

Ocena higieny i pielęgnacji skóry wśród współczesnych młodych mężczyzn

Assessment of hygiene and skin care among modern young men

AŁŁA ALEKSIEJCZUK^{1/}, WIACZEŚŁAW NICZYPORUK^{1/}, ANNA ARZIAJEWĄ^{2/}, KATARZYNA JANKOWSKA^{3/}, IWONA WASILEWSKA^{4/}

^{1/} Wydział Nauk o Zdrowiu, Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży

^{2/} Nadwożański Badawczy Uniwersytet Medyczny w Niżnym Nowgorodzie Federacji Rosyjskiej

^{3/} absolwentka Wydziału Ochrony Zdrowia, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Suwałkach

^{4/} Szkoła Policealna Nr 1 Ochrony Zdrowia w Białymstoku

Wprowadzenie. Higiena osobista jest nieodłącznym elementem prozdrowotnego stylu życia i pragnieniem człowieka do kontrolowania własnego wizerunku oraz zdrowia.

Cel. Ocena zachowań higienicznych i pielęgnacyjnych skóry współczesnych młodych mężczyzn.

Materiały i metody. 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. 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.

Wnioski. 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 osób bliskich płci męskiej.

Słowa kluczowe: mężczyźni, higiena, kosmetyki, skóra, depilacja

Introduction. Personal hygiene is an inseparable element of a healthy lifestyle and people's desire to maintain their own image and health.

Aim. The aim of the study was to evaluate the hygienic and skin care behaviour of modern young men.

Materials & method. The study embraced 264 people, including 99 Polish students, 104 French students and 61 others who had personal relations with students of cosmetology. The research carried out was based on the diagnostic survey method using a proprietary questionnaire. The results obtained were subjected to statistical analysis.

Results. Representatives of all the groups participating in the study were in favour of maintaining facial hair. Most respondents bathed every day and removed hair from various parts of the body, mostly the armpits and intimate areas. The most commonly used facial cosmetics were liquid soap and for body care: bath gel, colognes and deodorants.

Conclusion. In their everyday behaviour, young men usually used basic treatments and cosmetics. There were national preferences regarding hygiene and body care. The modern Russian students depilated the entire body and the others showed a greater liking for the use of a wide range of skin care products. Women studying cosmetology had a considerable influence on the hygiene and skin care of those males with whom they had personal relations.

Key words: men, hygiene, cosmetics, skin, depilation

© Probl Hig Epidemiol 2019, 100(1): 56-65

www.phie.pl

Nadesłano: 23.11.2018

Zakwalifikowano do druku: 05.02.2019

Adres do korespondencji / Address for correspondence

dr n. med. Ałła Aleksiejczuk

Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży

ul. Akademicka 14, 18-400 Łomża

tel. 507 73 24 88, e-mail: aaleksiejczuk@pwsip.edu.pl

Wprowadzenie

Skóra jest największym, zewnętrznym narządem organizmu człowieka, pełni funkcję ochronną przed drobnoustrojami i substancjami chemicznymi występującymi w otaczającym nas środowisku. Higiena i pielęgnacja skóry jest integralną częścią zdrowego stylu życia i służy zachowaniu zdrowia fizycznego i psychicznego. Właściwa higiena i pielęgnacja ciała

odgrywa ważną rolę w profilaktyce wielu chorób dermatologicznych, w tym świerzbu, grzybicy skóry i paznokci, wszawicy i innych. Higiena skóry rąk zapobiega rozprzestrzenianiu się różnych chorób zakaźnych i pasożytniczych, m.in. czerwonki bakteryjnej, salmonellozy, askariozy, pełzakowicy, owsicy i innych. Zmiany skórne mogą pogarszać jakość życia i negatywnie wpływać na stan psychiczny osób cho-

rych. Natomiast zdrowy wygląd skóry ma pozytywny wpływ na samoocenę i nastrój zarówno u kobiet, jak i u mężczyzn [1]. Najbardziej widocznym obszarem skóry jest twarz, która stanowi wizytówkę każdego człowieka i ma bezpośredni wpływ na postrzeganie jego atrakcyjności. Niewątpliwie, higiena osobista, w tym czystość powłok skórnych i zapach ciała, mają wpływ na akceptację społeczną i powodzenie w życiu osobistym i zawodowym.

Nie zawsze tak było. Dopiero w II w. p.n.e. powstały publiczne łaźnie, a w życiu codziennym starożytnych Rzymian i Greków higiena ciała zaczynała odgrywać ważną rolę. Stosowano częste kąpiele, depilacje, masaże, pielęgnowano skórę za pomocą oliwy z oliwek, ziół i olejków zapachowych. Także czyszczenie paznokci, strzyżenie włosów i brody oraz dbanie o jamę ustną było istotnym elementem higieny [2-4].

Odmienne zasady higieniczne prezentowały różne religie. Wśród chrześcijan wczesnośredniowiecznej Europy czystość ciała potępiano, natomiast brudne ciało i odzież uważane były za godne uznania i traktowane jako elementy świętości [2, 4]. Żydzi zgodnie z Talmudem, a muzułmanie według Koranu powinni byli dbać o higienę osobistą [2]. Mężczyźni zobowiązani byli do obrzezania. AlGhamdi i wsp. [5] wykazali, że obrzezanie ma pozytywny wpływ na zmniejszenie zachorowalności na różne choroby układu moczowo-płciowego u mężczyzn.

W okresie rozkwitu średniowiecza Europejczycy zaczęli często myć ręce i twarz, dbać o czystość paznokci i włosów, myć zęby oraz prać odzież. Do mycia i pielęgnacji ciała używano gąbek, mydła, wywaru ze świeżych ziół, perfumowaną wodę [2]. U Słowian popularnością cieszyły się łaźnie parowe budowane obok domów, w których mieszkańcy myli się i chłostali miotłami z gałązek różnych drzew [3].

Jednak w późnym średniowieczu, aż do połowy XVIII w., wśród mieszkańców Europy zapanowała opinia, że kąpiel szkodzi zdrowiu, bo przez otwarte pory w skórze do organizmu przenikają choroby. Nieprzestrzeganie higieny osobistej powodowało nieprzyjemny zapach ciała i nieświeży oddech, co było tuszowane przy pomocy olejków i perfum o ciężkim aromacie. Skutkiem braku higieny były choroby skóry takie, jak świerzb, wszawica. Na głowie często powstawał zbity twardy kłęb włosów, zlepionych brudem, występował stan zapalny spowodowany wszawicą. U mężczyzn w tym czasie panowała moda na zarost twarzy [2-4].

