



**LA CHIRURGIE ESTHETIQUE A L'ERE
NUMERIQUE : RESEAUX SOCIAUX ET
NOUVEAUX ENJEUX DU CORPS FEMININ**

**COSMETIC SURGERY IN THE DIGITAL AGE:
SOCIAL NETWORKS AND NEW CHALLENGES
FOR THE FEMALE BODY**

DOI: 10.5281/zenodo.8047964

Kenza AALAMI

**Doctorante en socio-anthropologie, IURS,
CEDOC: (Homme, Société, Education),
Faculté des Sciences de l'Education, Rabat
Université Mohamed 5, Rabat, Maroc
Kenzaalamias@gmail.com**



LA CHIRURGIE ESTHETIQUE A L'ERE NUMERIQUE : RESEAUX SOCIAUX ET NOUVEAUX ENJEUX DU CORPS FEMININ



RESUME

Cet article propose de comprendre l'influence des réseaux sociaux sur le recours à la chirurgie esthétique au Maroc. Dans une culture numérique contemporaine qui valorise de plus en plus l'apparence corporelle, comment une femme peut-elle résister aux attentes multiples suscitées par les réseaux sociaux et être elle-même sans recours à des retouches esthétiques numériques ou chirurgicales ?

Kenza AALAMI

**Doctorante en socio-anthropologie
Université Mohamed 5, Rabat,
Maroc**

Pour tenter d'apporter des éléments de réponse, cette étude s'appuie sur les résultats d'une enquête qualitative menée dans le cadre d'une thèse en cours. En se basant sur une approche socio-anthropologique, l'analyse de l'expérience vécue des femmes marocaines ayant eu recours à la chirurgie esthétique montre que le discours véhiculé dans les réseaux sociaux constitue un facteur favorable qui reflète, d'une part, un bouleversement des rapports au corps en désirant des transformations esthétiques invasives, et d'autre part, les pressions sociales qui incitent les femmes à adhérer aux images diffusées par les chirurgiens esthétiques et les influenceurs sociaux, ainsi qu'à intérioriser des critères de beauté et de jeunesse prédéfinis. Ainsi, à l'ère du numérique, il est plus que jamais d'actualité que l'esthétique corporelle est un gage de succès, d'ascension et de désirabilité sociale.



REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

Mots-clés : Réseaux sociaux, corps féminin, chirurgie esthétique, beauté, Autonomie corporelle, Perception de la beauté.

COSMETIC SURGERY IN THE DIGITAL AGE: SOCIAL NETWORKS AND NEW CHALLENGES FOR THE FEMALE BODY

ABSTRACT

This article sets out to understand the extent to which social networks contribute to the use of cosmetic surgery in Morocco. In today's digital culture, which increasingly values bodily appearance, how can women avoid giving in to the multiple expectations generated by social networks and be themselves without digital or surgical cosmetic retouching?

In an attempt to provide some answers, this study draws on the results of a qualitative survey conducted as part of an ongoing thesis. Based on a socio-anthropological approach, the analysis of the lived experience of Moroccan women who have undergone cosmetic surgery shows that the discourse conveyed in social networks is a favorable factor that reflects, on the one hand, an upheaval in relationships to the body through the desire for aesthetic transformations. On the other hand, social pressures not only lead women to adhere to the images disseminated by plastic surgeons and social influencers, but also to internalize criteria of beauty and youth, justifying attempts to identify with body standards. So, in the digital age, it's becoming more topical than ever that body aesthetics are a guarantee of success, upward mobility and social desirability.

Keywords: *Ethics, Law, data protection, research, health.*

INTRODUCTION

Le souci de transformation corporelle est devenu l'une des préoccupations les plus communes qui s'est élucidée par le marketing, les réseaux sociaux et les magazines qui proposent des modèles corporels et nourrissent le métissage des représentations ou des pratiques, dépassant leurs lieux d'origine. Dans ce sens le recours grandissant des femmes à la chirurgie esthétique¹ fait preuve d'une part

¹ La chirurgie esthétique est une spécialité chirurgicale regroupant l'ensemble des interventions destinées à améliorer l'apparence physique d'un individu. Elle inclut la chirurgie esthétique de la face et la chirurgie esthétique de la silhouette. L'imperfection qui motive la décision opératoire ne doit être la conséquence ni d'une maladie, ni d'un traumatisme, ni d'une malformation. Comme c'est le cas dans la chirurgie

de l'intérêt inéluctable pour le paraître corporel, au nom d'une recherche de la minceur, de la beauté ou de la santé. Et d'une autre part, cette chirurgie est la sous spécialité médicale la plus médiatisée,² du fait qu'elle est, si promue, médecine à part entière, fortement diffusée, notamment dans les réseaux sociaux³. Elle vise non pas

réparatrice reconstructrice ou encore restauratrice car elle concerne la réparation des formes et des fonctions altérées par une malformation, une tumeur ou un accident mais à seule fin thérapeutique. « Chirurgie esthétique », in Encyclopédie médicale de la famille, Paris, Larousse- Sélection du Reader Digest, 1991, P.244.

² Elisabeth Haiken. *Venus Envy : Une histoire de la chirurgie esthétique*. Baltimore : Presse universitaire Johns Hopkins. 1997. p.370.

³ Il est à rappeler que l'expression des réseaux sociaux, est assez ancienne et n'est pas née avec

Kenza AALAMI

PhD student in socio-anthropology
Mohamed 5 University, Rabat,
Morocco



REVUE ECONOMIE & SOCIÉTÉ
Volume 2 N° 2 / Avril-Juin 2023

à atténuer une pathologie, une dysfonction ou un handicap, mais à refaçonner le corps afin de l'embellir, et ce qui est d'autant plus inquiétant qu'elle est devenue de plus en plus banalisée et diffusée dans notre société.

