occupent néanmoins des emplois ne correspondant pas à leur niveau de compétence et de diplôme (CFM, 2019). Parmi les divers facteurs culturels qui influencent l'identité des immigrés en Suisse, le genre est une structure oppressive profondément enracinée. Nous nous demandons alors si l'utilisation générale de la technologie numérique aide à changer cette situation chez les immigrées féminines en Suisse. Les femmes migrantes peuvent-elles utiliser les médias sociaux pour acquérir du pouvoir et former de nouvelles sensibilités collectives afin d'améliorer leur vie en Suisse ? Cela mérite également à répondre à une question de valeur théorique.

Afin de répondre aux questions posées ci-dessus, cet article se focalise spécialement sur l'utilisation de Wechat par les femmes migrantes chinoises en Suisse. Wechat est une plateforme sociale développée par la société chinoise Internet Tencent, qui permet aux utilisateurs d'envoyer des messages textuels et vocaux, de partager des vidéos et images, ou de faire les appels audio et vidéo à leurs contacts. Il est également possible de faire des vidéoconférences, des discussions de groupe entre plusieurs personnes. De plus, cette plateforme permet d'exposer des photos de vie privée et de les partager avec les amis sur leur liste de contact de WeChat à travers la page de la publication des Moments. Les amis sur WeChat peuvent aussi envoyer des émoticônes et des « pochettes rouges » avec de l'argent chinois lors que l'application est reliée avec un compte bancaire chinois. Cette plateforme se présente comme une combinaison de WhatsApp et de Facebook (qui ne sont pas autorisés en Chine), mais possède des fonctions plus diversifiées. Au premier trimestre 2019, le nombre d'utilisateurs de WeChat a atteint 1,11 milliard², ce qui révèle que Wechat est devenu le principal média social utilisé par les Chinois. Ainsi, depuis ces dernières années, WeChat joue un rôle de plus en plus important dans la vie quotidienne des Chinois d'outre-mer, notamment dans la constitution de la communauté chinoise dans la société d'accueil et dans l'organisation des mouvements sociaux par les Chinois d'outre-mer. Ce phénomène a largement été étudié par les recherches en sciences sociales pour comprendre les comportements digitaux des Chinois à l'étranger (Harwit, 2017 ; Zhou et Liu, 2016). Néanmoins, il n'existe pas encore de recherche

² <https://www.statista.com/statistics/255778/number-of-active-wechat-messenger-accounts/>.

qui s'intéresse spécialement à l'utilisation de ce média par les femmes chinoises d'outre-mer. Cette recherche a donc vocation de combler cette lacune scientifique.

Notre recherche mobilise principalement deux méthodes. Premièrement, nous avons conduit 52 entretiens qualitatifs entre juillet 2016 et octobre 2017 auprès des femmes migrantes chinoises en Suisse. La plupart de ces enquêtées ont été recrutées par WeChat et ensuite rencontrées directement dans leurs cantons de résidence, principalement dans le canton de Genève, de Zurich, de Berne et de Vaud. Tous les entretiens sont durés entre 60 et 90 minutes, en Chinois et ont été traduits en Français par la suite. Ces entretiens semi-structurés se sont concentrés généralement sur trois thèmes autour de l'utilisation de WeChat : a) la vie et les expériences professionnelles des enquêtées avant leur immigration en Suisse ainsi que les raisons de leur choix d'immigration ; b) les modes et les situations d'utilisation de WeChat de ces femmes chinoises en Suisse ; c) l'influence de WeChat sur leur vie quotidienne en Suisse, notamment sur leur émotion et identité. Deuxièmement, nous avons observé les discours et les activités de ces 52 enquêtées dans six groupes de discussion WeChat organisés par les Chinois en Suisse avec l'accord de nos enquêtées afin de compléter les informations concernant l'utilisation de WeChat de nos enquêtées et résumer les différentes manières dont elles utilisent WeChat pour la communication et la construction de l'identité.

En employant la méthode d'analyse thématique, couramment utilisée dans les recherches concernant l'utilisation des médias sociaux, nous analysons les significations émotionnelles et symboliques de cette utilisation de WeChat. A partir de ces données qualitatives obtenues lors des entretiens et des observations, nous avons pu identifier trois grands modes d'utilisation de WeChat par les immigrées chinoises en Suisse. Il s'agit de la coprésence virtuelle par la communication immédiate sur WeChat, l'identification de soi par l'exposition de la vie personnelle sur WeChat à travers la page de la publication des Moments, et la stratégie de développer son statut économique et familial en développant des activités commerciales sur WeChat.

Données et analyses

Co-présence virtuelle entre le pays d'origine et la société d'accueil

Les femmes migrantes utilisent souvent les médias sociaux pour se connecter, communiquer et partager des informations les unes avec les autres pour des raisons émotionnelles. Hillis et al. (2015) qualifient ce phénomène comme *networked affect* et considèrent que la technologie

numérique est non seulement un outil auxiliaire dans la formation de la communauté, mais forme également de nouvelles intensités, sensations et valeurs à l'égard de l'émotion (Hillis et al., 2015). Lors de nos entretiens avec les migrantes chinoises en Suisse, nous avons constaté que l'utilisation de WeChat par ce groupe est principalement par la motivation émotionnelle.

Dans notre recherche, la plupart de nos enquêtées ont clairement indiqué qu'elles utilisent principalement WeChat dans leur vie quotidienne en Suisse afin de maintenir les relations avec leurs familles et amis restés en Chine, dans le but d'atténuer l'impact de la distance sur leurs liens émotionnels avec leurs parents et amis. En particulier, la culture traditionnelle chinoise implique d'« honorer les parents » comme un principe éthique fondamental. L'idiome chinois « Tant que vos parents sont vivants, il est préférable de ne pas voyager loin » (*fu mu zai, bu yuan you* 父母在, 不远游) signifie l'obligation pour enfants adultes de prendre soin de leurs parents âgés. Pourtant, à cause de la distance, la piété filiale pour les femmes chinoises qui immigreront à l'étranger devient un dilemme éthique à résoudre. Dans ce cas, les médias sociaux offrent une facilité de communication avec la distance spatiale. Plusieurs immigrées chinoises soulignent que le fait d'utiliser WeChat comme un intermédiaire de communication a largement résolu le problème de la piété filiale à la distance sans avoir entraîné plus de coûts économiques et du temps par rapport à avant.

