

Influence des réseaux sociaux sur la demande en chirurgie esthétique faciale

Auteurs : M.Zeroual^a, O. El Gamoussi^a, N.Ouabou^a, M.Abida^a, A.Boussouab^a, Z.Sayad^a
meryemzeroual0@gmail.com

^a : Service de chirurgie maxillo-faciale et esthétique de la face, Centre Hospitalier Universitaire Mohammed VI, Faculté de Médecine et de Pharmacie, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.

Introduction

Au cours des dernières années, la chirurgie esthétique faciale a connu une augmentation notable de la demande. Parallèlement, l'essor des réseaux sociaux a profondément modifié la manière dont les individus perçoivent leur apparence et les standards esthétiques. Ces plateformes diffusent largement des contenus liés à la beauté et aux transformations esthétiques, pouvant influencer les attentes et les décisions des utilisateurs. Plusieurs études ont montré que l'exposition aux contenus esthétiques sur les réseaux sociaux peut modifier la perception de l'image corporelle et renforcer l'intérêt pour les procédures esthétiques [1,2]. Les plateformes numériques contribuent également à diffuser des normes esthétiques idéalisées et à influencer les motivations des patients à recourir à la chirurgie esthétique [2,3]. L'objectif de cette étude est d'évaluer l'influence des réseaux sociaux sur la perception de l'apparence et sur l'intérêt pour la chirurgie esthétique faciale au sein d'une population adulte.

Matériel et méthodes

Il s'agit d'une étude transversale descriptive menée auprès de 362 participants. Les données ont été recueillies à l'aide d'un questionnaire anonyme et structuré portant sur l'utilisation des réseaux sociaux, l'exposition aux contenus esthétiques et l'intérêt pour les interventions de chirurgie esthétique faciale.

Les données ont été analysées à l'aide du logiciel Microsoft Excel.

Résultats

Les résultats ont montré une forte exposition des participants aux contenus esthétiques sur les réseaux sociaux. En effet, 62 % des participants déclaraient consulter régulièrement des contenus liés à l'esthétique faciale, et 48 % rapportaient que ces contenus influençaient leur perception de leur apparence.

Par ailleurs, 48 % des répondants exprimaient un intérêt accru pour la chirurgie esthétique faciale. Une association statistiquement significative a été observée entre le temps d'exposition aux contenus esthétiques et l'intérêt déclaré pour les interventions esthétiques.

Les plateformes les plus fréquemment citées étaient Instagram (85 %), TikTok (67 %) et YouTube (54 %). (Figure A)