A cet effet, le débat sur ce sujet, qui nous préoccupe particulièrement, prend de l'ampleur avec la modernisation de la société marocaine et les progrès technologiques et médicaux. De ce fait, cet article vise à s'interroger sur les significations diverses que peut prendre l'usage esthétique du corps féminin dans l'espace virtuel, plus particulièrement, cette analyse nous permettra d'appréhender l'influence des réseaux sociaux notamment (Facebook, Instagram) autour des pratiques des femmes marocaines liées à la chirurgie esthétique. A cet égard, plusieurs questions se posent : Comment le corps s'avère être une préoccupation des femmes et un enjeu spécifique à l'ère numérique ? Qu'en est-il de ce désir de modifications corporelles à visée esthétique suscité par les réseaux sociaux, notamment le recours des femmes marocaines à la chirurgie esthétique? Dans quelle mesure le discours virtuel des spécialistes de la chirurgie esthétique et les influenceurs des réseaux sociaux promeuvent – ils le recours des femmes à la chirurgie esthétique ?

Pour essayer de répondre à ces questions, nous aborderons dans un premier temps, l'ancrage théorique et méthodologique de cet article. Ensuite, nous présenterons la place accordée aux réseaux sociaux et aux nouvelles implications liées au corps féminin. Par la suite, les significations diverses que peut prendre l'usage esthétique du corps féminin dans les réseaux sociaux, en particulier le recours

internet. En effet de nombreux psychologues et anthropologues s'y sont intéressés très tôt via l'analyse des réseaux sociaux.

Justement la première personne à avoir utilisé l'expression réseau social (social network en anglais) est l'anthropologue John A. Barnes (1954).

des femmes marocaines à la chirurgie esthétique. Dans un deuxième temps, nous nous intéresserons aux effets des réseaux sociaux, tout en mettant en exergue les enjeux du discours virtuel des médecins de la chirurgie esthétique et des influenceurs sociaux.

A. Cadre théorique et méthodologique :

Cet engouement autour du phénomène de la chirurgie esthétique via l'ère numérique que nous proposons ici, s'inscrit dans le champ de la sociologie et de l'anthropologie des usages sociaux et culturels du corps, et plus spécifiquement dans celle des modifications corporelles à visée esthétique. Afin de compléter le portrait, nous avons jugé opportun d'étayer notre sujet par l'approche genre, en s'inspirant des réflexions de certaines études féministes qui conçoivent différemment le recours des femmes à la chirurgie esthétique. De ce fait, en privilégiant une vision compréhensive, cette recherche est exploratoire, dans le sens où elle étudie un phénomène peu abordé par les sciences sociales dans notre contexte.

Concernant l'ancrage empirique, nous avons sollicité les résultats d'une enquête qualitative menée dans le cadre d'une thèse en cours, que nous avons effectué au sein d'une clinique de chirurgie réparatrice et esthétique à Rabat entre 2021 et 2022 auprès de 40 femmes, ayant eu recours à la chirurgie esthétique, âgées entre 19 ans et 59 ans. Et auprès de 6 médecins spécialistes de la chirurgie esthétique du secteur privé. Notre collecte de données s'est effectuée sous forme d'entretiens semi-directifs, lors desquels notre fil conducteur était de mettre en exergue l'expérience vécue de la chirurgie esthétique. En plus, de l'observation des plates-formes numériques (Face book, Instagram), les sites Internet de médecins spécialisés en chirurgie plastique et esthétique et les forums de discussion pour



échanger des expériences en chirurgie esthétique ont également été retenus pour notre enquête.

B. Les réseaux sociaux : nouvelle façade des interactions humaines

La culture du numérique se propage autant bien dans la vie personnelle que collective des individus, tout en chamboulant considérablement leurs modes de vie. L'exemple le plus saillant de ce phénomène est les réseaux sociaux qui font partie intégrante de notre vie quotidienne. Lancés autour des années 2000, les réseaux sociaux⁴ se sont multipliés et ont pris, en une vingtaine d'années, une ampleur considérable.

En effet, environ 3,3 milliards d'individus (soit 43% de la population mondiale) seraient actifs sur les réseaux sociaux⁵. Que ce soit facebook, youtube, whatsapp ou encore Instagram, ces nouvelles organisations collectives offrent la possibilité aux internautes sociaux de se mobiliser, de partager des connaissances, aussi bien dans un contexte professionnel que personnel. Alors que les usages contemporains du web dans le monde ne cessent d'augmenter, Le même constat a été démontré au Maroc, appuyé par les résultats de l'enquête sur l'accès et l'usage des (TIC) par les ménages et les individus⁶.

A noter que parmi les autres raisons principales, d'utilisation des réseaux sociaux, nous retrouvons l'inspiration pour

⁴ Les réseaux sociaux regroupent de nombreuses plateformes distinctes, telles que Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Myspace, LinkedIn, etc...

⁵ Coëffé, Thomas. Chiffres réseaux sociaux, 11 juillet 2018.

⁶ Plus de la moitié des ménages Marocains (52%) est équipée d'un ordinateur et/ ou d'une tablette, soit environ 3,8 millions de ménages. Tandis que la majorité des individus (94,1%) est équipée d'un téléphone mobile. www.anrt.ma/ Rapport annuel 2015

faire ou acheter des choses (par exemple du contenu fourni par des marques), le divertissement ainsi que le fait de suivre des influenceurs ou influenceuses⁷. S'exposer sur les réseaux sociaux relève avant tout d'un acte interactif, d'une nouvelle forme de communication de plus en plus basée sur l'image.⁸

Dans ce sens, la pression esthétique véhiculée notamment par les réseaux sociaux est si grande à notre époque ; Pour certaines femmes, elles sont convaincues que seule une apparence convenable peut leur permettre d'acquérir de la reconnaissance et la valeur sociale. C'est pour cela que ces privilèges sont tributaires de l'acharnement à la beauté et à la discipline corporelle ; tandis que différentes exclusions, stigmates de l'entourage, absence de gratifications sociales peuvent perdurer en cas de non-conformité à l'idéal corporel.

Avant d'appréhender les raisons de recours de la chirurgie esthétique chez les femmes⁹ et leur promotion dans les

⁷ Pierre Mercklé, La sociologie des réseaux sociaux, Collection : Repères Éditeur : La Découverte, 2016, P : 128

⁸ Dominique Cardon, « le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », Réseaux, n°152, 2008, pp 93-137.