Meling indique qu'elle envoie des messages à ses parents sur WeChat presque tous les jours, elle exprime son amour et ses attentions envers ses parents principalement par WeChat :

« Dans notre discussion sur WeChat, je leur (aux parents) demande comment s'est passée leur journée et comment ils vont au niveau de leur état physique. Je leur raconte ma journée en Suisse, je parle des choses spéciales que j'ai faites ou des personnes que j'ai rencontrées, je parle de mon mari et mon fils ».

Par sa présence dans la vie de ses parents sur WeChat, Meiling souligne que le fait de se tenir au courant de la vie quotidienne entre ses parents et elle permet que ses parents se fassent moins de soucis pour elle. Une autre enquêtée, Huiyan a mentionné la pratique similaire de l'utilisation de WeChat que celle de Meiling:

« Auparavant, je passais des appels internationaux à mes parents, mais le prix de l'appel international était trop élevé. Je ne pouvais pas les appeler tous les jours, peut-être une fois par semaine. Depuis l'apparition de WeChat, la connexion internationale est devenue beaucoup plus souple et plus facile. Je peux leur envoyer un message textuel ou vocal quand je souhaite.

Je les contacte également par vidéo lorsque je ne suis pas occupée afin de se voir directement sur l'écran. Cela nous procure des sentiments très agréables ».

Comme Meiling et Huiyan, l'absence physique des migrantes chinoises en Suisse envers leurs parents est compensée par la présence et le soin émotionnel sur WeChat. Cela ne signifie pas simplement que Wechat peut offrir une extension de temps et d'espace à ces femmes pour une communication transnationale, mais aussi la transmission d'images, de vidéos et de liens. Il est aussi possible d'effectuer des transferts financiers par la fonction d'envoyer une pochette rouge ou de mener des conversations en vidéoconférence qui permet aux parties échangeurs de parler et de se voir en temps réel. L'expression des émotions devient désormais diversifiée. En d'autres termes, les affordances techniques de WeChat permettent aux femmes chinoises en Suisse d'effectuer des communications et des accompagnements émotionnels à la nouvelle façon chinoise, ce qui conduit à la numérisation de la diaspora chinoise globale (Sandel et *al.*, 2019).

En outre, une autre utilisation de WeChat soulignée par les enquêtées de cette recherche consistent plutôt la participation à divers groupes de discussion organisés par leurs membres de familles ou leurs amis en Chine. Ceci permet aux immigrées chinoises en Suisse de maintenir la stabilité du réseau social dans le pays d'origine. Cette façon de communiquer en groupe a souvent lieu pendant les fêtes traditionnelles chinoises.

Feiyan, une enquêtée de 55 ans qui est arrivée en Suisse en 2003, mentionne qu'elle a de nombreux groupes de discussion avec des personnes en Chine sur WeChat organisés par la famille entre les frères, les sœurs et les cousins, les cousines, ainsi que d'autres groupes contenant les amis ou les anciens collègues du travail en Chine.

« On se demande souvent de nouvelles sur WeChat dans notre groupe de discussion. Quand je retourne en Chine, je leur annonce par un envoi de message dans le groupe et on organise des repas ensemble. Mais ce qui est drôle est qu'on envoie des pochettes rouges pendant les fêtes chinoises notamment pour le Nouvel An Chinois, tous les membres de groupe se réagissent et se battent pour obtenir la grosse pochette possible. Après chaque lancement de pochette rouge, on se compare entre nous pour voir qui a eu la pochette la plus élevée. C'est drôle et ça nous ramène à la jeunesse. En même temps, je sens également l'ambiance de la fête depuis la Suisse, ça me rend heureuse. Bien sûr, j'envoie aussi les pochettes rouges à ma sœur pour lui dire que je ne l'oublie pas même si je suis en Suisse et que je l'aime comme avant. » Du fait que la Chine et la Suisse ont des traditions culturelles très différentes, le sens cérémonial des fêtes

traditionnelles est inévitablement numérisé par WeChat pour les femmes chinoises qui vivent en Suisse. La communication transnationale par le biais de l'utilisation de WeChat rend possible la pratique de l'« être ensemble » avec la famille et les amis dans le pays d'origine pour les immigrées chinoises en Suisse et façonne leurs différentes manières de « faire la famille » à distance, en particulier en ce qui concerne l'expression de l'intimité.

WeChat devient non seulement le principal média permettant aux immigrées chinoises en Suisse de maintenir des liens familiaux transnationaux, mais leur permet également d'établir des réseaux avec d'autres Chinois en Suisse et leur donne l'occasion d'exprimer leurs sentiments individuels, leurs opinions sur la société suisse et même leurs émotions suscitées par différents aspects de leur vie migratoire en Suisse. Sachant que les Chinois en Suisse ne sont pas seulement un petit nombre, mais sont également très dispersés du niveau géographique, il leur est difficile de rencontrer d'autres Chinois autour de leur lieu de résidence et de former une communauté chinoise Suisse. Grâce aux groupes de discussion sur WeChat, une communauté chinoise virtuelle a pu être établie en Suisse. À travers nos observations, nous constatons que presque toutes les enquêtées dans notre recherche rejoignent un ou plusieurs groupes de discussion WeChat organisés par les Chinois en Suisse et elles sont également très actives dans les discussions de groupe. Cet aspect montre que les femmes chinoises en Suisse sont plus sensibles et motivées dans leurs expressions émotionnelles que leurs compatriotes masculins, et en même temps cela signifie également qu'elles sont peut-être moins satisfaites de leur vie et de leur état psychologique que les hommes chinois et ont donc besoin de communiquer davantage en ligne pour manifester leurs émotions. En effet, parmi les 52 Chinoises interrogées, la plupart entre elles se trouvent dans un état professionnel instable. De plus, à cause des barrières linguistique et culturelle locales, elles rapportent leur besoin de communiquer avec des personnes de la même communauté.

Qingying est venue en Suisse en 2010 par le mariage transnational avec un homme suisse. Pendant l'entretien elle n'a pas que mentionné la joie et le bonheur de sa vie familiale en Suisse, mais se plaignait également de son rôle de femme au foyer à plein temps, et ce notamment car elle avait un salaire assez élevé dans une entreprise importante du secteur des assurances en Chine et avait un réseau social d'amis et collègues important avant sa migration. Sa situation actuelle de sans-emploi ainsi la barrière linguistique la place la met dans un état isolé de la société.

