TABIIYLIKDAN SUN'IYLIKKA: INSONLARNING TASHQI QIYOFASI QANCHALIK SUN'IYLASHMOQDA?

Sanoqulova Umidaxon Otkirovna
Tashkent Perfect University
https://doi.org/10.5281/zenodo.22723579

Annotatsiya. Mazkur maqolaning maqsadi — zamonaviy jamiyatda insonlar tashqi qiyofasining sun'iylashuv darajasini, uni yuzaga keltirayotgan omillarni hamda ijtimoiy-psixologik oqibatlarini ilmiy asosda tahlil qilishdan iborat. Tadqiqot xalqaro statistik ma'lumotlarni (ISAPS, 2024) qiyosiy tahlil qilish, ilmiy adabiyotlarni tizimli o'rganish va mavjud empirik tadqiqotlar natijalarini umumlashtirish usullari asosida amalga oshirildi. Tahlil natijalariga ko'ra, 2024-yilda dunyo bo'ylab qariyb 38 million estetik muolaja bajarilgan bo'lib, so'nggi to'rt yilda ularning umumiy hajmi 42,5 foizga o'sgan; ijtimoiy tarmoq filtrlari va sun'iy intellekt texnologiyalari esa go'zallik standartlarini tobora noreal qiyofalar tomon siljitmoqda. Shuningdek, raqamli filtrlardan muntazam foydalanish «Snapchat dismorfiyasi» deb ataluvchi yangi psixologik hodisaning shakllanishiga olib kelayotgani aniqlandi. Xulosa sifatida, tashqi qiyofaning sun'iylashuvi texnologik, iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy omillar uyg'unlashgan global tendensiya ekani hamda uning salbiy ta'sirlarini yumshatish uchun media savodxonlikni oshirish va huquqiy mexanizmlarni takomillashtirish zarurligi asoslandi.

Kalit so'zlar: estetik jarrohlik, kosmetologiya, sun'iy go'zallik, ijtimoiy tarmoqlar, go'zallik filtrlari, tana dismorfik buzilishi, sun'iy intellekt.

KIRISH

Go'zallikka intilish insoniyat tarixining barcha davrlarida mavjud bo'lgan: qadimgi Misrda surma va tabiiy bo'yoqlar, o'rta asrlarda turli malham va liboslar, XX asrda esa dekorativ kosmetika insonning o'z qiyofasini «yaxshilash» vositalari bo'lib xizmat qilgan. Biroq XXI asrning texnologik inqilobi bu intilishni sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqdi: bugungi kunda tashqi qiyofani nafaqat kosmetika, balki jarrohlik amaliyotlari, in'yeksion muolajalar, raqamli filtrlar va sun'iy intellekt algoritmlari yordamida ham tubdan o'zgartirish mumkin. Natijada «tabiiy» va «sun'iy» qiyofa o'rtasidagi chegara tobora xiralashib bormoqda.

Muammoning mohiyati shundaki, tashqi qiyofani o'zgartirish imkoniyatlari kengaygani sari jamiyatda go'zallik haqidagi tasavvurlar ham real insondan uzoqlashib, texnologik vositalar yordamida yaratilgan ideal obrazlarga asoslanmoqda. Bu esa, bir tomondan, ulkan «go'zallik iqtisodiyoti»ni shakllantirsa, ikkinchi tomondan, ayniqsa yoshlarning ruhiy salomatligi, o'z-o'zini qabul qilishi va ijtimoiy identikligiga jiddiy ta'sir ko'rsatmoqda. Shu bois insonlar tashqi qiyofasining sun'iylashuv darajasini xolis, raqamlarga tayangan holda baholash bugungi ijtimoiy fanlar oldida turgan dolzarb vazifalardan biridir.

