

UDC 646.75:303.62-055.1/.2

*Paulina Kozicka, Halina Tkaczenko, Natalia Kurhaluk*  
**BADANIE OPINII KOBIET I MĘŻCZYŹN W RÓŻNYM WIEKU  
NA TEMAT PIELEGNACJI TWARZY**



*Paulina Kozicka, Halina Tkaczenko, Natalia Kurhaluk*

**OPINION SURVEY OF WOMEN AND MEN  
OF DIFFERENT AGES ON FACIAL CARE**

DOI: 10.58407/bht.2.23.8

**STRESZCZENIE**

**Cel pracy:** Celem pracy była weryfikacja wiedzy kobiet i mężczyzn w różnym wieku na temat pielęgnacji twarzy, a także używania kosmetyków do pielęgnacji twarzy i możliwości pielęgnacyjnych.

**Metodologia.** W badaniu wzięło udział 160 respondentów, u których badano poziom wiedzy dotyczącej zasad właściwej pielęgnacji skóry twarzy, pielęgnacji skóry twarzy związanej z problemami skórnymi, a także poznanie metod i kosmetyków stosowanych do tych celów. Wśród badanych było 80 kobiet (50 %) oraz 80 mężczyzn (50 %), w wieku od 17 do 64 lat. Najwięcej ankietowanych było w przedziale wiekowym między 20. a 30. rokiem życia, w tym kobiet było 36 (22,5 % wszystkich ankietowanych), a mężczyzn 29 (ponad 18 % wszystkich ankietowanych). Drugą liczną grupą byli ankietowani od 30. do 40. lat, w tym 15 kobiet (ponad 9 % wszystkich ankietowanych) i 21 mężczyzn (ponad 13 % wszystkich ankietowanych). Natomiast poniżej 20. roku życia w ankiecie wzięły udział 22 osoby (prawie 14 %), pomiędzy 40. a 50. rokiem życia – 26 osób (ponad 16 % ankietowanych), a po 50. roku życia – 11 osób (niecałe 7 % ankietowanych). Respondenci wraz z ankietą dostali informację o jej autorze, celu oraz anonimowości badania. Ankietą będącą narzędziem badawczym była opracowaniem własnym. Badanie polegało na samodzielnym udzielaniu odpowiedzi na pytania ankietowe, bez udziału badacza. Składała się z 11. różnego rodzaju pytań, które zostały tak skonstruowane, aby motywować badane osoby do szczerego udzielania poszukiwanych informacji. Były to zarówno pytania metryczkowe, jak i dotyczące subiektywnych doświadczeń respondentów.

**Nowatorstwo naukowe.** Prawie 40 % ankietowanych uważa, że pielęgnacją twarzy jest stosowaniem kosmetyków do tego celu, a ponad 30 % z nich twierdzi, że przyszc. Odpowiedzi «demakijaż» udzieliło ponad 16% wszystkich ankietowanych, a «zabiegi w gabinecie kosmetycznym» – 13,5 %. Natomiast 2,19 % respondentów odpowiedziało, że nie potrafi ocenić czym dla nich jest pielęgnacja twarzy.

Ponad 50% ankietowanych twierdzi, że kosmetyki stosuje codziennie, ok. 45 % że czasami i tylko 2,5 % nie stosuje ich wcale. Największą popularnością wśród kosmetyków do pielęgnacji skóry twarzy cieszą się kremy, mleczka, toniki i żele myjące do twarzy. Mężczyźni najczęściej stosują mydło, a kobiety – płyn micelarny. Ponad połowa badanych osób stosuje peelingi (prawie 80% ankietowanych kobiet, prawie 20 % mężczyzn) oraz używa maseczek. Maseczek używają w większości kobiety, preferując maseczki oczyszczające i nawilżające. W ankiecie zapytano również o kosmetyki niwelujące niedoskonałości, – w tym przypadku u osób obu płci dominowały kosmetyki nawilżające i przeciwtrądzikowe.

**Wnioski.** Wiedza respondentów na temat pielęgnacja twarzy jest zdecydowanie niezadowolająca. W wyborze kosmetyków do pielęgnacji twarzy kierują się najczęściej ceną i przeznaczeniem preparatu do swojego typu skóry. Większość kobiet sugeruje się ceną, przeznaczeniem preparatu do rodzaju cery, często zwracając też uwagę na skład i markę kosmetyku. Natomiast mężczyźni bardzo często kierują się ceną, marką i wydajnością, zwłaszcza panowie w młodym wieku, później natomiast wzrasta u nich zainteresowanie wygodą użytkowania oraz opinią innych. Ponadto mężczyźni często kierują się przyzwyczajeniem, zapominając o najważniejszych wartościach kosmetyku.

**Słowa kluczowe:** kosmetyki, pielęgnacja twarzy, opinia, respondenci

## ABSTRACT

**Purpose:** The aim of the study was to verify the opinion of women and men of different ages about face care, as well as the use of face care cosmetics and care possibilities.

**Methodology.** A total of 160 respondents took part in the study. The level of knowledge concerning the principles of proper skin care, facial skin care related to skin problems, as well as knowledge of the methods and cosmetics used for this purpose were tested. Among the respondents took part 80 women (50 %) and 80 men (50 %), aged 17 to 64 years old. Most of the respondents were those surveyed aged between 20 and 30, with 36 women (22.5 % of all respondents) and 29 men (over 18 % of all respondents). The second largest group is those surveyed between the ages of 30 and 40; in this group, there were 15 women (over 9 % of all respondents) and 21 men (over 13 % of all respondents). The remaining groups are as follows: under 20 – 22 people (almost 14 %), between 40 and 50 – 26 people (over 16 % of respondents), and over 50 – 11 people (less than 7 % of respondents). Together with the survey, the respondents received information about its author, purposefulness, and anonymity of the survey. The survey, which is a research tool, is its own development. The study consisted of answering the survey questions independently without the participation of the researcher. The survey consisted of 11 different types of questions that were designed to motivate the respondents to provide the information sought. These were both metric questions and questions about the subjective experiences of the respondents.

**Scientific novelty.** Almost 40 % of the respondents believe that face care is for them the use of cosmetics for this purpose. Not much more than 30 % of all respondents claim that showering is face care. The answer «make-up removal» was given by over 16 % of all respondents, and «treatments in a beauty salon» was 13.5 %. On the other hand, 2.19 % of respondents answered that they could not assess what facial care meant to them. When examining the frequency of using cosmetics by the respondents, over 50 % of the respondents claim that they use them every day, about 45 % – sometimes, and only 2.5 % do not use them at all. Creams, lotions, tonics, and facial cleansing gels are the most popular cosmetics used for facial skin care. On the other hand, men most often use soap for facial skin care, and women – micellar water. More than half of the respondents declare that they use peels (almost 80% of women surveyed, almost 20 % of men). More than half of the respondents answered that they use a mask; they were mostly women, who were dominated by cleansing and moisturizing masks. The survey also asked about cosmetics eliminating imperfections, where moisturizing and anti-acne cosmetics dominated in both sexes.

**Conclusions.** This study demonstrated that the respondents' knowledge of facial care is definitely unsatisfactory. When choosing face care cosmetics, respondents are most often guided by the price and intended use for their skin type. On the other hand, taking into account the division into sex and age, it is rather women who take into account these factors and often pay attention to the composition and brand of the cosmetic. On the other hand, men are very often guided by price, brand, and efficiency, especially at a young age, while later age they are more interested in the convenience of use and the opinion of others. Men are just as often guided by habit. Therefore, it can be concluded that they forget about the most important values of cosmetics.

**Keywords:** cosmetics, face care, opinion, respondents

### Wprowadzenie

W dzisiejszym świecie każdy człowiek zwraca uwagę na wizerunek jaki sobą prezentuje. Za naszą wizytówkę możemy uważać między innymi wygląd naszej twarzy i jej skóry. Wielu ludzi, zarówno kobiety jak i mężczyźni, borykają się z różnymi problemami skórnymi, od łagodnych zmian aż po stany zapalne i ropne, budzące niepokój, które nie tylko ujmują urody ale często też powodują uczucie dyskomfortu, a nawet silnego bólu. Właśnie dlatego pielęgnacja skóry twarzy jest bardzo ważna, gdyż dzięki niej możemy zadbać o zdrowy i promienny wygląd twarzy i o nasze dobre samopoczucie. Niestety wielu ludzi nie posiada wiedzy odnośnie tego, co wpływa na kondycję skóry twarzy oraz jaki sposób pielęgnacji i rodzaj kosmetyków należy do niej dobrać.

Zdrowy i promienny wygląd skóry twarzy to wizytówka każdego z nas. Jednak wiele osób jest zmuszonych do ogromnych wyrzeczeń i ciężkiej pracy aby go uzyskać. Owa ciężka praca

to nic innego jak odpowiednia pielęgnacja skóry twarzy, a więc przede wszystkim dokładne mycie i oczyszczanie skóry, aby usunąć z niej zalegające zanieczyszczenia i nadmiar sebum. Na współczesnym rynku istnieje wiele kosmetyków służących do tego celu. Są to mleczka, toniki, żele myjące, płyny micelarne i wiele innych (Yan et al., 2022). Kolejnym, równie ważnym elementem właściwej pielęgnacji twarzy jest zadbanie o regularne złuszczenie komórek martwego naskórka, a pomocą w tym może zastosowanie różnego rodzaju peelingów, oraz zabiegów w gabinecie kosmetycznym, takich jak peeling kawitacyjny, eksfoliacja kwasami, czy mikrodermabrazja (El-Domyati et al., 2016; Kołodziejczak et al., 2019; Pandey et al., 2022; Shah and Crane, 2023). Warto również zadbać o odpowiednie nawilżanie, odżywianie i odbudowę skóry twarzy za pomocą kremów, masek, serów i ampułek do twarzy, a także takich zabiegów jak: sonoforeza, mezoterapia czy galwanizacja twarzy (Lee et al., 2016;

Plachouri and Georgiou, 2019; Zheng et al., 2022).

Na wybór odpowiedniego sposobu pielęgnacji skóry twarzy ma wpływ wiele czynników egzogen- i endogennych. Spośród czynników egzogennych bardzo ważny jest wpływ warunków atmosferycznych, które powodują konieczność stosowania kosmetyków chroniących przed szkodliwymi promieniami słonecznymi, a także przed mrozem (Lincoln, 2000; Casper and Mehta, 2002; Han et al., 2014). Stosując zabiegi i kosmetyki do pielęgnacji cery należy zwrócić również uwagę na to, czego ona tak naprawdę potrzebuje. Bardzo ważny jest dobór odpowiednich kosmetyków do posiadanego typu skóry, aby uniknąć niekorzystnych skutków ich stosowania (Bergfeld, 1999). Przy wyborze sposobu pielęgnacji cery szczególnie ważne są płeć i wiek, gdyż skóry mężczyzn i kobiet różnią się i wymagają innych metod pielęgnacji. Natomiast z upływem czasu skóra traci swoje zdolności regeneracyjne oraz sprężystość i elastyczność, a ponadto pojawiają się na niej zmarszczki. Jednak nowoczesne sposoby pozwalają uzyskać imponujące efekty, sprawiając, że defekty skórne stają się niemal niewidoczne (Kang et al., 2001; Sunder, 2019; Michalak et al., 2021).

Pielęgnacja twarzy obejmuje szeroki wachlarz czynności, jakim powinno się poddawać skórę aby zachować jej czystość i świeżość, a należą do nich m.in. utrzymanie odpowiedniego pH, nawilżanie i odżywianie (Lichterfeld et al., 2015). Nie należy również zapominać o złuszczeniu martwego naskórka, odytkaniu zatkanych por, czy ochronie przed negatywnymi skutkami wolnych rodników, a efekty te można osiągnąć przez wykonywanie demakijażu, tonizowanie skóry po każdym użyciu wody, wykonywanie peelingów, czy też stosowanie maseczek do twarzy (Kottner et al., 2013). Niekiedy trzeba jednak skorzystać z fachowej pomocy specjalisty i udać się do gabinetu kosmologicznego bądź kosmetycznego, aby oferowane tam zabiegi pomogły w utrzymaniu odpowiedniej kondycji skóry (Draelos, 2005).

Oczywiste jest to, że płeć ma wpływ na sposób pielęgnacji twarzy, głównie ze względu na różnicę między skórą kobiety i mężczyzny (Shiel, 2012). Skóry twarzy obu płci różnią się grubością, ilością gruczołów łojowych oraz typem i nasileniem owłosienia, co wynika z różnicy grubości splotu włókien kolagenowych

i tkanki łącznej skóry właściwej, różnych profili hormonów płciowych, a także odmiennej ilości tłuszczu w tkance podskórnej (Oblong, 2012; de Lacerda et al., 2013; Del Rosso et al., 2020). Skóra mężczyzny posiada mniej włókien elastycznych, co skutkuje tym, że zazwyczaj występują u nich większe i głębsze zmarszczki. Skóra mężczyzny jest również obciążona większą ilością grubszych włosów, a ponadto dzięki swej grubości nie jest zbyt wrażliwa, natomiast cieńsza i delikatniejsza skóra kobiet jest mniej odporna na urazy i kosmetyki o wyższym pH oraz częściej jest narażona na podrażnienia (Draelos, 2012; Maurer et al., 2016). Zatem mężczyźni powinni stosować więcej kosmetyków przeciwstarzeniowych i przeciwzmarszczkowych oraz wspomagających usuwanie zarostu i łagodzenie podrażnień po jego usunięciu, a kobiety powinny wybierać kosmetyki odżywcze i regenerujące (Cowley and Vanoosthuyze, 2012; Nolan and Marmur, 2012; Li et al., 2022). Dominacja androgenów sprawia, że skóra panów jest bardziej tłusta i na ogół grubsza, niż skóra pań (Zouboulis and Degitz, 2004; Makrantonaki and Zouboulis, 2009; Del Rosso et al., 2020), w związku z czym powinni oni wybierać kosmetyki do cery tłustej, nie zapominając o odpowiednim nawilżaniu skóry. Należy również pamiętać o różnicy pH skór u obu płci, co pociąga za sobą konieczność stosowania różnego rodzaju kosmetyków (Schlessinger, 2007; Draelos, 2018).

Cerę w różnym wieku powinno się pielęgnować w inny sposób, ponieważ wiek ma bardzo duże znaczenie w pielęgnacji skóry twarzy (Lichterfeld-Kottner et al., 2018; Brennan-Cook and Turner, 2019; Chaudhary et al., 2020). Nie unikniemy upływu czasu i powstawania zmarszczek, jednak możemy zadbać aby proces starzenia się skóry spowolnić oraz zatrzymać utratę jej jędrności. Pielęgnacja skóry dwudziestolatków powinna polegać głównie na dokładnym jej oczyszczaniu oraz na złuszczeniu martwego naskórka, ponieważ w tym wieku młodzież bardzo często boryka się z trądzikiem. Należy również pamiętać o odżywianiu skóry oraz używaniu kosmetyków opóźniających procesy starzenia, które zaczynają się długo przed pojawieniem się pierwszych zmarszczek (Hodges and Walker, 2017). W wieku powyżej 30. lat powinniśmy zacząć stosować kosmetyki przeciwzmarszczkowe, gdyż wtedy z reguły zmarszczki pojawiają się już w okolicach oczu, ust i czoła.

Powinno się również zadbać o ochronę przed promieniami ultrafioletowymi oraz wolnymi rodnikami, stosując odpowiednie do tego kosmetyki. Warto również skorzystać z pomocy specjalistów w gabinetach kosmetycznych poddając się tam zabiegom pielęgnacyjnym (Rivers, 2008; McCook, 2016). Natomiast po 40. roku życia zabiegi te powinno się stosować systematycznie aby wygładzić utrwalone już zmarszczki i poprawić owal twarzy (Katsambas and Katoulis, 1999; McCullough and Kelly, 2006). Po 50. roku życia można się też zdecydować na zabiegi stosowane w medycynie estetycznej. Wybierając sposób pielęgnacji skóry twarzy powinniśmy zwrócić uwagę na potrzeby naszej skóry stosownie do wieku (Glaser and Rogers, 2001; Giacomoni, 2008; Griffith and McCowan, 2014).

Celem badań ankietowych była weryfikacja wiedzy kobiet i mężczyzn w różnym wieku na temat pielęgnacji twarzy, używania kosmetyków do jej pielęgnacji i możliwości pielęgnacyjnych.

#### **Materiał i metody badań**

*Materiał źródłowy.* W badaniu wzięło udział 160 respondentów, u których badano poziom wiedzy dotyczącej zasad właściwej pielęgnacji zdrowej skóry twarzy, skóry twarzy z problemami skórными, a także zbierano informacje odnośnie metod i kosmetyków stosowanych do tego celu przez osoby biorące udział w badaniu. Wszyscy respondenci zostali wybrani z populacji losowo (dobór losowy nieograniczony).

Wśród badanych było 80 kobiet (50 %) oraz 80 mężczyzn (50 %), w wieku od 17. do 64. lat. Najwięcej ankietowanych było w przedziale wiekowym między 20. a 30. rokiem życia: w tym 36 kobiet (22,5 % wszystkich ankietowanych) i 29 mężczyzn (ponad 18 % wszystkich ankietowanych), dając łącznie ponad 40% wszystkich respondentów. W przedziale wiekowym od 30. do 40. lat było 15 kobiet (ponad 9 % wszystkich ankietowanych) i 21 mężczyzn (powyżej 13 % wszystkich ankietowanych). Natomiast liczebność w pozostałych grupach przedstawiała się następująco: poniżej 20. roku życia – 22 osoby (prawie 14 %), pomiędzy 40. a 50. rokiem życia – 26 osób (ponad 16 % ankietowanych), a po 50. roku życia – 11 osób (niecałe 7 % ankietowanych). Respondenci wraz z ankietą otrzymali informację o jej autorze, celu oraz anonimowości badania. Ankietą będącą

narzędziem badawczym jest opracowaniem własnym.

*Metoda badawcza.* W niniejszej pracy wykorzystano badania ankietowe, umożliwiające uzyskanie od respondentów danych na temat wiedzy dotyczącej zasad pielęgnacji twarzy, używania kosmetyków do jej pielęgnacji oraz możliwości pielęgnacyjnych (zależnych od sytuacji materialnej, czasowej itp. respondentów). Narzędziem badawczym był anonimowy kwestionariusz ankiety. Badanie polegało na samodzielnym udzielaniu odpowiedzi na pytania ankietowe bez udziału badacza. Ankietę składała się z jedenastu różnego rodzaju pytań, które zostały tak skonstruowane, aby motywować badane osoby do udzielania rzetelnych odpowiedzi.

Pytania dotyczyły również oceny typu cery, zasad jej pielęgnacji oraz występujących problemów dermatologicznych. Były to pytania metryczkowe i dotyczące subiektywnych doświadczeń respondentów.

Ankieta zawierała następujące pytania:

- 1) Czym dla Pana/Pani jest pielęgnacja twarzy?
- 2) Jak często używa Pan/Pani kosmetyków do pielęgnacji twarzy?
- 3) Jakich kosmetyków najczęściej Pan/Pani używa do pielęgnacji twarzy?
- 4) Jakie preparaty najczęściej używa Pan/Pani do mycia skóry twarzy?
- 5) Czy stosuje Pan/Pani peelingi do twarzy?
- 6) Czy stosuje Pan/Pani maseczki do twarzy?
- 7) Czy stosuje Pan/Pani kosmetyki niwelujące niedoskonałości twarzy?
- 8) Czy stosuje Pan/Pani preparaty do golenia/depilacji twarzy?
- 9) Czy stosuje Pan/Pani preparaty po goleniu/depilacji twarzy?
- 10) Czym najczęściej kieruje się Pan/Pani kupując kosmetyk do pielęgnacji twarzy?
- 11) Jaka jest Pana/Pani ulubiona marka kosmetyczna?

We wszystkich ankietach obliczono udział procentowy poszczególnych odpowiedzi udzielonych na każde z pytań. Odpowiedzi zostały przeanalizowane z uwzględnieniem płci i wieku. Ze względu na nominalną skalę pomiaru badanych parametrów scharakteryzowano je używając licznosci i procentów, które posłużyły do oceny struktury i częstości

poszczególnych kategorii odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie.