« La culture chinoise et la culture occidentale sont très différentes, de plus, je ne parlais pas la langue locale. Il était difficile pour moi au début quand je suis arrivée en Suisse. J'étais

déprimée, car des fois, je ne parlais pas un mot pendant la journée quand mon mari était parti pour travailler. [...] Parfois je rencontrais des Chinois dans la rue, je prenais tout de suite l'initiative de les saluer et de leur demander leur contact. Alors mon mari faisait la même chose, quand il voyait quelqu'un ayant l'air asiatique, il lui disait bonjour et lui demandait son contact, car il savait que je m'ennuyais sans ami ici. [...] Plus tard, j'ai découvert les différents groupes de discussion organisés par les Chinois en Suisse sur WeChat, je trouve très pratique, j'ai enfin pu parler avec des gens qui ont le même problème que les miens, ils me comprennent. De plus, il y a beaucoup de femmes dans les groupes qui sont venues en Suisse par le mariage. Nous partageons nos expériences de vie similaire. »

En inspirant de l'entretien de Qingying, nous observons plusieurs groupes de discussion WeChat tels que « Le groupe d'entraide de culture et de loisir chinois » et « Le groupe d'association d'entraide asiatique en Suisse » et trouvons que les femmes chinoises sont plus expressives que les hommes, comme le souligne Qingying. Cela prouve également leur statut vulnérable en Suisse ainsi que leur besoin émotionnel à la dépendance de la communauté culturelle et à la culture d'origine ainsi que leur volonté de protéger leur identité chinoise. En plus des fonctions émotionnelles, le groupe de discussion WeChat a également joué un rôle pratique dans la vie quotidienne pour les immigrées chinoises en Suisse. Zizhu, arrivée en Suisse en 2015 explique : « Lorsque je venais d'arriver en Suisse, je savais très peu sur la société, mais en consultant le groupe de discussion Wechat, j'avais acquis beaucoup de connaissances sur l'éducation des enfants, le shopping, les problèmes médicaux et même les politiques publiques Suisse ».

Les observations montrent également que les questions posées par des nouveaux arrivés dans les groupes de discussion WeChat obtiennent toujours des réponses par les compatriotes chinois qui résident en Suisse depuis un certain temps et qui sont déjà familiarisés à la société suisse. Nous constatons également que certaines personnes interrogées dans notre recherche organisent très activement des activités sur les fêtes traditionnelles chinoises ou sur des informations liées à la promotion de la culture chinoise ou du mode de vie chinoise. Certaines publient également des annonces des séminaires qu'elles organisent sur les thèmes concernant l'assurance maladie suisse ou les projets de coopération sino-suisse visant à faciliter la vie quotidienne des immigrés chinois en Suisse. Ce type d'informations pratiques est souvent très apprécié par les membres du groupe de discussion, qui peuvent à la fois acquérir des connaissances sur la Suisse et se rencontrer les uns et les autres pendant l'activité, ce qui fait alors étendre leurs liens dans la vie réelle.

Cependant, sur les groupes de discussion WeChat, les immigrés chinois en Suisse n'organisent pas seulement des échanges d'information ou des activités pratiques, mais s'engagent également dans des débats politiques notamment en ce qui concerne la politique chinoise. Par exemple, en juillet 2016, après l'arbitrage de La Haye en mer de Chine méridionale, les membres de certains groupes Wechat organisés par les Chinois en Suisse ont tout de suite manifesté leur mécontent à l'égard de la décision qui donnait tort à la Chine. Plusieurs personnes interrogées ont mentionné pendant l'entretien qu'elles ont participé activement à la discussion et que cette affaire les a énormément marqué. Comme Lingsu qui est arrivée en Suisse au début de l'année 2015 souligne :

« À ce moment, j'ai ressenti les sentiments patriotiques des Chinois d'outre-mer. La volonté unique qui nous a réunis sur les groupes de discussion WeChat était que le territoire de la Chine soit indivisible. Même si nous sommes à l'étranger, nous avons également besoin de cet honneur national ».

Le contenu des discussions paraît riche et varié même lorsque les messages n'ont pas de but concret. Certaines personnes paraissent s'ennuyer de leur vie en Suisse et envoient des messages uniquement pour passer le temps. Par exemple, nous observons que plusieurs de nos enquêtées partagent simplement des articles chinois de réconfort émotionnel avec les autres membres du groupe ou partagent des plaisanteries chinoises pour exprimer leurs sentiments ou atténuer leur pression dans la vie ou au travail. Ce type de contenu n'a pas spécialement de but pratique pour les femmes, mais cette façon d'exprimer l'ennui ou les sentiments sont aussi acceptée par d'autres membres, ce qui signifie également que les immigrés de la même communauté partagent les mêmes sentiments et valeurs, qu'ils peuvent se comprendre et peuvent se satisfaire du sentiment d'appartenance à la communauté. Ils ont besoin de cette communauté virtuelle pour s'identifier en tant que Chinois en Suisse et exprimer les problèmes et difficultés rencontrés dans la société d'accueil avec des personnes qui partagent le même sentiment et la même perception.

WeChat n'offre pas seulement une plateforme pour maintenir les liens affectifs et exprimer l'accompagnement patriotique émotionnel, mais réussit également à rassembler numériquement les Chinois en Suisse en une diaspora avec de la même expérience émotionnelle et un mode de vie semblable. WeChat permet une co-présence dans la société d'origine et la société d'accueil pour les femmes chinoises qui sont immigrées en Suisse. WeChat est même devenu comme un outil stratégique pour les femmes chinoises qui sont souvent victimes de

discrimination sociale dans la société suisse afin de pouvoir s'exprimer publiquement et de montrer leur vie en Suisse.

Exposition de soi et identification culturelle

La publication des Moments est une fonction importante de WeChat qui offre aux utilisateurs un espace pour façonner les images de soi et montrer leur vie privée en ligne. En offrant la possibilité d'exposition de soi, WeChat joue un rôle important dans la constitution de la conscience et de l'identité collective des femmes en Chine contemporaine d'une manière générale ; cela leur permet également d'articuler simultanément les idées confucéennes des femmes traditionnelles et les sensibilités féministes afin de réaliser une cognition et acceptation d'une identité de groupe féminine de la manière numérique (Chang et *al.*, 2018).