⁹ La « chirurgie esthétique » ou « plastique » désigne communément tant des procédures dites chirurgicales que non chirurgicales. L'appartenance d'une procédure à l'une ou l'autre de ces catégories est généralement déterminée par le fait qu'elle nécessite ou non le recours à une anesthésie. Selon l'American Society for Aesthetic Plastic Surgery, les cinq procédures chirurgicales les plus populaires aux États-Unis en 2004 furent, en ordre décroissant, la liposuction, l'augmentation mammaire, le lifting des paupières, la rhinoplastie et le lifting facial. Pour ce qui est des interventions non chirurgicales, nous retrouvons les injections au Botox, l'épilation au laser, le peeling chimique, la microdermabrasion ainsi que les traitements à l'acide hyaluronique qui ont notamment surpassé en popularité les injections au collagène. American Society for Aesthetic Plastic Surgery (ASAPS).



réseaux sociaux, il est d'abord nécessaire de se pencher sur l'influence qu'exerce le culte du féminin sur le discours social, médical et médiatique qui entoure le corps.

C. Quand l'ère numérique est au service d'une féminité esthétique

Considérant, le corps comme le « laboratoire des sciences humaines »,¹⁰ les champs sociaux semblent confirmer que les personnes jugées physiquement belles tirent profit de leurs caractéristiques esthétiques qui les dotent d'un large éventail de privilèges sociaux, culturels, physiques et économiques. Cela va des formes de richesse plus symboliques, telles que la crédibilité, le statut, le pouvoir, la valeur sociale et la désirabilité, à des éléments plus ontologiques tels que la bonne santé et les résultats professionnels.¹¹ Il est à noter que la beauté est idéalisée comme une chance d'exister socialement et les modèles dominants de féminité traduisent en permanence cet enjeu du paraître féminin¹² et que l'ascenseur social que représente un physique avantageux est donc indéniable.¹³ Dans ce cadre, l'observation des images des corps des femmes ainsi que les discours véhiculés sur les nouvelles

¹⁰ Georges Vigarello, le laboratoire des sciences humaines, in *Esprit*, le corps entre illusions et savoir, 1982.

¹¹ L. Anderson, Catherine Grunert, Arielle Katz et Samantha Lovascio, le capital esthétique : Une revue de la recherche sur les avantages et les pénalités liés à la beauté Tammy, 2010, Université du Delaware, The Authors Sociology Compass 4/8 : 564-575

¹² Agnès Fine, « Véronique Nahoum-Grappe, Le Féminin, Paris, Hachette, col. « Questions de société », 1996. », *Clio. Histoire, femmes et sociétés* [En ligne], 7 | 1998, mis en ligne le 21 mars 2003, URL : <http://journals.openedition.org/clio/367> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/clio.367>

plates-formes numériques renforcent plus les représentations sociales autour de la beauté féminine. Cette quête de beauté et d'harmonie corporelles est le but derrière la majorité des transformations corporelles, étant donné que « le corps n'a été durant toute l'histoire un objet de culte, de rituel et de soin qu'au service d'autres fins.¹⁴ ».

Pareillement, la quête de la beauté via la chirurgie esthétique, peut être un rappel de la pérennisation d'une dominance masculine et les limites d'une réelle émancipation du féminin,¹⁵ mais c'est aussi un exemple d'exercice de l'agence et de l'autonomisation. Cet aspect a été souligné par Davis¹⁶ dans la compréhension de recours à la chirurgie esthétique et comment les images de la beauté sont considérées comme capables d'offrir aux femmes un pouvoir d'action.¹⁷

D. D- La quête d'identification à une image corporelle virtuelle : image du beau sexe

Tout en incitant à se valoriser à travers l'autre, la logique des réseaux sociaux avec toutes les tendances esthétiques et les valeurs qu'elle véhicule incite les femmes à y adhérer par choix ou pour répondre aux injonctions d'un groupe.

¹³ Jean-François Amadieu, *Le poids des apparences. Beauté, amour et gloire*. Paris, Odile Jacob, 2002, 215 p.

¹⁴ Georges Vigarello, Alain Corbin et J. F. Courtine. *Histoire du corps*, Tome 1, Le XXe siècle, le Seuil, L'univers historique, 2006.

¹⁵ Moulin Caroline. *Corps féminins : l'enjeu d'une émancipation*. In : *Agora débats, jeunesses*, 33, 2003. *Sports et intégration sociale*. pp. 88-97 ; Doi : <https://doi.org/10.3406/agora>.

¹⁶ Kathy Davis, *Egalité douteuses et différences incarnées : études culturelles sur la chirurgie esthétique*, Rowman et Little Field, 2003

¹⁷ Samantha Guigue, *Flat, Frozen and Everlasting : La chirurgie esthétique à l'étranger et la production de corps féminins érotiques en Amérique du Nord néolibérale*, 2014,



En effet, l'image corporelle est prioritaire chez la femme, puisque dans certains cas l'apparence physique est révélatrice de la relation problématique qu'entretiennent les femmes avec leur corps car bien que superficielle, elle est déterminante dans les jugements qui sont portés sur notre personne et l'impression qui s'y dégage.¹⁸

Par conséquent, l'imprégnation par l'image de la beauté idéale et la tentative d'identification permanente à ces clichés peuvent accentuer l'insatisfaction de son propre corps. « La laideur et la vieillesse deviennent des inquiétudes féminines, celles-ci pèsent sur les femmes à travers « l'œil inquisiteur de la famille, du voisinage ou du public »¹⁹. Et actuellement, plus par le prisme des réseaux sociaux.

En plus, plusieurs industries dont le flux est prépondérant dans les réseaux numériques et dans tous les supports médiatiques profitent donc de l'insatisfaction des femmes concernant leur apparence physique en nourrissant, par la diffusion exacerbée de l'idéal de la minceur, l'illusion qu'il est possible « de modeler son corps à l'infini et de transformer sa nature première »²⁰.

S'appuyant sur l'analyse de l'impact des réseaux sociaux sur la silhouette féminine²¹, elle évoque que les réseaux sociaux seraient à l'origine, de solitude, de dépression, de l'insatisfaction ou encore d'anxiété et le mal-être provoqués par les comparaisons physiques répétées avec les

¹⁸David Le Breton. La sociologie du corps. ; Collection : Que sais-je ? Éditeur : Presses Universitaires de France. Année : 2008 ; p 128

¹⁹ David Le breton. L'Adieu au corps, Paris, Métailié,1999

²⁰Yves Travaillot ; Dans Sociologie des pratiques d'entretien du corps, 1998, pp 149 -158.