W czasach nowożytnych zaczęły powoli następować zmiany w higienicznych zachowaniach Europejczyków. Popularne stały się: regularne kąpiele, higiena jamy ustnej (mycie zębów, płukanie jamy ustnej, wykałaczką), chusteczki do nosa, oczyszczanie uszu oraz stosowanie perfum o lekkich, kwiatowych aromatach [2, 4]. W XIX w. pojawiła się pierwsza

pasta do zębów w tubce firmy „Colgate & Company” oraz protezy zębowe [4]. W USA, Wielkiej Brytanii oraz Kanadzie ze względów higienicznych rutynowo usuwano napletki u mężczyzn [2].

Współcześnie czystość osobista jest złożonym tematem i składa się na nią: higiena twarzy, oczu, uszu, jamy ustnej, ciała, włosów, rąk, stóp i narządów płciowych.

Liczne prace w literaturze krajowej i międzynarodowej poświęcone są badaniu prawidłowości higienicznych zabiegów jamy ustnej wśród różnych grup populacji ludzkiej, skierowanych na zapobieganie chorobom zębów i dziąseł oraz nieprzyjemnemu zapachowi z ust. Dużo uwagi przypisuje się również dbaniu o czystość rąk, ze względu na możliwość przenoszenia tą drogą drobnoustrojów chorobotwórczych i inwazyjnych postaci pasożytów. W literaturze międzynarodowej często spotyka się publikacje dotyczące pielęgnacji skóry kobiet, natomiast jednostkowe są opracowania dotyczące higieny i pielęgnacji skóry męskiej.

Cel

Ocena zachowań higienicznych i pielęgnacyjnych skóry współczesnych młodych mężczyzn.

Materiały i metody

W badaniu wzięło udział 99 studentów kierunków: ratownictwa medycznego i bezpieczeństwa wewnętrznego Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Suwałkach; 104 studentów kierunków: lekarskiego, stomatologicznego, pediatrycznego i medyczno-profilaktycznego Nadwożańskiego Badawczego Uniwersytetu Medycznego w Niżnym Nowgorodzie oraz 61 pozostałych, którzy mieli relacje interpersonalne ze studentkami kierunku kosmetologii Państwowej Wyższej Szkoły Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży i Szkoły Policealnej Nr 1 Ochrony Zdrowia w Białymstoku (np., koleżanka, narzeczona, żona, rodzeństwo). Badania przeprowadzono w latach 2016-2018.

W pracy była zastosowana metoda sondażu diagnostycznego, a jako narzędzie badawcze został użyty autorski kwestionariusz ankiety. Kwestionariusz ankiety składał się z czterech pytań metryczkowych oraz 24 pytań dotyczących tematu pracy, zawierających odpowiedzi do wyboru, w tym jedno- i wielokrotnego wyboru, z możliwością uzupełnienia przez respondentów. Pytania metryczkowe odnosiły się do wieku, miejsca pochodzenia, stanu cywilnego oraz sytuacji finansowej. Pytania merytoryczne miały związek z higieną i pielęgnacją skóry ciała, w tym zabiegów kąpieli, golenia, depilacji, manicure, pedicure i częstotliwości ich wykonywania, preparatów kosmetycznych używanych do pielęgnacji twarzy, ciała, dłoni, stóp i kwot pieniężnych wydawanych na pielęgnację (polskich złotych (PLN) lub rosyjskich rublach (RUB) w przeliczeniu

na złotówki) oraz wiedzy na temat pielęgnacji skóry wśród współczesnych młodych mężczyzn.

Związek pomiędzy badanymi grupami mężczyzn a poszczególnymi nawykami higienicznymi przeanalizowano za pomocą testu niezależności χ^2 Pearsona. Rozkład wartości analizowanych zmiennych zaprezentowano za pomocą liczby obserwacji i częstości wyrażonych w procentach. Hipotezy statystyczne weryfikowano na poziomie istotności $p < 0,05$. Obliczenia przeprowadzono przy użyciu programu statystycznego IBM SPSS Statistics w wersji 20.0.

Wyniki

Badania przeprowadzono w trzech grupach: 1. wśród studentów kierunków medycznych Federacji Rosyjskiej (FR); 2. wśród studentów kierunków paramedycznych Rzeczypospolitej Polskiej (RP); 3. wśród pozostałych z różnych grup zawodowych (pozostali), zajmujących różne stanowiska w pracy, lecz mających relacje interpersonalne ze studentkami kosmetologii (rodzeństwo, koleżanka, narzeczona, żona).

Średnia wieku nie różniła się znacząco wśród badanych grup mężczyzn i wynosiła: RP – 22,31 lat, FR – 22,63 lat, pozostali – 24,28 lat. W związku partnerskim przebywali nieliczni studenci FR (12%), 2-krotnie więcej studentów RP (24%) i prawie 3/4 (72%) pozostałych ankietowanych ($p=0,000$).

Co trzeci student RP i spośród pozostałych pochodził z obszarów miejskich liczących ponad 50 tys. mieszkańców (39 i 38%) lub z miast poniżej 50 tys. mieszkańców (39 i 30%), a z obszarów wiejskich 22 i 32%. Zdecydowana większość respondentów FR (80%) urodziła się w większych miastach niż 50 tys. mieszkańców ($p=0,000$).

Status ekonomiczny większości ankietowanych studentów był na poziomie średnim, lecz ponad 1/4 studentów FR wskazywała na niski stan materialny. Pozostali z jednakową częstotliwością określali swój stan majątkowy zarówno jako średni, jak i wysoki lub bardzo wysoki (po 49%); różnice finansowe były istotne ($p=0,000$).

Stwierdzono statystycznie istotne różnice w deklarowanej przez ankietowanych wiedzy na temat pielęgnacji skóry ($p=0,000$). Większość studentów FR i RP na pytanie 'Czy wiesz, jak powinieneś dbać o swoją skórę?' odpowiedziała twierdząco (odpowiednio 85 i 79%), podczas gdy tylko co drugi z pozostałych ankietowanych (49%).

Wykazano istotne zależności pomiędzy badanymi grupami respondentów a źródłem wiedzy na temat pielęgnacji skóry. Studenci RP i FR deklarowali pozyskiwanie wiedzy przede wszystkim z Internetu (56 i 59%), porad kolegów i koleżanek (36 i 45%) oraz z TV (25 i 30%). Nieliczni wskazywali na inne

źródła, w tym studenci FR (12%) na literaturę fachową i klasyczną, wiedzę przekazywaną w czasie zajęć z dermatologii, od lekarzy, rodziców i żony, natomiast studenci RP (18%) głównie na wiedzę zdobywaną na uczelni, od lekarzy, rodziców i żony. Pozostali ankietowani o sposobach pielęgnacji swojej skóry pozyskiwali głównie informacje od kolegów/koleżanek – prawdopodobnie od przyszyłych kosmetyczek/kosmetologów (75%). Dość często (43%) wskazywali również na inne źródła wiedzy, wymieniając przede wszystkim: narzeczona, żony, rodzeństwo i swoje dziewczyny.