Dans le cas des femmes migrantes, l'incertitude identitaire est un obstacle culturel important qu'elles affrontent lors de leur adaptation à la société d'accueil et à la culture locale. À cause de la migration transnationale, les femmes sont séparées de l'environnement culturel d'origine et vivent comme un individu presque complètement isolé, déstabilisant leur ancienne identité politique, culturelle, sociale et géographique, et de genre du pays d'origine (Reid et Comas-Diaz, 1990) et les rend dans un état de confusion et d'incertitude de soi. Selon nos entretiens et observations, nous constatons que la fonction de la publication des moments permet aux femmes chinoises en Suisse d'apaiser leur anxiété et de reconfigurer leur identité dans un nouvel environnement culturel en publiant des photos de soi, de leur vie ou des textes originaux créés par elles-mêmes sur l'inspiration de leur vie en Suisse.

Premièrement, à travers les observations sur WeChat, nous constatons que les immigrées chinoises en Suisse préfèrent principalement montrer les images de beau paysage suisse, de leur bonne condition matérielle de vie ou de leurs produits de luxe sur la page de la publication des Moments. Bien que cette manière de présentation de soi ne manque pas de critiques par les autres compatriotes sur le même territoire, il s'agit plutôt un moyen important pour les femmes qui venaient d'arriver en Suisse de se faire reconnaître grâce à l'attention des autres amis sur WeChat et de chercher une stabilité psychologique. De plus, à cause du grand écart de développement au niveau social et économique entre la Chine et la Suisse, elles reçoivent souvent des commentaires sur leur publication des Moments sous forme d'appréciation ou de commentaires positifs de la part de leurs amis sur WeChat, ce qui leur donne un sentiment de

fierté et le sentiment d'être reconnues par d'autres de leur bon choix de venir en Suisse afin de maintenir la stabilité de leur image et identité quelque peu élitiste.

Susu mentionne dans l'entretien qu'elle préfère montrer le bon côté de sa vie en Suisse en disant :

« Je publie des photos sur la page des Moments qui présente plutôt le bon côté de ma vie en Suisse. D'une part, mes parents se font moins de souci pour moi lorsqu'ils voient ces photos ; d'autre part, mes amis en Chine aiment savoir à quoi ressemble la vie en Suisse, ils m'envoient toujours des commentaires comme quoi ils préféreraient aussi vivre en Suisse ».

Le cas de Susu montre tout à fait le mécanisme de désir-satisfaction-reconnaissance sur la plateforme d'Internet, qui a été également reflétée dans des études empiriques précédentes sur des groupes de jeunes femmes et d'étudiants universitaires (Bessenoff, 2006 ; Hawi et Samaha, 2016). Dans une certaine mesure, nous pouvons considérer ce comportement digital comme une stratégie discursive pour légitimer le nouveau capital culturel à l'aide du capital économique acquis en Suisse. Il reflète les effets complexes et nuancés de l'interaction de divers facteurs sociaux sur le statut des Chinoises en Suisse.

Deuxièmement, en s'adaptant à la société suisse, les femmes chinoises changent graduellement la façon et le contenu de leur publication sur la page Moments. Elles s'intéressent de plus en plus à l'aspect culturel notamment sur les coutumes et les caractéristiques de la vie suisses et européennes. Ce type de contenu peut souvent attirer plus d'attention et de retours des autres sur WeChat, et promeut même le dialogue interculturel sur la plateforme. Étant donné que la classe moyenne chinoise a de fortes aspirations et capacités de voyager à l'étranger (Zhang et Huang, 2002), et les Chinoises en Suisse appartiennent pour la plupart à la classe moyenne avant de partir en Suisse, ce type de publication est souvent très appréciée par leurs amis en Chine comme le souligne Susu. Ainsi cela aide les femmes chinoises d'outre-mer à maintenir et établir les échanges plus efficacement dans le réseau en Chine.

Nous remarquons que les migrantes chinoises en Suisse font moins de référence à l'identité de genre et davantage à l'identité économique et culturelle dans le processus de réidentification par le biais des médias sociaux, c'est-à-dire qu'elles se basent plutôt sur leur ancien statut des femmes chinoises hautement qualifiées et de la classe moyenne. Néanmoins, nous n'avons pas trouvé de signes de sensibilité féministe dans ce processus et il est encore plus difficile d'identifier des activités féministes sur cette plateforme numérique.

Troisièmement, pour celles qui sont pleinement intégrées à la société suisse et ont trouvé un travail en Suisse, selon notre observation, leur présentation des Moments se caractérise comme plutôt normalisée. Elles partagent leurs photos de vie, des commentaires sur les affaires publiques sociales de la société locale et même des critiques, ainsi que des reportages ou des informations en ligne. Nous notons que les informations publiées relatives à la connaissance de l'identité sont plus élevées pour les femmes qui ont résidé en Suisse depuis un certain temps que les nouvelles arrivées. En revanche, les contenus concernant les produits de beauté ou de luxe qui sont plutôt liés à leur richesse matérielle ont considérablement réduit. Cela confirme que les Chinoises commencent à explorer et confirmer leur nouvelle identité féminine après une période d'anxiété liée à l'instabilité de l'identité nationale au début de leur immigration, elles acceptent progressivement et reconnaissent leur identité intersectionnelle en tant qu'immigrées chinoises en Suisse.

À bien des égards, la vie des femmes migrantes dans un nouvel environnement social migratoire est un processus long et difficile de lutte contre l'anxiété et de recherche de nouvelle identité, dont les médias sociaux en ont raccourci les délais et les coûts. L'efficacité des femmes migrantes dans l'achèvement de ce processus de réidentification n'est plus la même que celle de l'ancienne époque, de plus, le processus est actuellement moins contrôlé par les politiques et la culture locales (Hickerson et Gustafson, 2014). Cependant, ce processus d'acculturation digitalisée renforce également les relations entre les migrants et leur réseau social ainsi que leur culture du pays d'origine en leur entravant la reconnaissance profonde de la valeur locale du pays d'accueil afin de garder l'effet dominant de la culture d'origine sur leur identité hybride. À travers les réactions et les attitudes des Chinois en Suisse à certains débats et conflits internationaux liés à la Chine entre 2016 et 2018, leur valeur nationale et celle des Chinois dans autres pays montrent une très grande similitude, ce qui indique que WeChat, en tant que l'un des médias sociaux chinois les plus puissants a déjà réussi à créer une diaspora digitale transnationale et transculturelle au sein de la sphère globale.