Mazkur yo'nalishda muayyan ilmiy zaxira to'plangan. Britaniyalik plastik jarroh T. Esho 2018-yilda filtrlangan suratdagi qiyofaga o'xshashga intilib jarrohga murojaat qilayotgan bemorlarni tavsiflash uchun «Snapchat dismorfiyasi» atamasini fanga kiritdi [10]. A. Haines go'zallik filtrlarining o'z-o'zini idrok etishga ta'sirini ommabop-tahliliy jihatdan yoritgan [3]. Frontiers in Public Health jurnalida e'lon qilingan milliy so'rov natijalari ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish bilan tana dismorfik buzilishi va estetik jarrohlikka moyillik o'rtasidagi bog'liqlikni empirik tasdiqlagan [5]. Aesthetic Surgery Journal sahifalarida esa estetik muolajaga murojaat qilgan bemorlarda «Snapchat dismorfiyasi» belgilari maxsus o'rganilgan [6]. Estetik plastik jarrohlik xalqaro jamiyati (ISAPS)ning yillik hisobotlari sohadagi miqdoriy o'zgarishlarni kuzatish imkonini beradi [1; 2]. Shu bilan birga, ushbu manbalarda muammo ko'pincha alohida jihatlar kesimida o'rganilgan bo'lib, texnologik, iqtisodiy va psixologik omillarni yaxlit tizim sifatida qamrab oluvchi umumlashtiruvchi tahlilga ehtiyoj saqlanib qolmoqda.

Maqolaning maqsadi — insonlar tashqi qiyofasining sun'iylashuv ko'lamini xalqaro statistik ma'lumotlar asosida baholash, ushbu jarayonni harakatlantiruvchi omillarni aniqlash hamda uning ijtimoiy-psixologik oqibatlari yuzasidan ilmiy asoslangan xulosa va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Belgilangan maqsaddan kelib chiqib quyidagi vazifalar hal etildi: estetik muolajalar bozorining dinamikasi tahlil qilindi; raqamli filtrlar va selfi madaniyatining qiyofa idrokiga ta'siri o'rganildi; sun'iy intellektning go'zallik standartlariga ta'siri baholandi; muammoni yumshatish bo'yicha tavsiyalar shakllantirildi.

Tadqiqot usullari sifatida qiyosiy statistik tahlil, ilmiy adabiyotlarni tizimli o'rganish, ikkilamchi empirik ma'lumotlarni umumlashtirish hamda mantiqiy-tahliliy yondashuvdan foydalanildi. Asosiy empirik baza sifatida ISAPS ning 2024-yilgi xalqaro so'rovi (dunyoning 32 hududidagi 2 975 nafar jarroh ishtirokida o'tkazilgan), yetakchi ilmiy jurnallarda chop etilgan tadqiqotlar va xalqaro konsalting tashkilotlarining hisobotlari xizmat qildi [1; 5; 7].

ASOSIY QISM

1. Estetik muolajalar bozorining ko'lami: raqamlar tahlili

Tashqi qiyofaning sun'iylashuv darajasini eng yaqqol ko'rsatuvchi indikator — estetik muolajalar statistikasidir. ISAPS ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda dunyo bo'ylab 17,4 milliondan ortiq jarrohlik va 20,5 million nojarrohlik muolajasi, jami qariyb 38 million estetik amaliyot bajarilgan [1]. Eng e'tiborlisi — so'nggi to'rt yil ichida bunday muolajalar hajmi 42,5 foizga o'sgan [2]. Boshqacha aytganda, har yili o'rtacha har 200 nafar yer yuzi aholisidan bittasi o'z qiyofasini professional tibbiy vositalar yordamida o'zgartirmoqda va bu ko'rsatkich barqaror o'sish tendensiyasiga ega.

2024-yil natijalarining yana bir muhim jihati — tarixda ilk bor qovoq jarrohligi (blefaroplastika) liposaksiyani ortda qoldirib, dunyodagi eng ommabop jarrohlik amaliyotiga aylandi [2]. Mutaxassislar buni videokonferensiyalar va selfi madaniyati davrida e'tiborning aynan yuzga ko'chgani bilan izohlaydilar: inson o'z yuzini har kuni ekranda ko'radi va undagi «nomukammalliklar»ni tuzatishga intiladi. Nojarrohlik muolajalari orasida botulotoksin (7,8 million muolaja) mutlaq yetakchi bo'lib, u barcha yosh guruhlarida ham ayollar, ham erkaklar o'rtasida eng ko'p qo'llanilgan [1].