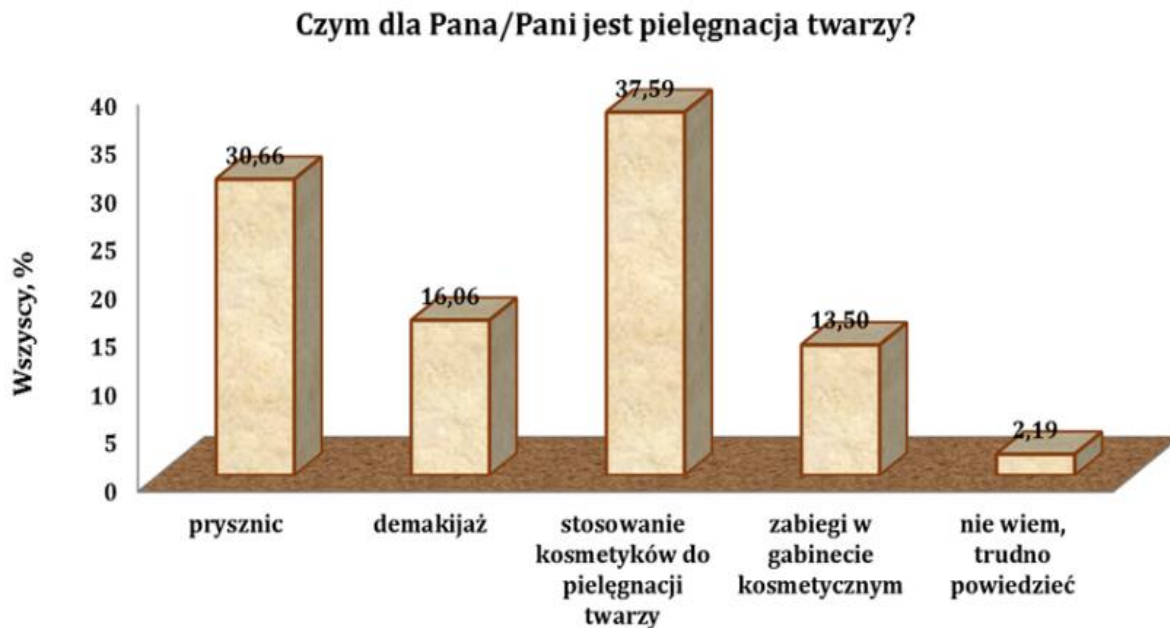
Wyniki badań poddano analizie opisowej, a do ich opracowania i do wykonania wykresów wykorzystano program Microsoft Excel 2007.

### Wyniki badań oraz ich omówienie

*Pytanie 1.* Czym dla Pana/Pani jest pielęgnacja twarzy? (ryc. 1, 2, 3).

Pytanie miało na celu uzyskanie odpowiedzi od respondentów odnośnie ich wiedzy

dotyczącej tego, czym dla nich jest pielęgnacja twarzy i czy właściwie ją rozumieją. Prawie 40 % ankietowanych odpowiedziało, że pielęgnacją twarzy jest dla nich stosowanie kosmetyków. Nieco ponad 30 % z nich stwierdziło, że przyszc. Odpowiedzi «*demakijaż*» udzieliło ponad 16 % ankietowanych, a «*zabiegi w gabinecie kosmetycznym*» – 13,5 %. Natomiast 2,19 % respondentów odpowiedziało, że nie potrafią wyjaśnić czym dla nich jest pielęgnacja twarzy (Ryc. 1).

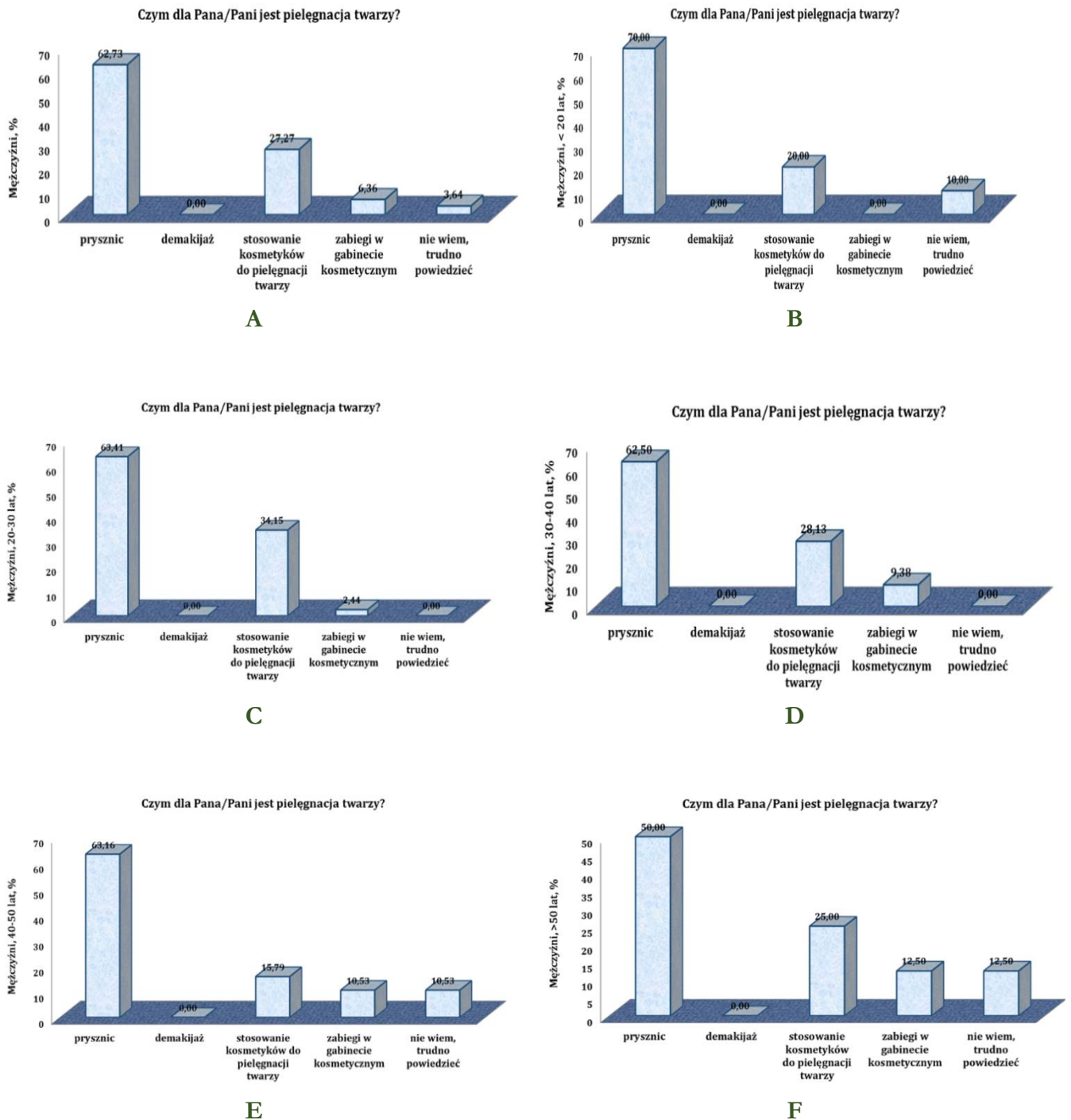


Ryc. 1. Procentowy udział odpowiedzi respondentów na pytanie «*Czym dla Pana/Pani jest pielęgnacja twarzy?*»

Stwierdzono różne podejście do pielęgnacji twarzy, w zależności od płci respondentów. Ponad 40 % kobiet odpowiedziało, że pielęgnacją twarzy jest dla nich stosowanie kosmetyków, a prawie 30 % – demakijaż (Ryc. 3A), natomiast ponad 60% mężczyzn wskazało na przyszc (Ryc. 2A). Wśród młodzieży 17–20 letniej oraz osób między 20. a 30. rokiem życia najczęściej odpowiedzi dotyczyło stosowania kosmetyków do pielęgnacji twarzy (kobiety – prawie po 50 %) (Ryc. 3B i Ryc. 3C) oraz przyszc (około 70 % mężczyzn) (Ryc. 2B i Ryc. 2C).

Wyniki naszych badań pokazały, że blisko 40 % respondentów za pielęgnację twarzy uważa stosowanie kosmetyków. Natomiast prawie 31 % ankietowanych stwierdziło, że

pielęgnacją twarzy jest przyszc. Demakijaż jest pielęgnacją dla ok. 16% osób biorących udział w badaniu, a tylko 13,5 % uważa, że są nią zabiegi w gabinetach kosmetycznych/kosmetologicznych. Natomiast 2 % przyznało, że nie potrafi wyjaśnić czym według nich jest pielęgnacja twarzy. Oczywiście jest, że każdy z wymienionych sposobów pielęgnacji twarzy jest ważny, jednak należy stosować je wszystkie, ponieważ sam przyszc nie wystarczy, a prawie połowa ankietowanych uważa, że jest on wystarczający. W pielęgnacji twarzy szczególnie ważne są dokładne jej oczyszczanie oraz odpowiednie nawilżanie i odżywianie. Nie można też zapominać o złuszczeniu martwego naskórka oraz przywracaniu właściwego pH skóry.

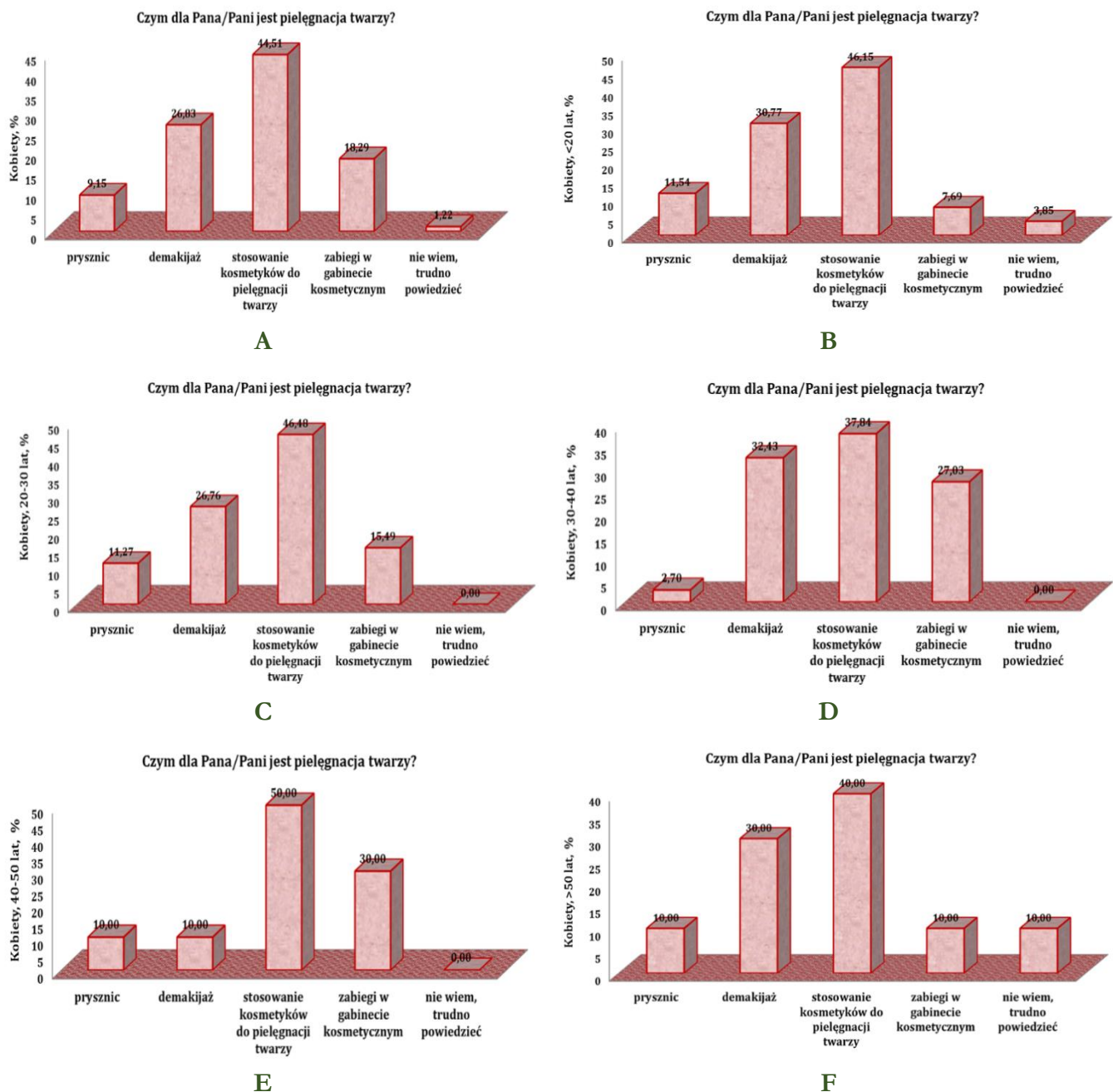


Ryc. 2. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Czym dla Pana/Pani jest pielęgnacja twarzy?»

(A – mężczyźni ogółem, B – mężczyźni w wieku <20lat, C – mężczyźni w wieku 20-30 lat, D – mężczyźni w wieku 30-40 lat, E – mężczyźni w wieku 40-50 lat, F – mężczyźni w wieku >50 lat)

Ryc. 2D przedstawia odpowiedzi, które udzielili ankieterowani mężczyźni w wieku 30-40 lat, Ryc. 2E – odpowiedzi mężczyzn w wieku 40-50 lat, a Rys. 2F – odpowiedzi

mężczyzn powyżej 50. roku życia. Odpowiedzi kobiet w takich samych przedziałach wiekowych przedstawiono na Ryc. 3D, Ryc. 3E i Ryc. 3F.



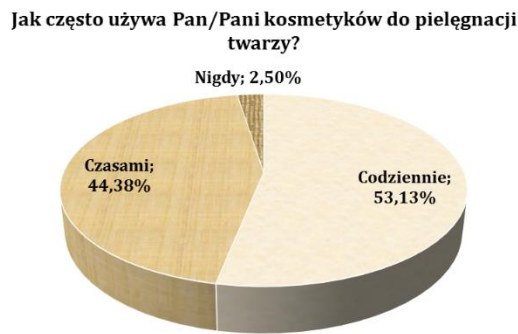
Ryc. 3. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «Czym dla Pana/Pani jest pielęgnacja twarzy?»  
 (A – kobiety ogółem, B – kobiety w wieku <20 lat, C – kobiety w wieku 20-30 lat, D – kobiety w wieku 30-40 lat, E – kobiety w wieku 40-50 lat, F – kobiety w wieku >50 lat)

Dla kobiet znacznie częściej niż dla mężczyzn pielęgnacją był demakijaż oraz stosowanie kosmetyków. Natomiast mężczyźni z reguły stawiali na prysznic (ponad 60%), z czego można wywnioskować, że przywiązują oni mniejszą wagę do pielęgnacji skóry twarzy. Jednakże wraz z wiekiem w odpowiedziach panów coraz częściej pojawiało się stosowanie kosmetyków, a nawet poddawanie się zabiegom kosmetycznym. Wśród pań wraz z wiekiem również wzrastała ilość odpowiedzi dotyczących

urozmaicenia sposobów pielęgnacji twarzy, jednak po 50. roku życia ilość takich odpowiedzi ponownie znacznie spadła.

*Pytanie 2.* Jak często używa Pan /Pani kosmetyków do pielęgnacji twarzy? (ryc. 4, 5, 6).

Na pytanie jak często ankietowani używają kosmetyków do pielęgnacji twarzy 85 osób (ponad 50%) odpowiedziało, że codziennie, a 71 osób (niecałe 45%), że kosmetyki stosuje czasami, natomiast pozostałe cztery osoby (2,5%) stwierdziły, że nie stosują ich nigdy (Ryc. 4).

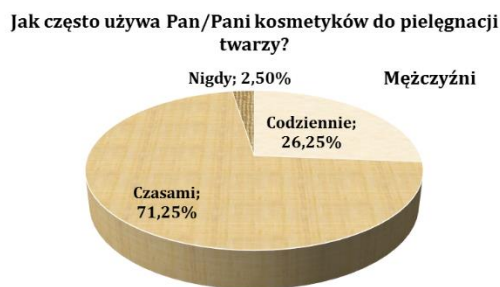


Ryc. 4. Procentowy udział odpowiedzi respondentów na pytanie «Jak często używa Pan/Pani kosmetyków do pielęgnacji twarzy?»

Badania wykazały, że popularność kosmetyków do mycia twarzy jest zależna od płci, bowiem kobiety znacznie częściej wykorzystują te preparaty niż mężczyźni (Ryc. 5A i Ryc. 6A), a częstotliwość ich stosowania wzrasta wraz wiekiem pań (Ryc. 6).

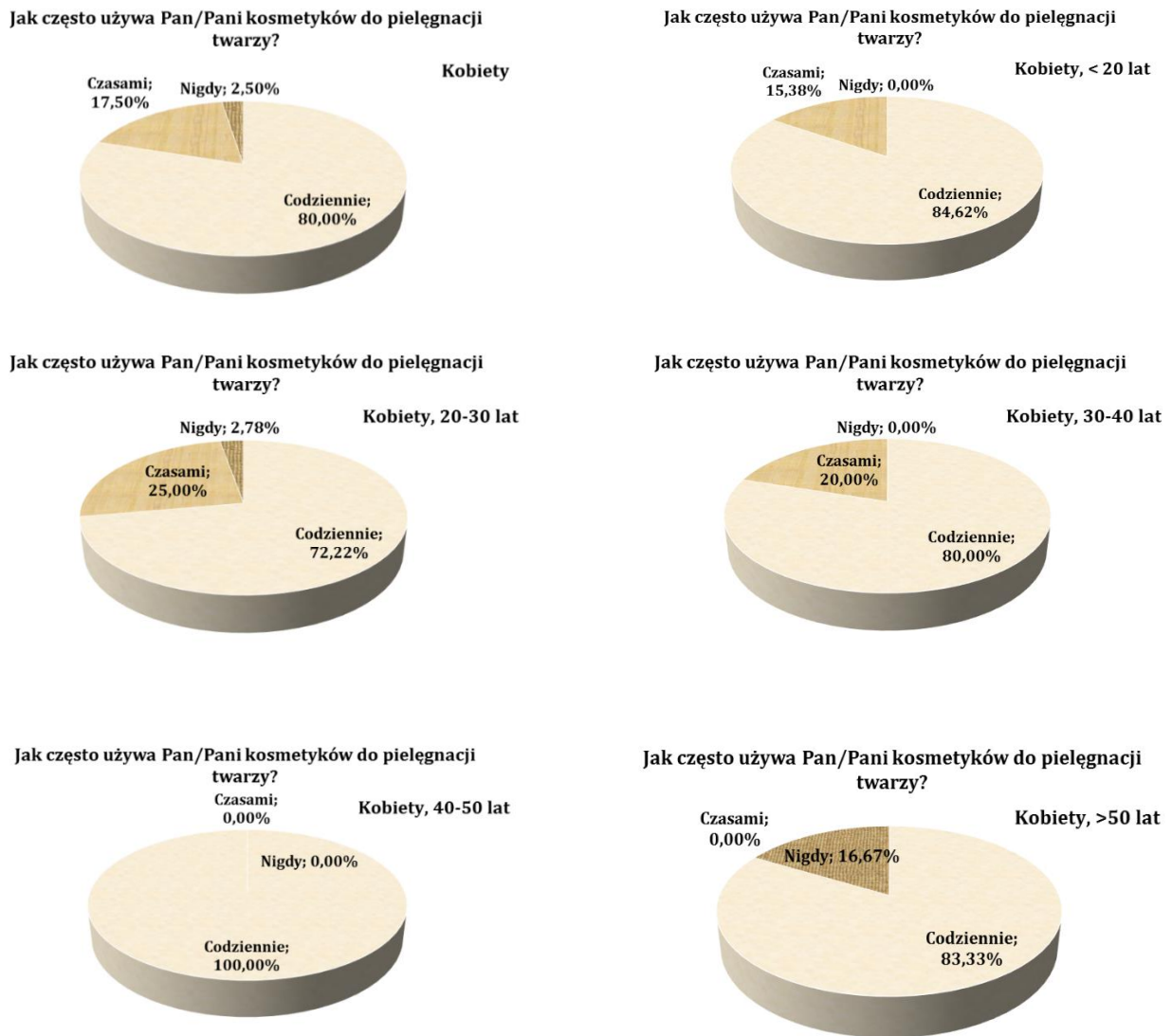
Natomiast w przypadku mężczyzn, około 20 % ankietowanych, z wyjątkiem osób płci

męskiej pomiędzy 30. a 40. rokiem życia, zadeklarowała, że kosmetyki do pielęgnacji twarzy stosuje codzienne. W grupie panów w wieku 30-40 lat 42,86 % przyznało się do codziennego stosowania kosmetyków do pielęgnacji twarzy.



Ryc. 5. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Czy używa Pan/Pani kosmetyków do pielęgnacji twarzy?»