Zdecydowana większość studentów FR (79%) twierdziła, że współczesny mężczyzna powinien szczególnie dbać o siebie; takie zdanie podzielało niespełna 2/3 studentów RP (61%) i co drugi (56%) pozostały ankietowany ($p=0,001$). Nieliczni ankietowani byli zdania, że nowoczesny mężczyzna nie musi za bardzo dbać o swój wygląd (7% studentów FR, 14% studentów RP i 5% pozostałych ankietowanych). Na ten temat nie miało zdania 14% studentów FR, 25% studentów RP i aż 39% pozostałych ankietowanych.

Zaledwie co 10. ankietowany zadeklarował utrzymywanie zarostu na twarzy. Pozostali ankietowani wskazywali na potrzebę golenia zarostu od nawet 2 razy dziennie do zaledwie jednego razu na 2 tygodnie. Co trzeci ankietowany wskazywał na potrzebę golenia się co trzeci dzień. Zaobserwowane różnice w częstości golenia okazały się istotne ($p=0,000$) (tab. I).

Wśród ankietowanych, którzy zadeklarowali stosowanie kosmetyków do pielęgnacji cery, aż 34% studentów FR, 6% studentów RP i 8% pozostałych – przyznało, że robi to bardzo rzadko – rzadziej niż raz w tygodniu. Odpowiednio 38 i 19% ogółu ankietowanych przyznało, że stosuje kosmetyki raz lub dwa razy dziennie ($p=0,001$).

Tylko niespełna co piąty ankietowany (17%) zadeklarował, że nie stosuje żadnych kosmetyków do pielęgnacji cery. Wśród ankietowanych, którzy zade-

Tabela I. Częstość golenia twarzy przez ankietowanych (%)
Table I. Frequency with which respondents shaved their faces (%)

Częstość golenia się /Frequency of shaving	Studenci /Students		Pozostali /Other n=61	Ogółem /Total n=264
	FR n=104	RP n=99		
utrzymuję zarost /I have facial hair	16	6	10	11
2-krotnie w ciągu dnia /twice during the day		1	2	1
raz dziennie /one time during the day	4	12	18	10
co drugi dzień /every other day	8	31	16	18
co trzeci dzień /every third day	32	38	36	35
raz na tydzień /weekly	28	8	10	16
raz na dwa tygodnie /once every two weeks	9	2	5	6
inaczej /otherwise	3	2	3	3

klarowali stosowanie takich kosmetyków, najczęściej było wymieniane mydło w płynie oraz krem do twarzy. W dalszej kolejności ankietowani wymieniali żele, mydło w kostce. Zaobserwowano różnice w stosowaniu poszczególnych rodzajów kosmetyków wśród studentów FR, RP, jak i pozostałych ankietowanych (tab. II).

Higiena ciała przede wszystkim polega na kąpielach całego ciała. Prawie 2/3 ogółu respondentów (60%) zadeklarowało, że zażywa takie kąpiele raz dziennie, tym 63% studentów FR, 56% RP i 64% pozostałych. Co piąty ankietowany (21%) wskazał na takie kąpiele 2x dziennie (odpowiednio: 9, 23 i 36%). Nieliczni ankietowani wskazywali na kąpiele co drugi dzień (15% ogółu, w tym co czwarty student FR i co ósmy student RP), a pojedynczy robili to nawet tylko raz w tygodniu lub nawet jeszcze rzadziej. Odnotowane różnice w częstotliwości kąpienia się były istotne statystycznie ($p=0,000$).

Wśród ogółu ankietowanych najczęściej stosowanymi kosmetykami do pielęgnacji ciała były: żel do kąpieli (83%), wody kolońskie (75%) oraz dezodoranty (49%). Studenci FR istotnie częściej (56%) używali do higieny ciała mydła w kostce ($p=0,000$) (tab. III).

Następne pytanie dotyczyło męskiej depilacji. Większość respondentów (67%) zadeklarowała, że usuwa owłosienie z różnych okolic ciała, w tym 88% studentów FR, 50% RP i 61% spośród pozostałych. Ankietowani wskazywali, że najczęściej depilują pachy (61%) i miejsca intymne (41%). Inne miejsca były depilowane przez pojedyncze osoby (tab. IV). Ankietowani, którzy nie usuwali owłosienia – niezależnie od grupy podawali podobne przyczyny nie wykonywania tego zabiegu ('facet nie powinien', 'nie jest to sprawa mężczyzn', 'bo to nie męskie', 'nie mam takiej potrzeby', 'nie jestem homoseksualistą').

Ankietowani depilację ciała najczęściej wykonywali sami w domu (97%). Z usług gabinetu kosmetycznego korzystało jedynie 3 studentów (1 z FR i 2 z RP); 1 student RP i 1 spośród pozostałych wskazali na korzystanie z usług lekarza w gabinecie medycyny estetycznej. Częstotliwość z jaką ankietowani wykonywali depilację nie była istotna ($p>0,05$); najczęściej była ona wykonywana raz na jeden (29%) lub na dwa tygodnie (24%) oraz raz w miesiącu (21%).

Regulację brwi wykonywał co czwarty ankietowany (25%), w tym tylko 14% studentów FR, 20%

Tabela II. Preparaty kosmetyczne stosowane do pielęgnacji cery przez ankietowanych (%)
Table II. Cosmetic preparations used for skin care among respondents (%)

Kosmetyki do pielęgnacji cery /Cosmetics for skin care	Studenci /Students		Pozostali /Other n=61	Ogółem /Total n=264	p
	FR n=104	RP n=99			
krem do twarzy /face cream	17	43	49	34	0,000
krem pod oczy /eye cream	3	1	7	3	0,14
tonik /tonic	4	12	7	8	0,079
mleczko /cosmetic milk	4	4		3	0,29
balsam /balsam	9	18	18	14	0,101
pianki /foams	8	16	38	18	0,000
mydło w płynie /liquid soap	36	36	31	35	0,75
mydło w kostce /soap cube	29	21	18	24	0,23
żel /gel	22	36	36	31	0,052
peeling	4	10	21	10	0,002
maseczki /masks	4	5	15	7	0,019
balsam do ust /lip balm	10	11	23	13	0,037
inne kosmetyki /other cosmetics	7	1	10	5	0,038
nie używam żadnych kosmetyków /I do not use any cosmetics	25	12	13	17	0,032

Tabela III. Preparaty kosmetyczne stosowane do pielęgnacji ciała przez ankietowanych (%)
Table III. Cosmetic preparations used for body care among respondents (%)