²¹ **Jacqueline V. Hogue, Jennifer S. Mills, He effects of active social media engagement with peers on body image in young women, March , Body Image 28, 1-5, 2019**

célébrités des réseaux sociaux. De même, « avec Instagram, le groupe de comparaison sociale peut devenir des célébrités qui ont beaucoup plus d'argent et d'attributs socialement valorisés ».²² De ce fait, le corps de la femme particulièrement est ainsi marqué par une vulnérabilité liée à la dépendance constante à ce regard que l'on espère valorisant et qui s'est reconstruit dans un autre monde celui du virtuel.

A partir des réflexions féministes et post-féministes sur le corps et la beauté, au moins deux types d'oppression ressortent. L'une est ancienne et inhérente aux femmes, à leur place dans la société, tandis que l'autre est plus contemporaine liée à la place du corps féminin dans l'espace numérique. A savoir qu'au même titre, les inégalités esthétiques²³ sont bien renforcées à travers les messages et les images diffusés dans les réseaux sociaux qui survalorisent la jeunesse, l'apparence et la minceur. Ce qui fait que les messages numériques diffusés mettent en avant la dimension psychologique et thérapeutique comme levier justifiant le recours à la chirurgie esthétique à travers la valeur de l'image de soi, le désir de plaire, le besoin de répondre aux effets narcissiques des réseaux sociaux²⁴.

En élargissant ce propos, le sociologue allemand Georges Simmel explique que :

²² Jasmin Fardouly, Lenny R. Vartanian. Social media and body image concerns: Current research and future directions. Current opinion in psychology, 2016. 9, 1-5.

²³ Irène Jami, « Ilana Löwy, à propos de *L'emprise du genre* », *Genre & histoire*, 2007, consulté le 19 mars 2022. URL : <http://journals.openedition.org/genrehistoire/110>. Selon Löwy : « trois points illustrent la persistance de l'inégalité des rôles esthétiques et l'autorégulation : le contrôle du poids, la chirurgie esthétique et l'attitude envers les signes de vieillissement ».

²⁴ Gérard Flageul et al, La fonction thérapeutique de la chirurgie esthétique, *Annales de chirurgie plastique et esthétique*, 48, 2003, pp 247-256



la promotion de l'image désirable de soi, tiraille entre la volonté de se singulariser pour attirer les regards et en même temps chercher à ressembler, à imiter, et la souffrance de ne pas posséder les formes corporelles véhiculées par « les tops » modèles.

E. Scalpel et réseau sociaux : vers un nouveau prisme des corps féminins

A l'ère contemporaine, le paradoxe qui entoure le corps se montre de plus en plus avec l'engouement pour son apparence et sa libération. Mais en réalité, ce constat n'est qu'une augmentation des contraintes. Du fait que, le corps²⁵ que l'on considère libéré est finalement soumis à des normes strictes et le corps féminin en particulier est assujéti à des modèles de beauté largement véhiculé grâce aux technologies de l'information et de la communication (TIC)²⁶. « De nos jours, la femme ne domine pas le paysage des images, elle l'écrase. »²⁷. Force est de constater, via les réseaux sociaux que le féminin demeure largement défini par un impératif de beauté, de jeunesse, de séduction, même si aujourd'hui nombre de femmes sont dans un rapport ludique à ces impératives et

cherchent d'abord à se faire plaisir et à s'approprier leurs corps, de se libérer des complexes en recourant à la chirurgie esthétique²⁸.

Dans les médias actuels, l'omniprésence de visages et de corps parfaits donne une définition de la beauté dont les marges sont plus étroites pour les femmes qu'avec l'avènement de la société de consommation, les femmes de toutes couches sociales et de tous âges ont pu acquérir le « droit à la beauté », mais cette démocratisation a du même coup élargi le droit des hommes à les sexualiser²⁹. On constate dès lors, une véritable surveillance de l'apparence des femmes. Celles qui ne répondent pas aux standards imposés risquent d'être méprisées ou invisibles.

Dans ce sens, pour le fonctionnement du mythe de la beauté, le concept d'auto-surveillance avancé par Foucault³⁰, pourrait permettre de décrire quelques logiques sociales et psychologiques des femmes qui cherchent à remanier leurs corps, par tous les moyens, notamment en recourant à la chirurgie esthétique ou de celles qui sont généralement impliquées dans leur apparence. Ceux-ci, de manière générale, inculque donc aux femmes le contrôle d'elles-mêmes et l'autodiscipline.

Dans la même perspective, le climat médiatique et numérique actuel, sert également de rappel à l'ordre et le

²⁶ « Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) regroupent l'ensemble des outils qui permettent d'utiliser, de transférer ou de partager des données numériques (textes, images, sons, ...) sur un support informatique (type CD-ROM ou DVD) ou à travers des réseaux d'ordinateurs connectés. Par contraste avec la télévision — média de communication « fermé », développé par des professionnels—les NTIC permettent à chacun de créer et de diffuser facilement son propre message de communication, notamment sur l'Internet. » cité par F. Petit et al. Chirurgie esthétique : les réalités du virtuel. À propos de l'influence de l'image, des nouvelles technologies de l'information et de la communication, et de l'Internet / Annales de chirurgie plastique esthétique, 48, 2003, pp 324–331

²⁷ David Le Breton, L'Adieu au corps, Paris, Métailié, 1999.

¹² Les femmes demeurent celles qui subissent le plus d'interventions esthétiques en comparaison aux hommes ; elles représentent 87,4 % du lot, soit 20 330 465 interventions. Les hommes totalisent 12,6 % de toutes les opérations accomplies en 2018, soit 2 935 909 interventions. « La société internationale de chirurgie esthétique et plastique (ISAPS) 2018 ».

²⁹ Löwy Ilana, *L'emprise du genre. Masculinité, féminité, égalité*. Paris, Éditions la Dispute, 2006, p 277.