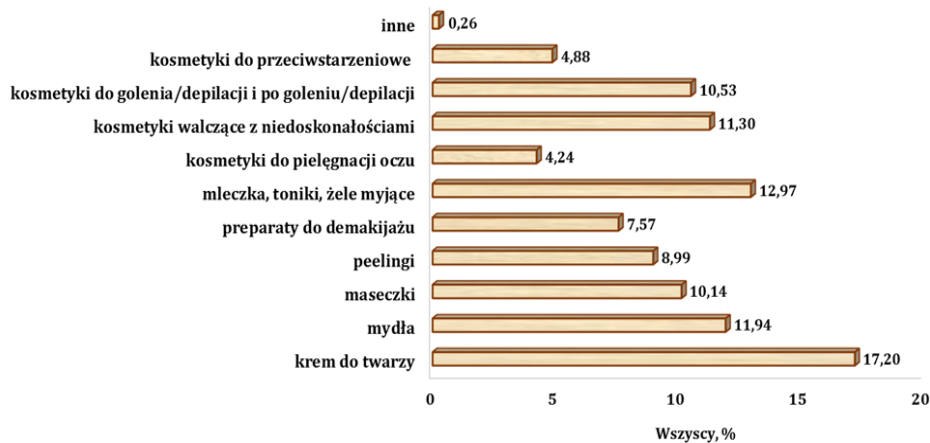
Ryc. 6. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «Czy używa Pan/Pani kosmetyków do pielęgnacji twarzy?»

Ponad 50% ankieterowanych stwierdziło, że kosmetyki stosuje codziennie, około, że 45 % czasami, a tylko 2,5 %, że nie stosuje ich wcale. Około 75 % odpowiedzi «czasami» udzielili mężczyźni, a więc to właśnie oni rzadziej wykorzystują preparaty pielęgnacyjne do twarzy, w związku z tym można wnioskować, że nie są oni świadomi korzyści wynikających z ich stosowania. U obu płci respondentów częstotliwość stosowania kosmetyków do pielęgnacji twarzy wzrasta wraz z ich wiekiem.

Pytanie 3. Jakich kosmetyków najczęściej Pan/Pani używa do pielęgnacji twarzy? (ryc. 7, 8, 9).

Ryc. 7 przedstawia odsetek odpowiedzi respondentów, stosujących różne rodzaje kosmetyków do pielęgnacji twarzy. Najwięcej ankieterowanych odpowiedziało, że stosuje krem do twarzy (17,2 %), natomiast mleczka, toniki i żele myjące stosuje 12,97 %, kosmetyki niwelujące niedoskonałości 11,3 %, a kosmetyki do golenia/depilacji i po goleniu/depilacji – 10,53 %.

Jakich kosmetyków najczęściej Pan/Pani używa do pielęgnacji twarzy?



Ryc. 7. Procentowy udział odpowiedzi respondentów na pytanie «Jakich kosmetyków najczęściej Pan/Pani używa do pielęgnacji twarzy?»

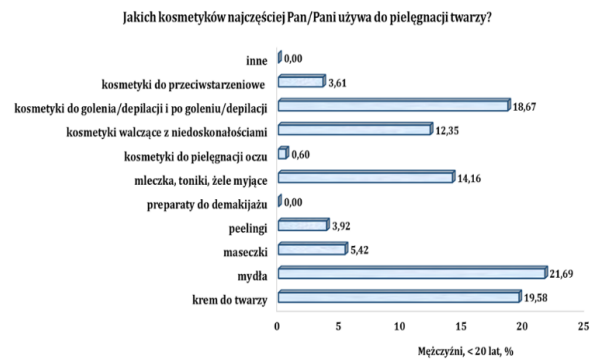
Z uzyskanych danych wynika, że mężczyźni stosują znacznie więcej mydeł (prawie 22 % wszystkich ankietowanych) i preparatów do i po goleniu oraz do depilacji niż kobiety (mydła – 4,7 %, preparaty do i po goleniu/depilacji – 4,47 %), natomiast więcej kobiet stosuje maseczki, peelingi i preparaty do demakijażu (Ryc. 8A i Ryc. 9A).

Młode kobiety do pielęgnacji twarzy wykorzystują głównie mleczka, toniki i żele myjące, a młodzi mężczyźni głównie mydła

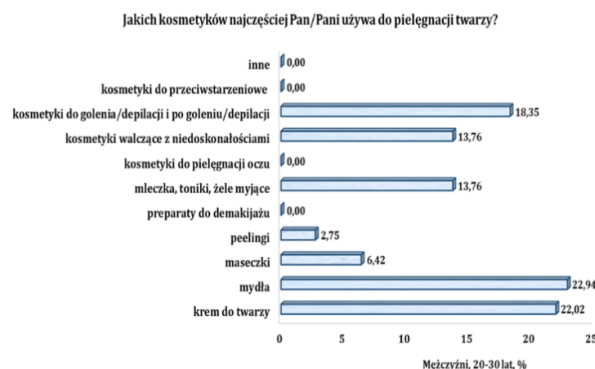
(Ryc. 8B i Ryc. 9B). W starszej grupie ankietowanych (20-30 lat), odpowiedzi mężczyzn były podobne jak wśród młodych, natomiast kobiety często wybierały kremy do twarzy (Ryc. 8C i Ryc. 9C). W pozostałych grupach panów największym powodzeniem cieszyły się kosmetyki do i po goleniu/depilacji, kremy do twarzy oraz mydła (Ryc. 8D, Ryc. 8E i Ryc. 8F). Natomiast u pozostałych kobiet odpowiedzi były bardzo zróżnicowane (Ryc. 9D, Ryc. 9E i Ryc. 9F).



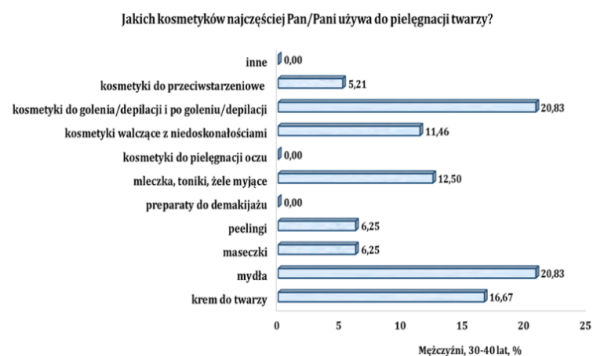
A



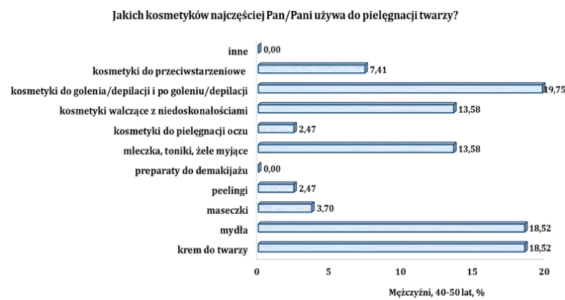
B



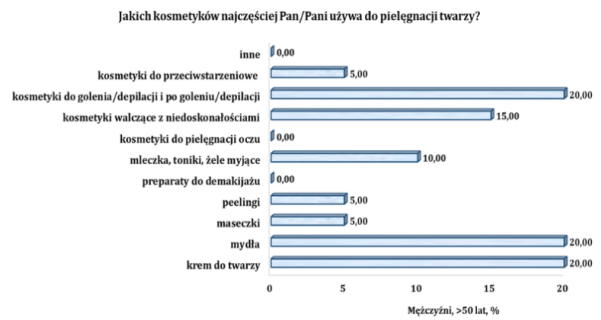
C



D

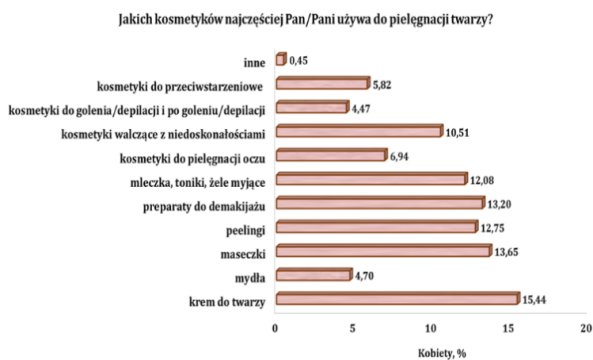


E

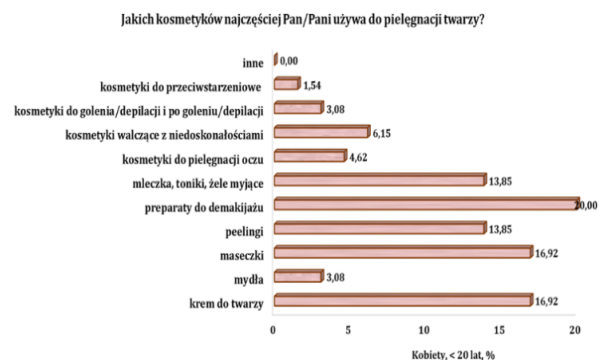


F

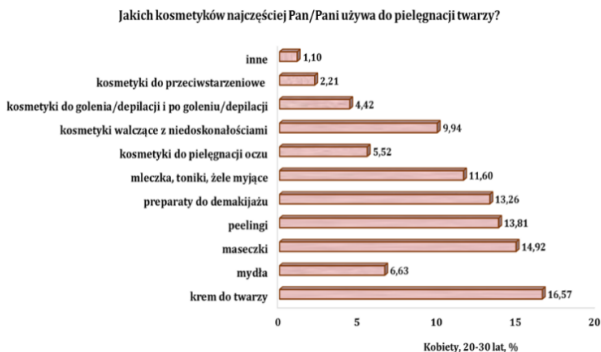
Ryc. 8. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Jakich kosmetyków najczęściej Pan/Pani używa do pielęgnacji twarzy?» (A – mężczyźni ogółem, B – mężczyźni w wieku <20 lat, C – mężczyźni w wieku 20-30 lat, D – mężczyźni w wieku 30-40 lat, E – mężczyźni w wieku 40-50 lat, F – mężczyźni w wieku >50 lat)



A



B



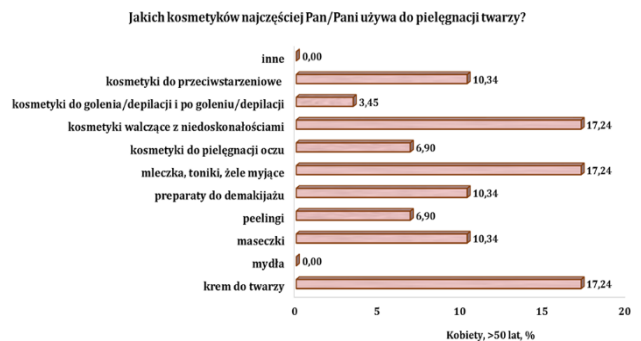
C



D



E



F

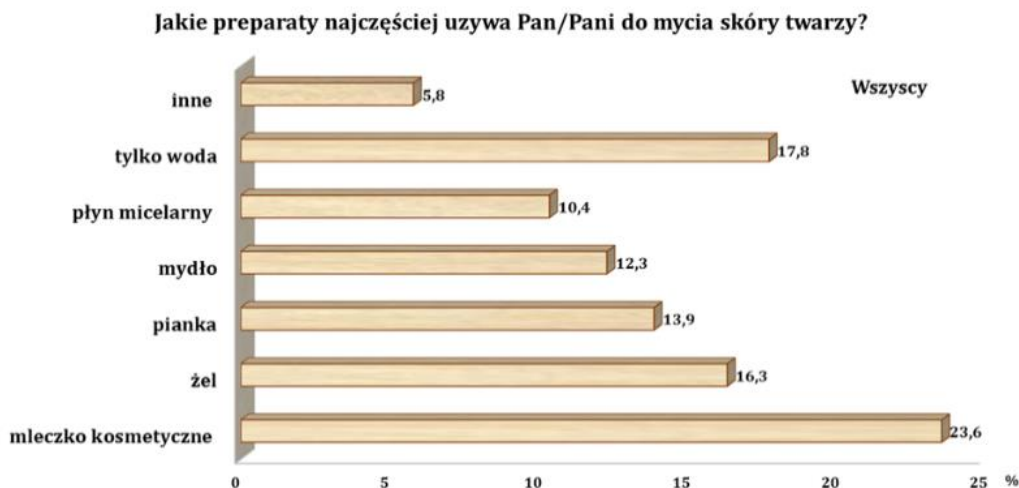
Ryc. 9. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «Jakich kosmetyków najczęściej Pan/Pani używa do pielęgnacji twarzy?» (A – kobiety ogółem, B – kobiety w wieku <20 lat, C – kobiety w wieku 20-30 lat, D – kobiety w wieku 30-40 lat, E – kobiety w wieku 40-50 lat, F – kobiety w wieku >50 lat)

Najpopularniejszymi kosmetykami do pielęgnacji twarzy, wykorzystywanymi przez ankietowanych są kremy do twarzy, mleczka, toniki, żele myjące, oraz mydła. Dużo rzadziej stosowane są peelings, mimo że złuszczenie martwego naskórka jest bardzo ważne. Maseczki do twarzy, dzięki którym można intensywnie odżywić i odbudować strukturę skóry, są używane równie rzadko jak peelings. Ankietowani rzadko wspominali o preparatach do pielęgnacji bardzo cienkiej i wymagającej szczególnej ochrony skóry okolic oczu.

Mężczyźni znacznie częściej niż kobiety używają mydeł oraz kosmetyków do i po goleniu/depilacji, natomiast kobiety zdecydowanie częściej od nich stosują kremy, peelings oraz maski do twarzy.

*Pytanie 4. Jakie preparaty najczęściej używa Pan/Pani do mycia skóry twarzy? (ryc. 10, 11, 12).*

Na ryc. 10 zilustrowano procentowy udział odpowiedzi na pytanie «*Jakie preparaty najczęściej Pan/Pani używa do mycia skóry twarzy?*» Prawie 24 % respondentów używa do tego celu mleczka kosmetyczne, a 17,8 % wybiera do mycia skóry twarzy wodę. Płyn micelarny, mydło, pianka i żel cieszą się zainteresowaniem u 10-16 % respondentów. Natomiast zaledwie 5,8% ankietowanych wymieniło inne preparaty do mycia skóry twarzy, w których znajdują się m.in.: toniki, a nawet płyny do higieny intymnej.



**Ryc. 10. Procentowy udział odpowiedzi respondentów na pytanie «*Jakie preparaty najczęściej Pan/Pani używa do mycia skóry twarzy?*»**

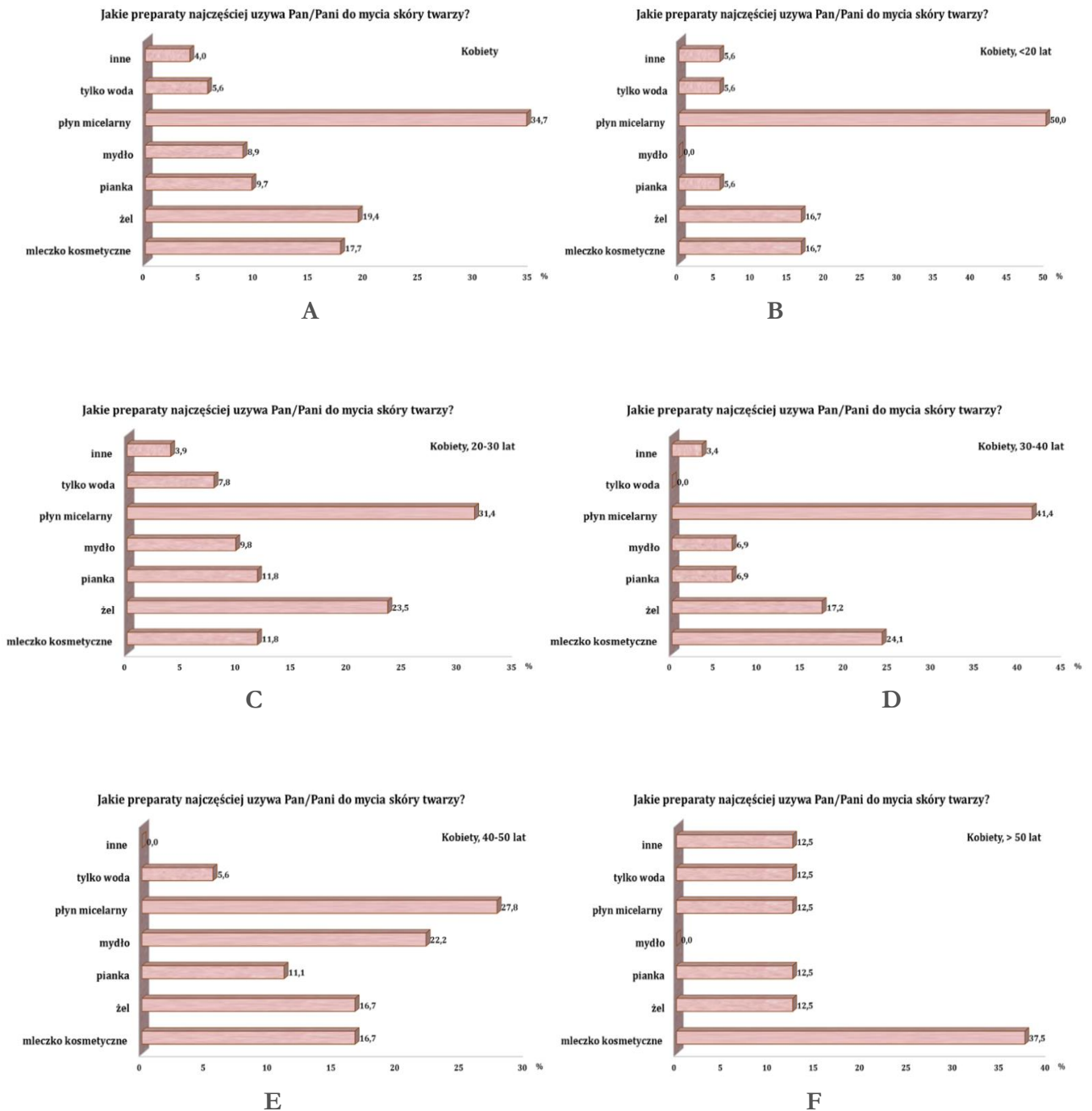
Mężczyźni do mycia twarzy częściej wybierają mydło, natomiast kobiety – płyn micelarny (Ryc. 11A i Ryc. 12A). Odpowiedzi mężczyzn z różnych grup wiekowych różnią się minimalnie – wszyscy do mycia twarzy najczęściej wybierają mydło (Ryc. 12B-F). Taki wybór jest najmniej korzystny, gdyż mydło zaburza równowagę naturalnego pH skóry. Natomiast kobiety do 20. roku życia często wybierają do tego celu płyn micelarny (Ryc. 11B), a u nieco starszych (między 20. a 30. rokiem życia) powodzeniem cieszy się również żel do mycia twarzy (Ryc. 11C). Kobiety 30-40 letnie często wybierają płyn micelarny oraz mleczko kosmetyczne (Ryc. 11D), a po 40. roku

życia również często płyn micelarny (prawie 30%) i coraz częściej też mleczko kosmetyczne, piankę i żel do mycia twarzy oraz (niestety) mydło (Ryc. 11E). Po 50. roku życia aż 40% kobiet wykorzystuje do mycia twarzy mleczko kosmetyczne (Ryc. 11F).