Kosmetyki do pielęgnacji ciała /Cosmetics for body care	Studenci /Students		Pozostali /Other n=61	Ogółem /Total n=264	p
	FR n=104	RP n=99			
żel do kąpieli /shower gel	75	88	90	83	0,013
mydło w płynie /liquid soap	35	34	34	35	0,99
mydło w kostce /soap cube	56	26	16	36	0,000
emulsja nawilżająca /moisturizing emulsion	3	3		2	0,40
balsam do ciała /body balm	4	14	6	9	0,034
body skrub/peeling /body skrub/peeling	7	8	2	6	0,24
dezodorant przeciwpotowy w sztyfcie /antiperspirant deodorant stick	20	23	38	25	0,037
dezodorant przeciwpotowy w sprayu /spray antiperspirant deodorant	49	49	48	49	0,98
dezodorant przeciwpotowy w kulce /antiperspirant deodorant in a ball	23	24	23	24	0,98
wody kolońskie /eau de cologne	71	74	84	75	0,19

studentów RP i aż co drugi spośród pozostałych ankietowanych (49%). Odnotowane różnice były istotne statystycznie ($p=0,000$). Zdecydowana większość badanych osób robiła ten zabieg w warunkach domowych (74%). Większość ankietowanych wykonywała zabieg regulacji brwi raz na dwa tygodnie (31%) lub raz w miesiącu (39%). Studenci FR wykonywali ten zabieg statystycznie częściej niż pozostali respondenci ($p=0,020$).

Do wykonania zabiegu manicure przyznała się ponad połowa pozostałych ankietowanych (54%) i co czwarty student FR i RP, różnica ta była istotna statystycznie ($p=0,001$). Zabieg manicure wszyscy respondenci najczęściej robili w domu, a z usług gabinetu kosmetycznego korzystały jedynie nieliczne osoby (4%).

Spośród ogółu ankietowanych 2/3 (67%) zadeklarowało, że nie wykonuje u siebie zabiegu manicure, w tym głównie studenci FR (74%) i RP (73%) i tylko co drugi spośród pozostałych ankietowanych (46%). Spośród ankietowanych, którzy zadeklarowali wykonywanie takiego zabiegu: co czwarty wykonywał go raz w tygodniu – 24% (w tym 30% studentów FR, 33% RP i tylko 12% spośród pozostałych ankietowanych) lub raz w miesiącu – 24% (odpowiednio: 22; 30 i 21%) lub rzadziej niż raz w miesiącu – 23% (15; 15 i 37%). Co piąty ankietowany (18%) wskazał na konieczność wykonywania go raz na 2 tygodnie (22; 15 i 18%), a tylko nieliczni (10%) nawet 2 razy w tygodniu (11; 7 i 12%). Wskazywane różnice nie były istotne statystycznie ($p=0,444$).

Zaledwie tylko co drugi badany (48%) stosował kosmetyki do pielęgnacji dłoni. Istotnie rzadziej ($p=0,001$) takie kosmetyki stosowali studenci FR (34%) niż studenci RP (56%) czy pozostali badani (61%). Ankietowani, którzy zadeklarowali stosowanie kosmetyków do pielęgnacji dłoni – najczęściej wskazywali na stosowanie kremów (87%). Istotnie rzadziej ($p=0,001$) kremy stosowali studenci FR (28%) niż studenci RP (47%) czy pozostali badani (56%). Nieistotnie statystycznie nieliczni ankietowani (48%)

wskazywali na stosowanie żeli (odpowiednio: 4; 5 i 2%; $p=0,55$), balsamów – 2% (1; 3 i 3%; $p=0,51$), a tylko 1 student FR wskazał na stosowanie maski.

Spośród ogółu ankietowanych tylko 27% zadeklarowało, że wykonuje u siebie zabieg pedicure, w tym istotnie rzadziej ($p=0,021$) studenci FR (17%), RP (27%) i prawie co drugi ankietowany (44%) spośród pozostałych ankietowanych. Spośród ankietowanych, którzy zadeklarowali wykonywanie takiego zabiegu – najczęściej wykonywali go raz w tygodniu – 40% (w tym 55% studentów FR, 44% RP i tylko 22% spośród pozostałych ankietowanych). Znacznie rzadziej ankietowani pedicure wykonywali raz na dwa tygodnie – 15% (odpowiednio: 11; 11 i 22%) czy nawet rzadziej niż raz w miesiącu – 15% (odpowiednio: 17; 19 i 11%). Jedynie tylko 11% ankietowanych z pozostałej grypy złożyło deklarację, że pedicure wykonuje nawet 2 razy w tygodniu. Wskazywane różnice nie były istotne statystycznie ($p=0,134$). Prawie wszyscy ankietowani (97%) wykonywali pedicure samodzielnie.

Aż 3/4 ogółu ankietowanych (75%) zadeklarowało, iż nie stosuje żadnych kosmetyków przeciwopotowych do stóp. Najrzadziej taką deklarację złożyli studenci FR (72%), 3/4 studentów RP (75%), a pozostali ankietowani – 79%. Ankietowani, którzy zadeklarowali stosowanie takich kosmetyków (18% ogółu), najczęściej wskazywali na postać w sprayu (odpowiednio: 20; 16 i 18%). Pozostali ankietowani wskazywali na preparaty w sztyfcie (kulce): 2% ogółu, w tym 5% studentów RP. Stosowanie preparatów w formie suchego talku zadeklarowało 3% ogółu ankietowanych, w tym 6% studentów FR i 3% pozostałych ankietowanych lub odpowiednie mydło: 2% ogółu, w tym 2% studentów FR i 4% studentów RP. Zaprezentowane różnice okazały się istotne statystycznie ($p=0,027$).

2/3 ankietowanych (66%) zadeklarowało miesięcznie wydawanie na kosmetyki kwoty do 50 PLN; istotnie częściej kwotą taką wydawali studenci FR aniżeli studenci RP i pozostali ankietowani (odpowiednio: 82; 63 i 44%). Co czwarty ankietowany

Tabela IV. Depilacja różnych obszarów ciała przez ankietowanych (%)
Table IV. Depilation of various body areas by respondents (%)

Depilowane obszary ciała /Depilated areas of the body	Studenci /Students		Pozostali /Other n=61	Ogółem /Total n=264	p
	FR n=104	RP n=99			
pachy /armpits	87	40	52	61	0,000
miejsca intymne /intimate places	50	35	36	41	0,068
nogi /legs	1		2	1	0,49
ręce /hands			2	1	0,19
klatka piersiowa /thorax	4	5	13	6	0,050
plecy /back		3	2	2	0,21
brzuch /stomach	2	1	2	2	0,86
inne obszary ciała /other areas of the body	5	1	5	3	0,25
żadne/ nothing	12	50	39	33	0,000

(26%) zadeklarował miesięczne wydawanie kwoty 51-100 PLN na kosmetyki (odpowiednio: 13; 29 i 41%). Niewielkie odsetki (6 i 2%) ogółu ankietowanych zadeklarowały wydawanie kwoty wyższych kwot niż 100 PLN (odpowiednio: 101-200 PLN: 4; 5 i 10%; ↑ 200 PLN: 1; 3 i 5%). Różnice w wydatkach na kosmetyki były istotne statystycznie ($p=0,000$).

