

Анняярова А., Аннагельдыева Л.

КЛИНИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ НЕНУЖНЫХ ЭСТЕТИЧЕСКИХ ВМЕШАТЕЛЬСТВ

Научный руководитель: ст. преп. Шарапа А.А.

Кафедра белорусского и русского языка

Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск

Актуальность. Рост популярности пластической хирургии в последние десятилетия привел к увеличению числа эстетических вмешательств, не имеющих медицинских показаний. Языковая реклама, социальные сети и культурные стереотипы формируют у пациентов искаженное представление о необходимости операции, что приводит к росту осложнений без реальной пользы для здоровья. Проблема усугубляется недостаточной лингвистической грамотностью информирования населения о рисках.

Цель: проанализировать частоту и характер осложнений после необоснованных эстетических вмешательств и выявить роль языковых факторов в принятии пациентами решений об операции.

Материалы и методы. Проведен ретроспективный анализ 120 историй болезни пациентов, перенесших эстетические операции в период с 2020 по 2025 год в клиниках Республики Беларусь. Критерием «ненужности» вмешательства считалось отсутствие функциональных нарушений. Дополнительно изучены тексты рекламы эстетических клиник (50 единиц) на предмет использования манипулятивных языковых конструкций. Оценивались частота осложнений, необходимость ревизий и длительность реабилитации.

Результаты и их обсуждение. У 38% пациентов (46 человек) выявлены осложнения: инфекционные процессы (18%), гематомы (12%), некроз тканей (5%), неудовлетворительный результат, потребовавший повторной коррекции (22%). У 15% развился хронический болевой синдром. Анализ рекламы показал, что в 84% случаев используются манипулятивные конструкции («идеальная внешность», «гарантированный результат», «без рисков»), минимизирующие восприятие опасности. Средняя длительность реабилитации у этой группы – 4,2 месяца против 2,1 месяца у пациентов с обоснованными показаниями.

Выводы. Ненужные эстетические вмешательства сопряжены с высоким риском осложнений. Языковые манипуляции в рекламе способствуют принятию необоснованных решений об операции. Необходима разработка этических стандартов информирования пациентов, включая обязательное психологическое обследование и использование нейтральной, научно обоснованной лексики в рекламных материалах.