Okolo 25 % ankietowanych do oczyszczania skóry twarzy używa mleczka. Przy częstym występowaniu u respondentów skóry tłustej bądź mieszanej nie jest to wskazane, gdyż mleczka pozostawiają na twarzy tłusty film, powodując dodatkowe obciążenie dla tego typu skóry. Prawie 20 % ankietowanych stosuje do mycia twarzy tylko wodę (głównie mężczyźni) wysuszając przy tym skórę oraz zaburzając jej

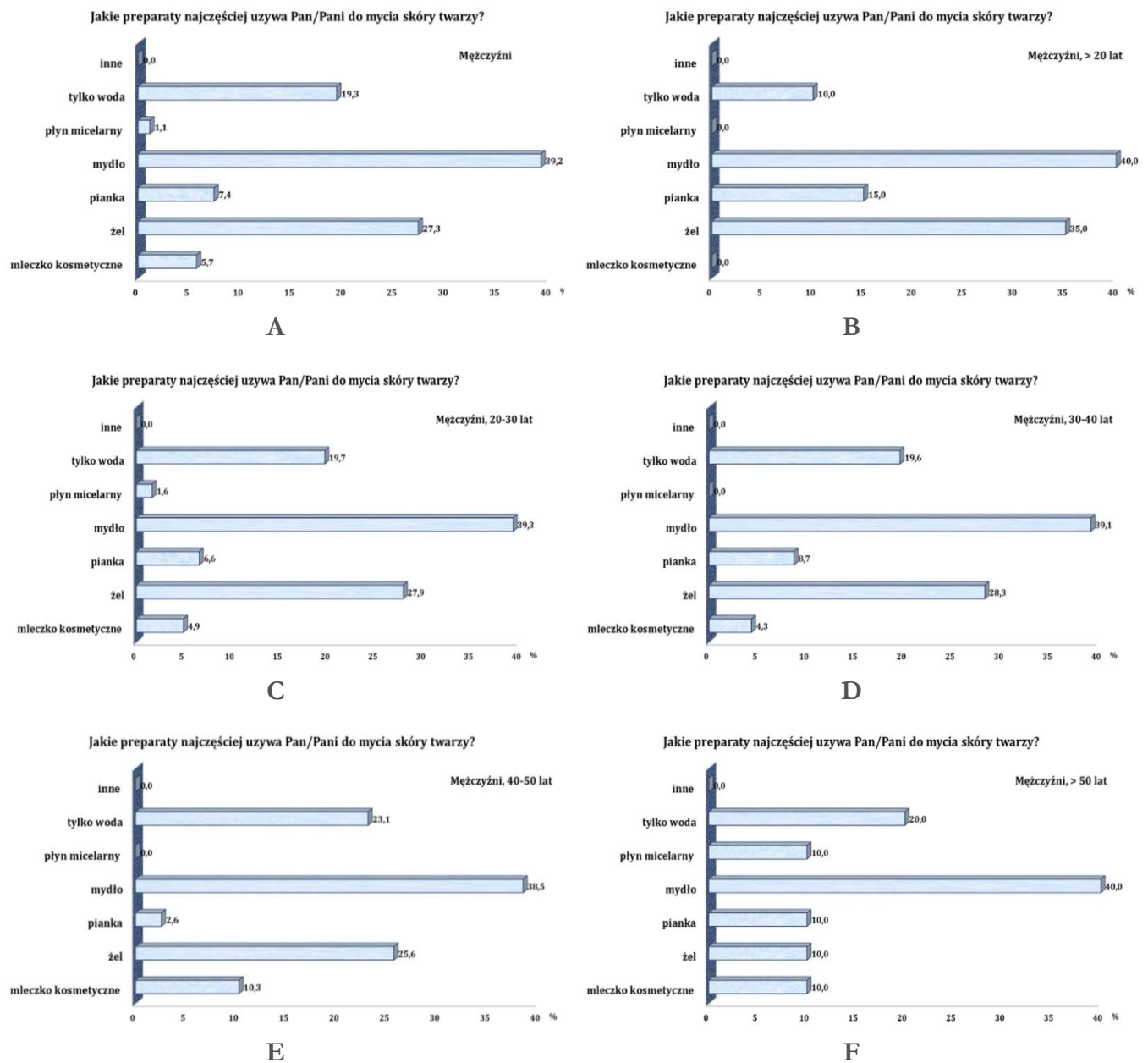
pH. Ponad 10 % ankietowanych stosuje do tego celu żele i pianki. Prawie 13 % osób (z reguły mężczyźni) do mycia twarzy stosuje mydło, które ma silnie zasadowe pH i negatywnie

wpływa na równowagę kwasowo-zasadową skóry. Zaledwie 5 % ankietowanych używa toniki, których stosowanie jest konieczne po każdym użyciu wody.



Ryc. 11. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «*Jakie preparaty najczęściej Pan/Pani używa do mycia skóry twarzy?*»

(A – kobiety ogółem, B – kobiety w wieku <20 lat,  
C – kobiety w wieku 20-30 lat, D – kobiety w wieku 30-40 lat,  
E – kobiety w wieku 40-50 lat, F – kobiety w wieku >50 lat)



Ryc. 12. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Jakie preparaty najczęściej Pan/Pani używa do mycia skóry twarzy?» (A – mężczyźni ogółem, B – mężczyźni w wieku <20 lat, C – mężczyźni w wieku 20-30 lat, D – mężczyźni w wieku 30-40 lat, E – mężczyźni w wieku 40-50 lat, F – mężczyźni w wieku >50 lat)

Pytanie 5. Czy stosuje Pan/Pani peelingi do twarzy? (ryc. 13, 14, 15).

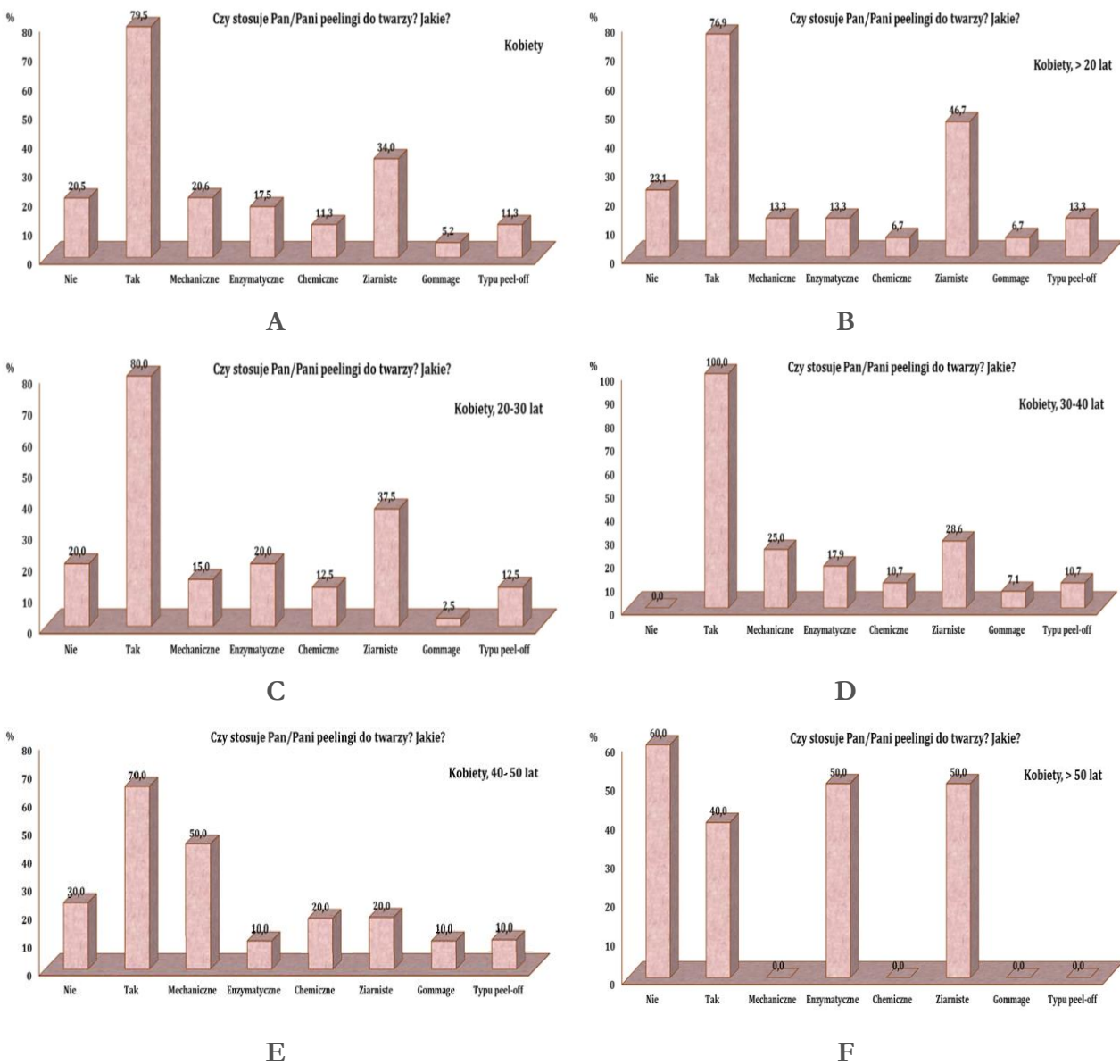
Jak wykazały wyniki naszych badań, 50% ankietowanych osób stosuje peelingi, wykorzystując kilka ich rodzajów, a mianowicie: peelingi ziarniste używa 31,9% respondentów, peelingi mechaniczne – 21%, natomiast peelingi enzymatyczne, chemiczne, *peel-off*, *gommage* stosuje mniej niż 16% (Ryc. 13).

Ponad 80% mężczyzn nie stosuje żadnych peelingów (Ryc. 15A), natomiast kobiety odwrotnie – prawie 80% stosuje różne ich

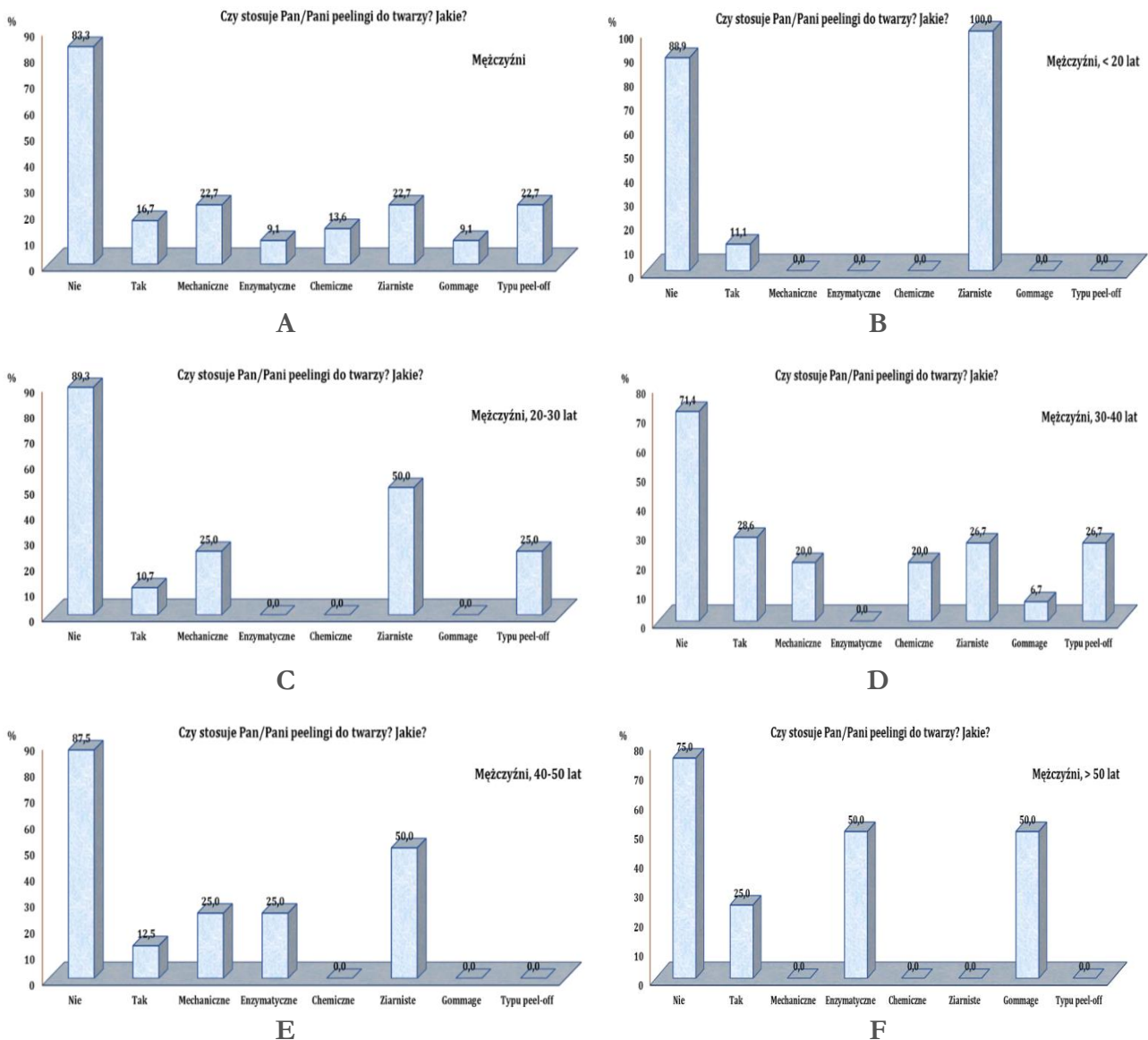
rodzaje (Ryc. 14A). Kobiety poniżej 20. roku życia często wybierają peelingi ziarniste (46,7%) (Ryc. 14B), między 20. a 30. rokiem życia peelingi ziarniste (37,5%) oraz enzymatyczne (20%) (Ryc. 14C), natomiast między 30. a 40. rokiem często peelingi ziarniste (28,6%), a także mechaniczne (25%) (Ryc. 14D). Panie po 40. roku życia również często sięgają po peelingi mechaniczne (prawie 50%), ale coraz częściej wybierają również peelingi ziarniste (20%) i chemiczne (20%) (Ryc. 14E). Po 50. roku życia 40% kobiet do mycia twarzy stosuje mleczka kosmetyczne (Ryc. 14F).



Ryc. 13. Procentowy udział odpowiedzi respondentów na pytanie: «Czy i jakie peelings do twarzy Pan/Pani stosuje?»



Ryc. 14. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «Czy i jakie peelings do twarzy Pan/Pani stosuje?» (A – kobiety ogółem, B – kobiety w wieku <20 lat, C – kobiety w wieku 20-30 lat, D – kobiety w wieku 30-40 lat, E – kobiety w wieku 40-50 lat, F – kobiety w wieku >50 lat)



Ryc. 15. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Czy i jakie peelings do twarzy Pan/Pani stosuje?» (A – mężczyźni ogółem, B – mężczyźni w wieku <20 lat, C – mężczyźni w wieku 20-30 lat, D – mężczyźni w wieku 30-40 lat, E – mężczyźni w wieku 40-50 lat, F – mężczyźni w wieku >50 lat)

Ponad połowa respondentów w ogóle nie stosuje peelingsów, przy czym nie robi tego prawie 90% mężczyzn. Obie płcie najczęściej stosują peelingsi ziarniste, często na skórę trądzikową, co jest nie wskazane, gdyż może spowodować zaognienie stanów zapalnych. Zarówno kobiety jak i mężczyźni w różnych przedziałach wiekowych rzadko stosują peelingsi enzymatyczne, *gommage*, a także te oferowane w salonach kosmetycznych w postaci mikrodermabrazji czy peelingu kawitacyjnego.

Pytanie 6. Czy stosuje Pan/Pani maseczki do twarzy? (ryc. 16, 17, 18).

Ponad 50% wszystkich ankietowanych odpowiedziało, że używa masek do twarzy,

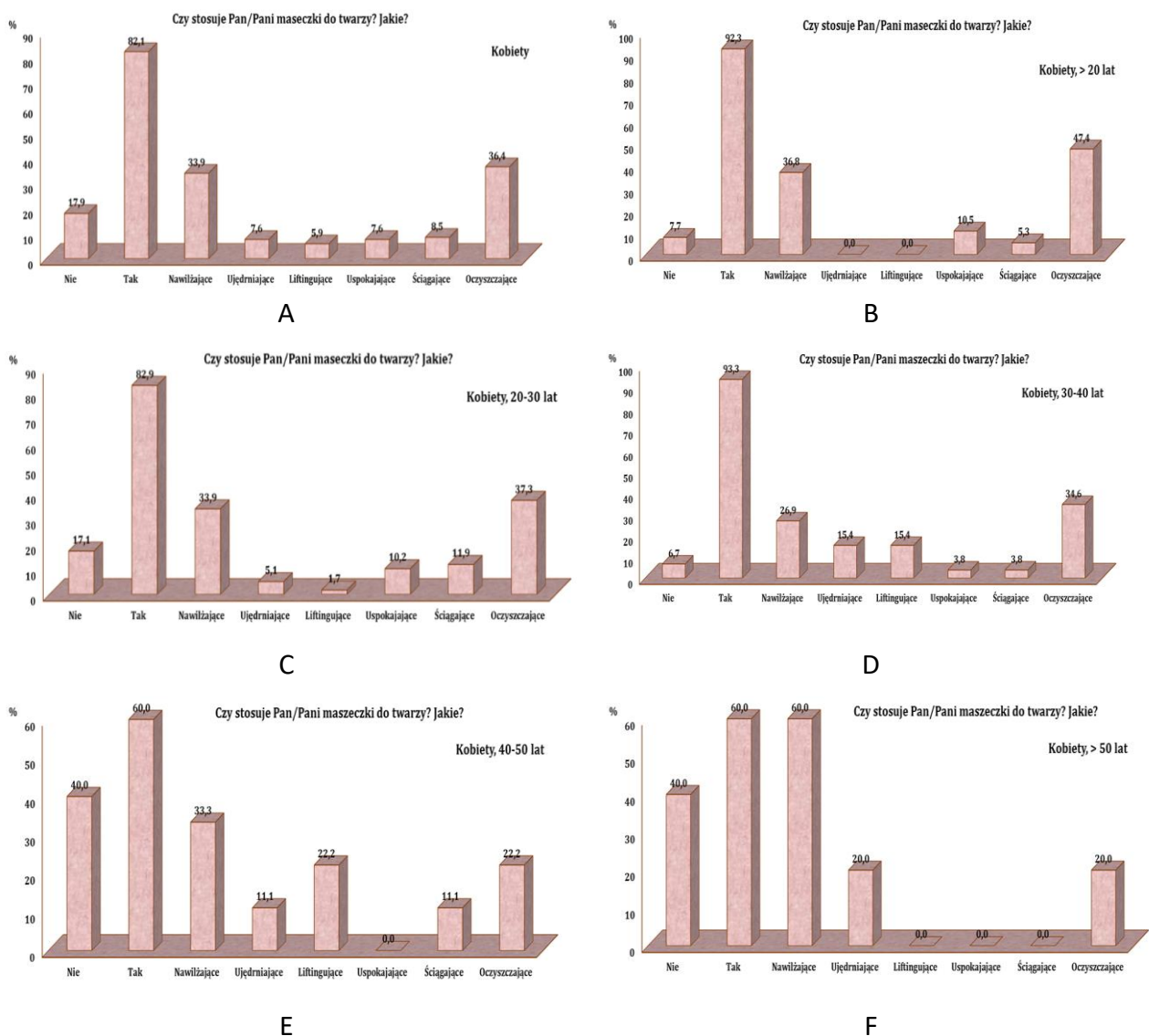
wykorzystując następujące ich rodzaje: nawilżające (45% respondentów), ujędrniające i liftingujące (po 5,8% respondentów), uspokajające i ściągające (po 6,4%). Dość dużym powodzeniem cieszą się też maseczki oczyszczające – stosuje je 30,4% ankietowanych (Ryc. 16).

Żadnych maseczek nie stosuje prawie 80% mężczyzn (Ryc. 18A), natomiast kobiety przeciwnie – ponad 80% z nich korzysta, preferując maseczki nawilżające i oczyszczające (Ryc. 17A). Procentowy udział kobiet i mężczyzn w różnym wieku, stosujących maski oraz rodzaje wybieranych masek przedstawiono na Ryc. 17B-F (panie) i 18B-F (panowie).