Ankietowani byli pytani, czy sprawdzają skład chemiczny kosmetyku do pielęgnacji skóry przy jego zakupie. Prawie połowa uczestników badania nie znała składu chemicznego kosmetyków, a co czwarty sprawdzał ich skład tylko czasami; skład kosmetyku był ważny jedynie dla 10% badanych mężczyzn z przewagą studentów FR (tab. V).

Największą popularnością do pielęgnacji męskiej skóry, wśród wszystkich respondentów, cieszyły się produkty marki Nivea – wskazywał na nią co 3. ankietowany. Bardzo często badani mężczyźni nie pamiętali marki produktu kosmetycznego bądź nie zwracali na nią uwagi, gdyż nie było to dla nich istotne.

Dyskusja

XXI w. przyniósł zmianę w poglądach na higienę i pielęgnację ciała mężczyzn. Określenie, że prawdziwy mężczyzna powinien być tylko ‘trochę ładniejszy od diabła’, ‘silniejszy od słonia, ubierać się dyskretnie i nigdy nie puszczać łez’ – nie pasuje już do czasów obecnych [6]. Współcześni mężczyźni pragną wyglądać tak samo dobrze, jak i ich partnerki, stosując czasem makijaż przed wyjściem wieczorowym lub na różne uroczystości [7, 8]. Środki masowego przekazu przedstawiają współczesnego mężczyznę jako przystojnego, wysportowanego, czystego, z doskonałą cerą, najmodniejszą fryzurą i dobrze pachnącego. Coraz częściej mężczyźni korzystają z różnych zabiegów w gabinetach kosmetycznych i medycyny estetycznej, a duże salony kosmetyczne mają w swojej ofercie zabiegi skierowane do Panów [9]. Popularnością wśród mężczyzn cieszą się: depilacja laserowa, botoks, liposukcja, przeszczep włosów oraz zmiana kształtu nosa [10-12].

Skóra mężczyzn różni się od skóry kobiet: jest grubsza, ma więcej kolagenu, lecz mniej podskórnej tkanki tłuszczowej, zawiera większą ilość gruczołów łojowych i potowych, jest lepiej ukrwiona i w związku

z tym powinna być inaczej pielęgnowana [13-16].

Higiena ciała bazuje na codziennym myciu się od stóp do głowy, celem usunięcia zanieczyszczeń oraz przejściowej mikroflory. Bardzo pomocne w utrzymaniu higieny skóry są kosmetyki myjąco-oczyszczające, jednak mogą one powodować uszkodzenie bariery naskórkowej, usuwając film hydrolipidowy i zwiększając transepidermalną utratę wody (*trans epidermal water loss* – TEWL), a czasem prowokować reakcje alergiczne [17]. W życiu codziennym wystarczające jest spłukanie ciała wodą, które o 90% zmniejsza liczbę drobnoustrojów flory przejściowej, natomiast zostaje nienaruszony kwaśny płaszcz lipidowy naskórka oraz flora stała [18, 19]. Częstotliwość mycia i kąpieli z użyciem środków myjących powinna być uzależniona od warunków środowiskowych, pory roku, aktywności fizycznej, wykonywanej pracy oraz indywidualnej potrzeby. W przeprowadzonym przez nas badaniu, raz dziennie myło się 60% ankietowanych mężczyzn; natomiast dwa razy dziennie myło się 9% ankietowanych studentów z FR, 23% studentów RP i aż 36% spośród pozostałych ankietowanych. Co czwarty student FR i co ósmy student RP mył się co drugi dzień, a pojedynczy ankietowani robili to tylko raz w tygodniu lub nawet jeszcze rzadziej. Zdaniem Ashenburg [2], dla przeciętnego obywatela, wykonującego pracę siedzącą, wystarczą 4 kąpiele lub natryski w ciągu tygodnia. Według danych z 1998 r., przeciętny Francuz kąpie się lub bierze prysznic 4,4 razy na tydzień, Anglik – 3,7, zaś Włoch – 3,8 raza, przy czym nie brało codziennej kąpieli aż 55,0% Francuzów. Inne zwyczaje higieniczne panują u Amerykanów, którzy myją się kilka razy dziennie, stosując różnorodne przeciwbakteryjne środki kosmetyczne [2].

Głównym i stałym elementem higieny twarzy mężczyzn jest golenie zarostu. Golenie działa na skórę oczyszczająco, usuwając z niej kurz i brud oraz masuje. Obecnie męska twarz starannie ogolona nie jest w modzie, o czym świadczą twarze modeli, spikerów, aktorów i sportowców. W naszych badaniach jedynie 11% ankietowanych mężczyzn codziennie lub nawet dwa razy dziennie goliło zarost, a 1/3 wykazała skłonność do 3-dniowego zarostu. Pozostali mężczyźni, w tym również studenci, wykazali tendencję do utrzymania słabego 2- lub 3-dniowego zarostu w porównaniu do

Tabela V. Weryfikacja składu chemicznego kosmetyku przy jego zakupie przez ankietowanych (%)
Table V. Tendency of respondents to verify the chemical composition of cosmetics purchased (%)

Sprawdzenie składu kosmetyku przy zakupie /Checking the composition of the cosmetic when buying	Studenci /Students		Pozostali /Other n=61	Ogółem /Total n=264	P
	FR n=104	RP n=99			
tak, jest to dla mnie ważne /yes, it is important for me	16	8	3	10	0,056
czasami /sometimes	26	27	28	27	
nie, ponieważ nie znam się na tym /no, because I do not know it	38	53	53	47	
nie, bo zawsze kupuję kosmetyki jednego producenta /no, because I always buy cosmetics from one manufactured	20	12	16	16	

studentów FR, których ponad połowa usuwała zarost nie częściej niż raz w tygodniu lub hodowała brodę. Codzienne usuwanie włosów powoduje uszkodzenie naskórka i naturalnej lipidowej warstwy ochronnej, skutkiem czego może być podrażnienie oraz zakażenia bakteryjne skóry i mieszka włosowego, powstawanie krostek, szczególnie na szyi [20]. Z medycznego punktu widzenia, utrzymanie kilkodniowego zarostu jest bardziej korzystne, ponieważ nie uszkadza powierzchniowej warstwy komórek naskórka i nie wywołuje podrażnienia skóry.