Le fait que les femmes chinoises en Suisse dans notre recherche s'appuient fortement sur la plateforme WeChat pour leur réidentification, entraîne également le déclin des autres types de médias pour les Chinois en Suisse notamment pour les journaux et magazines chinois, ce qui confère à l'identification de l'ensemble de la communauté chinoise en Suisse une perspective transnationale et digitale. Il est alors difficile pour les migrants de former une seule culture communautaire locale de la Suisse, ce qui est aussi différent de celle des pays ayant une longue

histoire et culture profonde communautaire chinoise telle pour les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Italie et la France.

Développement de l'E-commerce féminin sur WeChat

Bien que la Suisse soit l'un des pays les plus développés du point de vue économique, elle semble longtemps être retardataire à l'égard de la promotion de l'égalité de genre. « *The Global Gender Gap Report 2018* » publié par le Forum économique mondial dénonce qu'au niveau de l'égalité de genre, la Suisse est non seulement classée après l'Islande, la Norvège, la Suède et le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et d'autres pays européens, mais également après certains pays africains, économiquement moins développés, comme le Nicaragua, le Rwanda et l'Afrique du Sud³. En 2016, après avoir mené une série d'enquêtes, les Nations Unies estiment qu'il existe de graves problèmes d'inégalités de genre en Suisse, notamment en ce qui concerne la discrimination à l'égard des femmes appartenant à des minorités ethniques et des femmes migrantes⁴. Selon les données publiées de l'Office fédéral de la statistique, 82.4% des hommes en Suisse occupent un travail à plein temps en 2018 contre seulement 41% de femmes⁵. Cette situation de sous-emploi est encore plus grave chez les femmes immigrées en Suisse. Comme beaucoup d'immigrées féminines arrivent en Suisse par le biais du regroupement familial, elles sont moins considérées comme des potentielles mains-d'œuvre par la société suisse (Piguet, 2005). De plus, le marché de l'emploi suisse ne reconnaît guère les diplômes des études supérieures et les expériences professionnelles des immigrés provenance des pays du tiers monde (Weins, 2010). À cause de ces différentes contraintes, la plupart des immigrées féminines en Suisse se trouvent dans une situation de sans-emploi ou sous-emploi instable, sont économiquement vulnérables et se positionnent inférieures au niveau statutaire social et familial (Ratcliff et *al.*, 2014).

En effet, comme le cas de Qingying (cité plus haut), beaucoup de Chinoises en Suisse se trouvent également dans cette situation de sans-emploi. Par exemple, Mochou se plaint aussi de son ennui de rester à la maison tout le temps sans rien faire, alors qu'elle travaillait avant dans une entreprise multinationale dans le secteur de marketing à Pékin. Son nouveau rôle de femme au foyer à plein temps en Suisse lui a enlevé certainement sa valeur sociale, pourtant il

³ http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf.

⁴ https://www.swissinfo.ch/eng/progress-report_un-urges-switzerland-to-improve-gender-equality/42604504.

⁵ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/situation-economique-sociale-population/egalite-femmes-hommes/activite-professionnelle/travail-temps-partiel.html>.

était difficile de trouver un travail correspondant à son niveau de qualification en Suisse. Comme plusieurs enquêtées qui subissent diverses discriminations sur le marché du travail en Suisse, elles cherchent également d'autres solutions pour sortir de ce dilemme professionnel. En profitant de multiples fonctions de WeChat, Mochou se lance petit à petit dans le commerce des achats par procuration en ligne sur la plateforme en bénéficiant de bonnes conditions et de facilité sur le marché européen unifié.

En effet, l'achat par procuration en ligne est une activité à but lucratif dans laquelle l'agent de commerce achète des produits sur un marché étranger selon les besoins de ses clients par la demande en ligne ou vend directement depuis leur plateforme de vente en ligne. L'agent peut envoyer ces produits par courrier international en Chine ou les emmener directement quand il voyage en Chine. Il gagne une certaine différence de prix entre le prix de son achat et le prix de sa vente. En considérant les taxes élevées des produits de luxe importés de l'Europe en Chine, les besoins de l'achat par procuration en Chine sont de plus en plus demandés par les Chinois. Les produits suisses tels les montres haute gamme, les produits cosmétiques et même les produits maternels et infantiles sont les principaux produits commandés par les Chinois en ligne, car leurs prix en Chine peuvent être deux fois plus cher que ceux en Suisse. Comme Mochou, de nombreuses migrantes chinoises profitent alors de ce nouveau phénomène chinois de consommation des produits étrangers en développant leur e-commerce sur WeChat en tant que l'agent de l'achat par procuration pour gagner la différence de prix.

Grâce à ses diverses fonctionnalités, WeChat est en mesure de devenir la plateforme la plus importante permettant aux femmes chinoises en Suisse d'effectuer des commerces en ligne. Étant donné que ce travail ne nécessite pas de temps fixe et complet, il est idéal pour les femmes au foyer pour à la fois s'occuper de leurs enfants et profiter de leur temps libre pour effectuer ce travail. De plus, WeChat peut non seulement offrir une facilité de communication en temps réel sans coût économique entre les acheteurs en Chine et les agents de l'achat par procuration, mais sa fonction pratique de paiement rend le paiement des acheteurs à l'agent de l'achat plus rapide et secret, car tout processus de transfert d'argent peut être effectué sur la plateforme.

Meiling, une mère de 36 ans avec deux enfants souligne qu'elle a commencé le e-commerce de l'achat par procuration sur WeChat par hasard. Quelques années avant, sa meilleure amie en Chine lui a demandé des informations sur les produits maternels et infantiles lors sa maternité. Meiling lui a proposé d'essayer le lait en poudre qu'elle a utilisé pour ses enfants quand ils étaient nés. Elle a fait l'achat pour son amie et les autres amies commençaient également à lui demander d'acheter des produits pour les bébés en Suisse. Finalement elle devient l'agente de

l'achat de produit infantile pour ses amis en Chine en utilisant WeChat comme outil de communication et de transfert de l'argent. Elle parle de l'avantage de faire le commerce de l'achat par procuration sur WeChat en soulignant : « Tout se passe sur WeChat. J'ai juste à acheter les produits dans le magasin et les envoyer par la poste quand j'ai du temps libre, car je dois m'occuper de mes enfants quand ils ne sont pas à l'école. Ce n'est pas une affaire difficile et c'est flexible au niveau du temps. »

Pour beaucoup de femmes immigrées chinoises engagées dans l'affaire de l'achat par procuration, la page « Moments » est devenue la vitrine de l'exposition de produits qu'elles vendent. Pour que les clients fassent confiance à la qualité des produits, elles affichent souvent sur leur page « Moments » les vidéos prises directement lorsqu'elles achètent les produits au magasin, et elles suggèrent également à leurs clients d'acheter le même type de produit qu'elles utilisent dans la vie quotidienne en Suisse notamment en ce qui concerne les produits pour les bébés et enfants et pour la beauté. Une fois que leurs clients découvrent les affichages de produits sur leur page Moments et passent la commande, elles envoient alors les produits par le colis international en Chine comme décrit par Meiling. En raison de la petite quantité de produit par envoi, les colis ne sont souvent pas taxés par la douane chinoise, ce qui garantit le bon profit pour les immigrées chinoises qui font l'achat par procuration sur WeChat en Suisse.