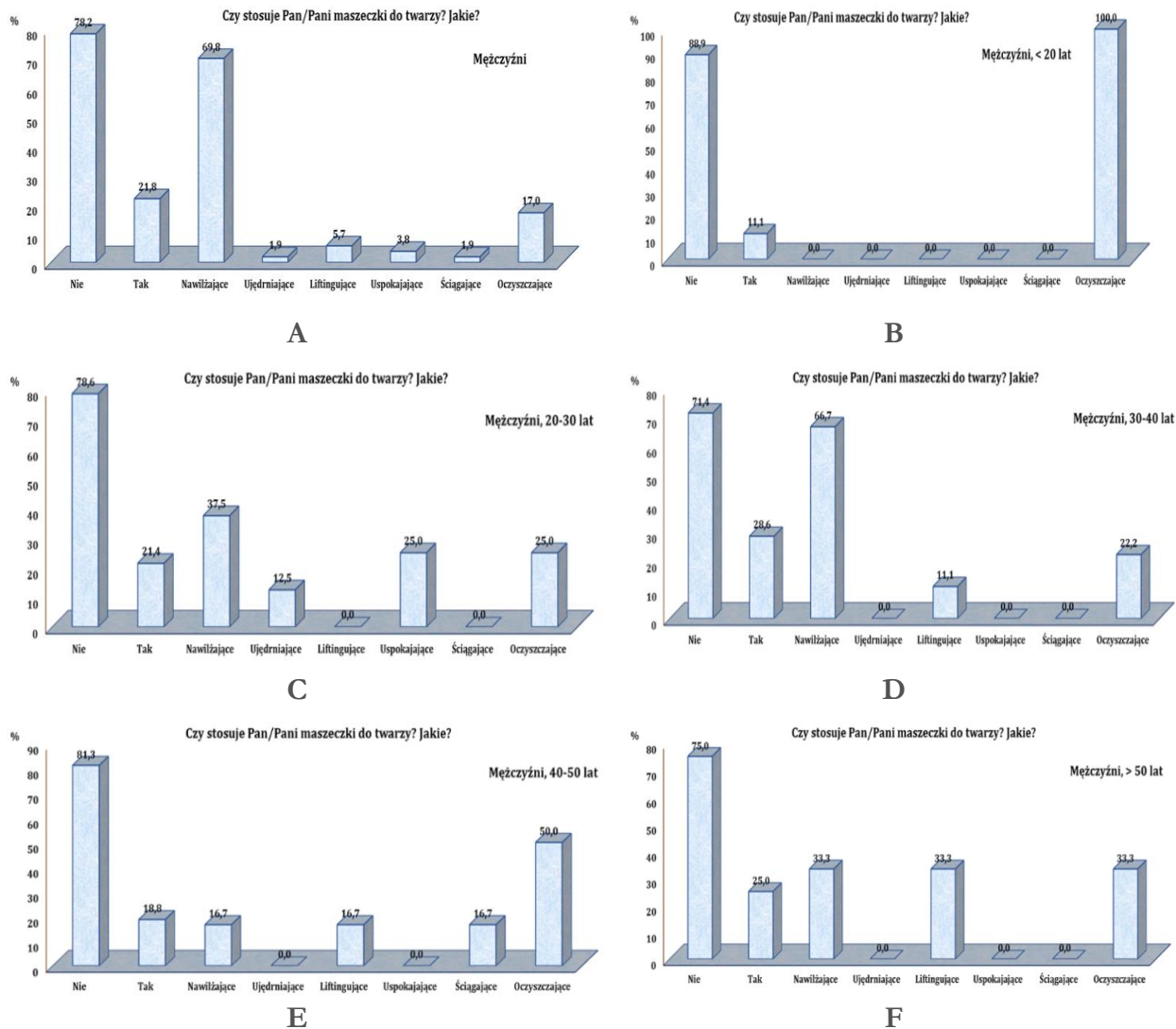




Ryc. 16. Procentowy udział odpowiedzi ankietowanych na pytanie: «Czy i jakie maseczki do twarzy Pan/Pani stosuje?»



Ryc. 17. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «Czy i jakie maseczki do twarzy Pan/Pani stosuje?» (A – kobiety ogółem, B – kobiety w wieku <20 lat, C – kobiety w wieku 20-30 lat, D – kobiety w wieku 30-40 lat, E – kobiety w wieku 40-50 lat, F – kobiety w wieku >50 lat)



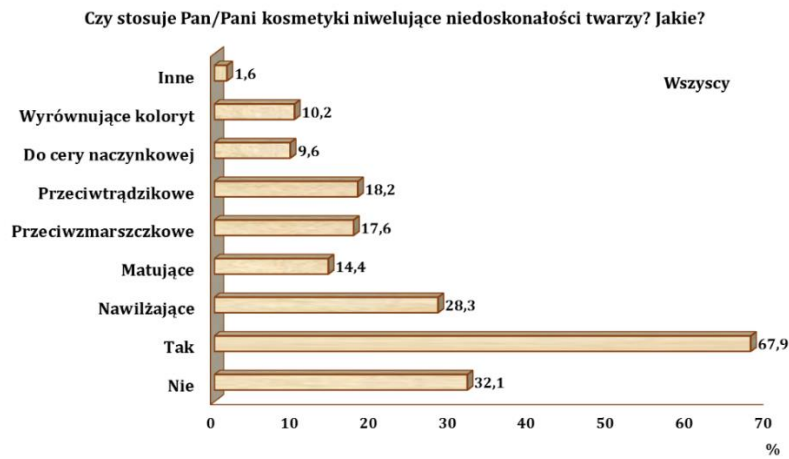
**Ryc. 18. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Czy i jakie maseczki do twarzy Pan/Pani stosuje?» (A – mężczyźni ogółem, B – mężczyźni w wieku <20 lat, C – mężczyźni w wieku 20-30 lat, D – mężczyźni w wieku 30-40 lat, E – mężczyźni w wieku 40-50 lat, F – mężczyźni w wieku >50 lat)**

Maseczek do twarzy nie stosuje blisko połowa respondentów (48,1 %), a pozostali stosują maski oczyszczające. Większość osób stosujących maseczki do twarzy to kobiety. Wśród pań wraz z wiekiem wzrasta częstotliwość stosowania masek nawilżających, natomiast następuje spadek stosowania masek ujędrniających i liftingujących, a właśnie one z upływem lat są najbardziej potrzebne aby uelastyczniać i ujędrnić skórę twarzy. Wśród niewielkiego odsetka panów stosujących maski kosmetyczne nie brakuje wybierających maski nawilżające, oczyszczające oraz liftingujące.

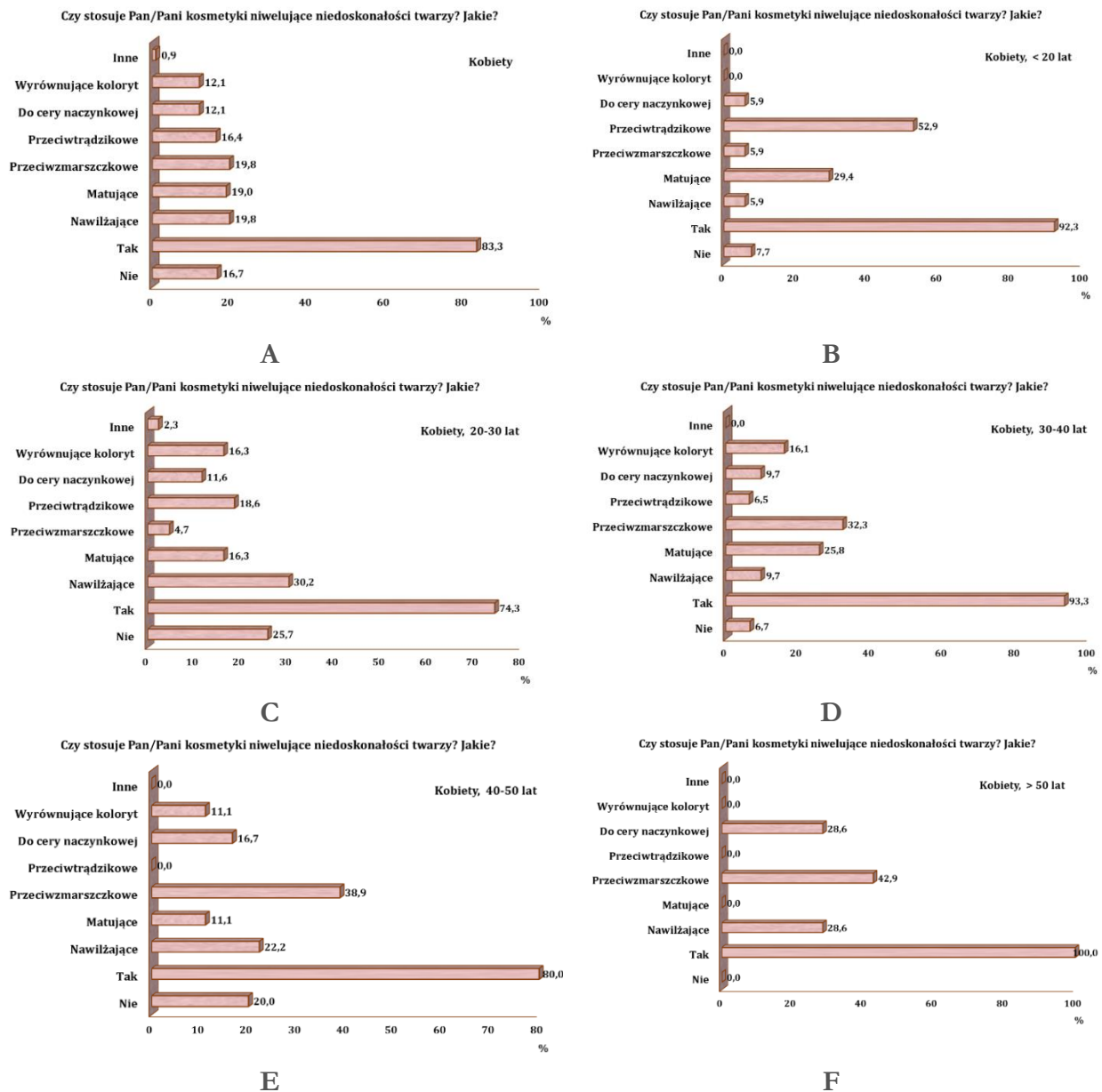
*Pytanie 7. Czy stosuje Pan/Pani kosmetyki niwelujące niedoskonałości twarzy? (ryc. 19, 20, 21).*

Prawie 70 % wszystkich ankietowanych odpowiedziało, że stosuje kosmetyki, poprawiające niedoskonałości twarzy, a najczęściej wybierają preparaty o właściwościach nawilżających, natomiast najmniejszą popularnością cieszyły się te do cery naczynkowej (Ryc. 19).

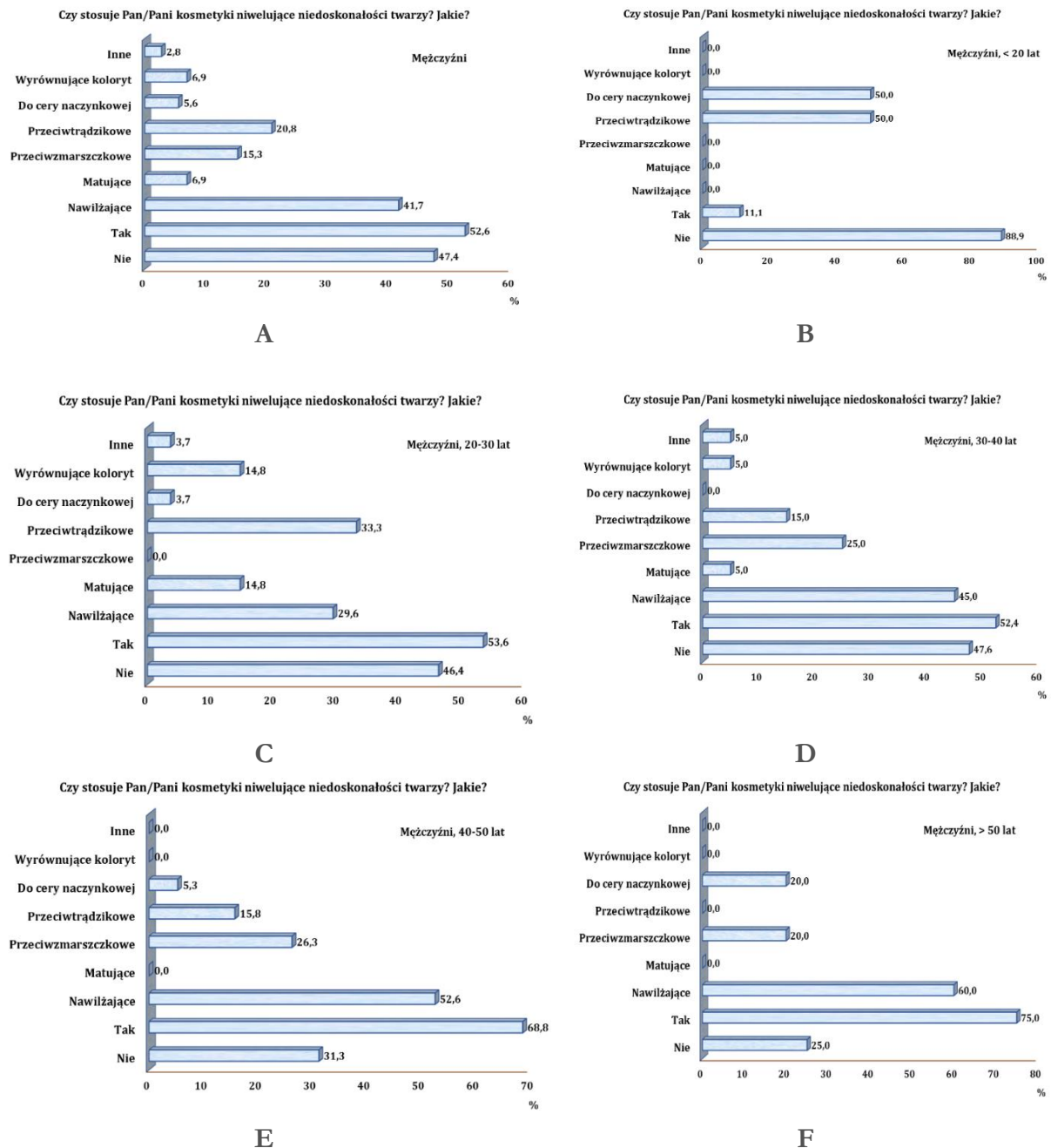
Kosmetyki niwelujące niedoskonałości twarzy stosuje ponad 50 % ankietowanych mężczyzn (Ryc. 21A) i ponad 80% ankietowanych kobiet (Ryc. 20A). Analizując odpowiedzi obu tych płci pod względem ich wieku można zauważyć pewne zależności, które przedstawiono w przypadku kobiet na ryc. 20B-F, natomiast w przypadku mężczyzn – na ryc. 21B-F.



Ryc. 19. Procentowy udział odpowiedzi ankietowanych na pytanie: «Czy stosuje Pan/Pani kosmetyki niwelujące niedoskonałości twarzy?»



Ryc. 20. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «Czy stosuje Pan/Pani kosmetyki niwelujące niedoskonałości twarzy?» (A – kobiety ogółem, B – kobiety w wieku <20 lat, C – kobiety w wieku 20-30 lat, D – kobiety w wieku 30-40 lat, E – kobiety w wieku 40-50 lat, F – kobiety w wieku >50 lat)



Ryc. 21. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Czy stosuje Pan/Pani kosmetyki niwelujące niedoskonałości twarzy?» (A – mężczyźni ogółem, B – mężczyźni w wieku <20 lat, C – mężczyźni w wieku 20-30 lat, D – mężczyźni w wieku 30-40 lat, E – mężczyźni w wieku 40-50 lat, F – mężczyźni w wieku >50 lat)

Prawie 70 % ankieterowanych stosuje preparaty poprawiające niedoskonałości twarzy. Z tego prawie 30 % wybiera kosmetyki nawilżające, a blisko 20 % – kosmetyki przeciw zmarszczkowe i przeciwtrądzikowe.

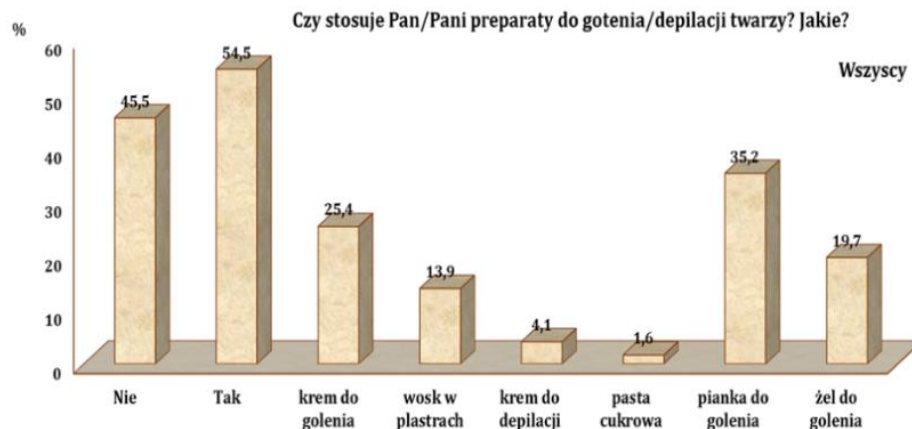
Wśród 30 % pozostałych respondentów tylko 6 % nie obserwuje u siebie objawów skórnych, a zatem pozostali powinni zacząć stosować kosmetyki niwelujące niedoskonałości. Do stosowania kosmetyków niwelujących niedoskonałości twarzy przyznało się 80 %

kobiet i 50 % mężczyzn. Młode kobiety preferują preparaty przeciwtrądzikowe i matujące, zapominając o bardzo ważnym i koniecznym nawilżaniu. Natomiast młodzi mężczyźni często zapominają o stosowaniu tych kosmetyków, a jeśli ich używają, to z reguły te o działaniu przeciwtrądzikowym, zapominając o nawilżaniu i matowaniu, mimo iż większość z nich ma cerę tłustą i łojotokową.

Pytanie 8. Czy stosuje Pan/Pani preparaty do golenia/depilacji twarzy? (ryc. 22, 23, 24).

Ponad połowa respondentów stwierdziła, że stosuje preparaty do golenia i depilacji twarzy, wykorzystując każdy z dostępnych

środków pomocnych podczas pozbywania się zbędnego owłosienia, jednak preferowane są pianki i kremy do golenia (ryc. 22).

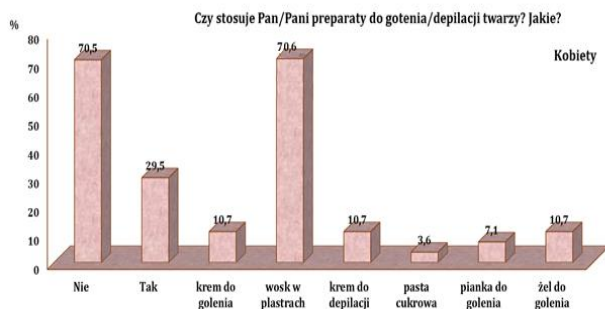


Ryc. 22. Procentowy udział odpowiedzi respondentów na pytanie: «Czy i jakie stosuje Pan/Pani preparaty do golenia/depilacji twarzy?»

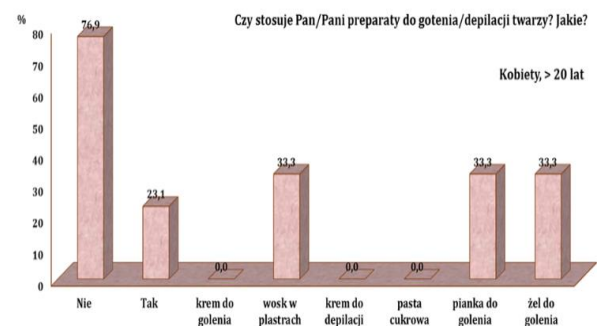
Preparaty do golenia i depilacji twarzy zdecydowanie częściej niż kobiety stosują mężczyźni (Ryc. 23A i Ryc. 24A). Na odpowiedzi miał wpływ wiek zarówno u pań (ryc. 23B-F), jak i u panów (ryc. 24B-F).

Kobiety poniżej 20. roku życia często stosują pianki do golenia (33,3%), żele do golenia (33,3%) i wosk w plastrach (33,3%) (Ryc. 23B), między 20. a 30. rokiem życia – wosk w plastrach (60%), krem do golenia (20%)

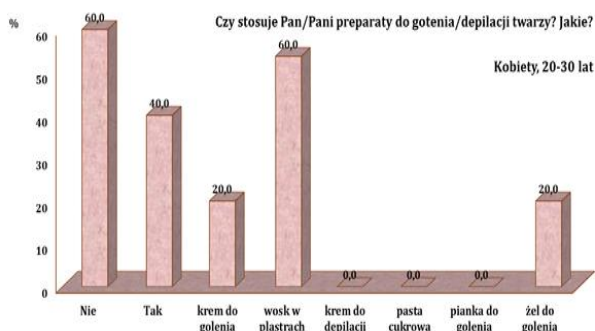
oraz żel do golenia (20%) (Ryc. 23C), między trzydziatką, a czterdziatką często wybierają wosk w plastrach (80%), a także krem do depilacji (30%) (Ryc. 23D). Wszystkie panie po 40. roku życia sięgają po wosk w plastrach (100% odpowiedzi) wykorzystują kremy do depilacji (Ryc. 23F). Mężczyźni we wszystkich przedziałach wiekowych korzystają z pianek, kremów i żeli do golenia (Ryc. 24B-F).