Do golenia mężczyźni stosują brzytwy, golarki mechaniczne i elektryczne. W celu zachowania higieny oraz ułatwienia całego zabiegu depilacji i jednocześnie pielęgnacji cery w sprzedaży znajdują się różne męskie produkty kosmetyczne, jak: mydła w kostce i płynie, pianki, peelingi, kremy do skóry twarzy i pod oczy, żele, toniki, maseczki, balsamy do twarzy i ust itp. W ostatnich latach obserwuje się zwiększone zainteresowanie mężczyzn kosmetykami adresowanymi specjalnie dla nich – o odpowiedniej kompozycji zapachowej, o lepszej konsystencji i często wielofunkcyjne [14]. Według danych brytyjskiego Instytutu badawczego Mintel w ciągu pięciu lat od 2005 do 2010 r. sprzedaż męskich kosmetyków wzrosła o 100%, a jedynie w 2011 r. do sklepów trafiło 37 tys. nowych produktów kosmetycznych [21].

Przeprowadzone przez nas badania wykazały, że największą popularnością wśród ankietowanych mężczyzn cieszyło się mydło w płynie, ponieważ 35% uczestników badania używało go do mycia twarzy. Ponad połowa (57%) stosowała kosmetyki do twarzy co najmniej raz dziennie. Studenci RP, jak i pozostali badani, dosyć często do pielęgnacji cery wybierali krem do twarzy (odpowiednio: 43 i 49%). Wśród studentów FR krem był mniej popularny (17%). W badaniu pod nazwą „Polski facet – James Bond czy drwał z lasu”, zrealizowanego przez ZEW for men w dniach 20-28 października 2015 r., uczestniczyło 1115 mężczyzn powyżej 15 r.ż. Wówczas co trzeci respondent przyznał się, że do pielęgnacji cery stosuje krem [22]. Co trzeci student FR używał kosmetyków do twarzy sporadycznie – rzadziej niż raz w tygodniu. Specjalistycznych kosmetyków do pielęgnacji twarzy nie stosowało aż 25% studentów FR oraz 12% studentów RP i 13% spośród pozostałych ankietowanych.

Z naszego badania wynika, że najczęściej stosowanymi kosmetykami do pielęgnacji ciała wśród ankietowanych mężczyzn były: żele do kąpieli, wody kolońskie oraz dezodoranty, które były stosowane przez ankietowanych codziennie. Studenci FR częściej niż pozostali ankietowani, używali do higieny ciała mydło w kostce. W badaniu „Polski facet – James Bond czy drwał z lasu” co drugi ankietowany zadeklarował, że jest przyzwyczajony kupować szampony, dezodoranty

i antyperspiranty. Mniejszą popularnością cieszyły się wody kolońskie (44%) i kremy do twarzy (33%) [22]. Inne badanie wskazuje, że dorosły Francuz stosuje codziennie do pielęgnacji włosów, twarzy i ciała średnio 8 produktów kosmetycznych, Holender – 7, a Amerykanin – 6 [23].

Znaczne wydzielanie testosteronu powoduje, że mężczyźni mają większe owłosienie niż kobiety, nie tylko na twarzy, ale i w innych okolicach ciała: pod pachami, w miejscach intymnych, na nogach, rękach, piersiach i plecach. Do niedawna obecność włosów na ciele mężczyzny była uważana za cechę męskości, a posiadanie gładkiej skóry było przywilejem pań, sportowców, osób zatrudnionych w modelingu oraz kojarzyło się z homoseksualnością. XXI w. przyniósł poważne zmiany w tej kwestii. Chęć podobania się partnerce, powody higieniczne i estetyczne powodują, że współcześni panowie coraz częściej depilują swoje ciało [24, 25]. Kosmetolog, prowadząca salon kosmetyczny w Łodzi twierdzi, że większość mężczyzn w wieku 20-30 lat depiluje całe ciało, głównie pod wpływem swojej partnerki [26]. Przeprowadzone przez nas badania pokazały, że depilacja różnych obszarów ciała była bardzo popularna wśród młodych mężczyzn, szczególnie studentów FR (88%), a znacznie rzadziej wśród studentów RP (50%) i pozostałych badanych (61%). Najczęściej depilowanym obszarem ciała były pachy, z których włosy usuwała zdecydowana większość respondentów z FR (86%), ponad połowa z grupy pozostałych badanych (53%) i tylko 39% polskich studentów. Jeden z polskich studentów wyraził nawet opinię, że „pod pachami gołą się tylko homoseksualści”. Miejsca intymne były depilowane przez połowę rosyjskich studentów i tylko 1/3 respondentów polskich. Pozostałe miejsca były depilowane przez pojedyncze osoby. Według opinii jednego z polskich studentów zarost na nogach lub klatce piersiowej jest zjawiskiem normalnym. Inni autorzy donoszą, że w USA ponad 80% studentów (kobiet i mężczyzn) usuwa całość albo część owłosienia łonowego, a 1/7 mężczyzn w wieku 25-34 lat depiluje sobie całe ciało [27]. Depilacja ciała jest zabiegiem zapobiegawczym przed wszawicą łonową i trichobakteriozą (*Trichobacteriosis axillaris*) [5, 27]. Obecnie w Wielkiej Brytanii depilacja woskiem klatki piersiowej i pleców u mężczyzn, jest najczęściej wykonywanym zabiegiem w gabinetach kosmetycznych, a w Polsce obserwuje się tendencję wzrostową [28].

Do usunięcia owłosienia w różnych okolicach ciała mężczyźni najczęściej stosują golenie za pomocą maszynki i uważają, że to jedyny męski sposób. Jeden z polskich studentów napisał, że „jest to stereotyp, bo kobieta depiluje, a mężczyzna co najwyżej goli”. Ankietowani mężczyźni usuwali owłosienie na ciele dość często – od 1 razu w ciągu miesiąca do nawet 1 depilacji dziennie. Golenie za pomocą maszynki jest starą, prostą, szybką

i tanią metodą usuwania włosów. Jednak ten sposób depilacji jest krótkotrwałym. Ponadto powoduje podrażnienie naskórka, zaczerwienienie skóry i powstawanie krost. Obecnie owłosienie można usunąć za pomocą lasera lub pasty cukrowej i wosków [24, 29-31].

Często mężczyźni posiadają wyjątkowo bujne, gęste, długie, krzaczaste a nawet zrosnięte brwi, które niezbyt korzystnie wpływają na ich wizerunek. Do regulacji łuku brwiowego przyznaje się obecnie co piąty mężczyzna na świecie [32], a według innych danych o wiele więcej – nawet 45% [33]. W przeprowadzonych przez nas badaniach korektę łuku brwiowego, najczęściej samodzielnie, wykonywał co siódmy student FR, co piąty student RP i aż co drugi badanych z pozostałej grupy.