³⁰ Héloïse Husquinet. *Mises en corps. Enquête sur les perceptions et les usages du corps qui façonnent, lient ou libèrent*, 2019.



dualisme homme-femme est ici fortement sollicité de sorte à ce que la femme le « beau sexe » met en avant son capital « féminité » et l'homme le « sexe fort » sa « masculinité » en puisant dans les modèles traditionnels du féminin et du masculin.³¹ Dans d'autres cas « On remarque une augmentation du recours à la chirurgie à des fins professionnelles conséquence directe de l'importance de l'apparence dans le monde du travail et de la plus-value qu'elle peut apporter. Dans un monde où les normes corporelles sont massivement médiatisées, la mise en représentation de soi représente un véritable enjeu³². En effet, les pratiques esthétiques auxquelles s'adonne tout particulièrement les femmes témoignent de la multiplicité des impératifs, des contraintes et des gains potentiels qui agissent sur son désir de se conformer aux idéaux valorisés préconçus. C'est dans cette optique que nous allons essayer d'illustrer comment les réseaux sociaux, le discours médical sur la chirurgie esthétique exercent ce pouvoir et en tirent profit.

Chirurgie esthétique et influence des vecteurs médiatiques :

D'un point de vue sociologique, la popularité de la chirurgie esthétique est un reflet et une réponse au bouleversement de nos valeurs induits par les « média-modernes »³³. De ce fait, la propagation des modèles de beauté largement véhiculés par les technologies de l'information et de

la communication démontre à la fois l'émergence de nouvelles valeurs socioculturelles liées à la métamorphose du corps³⁴. Aussi, la forte prédominance du discours médical diffusé, révèle à partir de constats sociologiques que la chirurgie esthétique s'adresse avant tout aux femmes en raison de leur assignation au devoir de beauté.³⁵ Dans les témoignages des femmes qui ont eu recours à titre d'exemple au lipofilling fessier,³⁶ la majorité ont confirmé que les médias sociaux, les ont encouragés à l'effectuer.

« Avant, on n'oserait pas parler ouvertement de ce genre d'opération, les médias ont contribué fortement à véhiculer les bénéfices de la chirurgie esthétique dans l'amélioration du bien-être. »

Dans ce sens, le discours médiatique reste inéluctablement un facteur déterminant dans la prise de décision pour effectuer une chirurgie esthétique.³⁷ De même,

³⁴ George Vignaux, La chirurgie moderne, ou l'ivresse des métamorphoses, Pygmalion, 2010, p 276.

³⁵ (Wolf 1990 ; Davis 1995 ; Le Hénaff 2013), cité par Martin, Hélène. Bendjama, Rebecca. 2021, Le sexe que l'on mérite. *Recherches féministes*, 34. DOI : [10.7202/1085253ar](https://doi.org/10.7202/1085253ar)

³⁶ Le lipofilling est une technique de chirurgie esthétique qui repose sur le transfert de graisse depuis une zone du corps du patient (zone de prélèvement) vers une autre (zone d'injection). Elle est découverte à la fin du XIXème siècle, a connu de nombreuses avancées et permet aujourd'hui de répondre à de nombreuses indications en chirurgie du visage et du corps.

³⁷ Bernard Andrieu, In : La nouvelle philosophie du corps. Erès ; 2002. p. 13. (La chirurgie mammaire et l'esthétiquement correct : le sein et les médias Mammoplasty and the aesthetically correct : breast and medias S. Le Louarn, Claude Le Louarn)

³¹ David Le Breton, Signes d'identité : Tatouages, piercings et autres marques corporelles, Paris, Métailié, 2008.

³² Oumaya Hidri, « Transformer son corps, stratégie d'insertion professionnelle au féminin ? », Formation Emploi, 91, 2005, pp. 31-44

³³ F. Petit et al. Chirurgie esthétique : les réalités du virtuel. À propos de la nuance de l'image, des nouvelles technologies de l'information et de la communication, et de l'Internet / Annales de chirurgie plastique esthétique, 48, 2003, pp 324-331



l'observation d'images de femmes aux corps sculptés, voire métamorphosés,³⁸ postées sur Instagram et Facebook permet notamment de constater la vulgarisation de la vie heureuse, dynamique, marquée par la jeunesse et la beauté corporelle. Eu égard, les premières transformations esthétiques illustrent l'engouement pour tout ce qui peut cacher les imperfections et les traces du vieillissement³⁹.

« J'ai appris à travers une émission diffusée à la télévision nationale la possibilité de remodeler ma silhouette ». (J, Célibataire, lipofilling fessier et lipocoussion, 30 ans, commerçante).

De même, lors des entretiens les chirurgiens de l'esthétique ont confirmé que les réseaux médiatiques et sociaux et l'un des facteurs qui ont contribué à la hausse des demandes de la chirurgie esthétique au Maroc.

«C'est plusieurs choses, l'influence de la mode occidentale et le prisme de l'idéal corporel et des canons de beauté par les médias surtout les nouvelles plateformes des réseaux sociaux». Professeur en chirurgie esthétique, de ce domaine dans le domaine public et privé.

« le rôle des médias et des réseaux sociaux ont contribué fortement à la propagation de la

chirurgie esthétique chez les marocains ». 41 ans d'expérience en public et en privé, Professeur et directeur d'une clinique de chirurgie esthétique et réparatrice à Rabat.

De ce fait, la mode des célébrités, les médias, la publicité et internet en sont les principales instances de diffusion et d'imposition qui servent à donner sens et à légitimer la pratique de la chirurgie esthétique et celles qui en recourent possèdent une valeur économique d'échange plus élevée que celles et ceux qui ne peuvent, ou qui ne désirent pas s'approprier de telles images⁴⁰.

La chirurgie esthétique à l'ère numérique : une nouvelle forme de désirabilité d'un corps sexué ?

Dans la majorité des cas, le fait de recourir à la chirurgie esthétique est orienté par rapport à autrui et par conséquent rattaché à un enjeu d'appartenance sociale. Dans ce cadre, le corps modelé, peut être utilisé comme support d'intégration sociale et comme une ressource concurrentielle à mobiliser sur le marché matrimonial.⁴¹

Compte tenu de la structure des relations entre femmes et entre les femmes et les hommes, ce système d'opposition engendre des attitudes et des comportements et génère en quelque sorte des complexes d'infériorité et de frustration dues à la stigmatisation des femmes aux corps non séduisants.