A



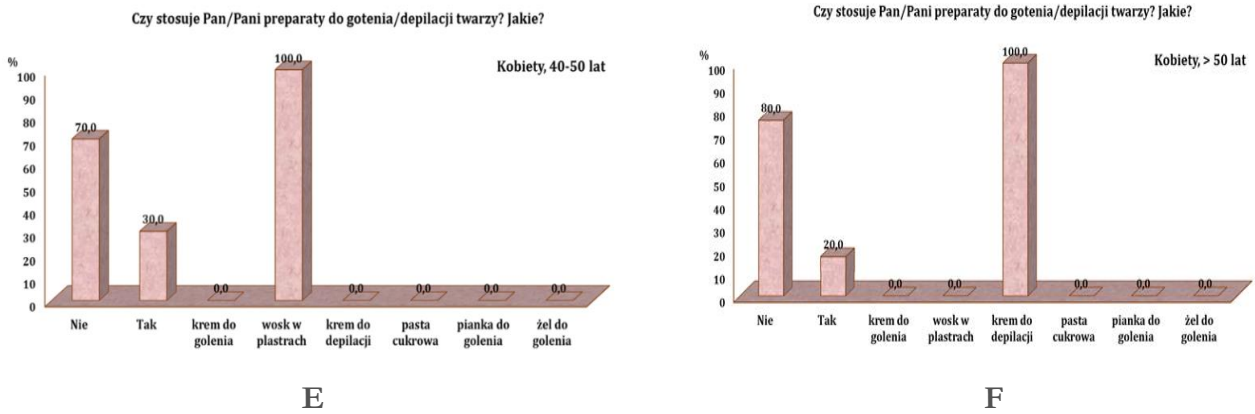
B



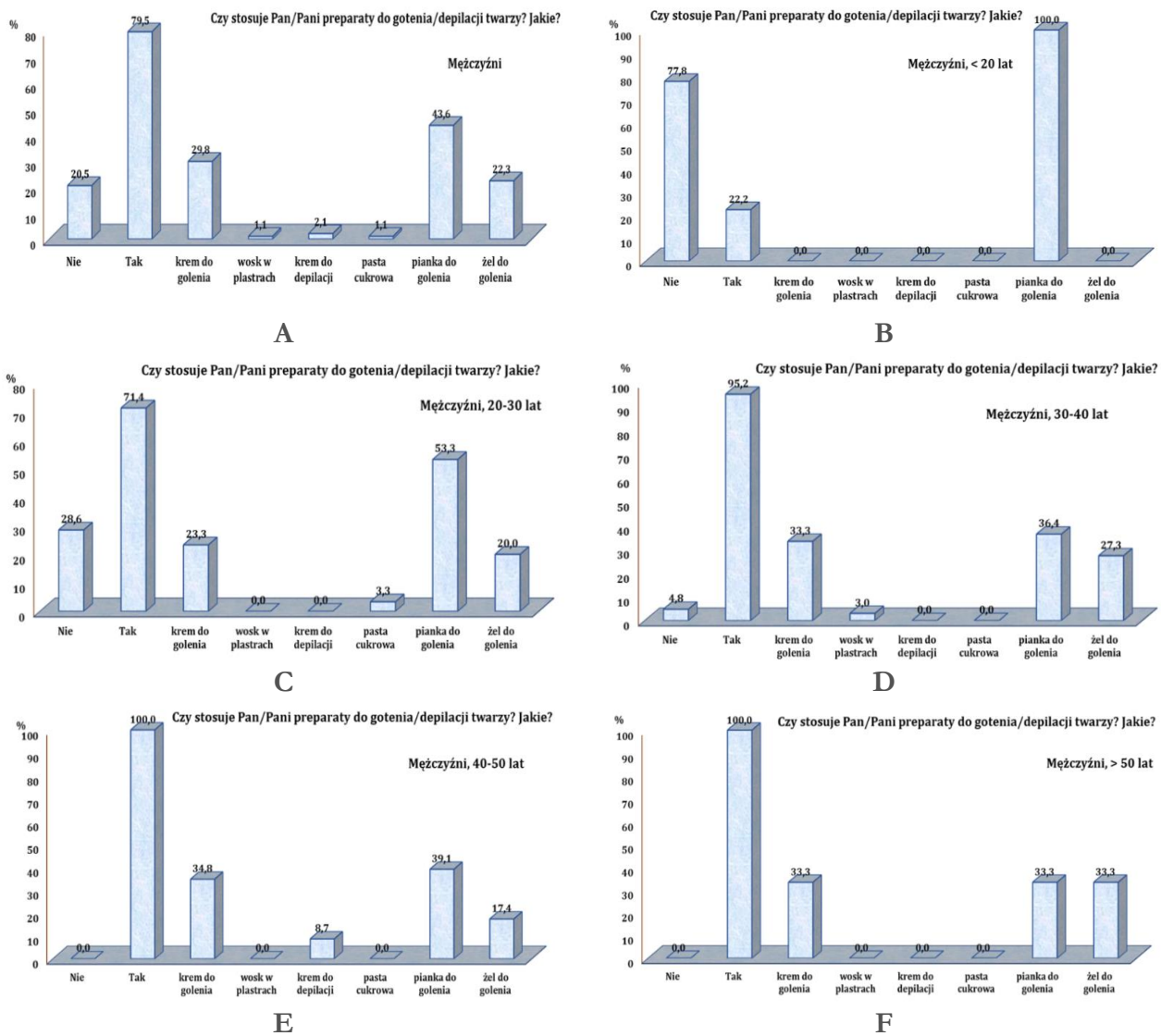
C



D



Ryc. 23. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «Czy i jakie stosuje Pan/Pani preparaty do golenia/depilacji twarzy?» (A – kobiety ogółem, B – kobiety w wieku <20 lat, C – kobiety w wieku 20-30 lat, D – kobiety w wieku 30-40 lat, E – kobiety w wieku 40-50 lat, F – kobiety w wieku >50 lat)

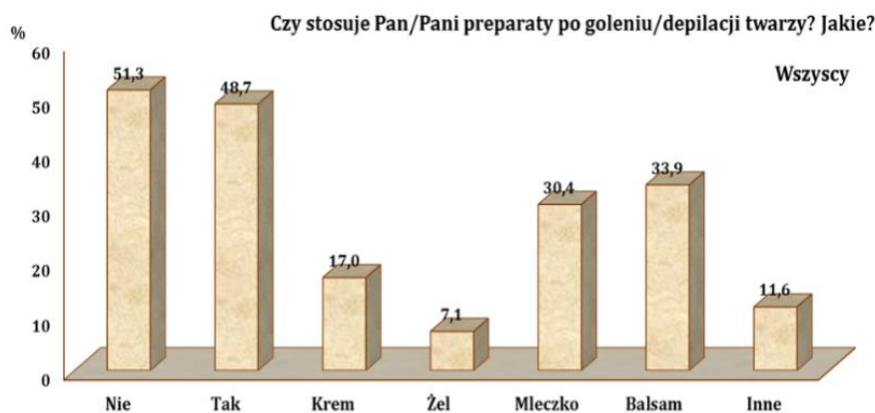


Ryc. 24. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Czy i jakie stosuje Pan/Pani preparaty do golenia/depilacji twarzy?» (A – mężczyźni ogółem, B – mężczyźni w wieku <20 lat, C – mężczyźni w wieku 20-30 lat, D – mężczyźni w wieku 30-40 lat, E – mężczyźni w wieku 40-50 lat, F – mężczyźni w wieku >50 lat)

Preparaty do golenia/depilacji twarzy stosuje większość, bo 54,5 % ankietowanych, a największą popularnością cieszą się pianki i kremy do golenia. Prawie 80 % wszystkich osób stosujących kosmetyki ułatwiające pozbycie się niechcianego owłosienia to mężczyźni. Panowie są zwolennikami pianek, kremów oraz żeli do golenia. Panie zdecydowanie częściej wolą stosować wosk w plastrach. Natomiast młode przedstawicielki tej płci często rezygnują z bolesnej depilacji woskiem i wybierają, podobnie jak mężczyźni, golenie przy pomocy pianek i żeli.

*Pytanie 9.* Czy stosuje Pan/Pani preparaty po goleniu/depilacji twarzy? (ryc. 25, 26, 27).

Połowa z respondentów odpowiedziała, że stosuje także preparaty po goleniu i depilacji twarzy, wymieniając każdy z dostępnych środków łagodzących podrażnienia po zabiegach pozbywania się zbędnego owłosienia. Wśród wymienianych kosmetyków dominowały mleczka i balsamy po goleniu/depilacji. Niektórzy z ankietowanych po goleniu bądź depilacji twarzy nie używają żadnych kosmetyków łagodzących i odżywczych. Ponad 11 % respondentów wymieniło też inne niż wymienione wyżej preparaty, które stosują po goleniu/depilacji twarzy. Wyniki te przedstawia ryc. 25.

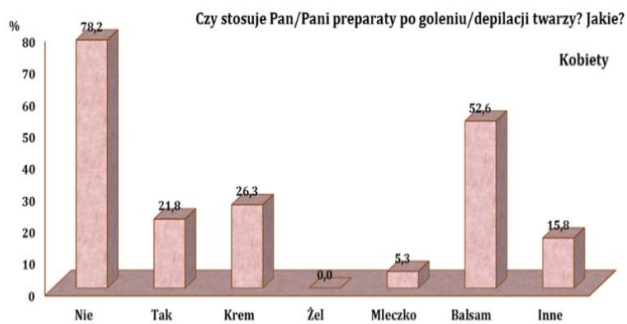


**Ryc. 25.** Procentowy udział odpowiedzi respondentów na pytanie: «Czy i jakie stosuje Pan/Pani preparaty po goleniu/depilacji twarzy?»

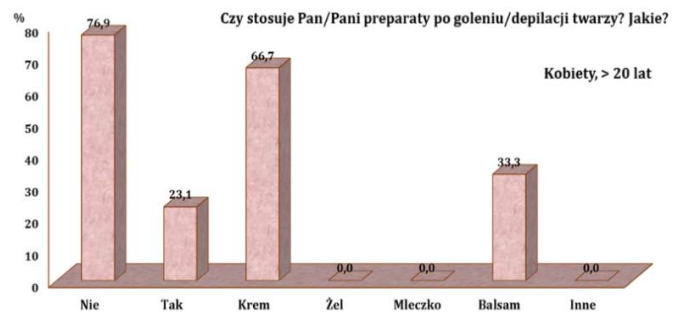
Analizując odpowiedzi na pytanie «Czy i jakie stosuje Pan/Pani preparaty po goleniu/depilacji twarzy?» pod względem płci ankietowanych wykazano, że preparaty te stosuje znacznie więcej mężczyzn. Mężczyźni częściej usuwają zbędne owłosienie twarzy w postaci zarostu, natomiast kobiety podczas tej czynności skupiają się zazwyczaj na okolicach wąsika i brwi, rzadziej brody. Kobiety najczęściej decydują się na użycie balsamu po goleniu/depilacji, aczkolwiek wymieniają również inne kosmetyki, takie jak oliwki i olejki (Ryc. 26A). Natomiast mężczyźni zdecydowanie częściej sięgają po mleczka (35,5 % respondentów) i balsamy (30,1 %) (Ryc. 27A). Starsze panie zdecydowanie częściej wybierają balsamy po goleniu/depilacji, zaś młodsze – kremy (Ryc. 26B-F). Podobnej zależności nie można zauważyć wśród mężczyzn w różnym wieku, ze

względu na bardzo zróżnicowane odpowiedzi (Ryc. 27B-F).

Przeprowadzone przez nas badania wykazały, że niepełne 50 % ankietowanych stosuje kosmetyki po goleniu/depilacji, przy czym największą popularnością cieszą się mleczka i balsamy. Kilka procent osób stosujących zabiegi golenia bądź depilacji przyznało, że nie łagodzi potem podrażnionej skóry przy pomocy jakichkolwiek kosmetyków po goleniu/depilacji. Mniej więcej połowa respondentów podejmuje jakieś działania profilaktyczne, aby uniknąć powstawania rozstępów. Kobiety znacznie częściej wybierają kremy, balsamy bądź oliwki i olejki po depilacji. Natomiast mężczyźni wolą mleczka i balsamy, zwłaszcza w młodym wieku, gdyż później coraz częściej wzrasta wśród nich zainteresowanie kremami i żelami po goleniu.



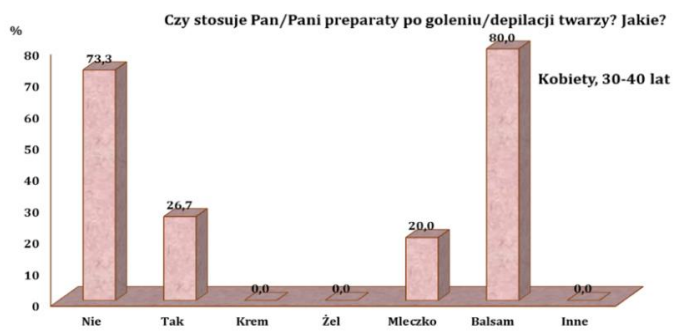
A



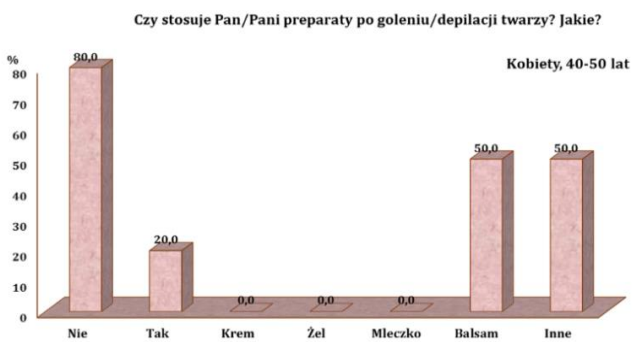
B



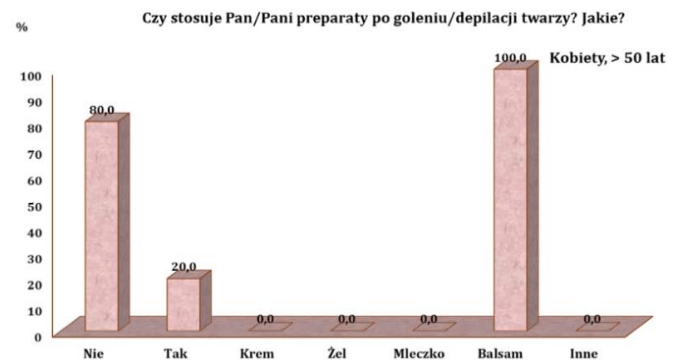
C



D



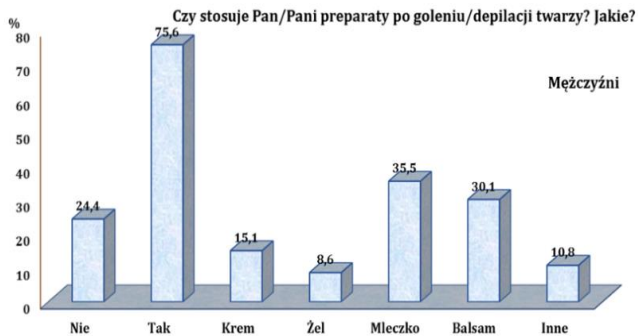
E



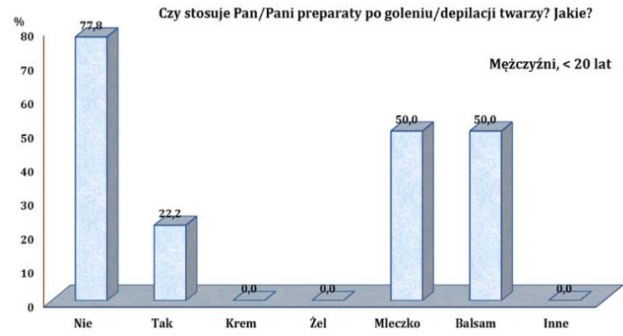
F

Ryc. 26. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «Czy i jakie stosuje Pan/Pani preparaty po goleniu/depilacji twarzy?»  
 (A – kobiety ogółem, B – kobiety w wieku <20 lat,  
 C – kobiety w wieku 20-30 lat, D – kobiety w wieku 30-40 lat,  
 E – kobiety w wieku 40-50 lat, F – kobiety w wieku >50 lat)

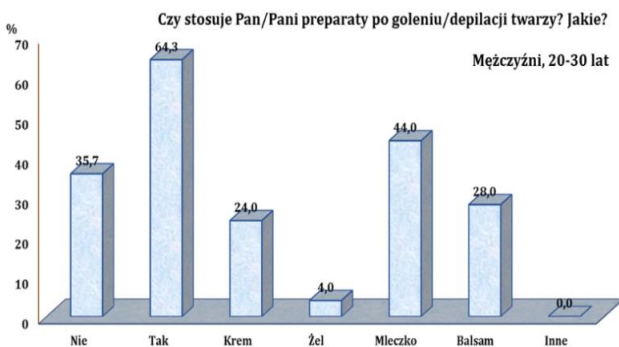




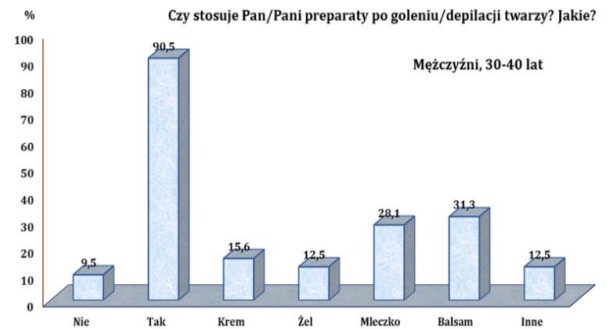
A



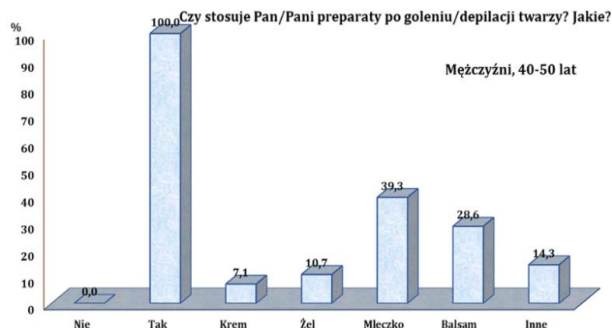
B



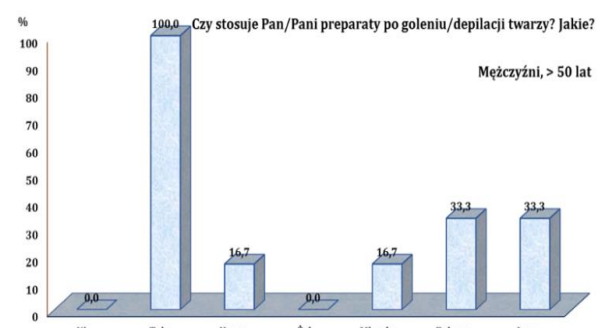
C



D



E



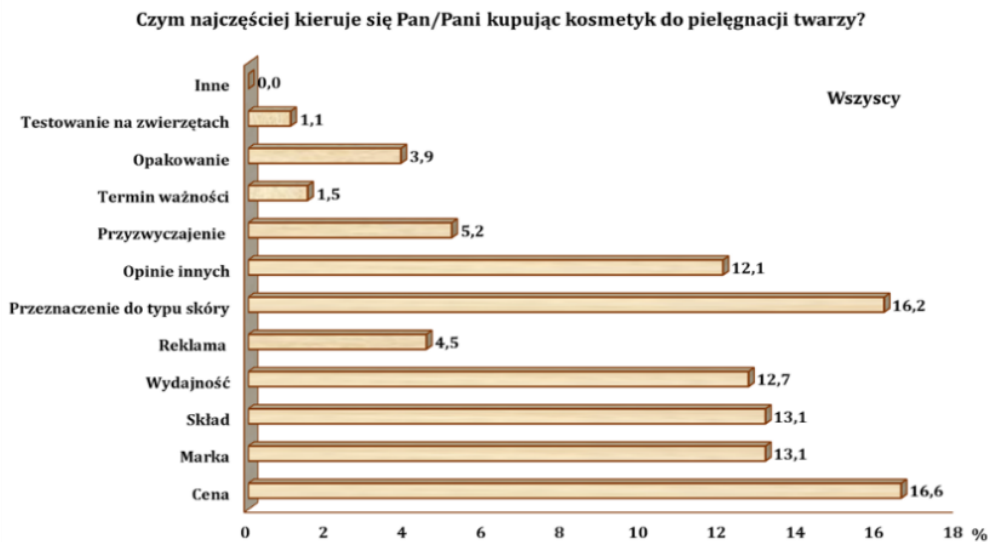
F

Ryc. 27. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Czy i jakie stosuje Pan/Pani preparaty po goleniu/depilacji twarzy?» (A – mężczyźni ogółem, B – mężczyźni w wieku <20 lat, C – mężczyźni w wieku 20-30 lat, D – mężczyźni w wieku 30-40 lat, E – mężczyźni w wieku 40-50 lat, F – mężczyźni w wieku >50 lat)

Pytanie 10. Czym najczęściej kieruje się Pan/Pani kupując kosmetyk do pielęgnacji twarzy? (ryc. 28, 29, 30).