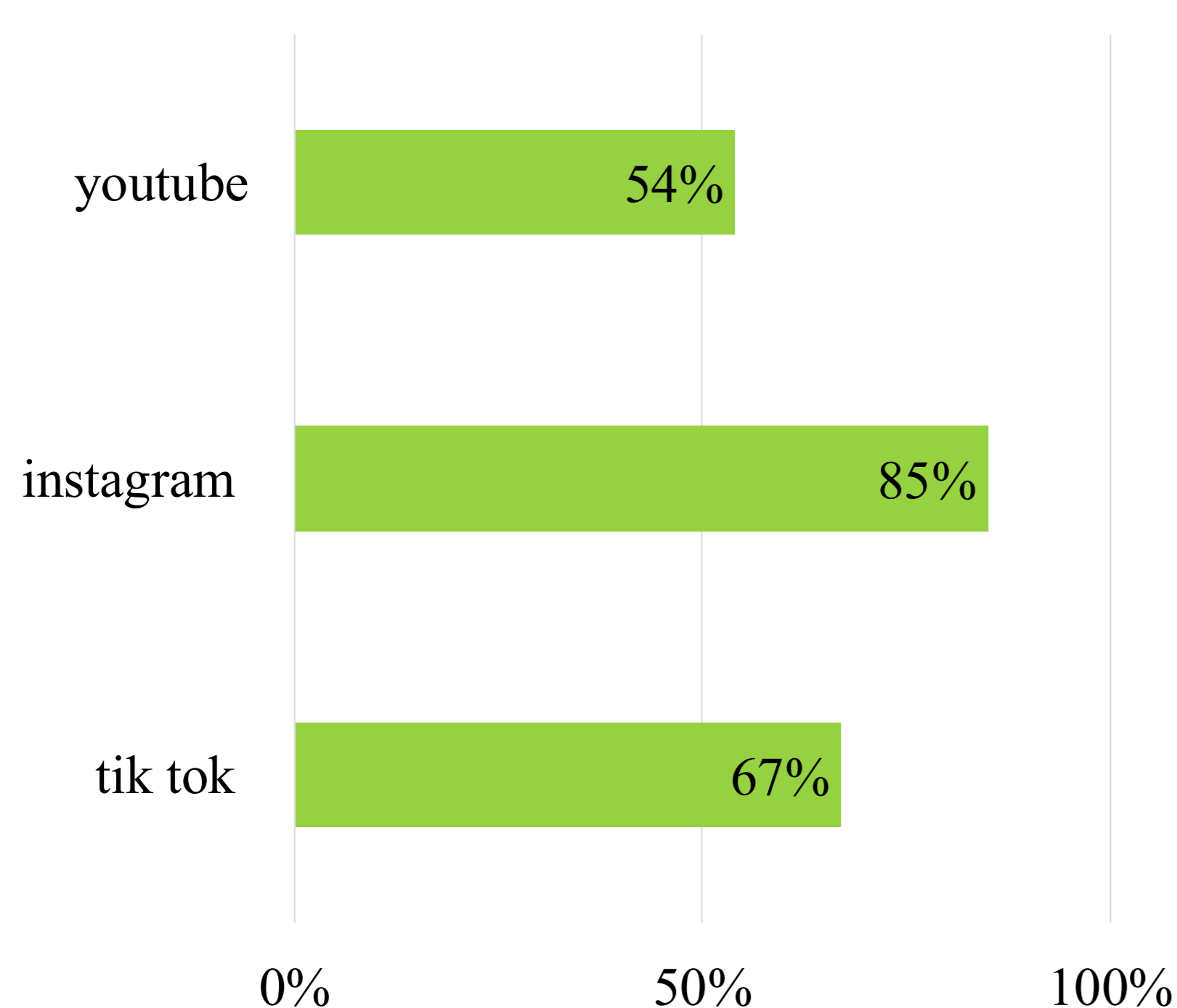


Figure A : Les plateformes impliquées les plus citées parmi les participants .

