

Влияние социальных сетей на решения в области косметической и гинекологической эстетической медицины среди женщин в Саудовской Аравии

Источник: Frontiers in Digital Health

Дата публикации: 2024

Оригинал: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fdgth.2026.1775085>

женское здоровье

косметология

психология

социальные сети

этика

Цель

Изучить, как социальные сети влияют на принятие решений в области косметических и гинекологических эстетических процедур среди женщин в Саудовской Аравии, уделяя внимание поведенческим, психологическим, этическим и культурным аспектам.

Методы

Был проведен структурированный нарративный обзор, руководствуясь принципами **SANRA** (Scale for the Assessment of Narrative Review Articles — Шкала оценки нарративных обзоров), с использованием публикаций за период с 2018 по 2024 год, найденных в базах данных **PubMed**, **OpenAlex** и институциональных репозиториях. Исследования проходили тематический скрининг и синтезировались с использованием нарративного тематического подхода. Исследования проверялись на предмет релевантности влиянию социальных сетей на косметическое поведение, психологическую мотивацию, профессиональную этику и эстетическую хирургию женских половых органов. В итоговый синтез вошли тринадцать исследований, соответствующих критериям включения, которые были распределены по четырем тематическим областям.

Результаты

В саудовских и международных исследованиях высокий уровень воздействия визуальных платформ социальных сетей — в частности, контента инфлюенсеров, фильтров и изображений формата «до и после» — последовательно ассоциировался с повышенным интересом к косметическим процедурам. Психологические механизмы включали социальное сравнение, неудовлетворенность своей внешностью и стремление к одобрению со стороны сверстников. Этические проблемы были связаны с контентом, ориентированным на продвижение товаров, селективным использованием изображений и ограниченным раскрытием рисков практикующими врачами. В контексте Саудовской Аравии культурные нормы, цифровая активность и меняющиеся социальные ожидания взаимодействовали, формируя мотивацию женщин, включая тех, кто рассматривает гинекологические эстетические процедуры.

Выводы

Социальные сети играют существенную роль в формировании представлений о красоте, мотивации к проведению косметических и гинекологических процедур, а также ожиданий от результатов лечения. Клиницисты должны учитывать влияние социальных сетей во время консультирования, способствовать формированию реалистичных ожиданий и соблюдать этические стандарты коммуникации. Необходимы дальнейшие лонгитюдные и культурно-ориентированные исследования, чтобы прояснить, как цифровое воздействие формирует решения женщин с течением времени.