Hududiy kesimda Amerika Qo'shma Shtatlari 6 165 173 ta muolaja bilan birinchi o'rinni egallaydi, undan keyin Braziliya (taxminan 3,1 million) va Yaponiya (taxminan 1,6 million) turadi [1]. Quyidagi jadvalda 2024-yilgi eng ommabop muolajalar umumlashtirilgan (1-jadval).

1-jadval

ISAPS 2024-yil so'rovi bo'yicha eng ommabop estetik muolajalar [1]

O'rin	Jarrohlik muolajalari	Nojarrohlik muolajalari
1	Qovoq jarrohligi (blefaroplastika)	Botulotoksin in'yeksiyasi
2	Liposaksiya	Gialuron kislotasi (filler)
3	Ko'krakni kattalashtirish	Epilyatsiya (tuk olish)
4	Chandiqlarni korreksiya qilish	Nojarrohlik teri taranglashtirish
5	Rinoplastika (burun jarrohligi)	Kimyoviy piling

Tibbiy muolajalar bilan bir qatorda kundalik «sun'iylashtirish» vositalari — kosmetika sanoati ham ulkan iqtisodiy kuchga aylangan. Turli baholarga ko'ra, jahon kosmetika bozorining hajmi 2024-yilda qariyb 646 milliard AQSH dollarini tashkil etgan bo'lib, 2025-yilda 677 milliard dollarga yetishi prognoz qilingan [9]. McKinsey tahlilchilari go'zallik sanoatini iqtisodiy beqarorlik sharoitida ham barqaror o'sayotgan kam sonli tarmoqlardan biri sifatida baholaydilar [7]. Bu raqamlar tashqi qiyofani «yaxshilash» endilikda shaxsiy tanlov doirasidan chiqib, global iqtisodiyotning yirik segmentiga aylanganini ko'rsatadi.

2. Raqamli omillar: filtrlar, selfi madaniyati va «Snapchat dismorfiyasi»

Tashqi qiyofa sun'iylashuvining zamonaviy bosqichini raqamli texnologiyalarsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Bugungi kunda qiyofa avvalo virtual makonda — ijtimoiy tarmoqlardagi profil suratlari va «storis»larda taqdim etiladi, real hayotdagi ko'rinish esa ko'pincha ana shu raqamli etalon bilan solishtiriladi. Ma'lumotlarga ko'ra, AQSH, Fransiya va Buyuk Britaniyada yoshlarning 90 foizdan ortig'i Snapchat'ning to'ldirilgan reallik (AR) filtrlaridan foydalanadi, Facebook va Instagram'da esa AR

effektlarini 600 milliondan ortiq kishi qo‘llagan [3]. Qizlar o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rovlar yanada tashvishli manzarani ko‘rsatadi: ularning 52 foizi har kuni filtr ishlatadi, 80 foizi esa 13 yoshga to‘lmasdanoq o‘z tashqi ko‘rinishini o‘zgartiruvchi ilovalardan foydalanib ulgurgan [4].

Raqamli filtrlarning ommalashuvi tibbiyotda yangi hodisani keltirib chiqardi. 2018-yilda plastik jarroh T. Esho filtrlangan suratlaridagi qiyofaga real hayotda erishishni istab murojaat qilayotgan bemorlarni tavsiflash uchun «Snapchat dismorfiyasi» atamasini taklif qildi [10]. Amerika yuz plastik va rekonstruktiv jarrohlik akademiyasi (AAFPRS)ning 2021-yilgi yillik so‘rovida jarrohlarning 75 foizi bemorlar aynan «selfida yaxshiroq ko‘rinish» maqsadida muolajaga kelayotganini qayd etgan — bu ko‘rsatkich 2018-yilga nisbatan 18 foizga o‘sgan [4]. Boshqacha aytganda, ilgari bemorlar jarrohga mashhur aktyor yoki modelning suratini olib kelgan bo‘lsa, endi ular o‘zlarining filtrlangan raqamli nusxasini «asl holat» sifatida taqdim etmoqda.