S'engager dans le e-commerce des achats par procuration pour gagner un revenu supplémentaire n'est souvent pas indispensable pour la famille des immigrées chinoises en Suisse à l'objectif de l'amélioration de la vie. Pourtant, grâce à ce développement économique, les femmes ont plus ou moins augmenté leur statut familial, car elles ne dépendent plus totalement de leur mari et elles sont beaucoup plus confiantes de leur culture d'origine. En outre, comme Mochou et Meiling qui travaillaient dans le domaine de commerce et marketing en Chine avant, elles sont également contentes de remobiliser leur compétence professionnelle en pratique par cette affaire.

Par exemple, Mochou montre sa page de publication des Moments avec les produits qu'elle vend sur WeChat pendant l'entretien en disant :

« Regarde cette annonce de produit, c'est même assez professionnel comme une vraie publicité à la télé. Je travaillais dans le secteur de marketing avant, je sais comment faire de la publicité pour attirer les clients, je connais leur mentalité de consommation. [...] En effet, c'est peu important pour moi de gagner l'argent, l'essentiel est que je m'en occupe, je mobilise mes connaissances et mes compétences pour acheter les produits de bonne qualité et de bon prix

pour ma famille et mes amis en Chine. C'est important pour moi et je retrouve ma valeur pour la société, en tout cas pour la Chine ».

En effet, avec l'accumulation des expériences dans l'achat par procuration, les immigrées chinoises en Suisse comme Mochou améliorent continuellement leur modèle de commerce transnational afin d'éviter les risques et d'élargir l'échelle de l'affaire. Elles développent graduellement un travail de niche en partageant les informations de produits pour que toutes les Chinoises en Suisse ayant envie de faire ce business en profitent. Cela promeut également une amélioration économique en général pour toutes, car elles reconnaissent les mêmes difficultés de recherche du travail au marché de l'emploi en Suisse et s'entraident. Plusieurs personnes interrogées ont déclaré que faire le commerce de l'achat par procuration sur WeChat n'a pas simplement pour but d'occuper leur temps libre et de gagner de l'argent, mais aussi de se revaloriser et de chercher de bonheur en Suisse.

À part les points de vue positifs des enquêtées sur le commerce de l'achat par procuration sur WeChat, certaines ont toutefois exprimé leur inquiétude quant à l'avenir de cette activité économique, notamment après la mise en place de la nouvelle politique tarifaire chinoise en avril 2016 qui est beaucoup plus rigoureuse à l'importation de produits étrangers en Chine, ce qui crée de nouveaux défis pour les agents chinois de l'achat par procuration en ligne à l'étranger. À travers le succès économique obtenu grâce au commerce de l'achat par procuration sur WeChat de nos enquêtées, nous ne pouvons pas simplement juger que le développement de cet e-commerce peut éliminer complètement l'inquiétude des immigrées chinoises en Suisse quant à leur instabilité de l'identité, cet e-commerce ne leur assure pas non plus la persistance du statut économique favorable actuel. L'amélioration de leur statut social dépend en fin de compte la politique d'immigration locale et le marché de l'emploi local.

Conclusion et discussion

Dans cet article, nous avons montré principalement l'utilisation de WeChat par les immigrées chinoises en Suisse à l'aide de la théorie de la diaspora digitale par les données qualitatives obtenues par des entretiens semi-directifs et l'observation en ligne. Nous essayons de comprendre le rôle des médias sociaux dans l'adaptation culturelle, la reconnaissance de l'identité, l'amélioration du statut dans la famille et dans la société chez les femmes chinoises en Suisse. Avec l'analyse approfondie des trois modèles d'utilisation de WeChat par les Chinoises en Suisse, cet article tente d'enrichir la théorie de la diaspora digitale sous différentes

dimensions en s'appuyant sur la compréhension de la constitution culturelle et sociale de soi des Chinois d'outre-mer.

Tout d'abord, notre recherche a révélé que les médias sociaux jouent un rôle essentiel dans la reconstruction de l'identité de soi et la réidentification culturelle des immigrées féminines en s'appuyant sur les affordances technologiques des médias sociaux qui concernent l'écologie, la capacité et le pouvoir offerts aux utilisateurs par les fonctionnalités technologiques des médias sociaux. Comme les quatre caractéristiques des médias sociaux résumées par Papacharissi (2015) concerne sa *persistence*, *replicability*, *scalability* et *searchability* déterminent, les médias sociaux sont en effet capables d'organiser et de mobiliser les utilisateurs en ligne de manière émotionnelle. D'après nos recherches, grâce à ses différentes configurations et les facilités de son utilisation, WeChat est devenu l'intermédiaire le plus important pour la formation de la diaspora digitale chinoise. Cette plateforme est composée de nombreuses fonctions tels les messages instantanés, le partage de connaissance, la publication de la vie par des images sur la page des Moments ainsi que le transfert d'argent, etc., ce qui dépasse le rôle d'un outil de communication traditionnel pour les Chinois d'outre-mer. Grâce aux affordances technologiques de WeChat, la culture chinoise peut être préservée de façon plus facile chez les Chinois d'outre-mer et joue un rôle de filtrage culturel au moment de leur intégration culturelle dans la société locale afin que les Chinois de différents pays qui possèdent des cultures locales différentes puissent se réunir en formant une communauté ethnique et culturelle virtuelle qui présente la culture chinoise comme culture principale et la culture du pays d'accueil comme culture subalterne. En raison de l'implication de la technologie numérique dans la vie quotidienne des immigrés, la culture et l'identité des immigrés chinois présenteront de nouvelles caractéristiques qui méritent de recherches approfondies.