« Je suis assez maigre. Je n'ai jamais eu de fesses ! Je ne peux pas continuer à ressembler à une planche. Cette chirurgie a

Annales de chirurgie plastique esthétique 50 (2005) 378-393

³⁸George Vignaux, Op.cit.2010, p276.

³⁹A. Michel, J.-L. Pedinielli, Demandes de transformations corporelles esthétiques et/ou sexuelles par la chirurgie : proximités et différences, Pratiques psychologiques 14 (2008) 137-146, Doi : 016/j.prps.2007.11.011

⁴⁰Sophie Vinette. Image corporelle et minceur : à la poursuite d'un idéal élitif. Reflets, Volume7, N° :1, 2001, pp 129-151.

⁴¹ Musabyimana G, Sexualité et rites en Afrique hier et aujourd'hui, Bruxelles,2015 Editions Scribe.



influencé positivement ma vie. Je me trouve très séduisante, d'ailleurs mon mari est très satisfait du résultat et notre relation intime s'est beaucoup épanouie ». (H, 42 ans, sculpture du corps liposuccion, fonctionnaire, mariée, un enfant)

A ce propos, il convient de soulever qu'une volonté de séduction et de conquête masculine est très souvent la raison pour avoir une silhouette retouchée chirurgicalement. Dans ce sens, il s'agit d'accroître le capital de séduction en vue de l'utiliser sur le marché sexuel et matrimonial.⁴²

Ce recours, pourrait être avant tout le résultat du pouvoir patriarcal qui tente encore de rendre les femmes à l'aise avec les interventions chirurgicales, en les rapprochant des idéaux masculins. En d'autres termes, le regard de l'homme décide de la façon dont le corps doit être modelé : celui qui détient le pouvoir, celui qui est aux leviers des commandes économiques et politiques, peut définir aussi ce qui est beau, ce qui ne l'est pas⁴³.

C'est ainsi que nos résultats soulignent, que les réseaux sociaux contribuent encore à la persistance des modèles traditionnels de beauté genrée, alors que l'on pourrait penser que ces impératifs esthétiques ont eu tendance à s'atténuer dans les sociétés contemporaines.⁴⁴

« On veut grossir avant le mariage, on souffre d'une petite poitrine ou de fesses trop plates,

⁴² Jean-François Amadiou, Op.cit., 2002, p 215

⁴³ Laura Corradi, Pour une sociologie politique du cul féminin dans les publicités italiennes, NQF Vol. 31, No 2, 2012, 67

⁴⁴ Marion Braizaz, la singularité de l'apparence : une quête esthétique paradoxale sous le joug des normes genrées de beauté ; The singularity of appearance : à paradoxical search under the yoke of gendered beauty standards, 2018 p. 83-102

affaissées et on cherche des réponses efficaces, rapides en naviguant dans les forums dédiés aux échanges d'expériences de chirurgie esthétique».

La chirurgie sert ainsi à la fois comme ressource offensive (séduction, conquête) et ressource défensive (protection de la relation de couple) toujours, dans le cadre de la concurrence sur le marché matrimonial⁴⁵ où le statut de la femme mariée est valorisé dans notre société.

La chirurgie esthétique au virtuel : un pas vers la légitimité sociale de la profession

Le discours des chirurgiens esthétiques dans les médias s'est imposé depuis plusieurs années et s'est élargie particulièrement avec l'utilisation massive d'internet. Plus récemment, le partage de photos, de vidéos courtes en direct, de procédures esthétiques se sont amplifiés sur les nouvelles plateformes des réseaux sociaux.⁴⁶ La chirurgie et la médecine esthétiques ont suscité le plus de polémiques autour de leurs pratiques de communication, aussi bien au sein du corps médical que dans les sciences sociales et auprès du public⁴⁷. Par conséquent, en chirurgie esthétique l'expression publique dans les réseaux

⁴⁵ Corinne Fortier, Corps féminin, gavage et male gaze dans la société maure de Mauritanie, dans *L'Ouest, Saharien*, 2022/1 (Vol. 16), pages 73 à 93

⁴⁶ Yannick Le Hénaff, « Je ne vous opérerais pas. » Registres argumentaires des refus d'opérer en chirurgie esthétique, *Travail*, n° 144, 2015/4, pp 61 - 80

⁴⁷ Anastasia Meidani, "Différence "honteuse" et chirurgie esthétique : entre l'autonomie subjective des sujets et l'efficacité du contexte normatif", *Déviance et Société*, N°2, Vol. 29, juin 2005, pp167-179.



sociaux, s'est imposée ; les frontières de l'autorisé se sont élargies pour aboutir à une véritable publicité masquée dépassant l'information. De ce fait, la plupart des chirurgiens dispose d'un site personnel, sur lequel le client à la possibilité de se renseigner, ou même de poser directement des questions au professionnel⁴⁸. Tout en s'affirmant comme une nouvelle génération de promoteurs de la forme proposant un discours innovant, ils sont en quête de légitimité et plus de popularité.

Ce qui fait que la visibilité sur les réseaux sociaux n'est plus un tabou pour les chirurgiens esthétiques en quête d'une légitimité sociale de leur spécialité. Surtout, face au "patient connecté" de plus en plus avide d'informations sur sa santé, le monde numérique a bouleversé les normes d'exercer de la médecine⁴⁹. L'acte chirurgical est filmé ou photographié, et la pratique rapidement devenue vulgarisée sur face book, Instagram. Force est de constater qu'elle répond à tous les codes sociaux virtuels de notre époque.

Actuellement, on assiste plus ouvertement au discours des sites web des chirurgiens esthétiques qui promeuvent la chirurgie d'amélioration corporelle et sexuelle. Celles qui étaient perçue comme un tabou, ont aujourd'hui envahi les réseaux sociaux.