Ważnym elementem higieny ciała mężczyzn są dłonie i stopy. Zdrowe i zadbane dłonie i stopy świadczą o dobrym zdrowiu i kulturze osobistej, a często nazywane są wizytówką człowieka. Mężczyźni, szczególnie ci, którzy podczas pracy mają kontakt z innymi osobami, powinni mieć ręce zawsze czyste, paznokcie oczyszczone, krótko opiłowane, z usuniętymi skórkami przypaznokciowymi. Jeśli dłonie są szorstkie i suche należy je nawilżać kremem do rąk. Zdaniem manikiurzystki, pracującej w Warszawie, każdy mężczyzna powinien wykonywać manicure co najmniej raz w miesiącu samodzielnie lub przy fachowej pomocy w salonie [34]. W naszych badaniach większość ankietowanych mężczyzn nie posiadała nawyku pielęgnacji dłoni, chociaż ponad połowa spośród pozostałych badanych (54%) wykonywała manicure, lecz co trzeci z nich robił to rzadziej niż raz w miesiącu. Natomiast do wykonywania zabiegu manicure przyznawał się tylko co czwarty ankietowany student (zarówno FR, jak i RP). Odpowiedzi na pytanie, dlaczego nie stosują manicure brzmiały we wszystkich grupach respondentów podobnie: „tylko obcinam paznokcie, bo jestem facetem”, „nie widzę potrzeby”, „facet nie powinien”, „nie jestem homoseksualistą”, „nie mam czasu”, „jest to niemęskie”. Ponad połowa ankietowanych studentów RP i z pozostałych ankietowanych i tylko co trzeci student FR zadeklarowali używanie do pielęgnacji skóry rąk różnych preparatów kosmetycznych (najczęściej były to kremy). Nie tylko uczestniczący w naszych badaniach nie dbali należycie o skórę dłoni. Taki fakt podają inne badania, gdzie tylko 40% Francuzów w wieku 15-70 lat i 29% Holendrów dbało właściwie o swoje dłonie [23].

Jeśli chodzi o higienę stóp, to należy je myć codziennie. Paznokcie powinny być oczyszczane, obcinane krótko i równo opiłowywane, a zgrubiały naskórek i skórki znajdujące się przy paznokciach powinny być usunięte. Zabieg pedicure należy robić samodzielnie w domu lub w gabinecie kosmetycznym, co najmniej 1 raz w miesiącu. Przy silnie pocących się

stopach należy stosować preparaty przeciwpotowe do stóp, aby uniknąć nieprzyjemnego zapachu. Niewłaściwa higiena, nieprawidłowe obcinanie paznokci oraz nadmierna potliwość (*hyperhidrosis*) mogą prowadzić do różnych dolegliwości stóp i paznokci, w tym wrastającego paznokcia. U mężczyzn do 30 r.ż. wrastający paznokieć występuje 3 razy częściej niż u kobiet [35]. W naszym badaniu zabieg pedicure wykonywało mniej ankietowanych niż zabieg manicure, w tym tylko 17% studentów FR, 27% studentów RP i prawie co drugi ankietowany (41%) spośród pozostałych. Ankietowani robili pedicure przeważnie samodzielnie, z bardzo różną częstotliwością: od 2 razy w tygodniu do rzadziej niż raz w miesiącu. Ankietowani twierdzili, że nie robią pedicure z tych samych przyczyn, co i manicure. Preparaty przeciwpotowe do stóp stosował tylko co czwarty ankietowany, a największą popularnością cieszyły się kosmetyki w formie sprayu. Badanie ankietowe z 2013 r. przeprowadzone wśród 1580 osób powyżej 15 r.ż. wykazało, iż większość mieszkańców Bydgoszczy nie posiadało właściwych nawyków higienicznych dotyczących pielęgnacji stóp. 28% respondentów obu płci z grupy wiekowej 15-24 lat nie przywiązywało właściwej uwagi do pielęgnacji stóp; 2% robiło zabieg pedicure w salonie kosmetycznym co najmniej raz na 6 tygodni, 62% przycinało paznokcie co najmniej raz na 3 tygodnie [36].

Osoby pracujące w branży kosmetycznej są przekonane, że większość młodych mężczyzn zaczyna dbać o swój wygląd, kupować specjalistyczne produkty kosmetyczne, depilować ciało, regulować brwi, robić manicure i pedicure, a nawet odwiedzać salon kosmetyczny pod wpływem swojej partnerki. Istnieje wyraźny wpływ kobiet na zachowania konsumencie mężczyzn, szczególnie w zakresie wyboru marki kosmetyku lub jego zmianę [26, 37, 38]. W przeprowadzonych przez nas badaniach, 3/4 spośród pozostałych badanych stwierdziło, że wiedzę o higienie i pielęgnacji ciała czerpią od koleżanek studiujących kosmetologię. W odróżnieniu od studentów RP i FR – istotnie statystycznie częściej używali odmiennych preparatów kosmetycznych do pielęgnacji cery (pianki, peelingi, maseczki, balsamy do ust, serum pod oczy, wody i balsamu po goleniu) i zdecydowanie bardziej dbali o swój wygląd poprzez częstą kąpiel i stosowanie zabiegów kosmetycznych takich, jak: regulacja brwi, manicure, pedicure.

Z negatywnym nastawieniem polskich i rosyjskich studentów, przeważnie singli, do tematyki dbania o swój wygląd, spotkaliśmy się już na etapie wypełnienia ankiet, co również było zaobserwowane w ankietowych badaniach przeprowadzonych wśród studentów płci męskiej Uniwersytetu Szczecińskiego i Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu [1]. Głównym źródłem wiedzy dotyczącej higieny

i pielęgnacji ciała dla badanych grup studentów był Internet, tak jak i dla studentów Uniwersytetu Medycznego w Lublinie [40, 41]. Natomiast studenci z Poznania czerpali informację na temat pielęgnacji cery z telewizji, reklam i innych źródeł [1]. Zdecydowana większość studentów FR i RP uważała, że prawdziwy mężczyzna nie powinien regulować brwi, wykonywać manicure i pedicure. Natomiast zostały zauważone narodowościowe różnice w poglądach studentów na depilację męską i stosowanie kosmetyków. W odróżnieniu od rosyjskich studentów, z których większość (88%) regularnie depilowała różne części ciała, połowa polskich studentów twierdziła, że jest to gejowskie. Znacznie większa liczba studentów z Suwałk (43,4%), jak i studentów Uniwersytetu Medycznego w Lublinie (61,7%) [40] stosowała krem do pielęgnacji cery w porównaniu do studentów FR (17%).

Większość studentów FR i RP (odpowiednio 82 i 63%) wydawała miesięcznie na produkty do pielęgnacji skóry mniej niż 50 PLN. Taką samą kwotę miesięcznie przeznaczyło na kosmetyki pielęgnacyjne 88,3% studentów Uniwersytetu Medycznego w Lublinie [40]. Ankietowani z grupy pozostałych wydawali miesięcznie na kosmetyki kwotę 51-100 PLN (41%) oraz również mniej niż 50 PLN (44%). Różnica w wydatkach na kosmetyki przez respondentów prawdopodobnie wynikała z ich sytuacji finansowej. W badaniach ankietowych przeprowadzonych wśród mieszkańców północno-wschodniej Polski, większość mężczyzn w wieku do 35 lat, niezależnie od ich sytuacji finansowej, wydawało na kosmetyki miesięcznie mniej niż 5% swych dochodów [41].