Ensuite, en comprenant la pratique de l'utilisation de WeChat des femmes chinoises en Suisse, nous pouvons constater qu'elles font tous les efforts pour accroître leur capital culturel dans leurs pays d'immigration par l'acquisition et le déploiement d'un capital économique. Étant donné que les Chinoises avaient un statut social assez considérable avec un réseau social très large en Chine avant l'immigration, elles perdent certainement ses capitaux sociaux culturels et économiques après avoir immigré en Suisse. Grâce à la plateforme WeChat et ses différentes fonctions, les femmes chinoises ont réussi à réaliser la co-présence virtuelle entre la Chine et la Suisse, elles ont pu également développer leur propre E-commerce sur WeChat : il s'agit d'une transmission digitale des capitaux sociaux depuis le pays d'origine au pays d'immigration. Cette transmission se manifeste par l'acquisition de capital économique à travers les bénéfices

obtenus par les achats par procuration sur WeChat aux personnes de connaissance en Chine afin de le transformer en capital culturel pour assurer la reconnaissance de leur identité émotionnelle et statut social. La présence de réseaux sociaux comme WeChat favorise alors l'intégration des immigrées féminines à la société d'accueil de la manière moins passive et obéissante. Le soutien émotionnel de la culture d'origine et les opportunités économiques offertes par la société d'origine leur permettent de surmonter les barrières culturelles dans la société d'accueil et facilitent leur achèvement de la reconstruction de la nouvelle identité en tant que Chinoises d'outre-mer.

Enfin, le point de départ de cette recherche est de révéler les discriminations subies par les migrantes chinoises provoquées par les politiques d'immigration et les politiques publiques suisses. Bien que les Chinoises en Suisse dans cette recherche utilisent les réseaux sociaux afin d'améliorer leur statut social défavorisé, nous n'avons pas trouvé de signes de sensibilité féministes de leur part à travers les entretiens avec elles. La plupart des enquêtées ne sont pas conscientes de l'oppression économique et culturelle systématique et structurelle qu'elles ont subie dans une perspective de genre, elles cherchent des stratégies pour améliorer leur situation en se basant plutôt sur leur besoin émotionnel et leur identité nationale en tant que Chinoise. Bien que de nombreuses Chinoises rapportent être insatisfaites de leur vie familiale, elles ne semblent jamais douter de la rationalité de ce modèle de vie familiale et mariage en Suisse. Elles cherchent à s'améliorer et se développer individuellement du point de vue psychologique plutôt qu'à interroger le système social suisse, afin de s'adapter à l'environnement local. Cette façon de penser correspond tout à fait à la façon traditionnelle de penser des femmes chinoises qui consiste à chercher à résoudre les problèmes par l'introspection. De plus, ces caractéristiques de non-radicalisation et non-politisation ont empêché les immigrées chinoises en Suisse de jouer un rôle important dans la lutte de l'égalité de genre et dans la promotion de réforme de politique de l'immigration en Suisse.

À travers notre recherche, nous constatons que les médias sociaux améliorent les conditions de vie des migrantes chinoises à l'étranger du point de vue pratique et émotionnel en les aidant à acquérir une identité plus stable. En revanche, à cause de ses caractéristiques uniques et fortes des affordances technologiques de WeChat, la communauté chinoise féminine d'outre-mer peut également devenir enfermée vis-à-vis de la société d'accueil, car elles sont seulement connectées à leur pays d'origine et aux leurs compatriotes locaux, elles sont alors encore plus isolées de l'environnement culturel et politique local. Nous pouvons donc nous demander dans quelle mesure la tentative de résolution de problème structurel par l'expérience individuelle

peut aider les migrantes chinoises à changer leur statut social vulnérable dans la société d'accueil ? L'identification des immigrées féminines et leurs satisfactions émotionnelles à travers les médias sociaux sont-elles une fausse conscience pour elles d'échapper au changement structurel ? Ces questions méritent plus de discussion dans une perspective critique pour les futures recherches.

Bibliographie

- Anderson, M. J. (1993). A license to abuse: the impact of impact of conditional status on female immigrants. *The Yale Law Journal*, 102 (6), 1401-1430.
- Bernal, V. (2006). Diaspora, cyberspace and political imagination: the Eritrean diaspora online. *Global Networks*, 6 (2), 161-179.
- Bessenoff, G. R. (2006). Can the media affect us? Social comparison, self-discrepancy, and the thin ideal. *Psychology of Women Quarterly*, 30 (3), 239-251.
- Brownridge, D. A. et Halli, S. S. (2002). Double jeopardy? Violence against immigrant women in Canada. *Violence and Victims*, 17 (4), 455-471.
- Bunge, E., Jones, M. K., Dickter, B., Perales, R. et Spear, A. (2016). Information system and technology. In S. G. Patel and D. Reicherter (eds). *Psychotherapy for Immigrant Youth*, pp. 127-147. New York: Springer International Publishing
- Chang, J., Ren, H. et Yang, Q. (2018). A virtual gender asylum? The social media profile picture, young Chinese women's self-empowerment, and the emergence of a Chinese digital feminism. *International Journal of Cultural Studies*, 21 (3), 325-340.
- Chen, W. (2006). The impact of Internet use on transnational entrepreneurship: The case of Chinese immigrants. In P. Law, L. Fortunati, and S. Yang (eds). *New Technologies in Global Societies*, pp. 197-200. Singapore: World Scientific Publishing.
- Chen, W. (2010). Internet-usage patterns of immigrants in the process of intercultural adaption. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13 (4), 387-399.
- Dekker, R. et Engbersen, G. (2013). How social media transform migrant networks and facilitate migration. *Global Networks*, 14 (4), 401-418.
- Don, Z. M. et Lee, C. (2014). Representing immigrants as illegals, threats and victims in Malaysia: Elite voices in the media. *Discourse and Society*, 25 (6), 687-705.
- EKM (2019, June). Migrantinnen in der Schweiz: Situation, Leistung und Potential. Retrieved from <https://www.ekm.admin.ch/dam/data/ekm/dokumentation/materialien/ber-ekm-migrantinnen-d.pdf>.