Dans cette culture de consommation où les médias populaires mettent constamment l'accent sur les bénéfices esthétiques et sanitaires du maintien du corps, les individus qui parviennent à faire correspondre leur corps aux images idéalisées de la jeunesse, de la bonne forme physique et de la beauté possèdent

⁴⁸Yannick Le Hénaff, La chirurgie esthétique : l'authenticité médicale en question, In Bujon T., Dourelens C., Le Naour G (Dir), Aux frontières de la médecine, Paris, Archives contemporaines, 2015, pp 195- 208.

⁴⁹ William Menvielle et al, « Patient Communities : A new paradigm for medicine », 2017.

une valeur économique d'échange plus élevée que ceux et celles qui ne peuvent, ou qui ne désirent pas s'approprier de telles images⁵⁰.

Les observations des images diffusées de femmes sur Instagram et Facebook permettent notamment de constater la vulgarisation de la thématique de la vie heureuse et dynamique, de pratiques relatives au corps esthétique et en bonne santé. De ce fait, une dimension véhiculée grâce au réseau numérique essaye d'ancrer dans l'imaginaire des internautes de nouvelles normes liées à la beauté de l'apparence qui procure le bonheur. Il s'agit alors « de la théâtralisation du bonheur de l'esprit sain dans un corps sain. »⁵¹

Par conséquent, Instagram a bouleversé la pratique de la chirurgie esthétique⁵² du fait qu'il dispose de nombreux filtres grâce auxquels les utilisateurs obtiennent une peau filtrée sans défaut. Ce qui fait que les transformations numériques poussent ainsi une partie des abonnés du monde entier à se rendre chez le chirurgien en espérant devenir aussi parfaits que leurs selfies modifiés.⁵³ Ce discours sur la santé et la forme s'intensifie, il n'est plus seulement produit par les chirurgiens de l'esthétique mais aussi par des influenceuses qui s'approprient la parole médiatique.

⁵⁰ Sophie Vinette. Image corporelle et minceur : à la poursuite d'un idéal élitif. Reflets, Volume7, N° :1, 2001, pp 129-151.

⁵¹Elisabeth Eglem, Représentations du corps et réseaux sociaux : réflexion sur l'expérience esthétique, contemporaine, Dans Sociétés 2017/4 , n° 138, pp 99 -110

⁵²Jean-Samuel, Beuscart, Éric, Dagiral, Sylvain Parasia, Sociologie des activités en ligne Introduction, Dans Terrains & travaux 2009/1 n° 15, pp 3 -28

⁵³Yves Travaillot, op. Cite., p.50.



F. Les influenceurs : nouveaux promoteurs de la chirurgie esthétique

Actuellement, le discours médical n'est plus assuré uniquement par des médecins qui viennent informer les usagers des réseaux sociaux mais il est assuré aussi par des personnalités médiatiques, des célébrités plus particulièrement sur Facebook, Instagram, qui apparaissent comme le lieu de prédilection pour ces nouveaux promoteurs.

C'est ainsi que ces réseaux sociaux servent de support à la promotion, et figurent comme une des facettes de mises en discours et en marché caractérisant la chirurgie esthétique dans notre contexte actuel. De nombreuses « stars » de la chanson, du cinéma utilisent ces réseaux pour apporter leurs témoignages autour de l'expérience de la chirurgie esthétique. Une nouvelle culture numérique d'aujourd'hui s'impose par le fait d'être au plus proche d'une certaine norme, comme c'est le cas du phénomène des influenceuses.

Les célébrités s'en mêlent tout comme les professionnels de santé, une catégorie d'entre eux a des intérêts commerciaux vis à vis des pratiques esthétiques, elles jouent sur leur image médiatique préexistante. Le témoignage des influenceuses sur les réseaux aurait ainsi une fonction plus large que la preuve d'efficacité, il serait le vecteur des croyances en l'émancipation féminine par la chirurgie esthétique. Ce qui a influencé d'une manière ou d'une autre le recours massif aux pratiques esthétiques et qui a soumis pour autant le corps à une médicalisation accrue se servant de la technologie avancée dans le domaine socio- médical et numérique.

D'une manière ou d'une autre, l'utilisation des réseaux sociaux suscite un débat soulevant le respect des normes « éthiques » de la pratique esthétique en

chirurgie. Il ne s'agit plus seulement de renforcer son poids ou à se légitimer socialement face à des disciplines ou à des groupes concurrents, mais l'ambiguïté se pose quant aux limites entre information, autopromotion et promotion dans ce domaine.

Conclusion :

En conclusion, les réseaux sociaux ont profondément influencé la pratique de la chirurgie esthétique, offrant de nouvelles possibilités de communication et de promotion pour les chirurgiens esthétiques, les célébrités et les influenceuses. Cependant, cela soulève des questions éthiques concernant la promotion de la chirurgie esthétique, nécessitant une distinction claire entre l'information, l'autopromotion et la véritable promotion médicale.

La visibilité accrue sur les réseaux sociaux a transformé la perception et la pratique de la chirurgie esthétique, créant des opportunités et des défis. Il est essentiel de préserver l'intégrité et l'éthique dans ce domaine, en encourageant un dialogue ouvert et informé pour garantir des pratiques esthétiques responsables et respectueuses des patients.

Les technologies numériques ont contribué à une révolution socioculturelle, modifiant le rapport au corps et promouvant des normes de beauté idéalisées. La chirurgie esthétique se distingue des autres spécialités médicales en raison de sa promotion sur les réseaux numériques, mettant en avant des exploits de performance corporelle et esthétique attrayants.

Les femmes sont particulièrement soumises aux injonctions de beauté et de désirabilité sociale, avec des images de corps féminins de plus en plus sexualisées. Les débats entourant la chirurgie esthétique sur les réseaux sociaux varient, certains la



considérant comme une oppression renforçant les inégalités de genre, tandis que d'autres la voient comme une forme de liberté et d'autonomisation féminine.

Cependant, il est essentiel de réfléchir aux principes déontologiques et éthiques de la promotion médiatique et virtuelle de la chirurgie esthétique. Alors que la société devient de plus en plus connectée, le débat sur les frontières entre l'information, la communication et la publicité en médecine ne fera que s'intensifier, mettant en

évidence la dimension concurrentielle au sein de la profession médicale.