Empirik tadqiqotlar bu hodisaning psixologik mexanizmlarini ham ochib bermoqda. Aesthetic Surgery Journal’da e’lon qilingan tadqiqotda «Snapchat dismorfiyasi» ko‘rsatkichlari bilan surat tahrirlashda qo‘llaniladigan dasturlar soni hamda haftasiga ulashiladigan selfilar miqdori o‘rtasida ijobiy korrelyatsiya aniqlangan [6]. Frontiers in Public Health jurnalidagi milliy so‘rov esa ijtimoiy tarmoqlardan faol foydalanish tana dismorfik buzilishi (BDD) belgilari va estetik jarrohlikka ijobiy munosabat bilan bog‘liqligini ko‘rsatgan [5]. Demak, filtr shunchaki «bezak» emas: u foydalanuvchi ongida ideal, ammo real bo‘lmagan «men» obrazini shakllantiradi, oynadagi haqiqiy aks esa shu obraz bilan doimiy ziddiyatga kirishadi. Ana shu ziddiyat qiyofani sun’iy o‘zgartirishga bo‘lgan talabning psixologik zaminini tashkil etadi.

3. Sun’iy intellekt va go‘zallikning yangi standartlari

Sun’iylashuv jarayonining eng yangi bosqichi sun’iy intellekt (SI) texnologiyalari bilan bog‘liq. Tahliliy hisobotlarga ko‘ra, go‘zallik va kosmetika sohasidagi SI yechimlari bozori 2025-yilda 3,6 milliard dollarga baholangan bo‘lib, 2033-yilga borib yiliga o‘rtacha 16,3 foiz o‘sish bilan 12 milliard dollardan oshishi kutilmoqda [8]. Yirik brendlar, jumladan Estée Lauder, foydalanuvchi o‘z yuzida mahsulotni virtual «kiyib ko‘rishi» mumkin bo‘lgan SI ilovalarini joriy etgan; algoritmlar teri holatini tahlil qilib, individual parvarish dasturlarini tuzib bermoqda [8]. Bir qarashda bu qulaylik bo‘lib tuyulsa-da, mohiyatan SI insonga o‘zining «takomillashtirilgan» raqamli versiyasini muntazam namoyish etib, real qiyofani shu etalonga moslashtirishga undaydi.

SI ta’sirining yana bir ko‘rinishi — virtual influenserlar va generativ algoritmlar yaratayotgan «mukammal» yuzlardir. Umuman mavjud bo‘lmagan, biroq millionlab obunachiga ega virtual shaxslar reklama sanoatida real modellar bilan raqobatlashmoqda. Iste’molchilar xulq-atvoriga oid hisobotlarga ko‘ra, go‘zallik mahsulotlari xaridlarining qariyb 70 foizi ijtimoiy tarmoqlar yoki influenserlar ta’sirida amalga oshiriladi [9]. Natijada go‘zallik etaloni sifatida inson emas, algoritm mahsuli qabul qilina boshlaydi. Tadqiqotchilar bu tendensiyani «Instagram yuzi» (Instagram Face) fenomeni bilan bog‘laydilar: turli millat va irqqa mansub millionlab foydalanuvchilar filtrlar va muolajalar yordamida bir-biriga hayratlanarli darajada o‘xshash — silliq teri, katta lab, tortilgan qovoq va ingichka burunli — yagona qiyofaga intilmoqda [3]. Bu esa sun’iylashuvning nafaqat miqdoriy, balki sifat jihatini ham ko‘rsatadi: qiyofalar nafaqat o‘zgartirilmoqda, balki standartlashtirilmoqda.