Aby ocenić czy ankietowani dobierają kosmetyki do pielęgnacji odpowiednie do swojej skóry twarzy zapytano ich o to czym się

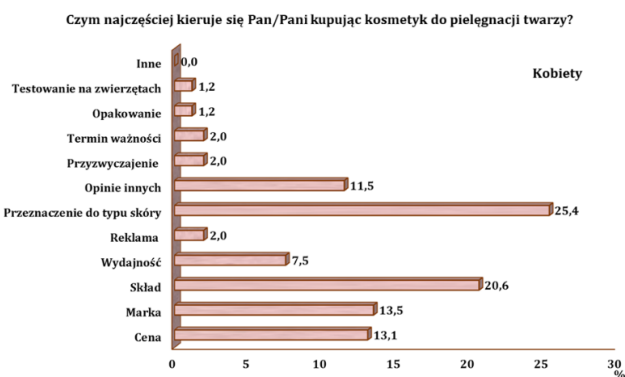
kierują przy wyborze preparatów (Ryc. 28). Tylko 16,2 % respondentów odpowiedziało, że wybiera kosmetyki odpowiednie do rodzaju ich cery. Duży odsetek ankietowanych zwraca uwagę na cenę produktu. Niewielki procent sugeruje się składem kosmetyku, który jest bardzo ważny.



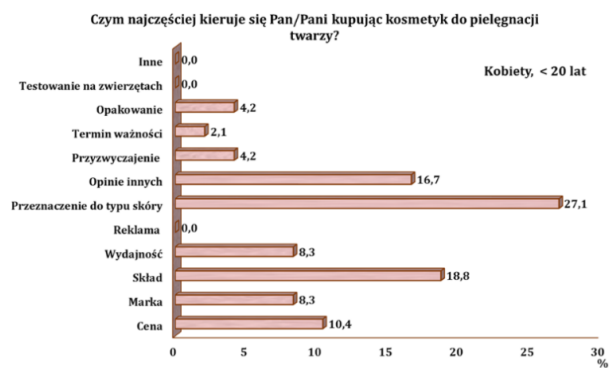
Ryc. 28. Procentowy udział odpowiedzi respondentów na pytanie: «Czym najczęściej kieruje Pan/Pani kupując kosmetyk do pielęgnacji twarzy?»

Stwierdzono, że kobiety przy wyborze kosmetyku znacznie częściej niż mężczyźni zwracają uwagę na rodzaj swojej skóry i na problemy z nią związane (25,4 % respondentów), co robi także tylko nieco ponad 5% panów. Nie każdy z ankietowanych potrafił właściwie ocenić rodzaj swojej cery, co skutkowało niewłaściwym doбором kosmetyków. Kobiety częściej interesują się składem

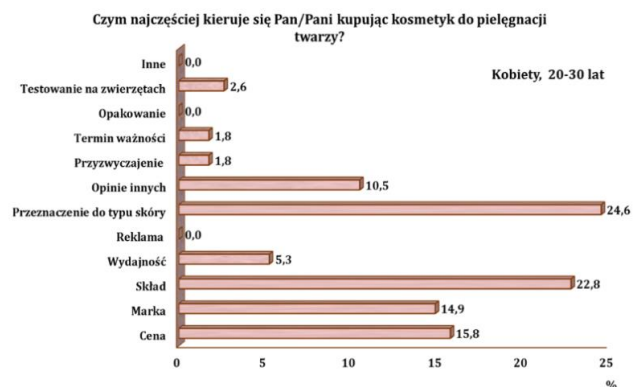
kosmetyków, natomiast mężczyźni głównie sugerują się ich ceną (20,8 % respondentów) i wydajnością (18,9 % respondentów). Zarówno panie, jak i panowie w niskim stopniu bywają zainteresowani terminem ważności kosmetyków, który jest szczególnie istotny w przypadku kosmetyków powstrzymujących negatywny wpływ wolnych rodników (ryc. 29A i 30A).



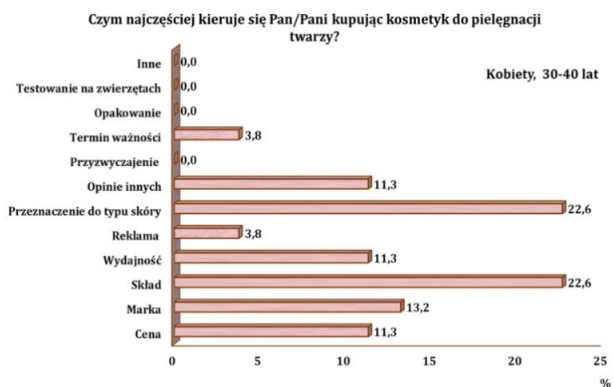
A



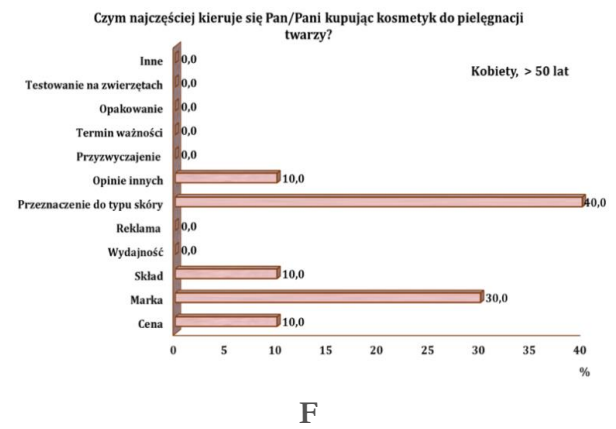
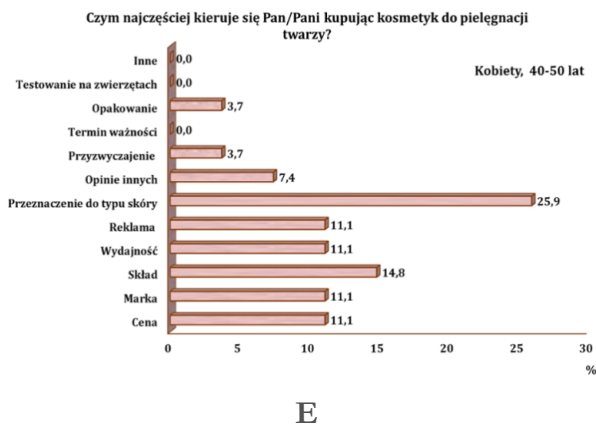
B



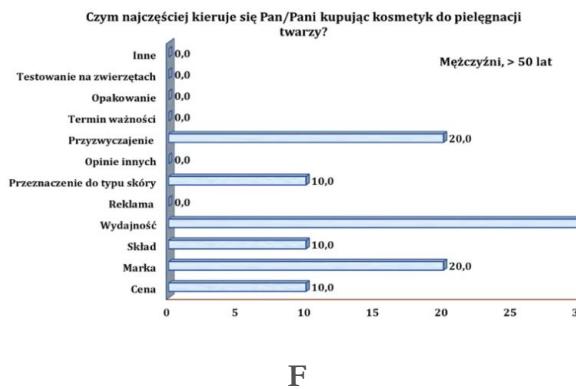
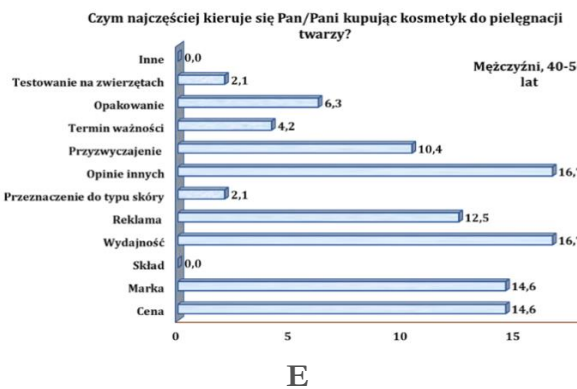
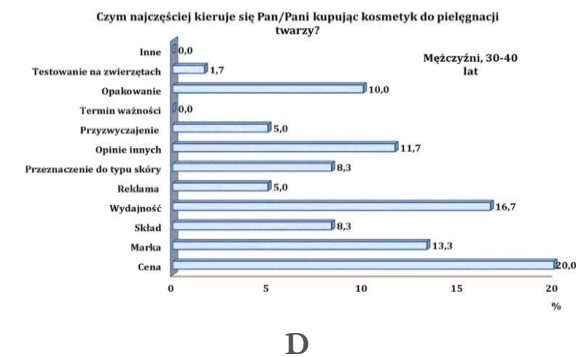
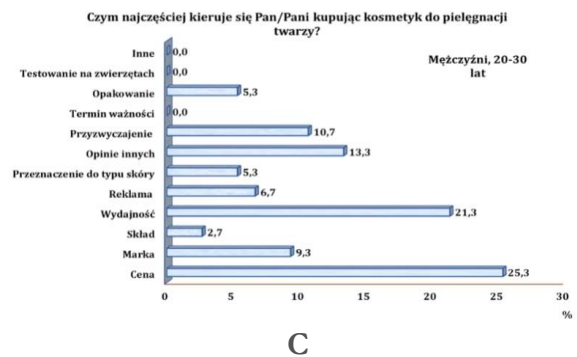
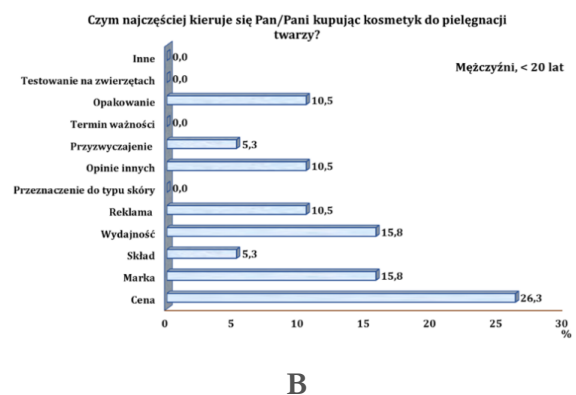
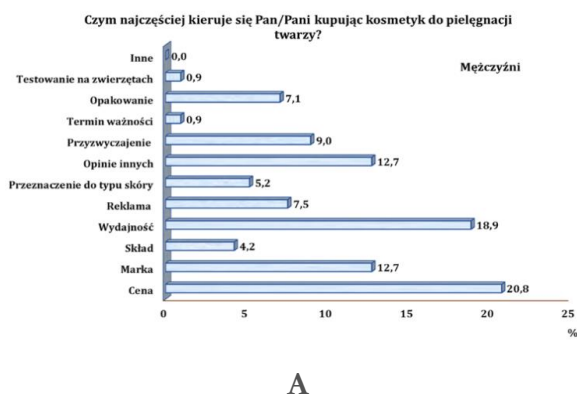
C



D



Ryc. 29. Procentowy udział odpowiedzi kobiet w różnym wieku na pytanie «Czym najczęściej kieruje Pan/Pani kupując kosmetyk do pielęgnacji twarzy?» (A – kobiety ogółem; B – kobiety w wieku <20 lat, C – kobiety w wieku 20-30 lat, D – kobiety w wieku 30-40 lat, E – kobiety w wieku 40-50 lat, F – kobiety w wieku >50 lat)



Ryc. 30. Procentowy udział odpowiedzi mężczyzn w różnym wieku na pytanie «Czym najczęściej kieruje Pan/Pani kupując kosmetyk do pielęgnacji twarzy?» (A – ogółem; B – mężczyźni w wieku <20 lat, C – mężczyźni w wieku 20-30 lat, D – mężczyźni w wieku 30-40 lat, E – mężczyźni w wieku 40-50 lat, F – mężczyźni w wieku >50 lat)

Badając czynniki wpływające na wybór kosmetyków do pielęgnacji twarzy wśród ankietowanych zauważono, że kierują się oni najczęściej ceną i przeznaczeniem do swojego typu skóry. Tymi elementami sugerują się głównie kobiety, które często też zwracają uwagę na skład i markę kosmetyku. Natomiast mężczyźni bardzo często kierują się ceną, marką i wydajnością, zwłaszcza w młodym wieku, później natomiast wzrasta u nich zainteresowanie wygodą w użytkowaniu oraz opinią innych. Mężczyźni również często kierują się przyzwyczajeniem, zatem można stwierdzić, że zapominają oni o najważniejszych wartościach kosmetyków.

*Pytanie 11.* Jaka jest Pana/Pani ulubiona marka kosmetyczna?

Na podstawie odpowiedzi respondentów na ostatnie pytanie, dotyczące ulubionej marki kosmetyków do pielęgnacji twarzy, stwierdzono, że najczęściej do tego celu stosowane są produkty marek Nivea (15,1 %) oraz Ziaja (11,5 %). Kobiety preferują firmę Ziaja. Produkty tej firmy należą do średniej klasy i mimo, że nie są najtańsze, to ich ceny są przystępne. Natomiast mężczyźni preferują zdecydowanie markę Nivea, której produkty charakteryzują przystępne ceny oraz ogólnodostępność.

Panowie młodszy wybierają kosmetyki znanych, dobrze reklamowanych marek, aby nie odbiegać od trendów, jednak wraz z upływem czasu sięgają po produkty stosunkowo lepszych marek, które mają lepsze działanie pielęgnacyjne. Natomiast część przedstawicielek płci żeńskiej, dbając o swój wizerunek już od młodych lat, wybiera kosmetyki marek wysokiej klasy, inne dojrzejwią do tego w późniejszym wieku, a jeszcze inne sugerują się popularnością marek.

Podobne do naszych wyniki badań uzyskali również inni autorzy. Na przykład, Zegarska i współautorzy (2008) zweryfikowali wiedzę respondentów na temat przyczyn suchości skóry, zapobieganiu suchości i możliwości pielęgnacyjnych. Około 26 % ankietowanych osób uznało swoją cerę za suchą, ale aż 66,4 % spośród 125 uczestniczących w badaniu zauważyło u siebie objawy suchości. Ankietowani nie utożsamiali czynników ryzyka suchości skóry, na które są narażeni w codziennym życiu, z potencjalnymi przyczynami. Respondenci mieli także problemy z powiązaniem suchej cery ze współistniejącymi chorobami, pracą zawodową,

stresem, niewłaściwą dietą, czy ze stosowanymi lekami. Na pytanie o pielęgnację skóry suchej najczęściej odpowiedzi dotyczyło nawilżania. Nie wskazywano natomiast na pozytywny wpływ zabiegów i porad kosmetologa, potrzebę zdiagnozowania problemu u dermatologa, suplementację czy używanie rękawic ochronnych podczas codziennych czynności domowych. Cytowani autorzy w badaniach ankietowych wykazali, że wiedza respondentów na temat przyczyn suchości skóry i możliwości zapobiegania im poprzez właściwą pielęgnację jest zdecydowanie niezadowalająca (Zegarska et al., 2008).

Bojarczuk i współautorzy (2017) ocenili różnice w wiedzy studentów na temat zasad pielęgnacji cery w zależności od ich płci na podstawie wyników anonimowych badań ankietowych. W badaniach wzięło udział 210 studentów (150 kobiet i 60 mężczyzn). Mężczyźni w większości oceniali swoją cerę jako normalną (56,6 %), a kobiety jako mieszaną (51,3 %). Mężczyźni, w porównaniu do kobiet, częściej nie potrafili określić typu swojej cery (16,7 % vs. 4,0 %). Głównym problemem dermatologicznym, na który skarżyli się studenci obu płci był trądzik. Do codziennej pielęgnacji cery przyznało się 96,6% ankietowanych studentek i 63,3 % studentów, a do regularnego stosowania kosmetyków pielęgnacyjnych do twarzy – 87,3 % studentek i 31,6 % studentów. Z badań cytowanych autorów wynika, że kobiety częściej niż mężczyźni regularnie dbają o swoją cerę i stosują odpowiednie kosmetyki pielęgnacyjne (Bojarczuk et al., 2017).

Bojarczuk i współautorzy (2016) ocenili również wiedzę studentów na temat zasad pielęgnacji cery. Najczęstszym problemem występującym u ankietowanych był trądzik (45 %). Zdecydowana ich większość (87 %) przyznała się do codziennego dbania o swoją cerę. Przy wyborze kosmetyków badani kierowali się przede wszystkim rodzajem swojej cery (39 %). Najczęściej stosowali krem nawilżający (69 %). Cytowani autorzy stwierdzili, że wiedzę na temat wpływu diety, nałogów oraz odpowiedniego nawodnienia na wygląd skóry posiadało 96 % respondentów, ale 32 % z nich nie stosowało kosmetyków zawierających filtry UV. Głównym źródłem informacji na temat kosmetyków pielęgnacyjnych dla badanych studentów był Internet (73 %). Swoją wiedzę na temat prawidłowej pielęgnacji skóry jako dobrą

oceniło 54 % respondentów (Bojarczuk et al., 2016).

Badanie dotyczące porównania wiedzy i świadomości dotyczącej pielęgnacji skóry w grupach mężczyzn w wieku 20-30 lat oraz 50-60 lat było przeprowadzone również w 2018 r. przez Alicję Janiak. Wzięło w nim udział 333 mężczyzn zamieszkujących różne obszary Polski – głównie z województw małopolskiego, dolnośląskiego, kujawsko-pomorskiego i mazowieckiego. Do przeprowadzenia tych badań użyto metody sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem kwestionariuszy ankiet własnej konstrukcji, zawierającego 17 pytań – w tym 9 pytań zamkniętych oraz 8 pytań półotwartych z możliwością udzielenia własnej odpowiedzi. Wypełnienie kwestionariusza było anonimowe. Badania te wykazały, że ankietowani nie wiedzą jakie składniki powinny wchodzić w skład kosmetyków, aby były one odpowiednio dostosowane do potrzeb skóry – do braku wiedzy na ten temat przyznało się 76 % mężczyzn w wieku 20-30 lat i 59,3 % mężczyzn w wieku 50-60 lat. 30,7 % respondentów mających 20-30 lat stwierdziło, że rzadko czyta opisy działania preparatów kosmetycznych, a 31,3 % panów w wieku 50-60 lat robi to sporadycznie. Najczęściej wybieranym kosmetykiem wśród młodszej grupy badanej był żel pod prysznic (83,3 %), a wśród starszej grupy krem do twarzy (93,3 %). 24 % mężczyzn w wieku 20-30 lat rzadko używa kremu do twarzy, a 44 % mężczyzn od 50 do 60 lat robi to codziennie rano i wieczorem. Ankietowani z obu przedziałów wiekowych najczęściej wybierają kremy do twarzy przeznaczone specjalnie dla mężczyzn – odpowiedź 36,7 % mężczyzn w wieku 20-30 lat i 47,3 % mężczyzn w wieku 50-60 lat. Na pytanie odnośnie stosowania filtrów przeciwsłonecznych 51,3 % badanych w wieku 20-30 lat odpowiedziało, że preparaty przeciwsłoneczne są używane przez nich tylko latem, a 56,7 % respondentów mających 50-60 lat w ogóle z nich nie korzysta. 37,3 % mężczyzn mających 20-30 lat i 43,4 % mężczyzn w wieku 50-60 podczas zakupu poszczególnych kosmetyków kieruje się ich ceną. 77,3 % badanych z przedziału 20-30 lat i 58,7 % badanych z przedziału 50-60 lat uważa, że mężczyźni zaczynają zwracać coraz większą uwagę na pielęgnację skóry i swój wygląd zewnętrzny. Tylko 9,3 % respondentów mających 20-30 lat i 22 % mężczyzn w wieku

50-60 lat korzysta z usług gabinetów kosmetycznych (Janiak, 2018).