En résumé, cette conclusion n'est pas une clôture, mais une ouverture à d'autres questionnements liés aux usages contemporains des réseaux sociaux. Les sciences sociales sont invitées à explorer les aspects déontologiques, éthiques et concurrentiels de la promotion médiatique de la chirurgie esthétique dans une société de plus en plus connectée.

LISTE DES REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES :

American Society for Aesthetic Plastic Surgery (ASAPS), 2018. « Sondage International de La Société internationale de chirurgie esthétique et plastique (ISAPS). Beuscart, J-S, Dagiral, É. Parasio, S.2009. Sociologie des activités en ligne (Introduction), Dans Terrains & travaux 1, n° 15, pp 3 - 28

Cardon, D. 2008, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », Réseaux, n°152, pp. 93-137.

Coëffé, T, 2018. Chiffres réseaux sociaux.

Dany, L., & Morin, M. 2010, Image corporelle et estime de soi : étude auprès de lycéens français. Bulletin de psychologie, 5, pp 321-334

Davis, K. 2002. Une égalité douteuse' : hommes, femmes et chirurgie esthétique, Corps et société. N° 8

DE Giorgio, M « Michelle Perrot, Les Femmes ou les silences de l'Histoire, Paris, Flammarion, 1998, 493 p. », Clio. Histoire, femmes et sociétés, mis en ligne le 20 mars 2003.URL : <http://journals.openedition.org/cli0/200> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cli0.200>

Eglen, E. 2017. Représentations du corps et réseaux sociaux : réflexion sur l'expérience esthétique, contemporaine, Dans Sociétés, n° 138, pp 99 à 110

Encyclopédie médicale de la famille, 1991, Paris, Larousse- Selection du Reader's Digest, p 244.

Fardouly, J., & Vartanian, L. R. 2016. Social media and body image concerns: Current research and future directions. Current opinion in psychology, 9, pp 1-5.

Flagueul et al, 2003, La fonction thérapeutique de la chirurgie esthétique, Annales de chirurgie plastique et esthétique, 48, pp 247-256



Haiken. E. Venus Envy. 1997 : Une histoire de la chirurgie esthétique. Baltimore : Presse universitaire Johns Hopkins. P 370.

Hidri, O, 2005, « (Trans) former son corps, stratégie d'insertion professionnelle au féminin ? », Formation Emploi, 91, pp. 31-44

Hogue. J.V, Mills.J.S. 2019, The effects of active social media engagement with peers on body image in young women Body Image, 28

Husquinet, H. 2019. Mises en corps. Enquête sur les perceptions et les usages du corps qui façonnent, lient ou libèrent. cité Foucault, M, 1975. Surveiller et punir, Paris, Gallimard, collection Tell.

Irène Jami, 2007 « Ilana Löwy, à propos de *L'emprise du genre* », *Genre & histoire*, consulté le 19 mars 2022. URL : <http://journals.openedition.org/genrehistoire/110>

Le Breton D. 2008. La sociologie du corps. ; Collection : Que sais-je ? Éditeur : Presses Universitaires de France. ; P. 128

Le Breton, D, 2010. Ingénieurs de soi : technique, politique et corps dans la production de l'apparence. Sociologie et sociétés, vol. 42, n° 2, p. 139-151. URI : <http://id.erudit.org/iderudit/045359ar> DOI : 10.7202/045359ar

Le Breton, D. (2008), Signes d'identité : Tatouages, piercings et autres marques corporelles, Paris, Métailié.

Le Breton, D. 1999, L'Adieu au corps, Paris, Métailié.

Le Hénaff, Y. 2014, La chirurgie esthétique : l'authenticité médicale en question, In Bujon T., Dourelens C., Le Naour G (Dir), Aux frontières de la médecine, Paris, Archives contemporaines, pp 195- 208

Le Hénaff, Y. 2015 « Je ne vous opérerais pas. » Registres argumentaires des refus d'opérer en chirurgie esthétique, Dans Travail et emploi /4 , n° 144, pp 61 - 80

Löwy, I, 2006, *l'emprise du genre. Masculinité, féminité, égalité*. Paris, Éditions : La Dispute, 277 p.

Löwy, I, 2006. « La politique d'inégalité des rôles esthétiques », *L'emprise du genre. Masculinité, féminité, inégalité*, Paris, La Dispute, pp. 87-120.

Martin, H. 2014, « Le beau sexe. Quelques pistes de réflexion sur les chirurgies sexuelles cosmétiques », *Genre, sexualité & société* ,12. Mis en ligne le 01 décembre, URL : <http://journals.openedition.org/gss/3222> ; DOI : 10.4000/gss.3222

Meidani A., 2005. "Différence "honteuse" et chirurgie esthétique : entre l'autonomie subjective des sujets et l'efficacité du contexte normatif", *Déviance et Société*, N°2, Vol. 29, pp. 167-179.

Menvielle, W et al. 2017. « Patient Communities : A new paradigm for medicine ».



Petit. F et al.2003. Chirurgie esthétique : les réalités du virtuel. À propos de l'influence de l'image, des nouvelles technologies de l'information et de la communication, et de l'Internet / Annales de chirurgie plastique esthétique 48. pp 324–331

Pierre M. 2016, La sociologie des réseaux sociaux, Collection : Repères Éditeur : La Découverte, P : 128

Sojae E. Digital 2020 : les principaux enseignements. We are social. Disponible sur Digital Report 2020 - We Are Social France (consulté le 2-3-2022)

Travaillot, Y ; 1998. Dans Sociologie des pratiques d'entretien du corps, pp 149 - 158.

Vigarelo, G. Corbin, A et Courtine, J. F. 2006.Histoire du corps Tome 1, De la Renaissance aux Lumières ; Tome 2, De la Révolution à la Grande Guerre ; Tome 3, Les mutations du regard - Le XXe siècle, **Le Seuil**, L'univers historique,

Vignaux, G. 2010. La chirurgie moderne, ou l'ivresse des métamorphoses, Pygmalion, p 276.

Vinette, S.2001. Image corporelle et minceur : à la poursuite d'un idéal élusif. Reflets, 7, pp 129–151.