4. Ijtimoiy-psixologik oqibatlar va muammoni tartibga solish tajribasi

To‘plangan ma’lumotlar tashqi qiyofa sun’iylashuvining ikki tomonlama tabiatini ko‘rsatadi. Salbiy oqibatlar qatoriga, avvalo, ruhiy salomatlik muammolari kiradi: noreal go‘zallik standartlari bilan doimiy solishtirish o‘z tanasidan norozilik, xavotir va depressiv holatlar, og‘ir hollarda esa tana dismorfik buzilishi rivojlanishiga zamin yaratadi [4; 5]. Ayniqsa, shaxsiyati endigina shakllanayotgan o‘smirlar uchun filtrlangan qiyofa bilan real qiyofa o‘rtasidagi tafovut jiddiy identiklik inqiroziga aylanishi mumkin. Bundan tashqari, «ideal qiyofa»ni saqlash oilaviy byudjetga ham bosim o‘tkazadi: muolajalar, kosmetika va parvarish xarajatlari muntazam moliyaviy majburiyatga aylanib bormoqda.

Ayni paytda masalaga bir yoqlama yondashish ham ilmiy jihatdan noto‘g‘ri bo‘lur edi. Estetik tibbiyotning rekonstruktiv yo‘nalishi kuyish, jarohat yoki tug‘ma nuqsonlardan aziyat chekkan insonlarga to‘laqonli hayotga qaytish imkonini beradi; ayrim hollarda tashqi ko‘rinishdagi kichik korreksiya insonning o‘ziga ishonchini tiklab, ijtimoiy faolligini oshirishi ham mumkin. Muammo muolajaning

o‘zida emas, balki uni keltirib chiqarayotgan motivatsiyada: qaror real ehtiyojdan emas, raqamli illyuziya bosimidan kelib chiqsa, sun’iylashuv salomatlik uchun xavfga aylanadi.

Ayrim davlatlar muammoga huquqiy javob choralarini ishlab chiqa boshlagan. Fransiyada 2017-yildan boshlab tijorat maqsadida retush qilingan suratlarga maxsus belgi qo‘yish majburiy etib belgilangan; Norvegiyada 2021-yilda influenserlar va reklama beruvchilarni tahrirlangan suratlarni ochiq ko‘rsatishga majburlovchi qonun qabul qilingan. Ayrim ijtimoiy platformalar esa yuz nisbatlarini tubdan o‘zgartiruvchi filtrlarni cheklash siyosatini sinovdan o‘tkazmoqda. Ushbu tajribalar sun’iylashuvni taqiqlash emas, balki uni shaffoflashtirish — foydalanuvchiga qaysi qiyofa real, qaysi biri raqamli mahsulot ekanini bilish huquqini berish yo‘lidan borilayotganini ko‘rsatadi.

XULOSA

O‘tkazilgan tahlil insonlar tashqi qiyofasining sun’iylashuvi alohida shaxslar tanlovidan global ijtimoiy-iqtisodiy tendensiyaga aylanganini ko‘rsatdi. Buni yiliga qariyb 38 millionga yetgan va to‘rt yilda 42,5 foizga o‘sgan estetik muolajalar hajmi, yuzlab milliard dollarlik kosmetika bozori hamda yoshlarning mutlaq ko‘pchiligini qamrab olgan raqamli filtrlar amaliyoti yaqqol tasdiqlaydi. Sun’iylashuvning harakatlantiruvchi kuchlari sifatida texnologik omillar (filtrlar, sun’iy intellekt, virtual influenserlar), iqtisodiy manfaatlar (go‘zallik sanoatining marketing bosimi) va ijtimoiy-madaniy mexanizmlar (selfi madaniyati, ijtimoiy taqqoslash) o‘zaro uyg‘unlashib ta’sir ko‘rsatmoqda.