Aleksiejczuk i współautorzy (2019) ocenili zachowania higieniczne i pielęgnacyjne skóry współczesnych młodych mężczyzn. Badaniami objęto 264 osoby, w tym 99 studentów RP, 104 studentów FR i 61 pozostałych, którzy mieli relacje interpersonalne ze studentkami kierunku kosmetologii. Badania zostały przeprowadzone metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza ankiety. Uzyskane wyniki poddano analizie statystycznej. Wyniki badań autorów wykazały, że przedstawiciele wszystkich grup uczestniczących w badaniu byli za utrzymaniem zarostu. Większość wszystkich respondentów kąpała się codziennie i usuwała owłosienie z różnych okolic ciała, przeważnie pod pachami i z miejsc intymnych. Najczęściej stosowanym kosmetykiem do twarzy było mydło w płynie, a do pielęgnacji ciała: żel do kąpieli, wody kolońskie oraz dezodoranty. Młodzi mężczyźni w zachowaniu codziennym przeważnie korzystali z podstawowych zabiegów i kosmetyków. Istniały narodowe upodobania dotyczące higieny i pielęgnacji ciała. Współcześni rosyjscy studenci depilowali całe ciało, a pozostali wykazali większe upodobanie w stosowaniu szerokiej gamy produktów kosmetycznych. Kobiety studiujące na kosmetologii miały duży wpływ na zachowania higieniczne i pielęgnacyjne bliskich osób płci męskiej (Aleksiejczuk et al., 2019).

### Podsumowanie

Wiedza respondentów na temat pielęgnacji twarzy jest zdecydowanie niezadowalająca. Prawie 40 % ankietowanych uważa, że pielęgnacją twarzy jest stosowanie kosmetyków. Nieco ponad 30 % twierdzi, że pielęgnacją twarzy jest prysznic. Odpowiedzi «demakijaż» udzieliło ponad 16 % wszystkich ankietowanych, a «zabiegi w gabinecie kosmetycznym» – 13,5 %. Natomiast 2,19 % respondentów odpowiedziało, że nie potrafi wyjaśnić czym dla nich jest pielęgnacja twarzy. Ponad 50 % ankietowanych twierdzi, że kosmetyki stosuje codziennie, ok. 45 % czasami i tylko 2,5 % nie stosuje ich wcale.

Największą popularnością wśród stosowanych kosmetyków do pielęgnacji skóry twarzy cieszą się kremy, mleczka, toniki i żele myjące do twarzy. Natomiast na pytanie o kosmetyki do mycia skóry twarzy, mężczyźni

najczęściej odpowiadali, że stosują do tego celu mydło, a kobiety – płyn micelarny. Ponad połowa badanych osób oświadczyła, że stosuje peelingi (prawie 80 % ankietowanych kobiet, prawie 20 % mężczyzn). Ponad połowa ankietowanych odpowiedziała, że używa maseczek; przy czym były to w większości kobiety, które preferowały maseczki oczyszczające i nawilżające. W przypadku kosmetyków niwelujących niedoskonałości twarzy u obu płci dominowały preparaty nawilżające i przeciwtrądzikowe.

Do usuwania zbędnego owłosienia z twarzy kobiety najczęściej wybierały depilację woskiem, natomiast mężczyźni woleli wybierać mniej bolesną metodę, czyli golenie.

Na pytanie o czynniki jakimi respondenci kierują się przy wyborze kosmetyków najczęściej odpowiadano, że ceną, przeznaczeniem do typu skóry, marką oraz składem. Kobiety szczególnie zwracają uwagę na rodzaj skóry i związane z nią problemy (25,4 % respondentów), a także na skład kosmetyków, natomiast mężczyźni w wyborze kierują się często ceną (20,8 %) i wydajnością (18,9 %). Ulubionymi markami kosmetycznymi respondentów są głównie marki Nivea (15,1 %) oraz Ziaja (11,5 %), a także Bielenda i Avon. Kobiety preferują produkty firm Ziaja i Nivea, a mężczyźni firm Nivea i Gillette. Kosmetyki wymienionych marek są stosunkowo tanie, wydajne i wygodne w użyciu.

### Bibliografia

- Aleksiejczuk, A., Niczyporuk, W., Arziajewa, A., Jankowska, K., & Wasilewska, I. (2019). Ocena higieny i pielęgnacji skóry wśród współczesnych młodych mężczyzn [Assessment of hygiene and skin care among modern young men]. *Problemy Higieny i Epidemiologii*, 100(1), 56-65.
- Bergfeld, W. F. (1999). A lifetime of healthy skin: implications for women. *International journal of fertility and women's medicine*, 44(2), 83-95.
- Bojarczuk, K., Lewicki, M., Michalczak, M., & Smoleń, A. (2016). Ocena wiedzy studentów na temat zasad pielęgnacji cery [Evaluation of students' knowledge about skin care]. *Journal of Education, Health and Sport*, 6(6), 661-676. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.60816>
- Bojarczuk, K., Lewicki, M., Morshed, K., Michalczak, M., & Smoleń, A. (2017). Porównanie wiedzy młodych kobiet i mężczyzn na temat zasad pielęgnacji cery [Comparison of differences in knowledge about skin care between young women and man]. *Journal of Education, Health and Sport*, 7(8), 1026-1039. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.999738>
- Brennan-Cook, J., & Turner, R. L. (2019). Promoting Skin Care for Older Adults. *Home healthcare now*, 37(1), 10-16. <https://doi.org/10.1097/NHH.0000000000000722>
- Casper, K. A., & Mehta, B. H. (2002). Healthy skin for women: a review of common conditions and therapies. *Journal of the American Pharmaceutical Association (Washington, D.C.: 1996)*, 42(2), 206-216. <https://doi.org/10.1331/108658002763508506>
- Chaudhary, M., Khan, A., & Gupta, M. (2020). Skin ageing: pathophysiology and current market treatment approaches. *Current aging science*, 13(1), 22-30. <https://doi.org/10.2174/1567205016666190809161115>
- Cowley, K., & Vanoosthuyze, K. (2012). Insights into shaving and its impact on skin. *The British journal of dermatology*, 166 Suppl. 1, 6-12. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2133.2011.10783.x>
- de Lacerda, D., Thioly-Bensoussan, D., & Burke, K. (2013). Cosmeceuticals for men. *Cutis*, Suppl, 6-12.
- Del Rosso, J. Q., Kircik, L. H., Stein Gold, L., & Thiboutot, D. (2020). Androgens, androgen receptors, and the skin: from the laboratory to the clinic with emphasis on clinical and therapeutic implications. *Journal of drugs in dermatology: JDD*, 19(3), 30-35.

- Draelos, Z. D. (2005). Concepts in skin care maintenance. *Cutis*, 76(6 Suppl.), 19–25.
- Draelos, Z. D. (2012). Male skin and ingredients relevant to male skin care. *The British journal of dermatology*, 166 Suppl. 1, 13–16. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2133.2011.10784.x>
- Draelos, Z. D. (2018). Cosmeceuticals for Male Skin. *Dermatologic clinics*, 36(1), 17–20. <https://doi.org/10.1016/j.det.2017.09.003>
- El-Domyati, M., Hosam, W., Abdel-Azim, E., Abdel-Wahab, H., & Mohamed, E. (2016). Microdermabrasion: a clinical, histometric, and histopathologic study. *Journal of cosmetic dermatology*, 15(4), 503–513. <https://doi.org/10.1111/jocd.12252>
- Giacomoni P. U. (2008). Advancement in skin aging: the future cosmeceuticals. *Clinics in dermatology*, 26(4), 364–366. <https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2008.01.006>
- Glaser, D. A., & Rogers, C. (2001). Topical and systemic therapies for the aging face. *Facial plastic surgery clinics of North America*, 9(2), 189–vii.
- Griffith, J. L., & McCowan, N. K. (2014). Basic skin care: a pragmatic approach to better skin using over-the-counter cosmeceuticals. *Journal of the Mississippi State Medical Association*, 55(10), 316–320.
- Han, A., Chien, A. L., & Kang, S. (2014). Photoaging. *Dermatologic clinics*, 32(3), 291–vii. <https://doi.org/10.1016/j.det.2014.03.015>
- Hodges, A. L., & Walker, D. K. (2017). Skin Care for Women. *Nursing for women's health*, 20(6), 609–613. <https://doi.org/10.1016/j.nwh.2016.10.001>
- Janiak, A., Niewęłowska, M., & Śpiewak, R. (2018). Porównanie wiedzy i świadomości dotyczącej aspektów związanych z pielęgnacją skóry w grupach mężczyzn w wieku 20-30 lat oraz 50-60 lat [Comparison the level of knowledge and awareness on aspects related to skin care between groups of men aged 20-30 and 50-60]. Praca magisterska, Wydział Farmaceutyczny, Repozytorium Uniwersytetu Jagiellońskiego (RUJ), dostęp: <https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/225424>
- Kang, S., Fisher, G. J., & Voorhees, J. J. (2001). Photoaging: pathogenesis, prevention, and treatment. *Clinics in geriatric medicine*, 17(4), 643–vi. [https://doi.org/10.1016/s0749-0690\(05\)70091-4](https://doi.org/10.1016/s0749-0690(05)70091-4)
- Katsambas, A. D., & Katoulis, A. C. (1999). Topical retinoids in the treatment of aging of the skin. *Advances in experimental medicine and biology*, 455, 477–482. [https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4857-7\\_70](https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4857-7_70)
- Kołodziejczak, A., Wieczorek, A., & Rotsztein, H. (2019). The assessment of the effects of the combination of microdermabrasion and cavitation peeling in the therapy of seborrhoeic skin with visible symptoms of acne punctata. *Journal of cosmetic and laser therapy: official publication of the European Society for Laser Dermatology*, 21(5), 286–290. <https://doi.org/10.1080/14764172.2018.1525751>
- Kottner, J., Lichterfeld, A., & Blume-Peytavi, U. (2013). Maintaining skin integrity in the aged: a systematic review. *The British journal of dermatology*, 169(3), 528–542. <https://doi.org/10.1111/bjd.12469>
- Lee, J. C., Daniels, M. A., & Roth, M. Z. (2016). Mesotherapy, Microneedling, and Chemical Peels. *Clinics in plastic surgery*, 43(3), 583–595. <https://doi.org/10.1016/j.cps.2016.03.004>
- Li, Y., Hua, W., Tang, J., Xiong, L., & Li, L. (2022). An online course about cosmetics improves skin care practices and skin health. *Frontiers in public health*, 10, 951481. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.951481>

- Lichterfeld, A., Hauss, A., Surber, C., Peters, T., Blume-Peytavi, U., & Kottner, J. (2015). Evidence-Based Skin Care: A Systematic Literature Review and the Development of a Basic Skin Care Algorithm. *Journal of wound, ostomy, and continence nursing: official publication of The Wound, Ostomy and Continence Nurses Society*, 42(5), 501–524. <https://doi.org/10.1097/WON.0000000000000162>
- Lichterfeld-Kottner, A., Lahmann, N., Blume-Peytavi, U., Mueller-Werdan, U., & Kottner, J. (2018). Dry skin in home care: A representative prevalence study. *Journal of tissue viability*, 27(4), 226–231. <https://doi.org/10.1016/j.jtv.2018.07.001>
- Lincoln E. A. (2000). Sun-induced skin changes. *Primary care*, 27(2), 435–445. [https://doi.org/10.1016/s0095-4543\(05\)70205-0](https://doi.org/10.1016/s0095-4543(05)70205-0)
- Makrantonaki, E., & Zouboulis, C. C. (2009). Androgens and ageing of the skin. *Current opinion in endocrinology, diabetes, and obesity*, 16(3), 240–245. <https://doi.org/10.1097/MED.0b013e32832b71dc>
- Maurer, M., Rietzler, M., Burghardt, R., & Siebenhaar, F. (2016). The male beard hair and facial skin – challenges for shaving. *International journal of cosmetic science*, 38 Suppl 1, 3–9. <https://doi.org/10.1111/ics.12328>
- McCook, J. P. (2016). Topical Products for the Aging Face. *Clinics in plastic surgery*, 43(3), 597–604. <https://doi.org/10.1016/j.cps.2016.03.005>
- McCullough, J. L., & Kelly, K. M. (2006). Prevention and treatment of skin aging. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1067, 323–331. <https://doi.org/10.1196/annals.1354.044>
- Michalak, M., Pierzak, M., Kręcis, B., & Suliga, E. (2021). Bioactive Compounds for Skin Health: A Review. *Nutrients*, 13(1), 203. <https://doi.org/10.3390/nu13010203>
- Nolan, K., & Marmur, E. (2012). Moisturizers: reality and the skin benefits. *Dermatologic therapy*, 25(3), 229–233. <https://doi.org/10.1111/j.1529-8019.2012.01504.x>
- Oblong, J. E. (2012). Male skin care: shaving and moisturization needs. *Dermatologic therapy*, 25(3), 238–243. <https://doi.org/10.1111/j.1529-8019.2012.01502.x>
- Pandey, A., Jatana, G. K., & Sonthalia, S. (2022). Cosmeceuticals. In StatPearls. StatPearls Publishing.
- Plachouri, K. M., & Georgiou, S. (2019). Mesotherapy: Safety profile and management of complications. *Journal of cosmetic dermatology*, 18(6), 1601–1605. <https://doi.org/10.1111/jocd.13115>
- Rivers J. K. (2008). The role of cosmeceuticals in antiaging therapy. *Skin therapy letter*, 13(8), 5–9.
- Schlessinger J. (2007). Skin care for men and its marketing. *Dermatologic therapy*, 20(6), 452–456. <https://doi.org/10.1111/j.1529-8019.2007.00161.x>
- Shah, M., & Crane, J. S. (2023). Microdermabrasion. In: StatPearls. StatPearls Publishing.
- Shiel, S. (2012). Man in the mirror: research considerations for the care and appearance of men's skin. *The British journal of dermatology*, 166 Suppl 1, 1. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2133.2011.10787.x>
- Sunder, S. (2019). Relevant Topical Skin Care Products for Prevention and Treatment of Aging Skin. *Facial plastic surgery clinics of North America*, 27(3), 413–418. <https://doi.org/10.1016/j.fsc.2019.04.007>
- Yan, H., Liu, L., Li, X., Li, X., & Mu, Q. (2022). Skin effect of facial cleansing: Should not be overemphasized compared with the long-term potential risk. *Journal of cosmetic dermatology*, 21(3), 1308. <https://doi.org/10.1111/jocd.14190>



Zegarska, B., Woźniak, M., Grupka, M., Zegarski, T., & Fatz-Grupka, A. (2008). Ocena stanu wiedzy i świadomości społeczeństwa na temat przyczyn suchości skóry, jej profilaktyki i możliwości pielęgnacyjnych [Assessment of level of knowledge and society awareness concerning reasons for dry skin, prophylaxis and care possibilities]. *Postępy Dermatologii i Alergologii*, XXV(3), 100-106.

Zheng, Y., Fan, W., Jiang, L., & Lu, Y. (2022). Sonophoresis enhances the skin penetration of 5-aminolevulinic acid: A promising pretreatment for photodynamic therapy. *Experimental dermatology*, 31(12), 1939–1943. <https://doi.org/10.1111/exd.14670>

Zouboulis, C. C., & Degitz, K. (2004). Androgen action on human skin – from basic research to clinical significance. *Experimental dermatology*, 13 Suppl. 4, 5–10. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0625.2004.00255.x>

## ОПИТУВАННЯ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ РІЗНОГО ВІКУ ЩОДО ДОГЛЯДУ ЗА ОБЛИЧЧЯМ

### АНОТАЦІЯ

**Мета:** Метою дослідження було оцінити знання жінок і чоловіків різного віку щодо догляду за обличчям, а також використання косметичних засобів по догляду за обличчям і можливостей догляду.

**Методологія.** Всього в дослідженні взяли участь 160 респондентів. Перевірявся рівень знань щодо принципів правильного догляду за шкірою, догляду за шкірою обличчя, пов'язаної з проблемами шкіри, а також знання методів і косметичних засобів, які для цього використовуються. Серед респондентів взяли участь 80 жінок (50 %) і 80 чоловіків (50 %), віком від 17 до 64 років. Більшість респондентів склали особи віком від 20 до 30 років: 36 жінок (22,5 % від усіх респондентів) і 29 чоловіків (понад 18 % від усіх респондентів). Друга за чисельністю група – це опитані у віці від 30 до 40 років; у цій групі було 15 жінок (понад 9 % від усіх респондентів) і 21 чоловік (понад 13 % від усіх респондентів). Решта груп: до 20 років – 22 особи (майже 14 %), від 40 до 50 років – 26 осіб (понад 16 % опитаних), старше 50 років – 11 осіб (менше 7 % опитаних). Разом з опитуванням респонденти отримували інформацію про автора опитування, його цілеспрямованість та анонімність. Опитування, яке є інструментом дослідження, є власною розробкою. Дослідження полягало в самостійних відповідях на запитання анкети без участі дослідника. Опитування складалося з 11 різних типів питань, які були розроблені, щоб мотивувати респондентів надавати необхідну інформацію. Це були як метричні питання, так і питання про суб'єктивний досвід респондентів.

**Наукова новизна.** Аналіз результатів нашого дослідження показав, що майже 40 % респондентів вважають, що догляд за обличчям для них – це використання косметики для цієї мети. Не більше 30 % усіх респондентів стверджують, що душ – це догляд за обличчям. Відповідь «демакіж» дали понад 16 % усіх опитаних, а «процедури в салоні краси» – 13,5 %. З іншого боку, 2,19 % респондентів відповіли, що не можуть оцінити, що для них означає догляд за обличчям. Вивчаючи відповіді щодо частоти використання респондентами косметичних засобів, встановлено, що понад 50 % респондентів користуються нею щодня, близько 45 % – іноді, і лише 2,5 % не користуються нею взагалі. Креми, лосьйони, тоніки, гелі для очищення обличчя – найпопулярніші косметичні засоби для догляду за шкірою обличчя. Натомість чоловіки найчастіше використовують для догляду за шкірою обличчя мило, а жінки – міцелярну воду. Більше половини респондентів заявляють, що користуються пілінгами (майже 80 % опитаних жінок, майже 20 % чоловіків). Більше половини респондентів відповіли, що користуються маскою; це були переважно жінки, серед яких переважали очищуючі та зволожуючі маски. У відповідях на питання про використання косметики для елімінації недоліків, отримано результати з перевагою у застосуванні обома статями зволожуючих косметичних засобів та косметики проти прищів.

**Висновки.** Це дослідження продемонструвало, що знання респондентів щодо догляду за обличчям однозначно незадовільні. Обираючи косметичні засоби для догляду за обличчям, респонденти найчастіше керуються ціною та призначенням для свого типу шкіри. З іншого боку, враховуючи поділ на стать і вік, скоріше жінки враховують ці фактори і часто звертають увагу на склад і марку косметики. З іншого боку, чоловіки дуже часто орієнтуються на ціну, бренд і ефективність, особливо в молодому віці, а в більш пізньому віці їх більше цікавить зручність використання і думка оточуючих. Чоловіки так само часто керуються звичкою. Тому можна зробити висновок, що вони забувають про найважливіші цінності косметики.

**Ключові слова:** косметика, догляд за обличчям, думка, респонденти

**Ви можете цитувати цю статтю так:**

Kozicka P., Tkaczenko H., Kurhaluk N. Badanie opinii kobiet i mężczyzn w różnym wieku na temat pielęgnacji twarzy. *Biota, Human, Technology*, 2023. №2. P. 108-141

**Cite this article in APA style as:**

Kozicka, P., Tkaczenko, H., & Kurhaluk, N. (2023). Opinion survey of women and men of different ages on facial care. *Biota, Human, Technology*, 2, 108-141 (in Polish)

**Information about the authors:**

**Kozicka P.** [*in Ukrainian: Козицька П.*] <sup>1</sup>, Student, email: paulina950@spoko.pl  
Department of Animal Physiology, Institute of Biology and Earth Sciences, Pomeranian University in Słupsk  
22B Arciszewskiego Street, Słupsk, 76-200, Poland

**Tkaczenko H.** [*in Ukrainian: Ткаченко Г.*] <sup>2</sup>, Dr. of Biol. Sc., Prof., email: halyna.tkachenko@apsl.edu.pl  
ORCID: 0000-0003-3951-9005  
Department of Animal Physiology, Institute of Biology and Earth Sciences, Pomeranian University in Słupsk  
22B Arciszewskiego Street, Słupsk, 76-200, Poland

**Kurhaluk N.** [*in Ukrainian: Кургальюк Н.*] <sup>3</sup>, Dr. of Biol. Sc., Prof., email: natalia.kurhaluk@apsl.edu.pl  
ORCID: 0000-0002-4669-1092  
Department of Animal Physiology, Institute of Biology and Earth Sciences, Pomeranian University in Słupsk  
22B Arciszewskiego Street, Słupsk, 76-200, Poland

<sup>1</sup> Study design, data collection, statistical analysis, manuscript preparation.

<sup>2</sup> Study design, data collection, statistical analysis, manuscript preparation.

<sup>3</sup> Study design, data collection, statistical analysis, manuscript preparation.