- Elias, N. et Shoren-Zeltser, M. (2006). Immigrants of the world unite? A virtual community of Russian-speaking immigrants on the web. *The Journal of International Communication*, 12 (2), 70-90.
- Esses, V. M., Medianu, S. et Lawson, A. (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. *Journal of Social Issues*, 69 (3), 518-536.
- Erez, E., Adelman, M. et Gregory, C. (2009). Intersections of immigration and domestic violence: voices of battered immigrant women. *Feminist Criminology*, 4 (1), 32-56.
- Halperin, A. (2018). *The Use of New Media by the Palestinian Diaspora in the United Kingdom*. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Harwit, E. (2017). WeChat: social and political development of China's dominant messaging app. *Chinese Journal of Communication*, 10 (3), 312-327.
- Hawi, N. S. et Samaha, M. (2016). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35 (5), 576-586.
- Helsper, E. (2013). Migration and new Media: Transnational families and Polymedia. *Journal of Children and Media*, 7 (2), 273-277.
- Hickerson, A. et Gustafson, K. L. (2016). Revisiting the immigrant press. *Journalism*, 17 (8), 943-960.
- Hillis, K., Paasonen, S. et Petit, M. (2015). *Networked Affect*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Houstoun, M. F., Kramer, R. G. et Barrett, J. M. (1984). Female predominance in immigration to the United States since 1930: a first look. *International Migration Review*, 18 (4), 908-963.
- Joffe, H. (2012) Thematic analysis. In D. Harper and A. Thompson (eds). *Qualitative Research Methods in Mental Health and Psychotherapy*, pp. 209-224. Malden and Oxford: Wiley-Blackwell Press.
- Kawaguchi, D. et Lee, S. (2016). Brides for sale: cross-border marriages and female immigration. *Economic Inquiry*, 55 (2), 633-654.

- Khvorostianov, N., Elias, N. et Nimrod, G. (2011). 'Without it I am nothing': the Internet in the lives of older immigrants. *New Media and Society*, 14 (4), 583-599.
- Kim, H. (2019). A study of spousal support, the demand of health education, and quality of life for married female immigrants. *Korean Journal of Women Health Nursing*, 14 (1), 5-11.
- Kim, Y. (2017a). Digital media and intergenerational migration: nannies from the global south. *The Communication Review*, 20 (2), 122-141.
- Kim, Y. (2017b). *Childcare Workers, Global Migration and Digital Media*. New York: Routledge.
- Laguette, M. S. (2010). Digital diaspora: definition and models. In A. Alonso and P. J. Oiarzabal (eds). *Diasporas in the New Media Age: Identity, Politics, and Community*, 49-65. Reno, NV: University of Nevada Press.
- Lieber, M. (2010). Chinese Migrants in Switzerland: from mutual assistance to promoting economic interests. *Journal of Chinese Overseas*, 6 (1), 102-118.
- Lim, A. (2018, Jan. 6). The alt-right's Asian fetish. *The New York Times*. Repris de https://www.nytimes.com/2018/01/06/opinion/sunday/alt-right-asian-fetish.html?_ga=2.180715623.1342350090.1564504681-1482328327.1548731480.
- Liversage, A. (2009). Vital conjunctures, shifting horizons: high-skilled female immigrants looking for work. *Work, Employment and Society*, 23 (1), 120-141.
- Mendes, K., Ringrose, J. et Keller, J. (2019). *Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture*. New York: Oxford University Press.
- Morokvasic, M. (1983). Women in Migration: Beyond the Reductions Outlook. In A. Phizacklea (ed.). *One Way Ticket: Migration and Female Labour*, 13-31. London: Routledge and Kegan Paul.
- Morkvasic, M. (1984). Birds of Passage are Also Women. *International Migration Review*, 18 (4), 886-907.
- Nedelcu, M. (2002). E-stratégies migratoires et communautaires: le cas des Roumains à Toronto. *Hommes et Migrations*, 1024, 42-52.

- Nedelcu, M. et Wyss, M. (2016). 'Doing family' through ICT-mediated ordinary co-presence: transnational communication practices of Romanian migrants in Switzerland. *Global Networks*, 16 (2), 202-218.
- Noguerón-Liu, S. (2013). Access to technology in transnational social fields: simultaneity and digital literacy socialization of adult immigrants. *International Multilingual Research Journal*, 7 (1), 33-48.
- Oh, J. (2016). *Immigration and Social Capital in the Age of Social Media*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Pessar, P. R. (1999). Engendering migration studies: the case of new immigrants in the United States. *American Behavioral Scientist*, 42 (4), 577-600.
- Piguet, E. (2005). *L'immigration en Suisse depuis 1948 : Une analyse des flux migratoires*. Zurich: Editions Seismo.
- Ratcliff, B. G., Bolzman, C. et Gakuba, T. (2014). Déqualification des femmes migrantes en Suisse: mécanismes sous-jacents et effets psychologiques. *Alterstice*, 4 (2), 63-76.
- Reid, P. T. et Comas-Diaz, L. (1990). Gender and ethnicity: perspectives on dual status. *Sex Roles*, 22 (7-8), 397-408.
- Sandel, T. L., Ou, C., Wangchuk, D., Ju, B. et Duque, M. (2019). Unpacking and describing interaction on Chinese WeChat: A methodological approach. *Journal of Pragmatics*, 143, 228-241.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital*. New York: McGraw-Hill.
- United Nations (2017). *International Migration Report 2017: Highlights (ST/ESA/SER.A/404)*. United Nations, 2017.
- Verkuyten, M. (2011). Justifying discrimination against Muslim immigrants: Out-group ideology and the five-step social identity model. *British Journal of Social Psychology*, 52 (2), 345-360.
- Weins, C. (2010). Skills or certificates? The devaluation of foreign educational credentials in the Swiss labor market. *Zeitschrift für Soziologie* 39(2): 124–39.

Zhang, G. et Wang, W. Y. (2019). 'Property talk' among Chinese Australians: WeChat and the production of diasporic space. *Media International Australia*. Epub before print, doi: /10.1177/1329878X19837669.

Zhang, H. Q. et Heung, V. C. S. (2002). The emergence of the mainland Chinese outbound travel market and its implications for tourism marketing. *Journal of Vacation Marketing*, 8 (1), 7-12.

Zhou, M. et Liu, H. (2016). Homeland engagement and host-society integration: A comparative study of new Chinese immigrants in the United States and Singapore. *International Journal of Comparative Sociology*, 57 (1-2), 30-52.

Zong, J. et Batalova, J. (2017, Sep. 29). Chinese immigrants in the United States. *Migration Policy Institute*. Retrieved from <https://www.migrationpolicy.org/article/chinese-immigrants-united-states>.