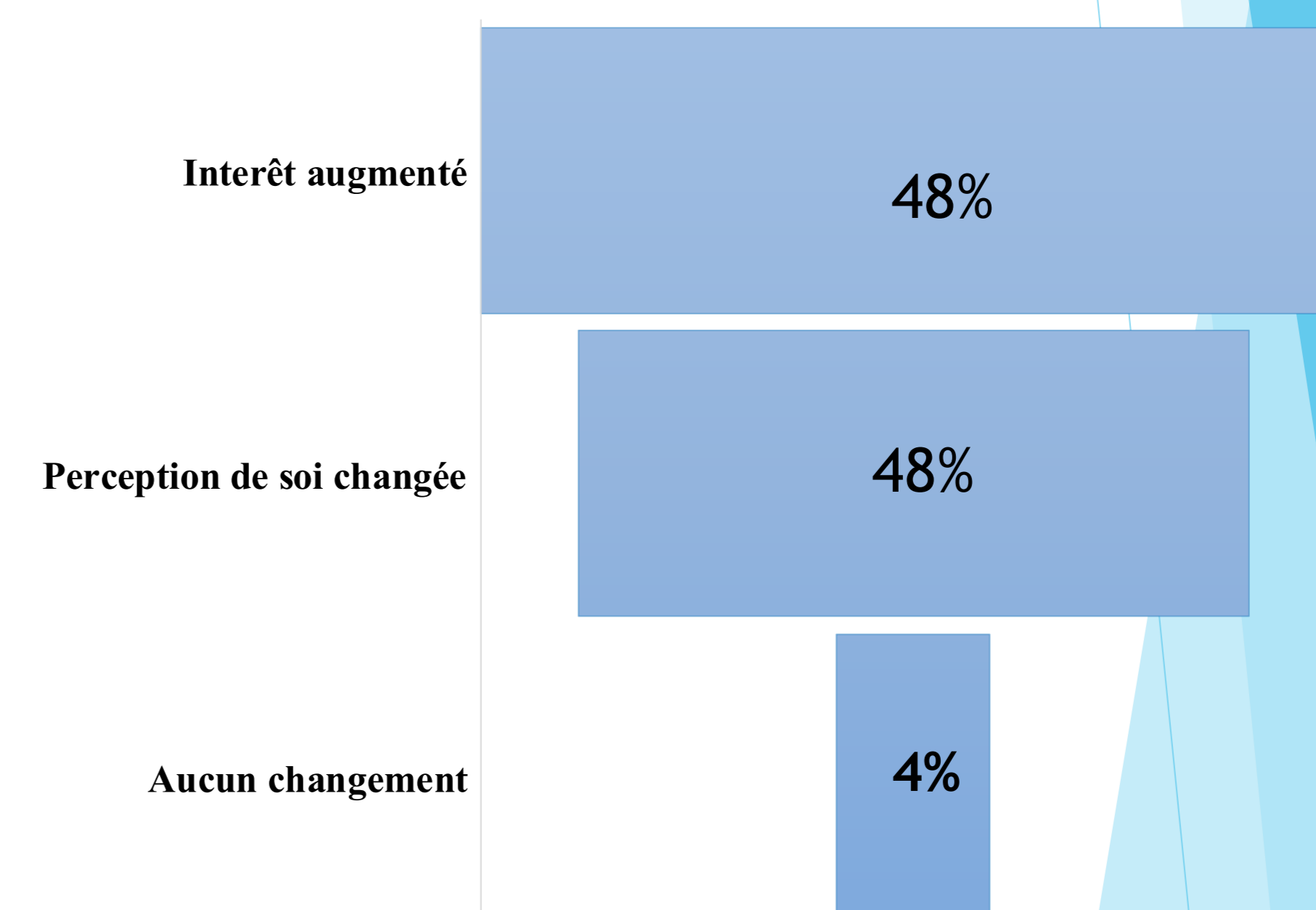


Figure B : Effet ressenti par les participants .

Discussion

Les résultats de cette étude mettent en évidence le rôle important des réseaux sociaux dans la perception de l'apparence et l'intérêt pour la chirurgie esthétique faciale. Une proportion importante de participants rapporte être régulièrement exposée à des contenus esthétiques, ce qui semble influencer leur perception de l'image corporelle.

Ces observations concordent avec plusieurs travaux récents montrant que les médias numériques participent à la diffusion de standards esthétiques idéalisés, susceptibles d'influencer la satisfaction corporelle et les motivations à recourir à des procédures esthétiques [1,2].

Les plateformes visuelles telles qu'Instagram et TikTok jouent un rôle particulièrement important en raison de leur diffusion massive d'images et de contenus liés aux transformations esthétiques. L'association observée entre le temps d'exposition aux contenus esthétiques et l'intérêt pour la chirurgie suggère que ces plateformes peuvent contribuer à normaliser et promouvoir les interventions esthétiques [3].

Dans ce contexte, il apparaît essentiel de fournir aux patients une information claire, transparente et scientifiquement fondée, afin de favoriser une prise de décision éclairée et d'éviter des attentes irréalistes [2].

Conclusion

Les réseaux sociaux exercent une influence significative sur la perception de l'apparence et sur l'intérêt pour la chirurgie esthétique faciale. Leur rôle croissant dans la diffusion des normes esthétiques souligne l'importance d'une communication médicale éthique et d'une sensibilisation adaptée, afin d'orienter les attentes des patients et de favoriser des décisions éclairées [1-3].

Références

- 1- Seetan K, Yassin RY, Khamees A, et al. The effect of social media on the decision to have aesthetics or cosmetic procedures: a case-control study. *Aesthetic Plast Surg.* 2025;49(5):1469-1477.
- 2- Mironica A, Popescu CA, George D, et al. Social media influence on body image and cosmetic surgery considerations: a systematic review. *Cureus.* 2024;16(7):e65626.
- 3- Albash LA, Alyahya T, Albooshal S, et al. Social media influencers and their impact on society in performing cosmetic procedures among Al-Ahsa community. *Cureus.* 2024;16(9):e68374.