Tadqiqot natijalari, shuningdek, jarayonning jiddiy psixologik narxini ham ko‘rsatdi: filtrlangan qiyofani etalon sifatida qabul qilish «Snapchat dismorfiyasi» kabi yangi hodisalarni, tana dismorfik buzilishi xavfini va o‘smirlarda identiklik inqirozini keltirib chiqarmoqda. Shu asosda quyidagi tavsiyalarni ilgari surish mumkin: birinchidan, ta’lim tizimida media savodxonlik va tanqidiy fikrlashni rivojlantirish orqali yoshlarda raqamli qiyofalarga nisbatan sog‘lom munosabat shakllantirish; ikkinchidan, retush qilingan tijorat suratlari va filtrlarni belgilash bo‘yicha xorijiy huquqiy tajribani o‘rganib, milliy qonunchilikka moslashtirish; uchinchidan, estetik muolajalar oldidan bemorning motivatsiyasi va ruhiy holatini baholash amaliyotini keng joriy etish; to‘rtinchidan, ommaviy axborot vositalarida tabiiy xilma-xillikni qadrlaydigan kontentni rag‘batlantirish. Kelgusi tadqiqotlar uchun istiqbolli yo‘nalish sifatida O‘zbekiston yoshlari o‘rtasida raqamli filtrlar va estetik muolajalarga munosabatni o‘rganuvchi empirik so‘rov o‘tkazish hamda milliy kontekstdagi xususiyatlarni aniqlashni ko‘rsatish mumkin. Zero, texnologiyalar qanchalik rivojlanmasin, jamiyatning vazifasi go‘zallikni sun’iy qoliplarga solish emas, insonning tabiiy qadr-qimmatini asrashdan iborat bo‘lib qolaveradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. ISAPS. International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed in 2024. — International Society of Aesthetic Plastic Surgery, 2025. — URL: https://www.isaps.org/media/razfvmsk/isaps-global-survey-2024.pdf (murojaat sanasi: 10.07.2026).
2. ISAPS. New Global Aesthetics Report: A Shift Towards Facial Surgery Globally as Eyelid Ranks Top Procedure: press-reliz. — 2025. — URL: https://www.isaps.org/media/sqqoodpf/global-survey-2024-press-release-english.pdf (murojaat sanasi: 10.07.2026).
3. Haines A. From ‘Instagram Face’ to ‘Snapchat Dysmorphia’: How Beauty Filters Are Changing the Way We See Ourselves // Forbes. — 2021, 27-aprel. — URL: https://www.forbes.com/sites/annahaines/2021/04/27/from-instagram-face-to-snapchat-dysmorphia-how-beauty-filters-are-changing-the-way-we-see-ourselves/ (murojaat sanasi: 10.07.2026).
4. Newport Institute. Filters and Mental Health: How Photo-Editing Apps Impact Body Image. — URL: https://www.newportinstitute.com/resources/co-occurring-disorders/filters-mental-health/ (murojaat sanasi: 10.07.2026).
5. The association between use of social media and the development of body dysmorphic disorder and attitudes toward cosmetic surgeries: a national survey // Frontiers in Public Health. — 2024. — Vol. 12. — Art. 1324092. — URL: https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2024.1324092/full (murojaat sanasi: 10.07.2026).
6. Exploring Snapchat Dysmorphia, Body Dysmorphic Disorder Symptoms, and Body Trust in Patients Seeking Aesthetic Medicine Procedures // Aesthetic Surgery Journal. — 2025. — URL:

https://academic.oup.com/asj/advance-article/doi/10.1093/asj/sjaf185/8256357 (murojaat sanasi: 10.07.2026).
7. McKinsey & Company. A close look at the global beauty industry in 2025. — URL: https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/a-close-look-at-the-global-beauty-industry-in-2025 (murojaat sanasi: 10.07.2026).
8. InsightAce Analytic. Artificial Intelligence (AI) in Beauty and Cosmetics Market: Global Market Analysis and Forecast. — URL: https://www.insightaceanalytic.com/report/global-artificial-intelligence-ai-in-beauty-and-cosmetics-market/1051 (murojaat sanasi: 10.07.2026).
9. Attest. Beauty & Cosmetics Market Size: Growth and Industry Trends. — URL: https://www.askattest.com/blog/articles/beauty-cosmetics-market-size (murojaat sanasi: 10.07.2026).
10. Selfie dysmorphia (Snapchat dysmorphia) // Wikipedia: ochiq ensiklopediya. — URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Selfie_dysmorphia (murojaat sanasi: 10.07.2026).