Największą popularnością wśród wszystkich respondentów cieszyły się produkty marki Nivea do pielęgnacji męskiej skóry. Ustalono, że mężczyźni wykazywali przyzwyczajenie do marki kosmetyku i nie zmieniali go z łatwością, jeżeli byli z niego zadowoleni [37].

Nasze badania wykazały, że co drugi respondent nie znał substancji chemicznych wchodzących w skład kosmetyków, a składniki produktu pielęgnacyjnego były ważne jedynie dla 10% badanych mężczyzn, z przewagą studentów FR. W badaniu Kleszczewskiej i Jaszczuk [41] skład chemiczny kosmetyku do pielęgnacji skóry przy jego zakupie sprawdzało 23% respondentów płci męskiej. Wolniak i Moskaluk-Grochowicz [42] stwierdzili, że większość ankietowanych kobiet sprawdzała listę składników zamieszczoną na opakowaniu, lecz jedynie 1-12% respondentek, w zależności od wieku, potrafiło rozpoznać i zidentyfikować substancje chemiczne w ich składzie.

Większość ankietowanych nie korzystała z zabiegów profesjonalnych w gabinecie kosmetycznym. Do kosmetyczki chodziło tylko 6% studentów FR, 13% studentów RP i 18% badanych z pozostałej grupy. W woj. pomorskim z usług gabinetu kosmetycznego

korzystało również tylko 3% mężczyzn zamieszkujących gminy wiejskie i miejską [43].

Podsumowując, większość respondentów deklaruje, że współczesny mężczyzna powinien szczególnie o siebie dbać i są przekonani, zwłaszcza studenci, że posiadają wystarczającą wiedzę o higienie i pielęgnacji ciała. Jednak w zachowaniu codziennym przeważnie stosują podstawowe zabiegi i kosmetyki według własnych stereotypów postępowania 'prawidłowego' mężczyzny. Młodzi mężczyźni, podtrzymując status tradycyjnie pojmowanej męskości, dążą za modą: zatrzymując zarost na twarzy, stosując różne preparaty kosmetyczne do pielęgnacji ciała i depilując różne obszary swego ciała. Jednak dzisiejsza moda stawia na wyjątkową czystość osobistą, stosowanie przeciwbakteryjnych mydeł i płynów do kąpieli, płynów do płukania jamy ustnej i kosmetyków do higieny intymnej. Prowadzona przez koncerny kosmetyczne agresywna kompania marketingowa o potrzebie codziennego stosowania dużej ilości preparatów kosmetycznych do prawidłowej higieny i pielęgnacji różnych części ciała oraz zachowania młodości ma negatywny wpływ zarówno na indywidualny stan zdrowia, jak i zdrowie publiczne. Według obecnie uznanej hipotezy higieny, dla prawidłowego funkcjonowania układu immunologicznego człowiek potrzebuje stałego kontaktu z drobnoustrojami, natomiast skutkiem przesadnej czystości może być rozwój chorób alergicznych i autoimmunologicznych [44]. Przy stosowaniu dziennie więcej niż jednego kosmetyku następuje kumulacja chemicznych substancji szkodliwych, wchodzących w skład produktu (np. konserwanty, substancje zapachowe), co może powodować przekroczenie dawki bezpiecznej i wystąpienie objawów niepożądanych, reakcji nadwrażliwości i alergii [23, 45-47]. W związku z tym każdy młody człowiek musi mieć świadomość o możliwych negatywnych konsekwencjach, które niesie spożycie konsumpcyjne.

Wnioski

1. Młodzi mężczyźni w zachowaniu codziennym przeważnie korzystali z podstawowych zabiegów higienicznych i kosmetyków.
2. 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.
3. Kobiety studiujące kosmetologię miały duży wpływ na zachowania higieniczne i pielęgnacyjne osób im bliskich płci męskiej.

Źródło finansowania: Praca nie jest finansowana z żadnego źródła.

Konflikt interesów: Autorzy deklarują brak konfliktu interesów.

Piśmiennictwo / References

1. Skropińska S. Piękna skóra wyznacznikiem dobrego samopoczucia i akceptacji społecznej. [w:] Psychologiczne i medyczne aspekty chorób skóry. Rzepa T, Szepietowski J, Żaba R (red). Cornetis, Wrocław 2011: 30-34.
2. Ashenburg K. Historia brudu. Bellona, Warszawa 2009.
3. Szumowski W. Historia medycyny filozoficznie ujęta. Sanmedia, Warszawa 1994.
4. Brzeziński T. Higiena indywidualna i społeczna, choroby zakaźne i walka z nimi. [w:] Historia medycyny. Brzeziński T (red). PZWL, Warszawa 2000: 217-233.
5. AlGhamdi KM, AlHomoudi FA, Khurram H. Skin care: Historical and contemporary views. Saudi Pharm J 2014, 22(3): 171-178.
6. Коломоєц Т. Что нужно знать мужчине об уходе за кожей. Блог дерматолога. <https://nv.ua/style/blogs/chto-nuzhno-znat-muzhchine-ob-ukhode-za-kozhej-bloh-dermatolooha-2470047.html> (30.08.2018).
7. Wagner J. Makijaż dla mężczyzny. W pełnym blasku. Beauty Forum 2013, 6: 88-90.
8. Dumas M. Makijaż dla mężczyzn. Cabines 2009, 35: 52-53.
9. Gołębiewska A. Mężczyźni w moim gabinecie. Beauty Forum 2012, 9: 27.
10. Schlessinger J. Skin care for men and its marketing. Dermatol Ther 2007, 20(6): 452-456.
11. Fijałkowska M, Jokiel I, Żegota P, Antoszewski B. Czy zabiegi z zakresu medycyny estetycznej są popularne wśród mężczyzn? Pol J Cosmetol 2011, 14(4): 256-259.
12. Frucht CS, Ortiz AE. Nonsurgical cosmetic procedures for men: trends and technique considerations. J Clin Aesthet Dermatol 2016, 9(12): 33-43.
13. Martini MC. Skóra mężczyzny. [w:] Kosmetologia i farmakologia skóry. Martini MC (red). PZWL, Warszawa 2007: 117-119.
14. Bajerska M. Pielęgnacja skóry męskiej – wyzwanie dla producentów kosmetyków. Cabines 2018, 85: 52-61.
15. Bedner S. Pielęgnacja ciała. MedPharm, Wrocław 2011.
16. Pielęgnacja dla gruboskórnych. Beauty Forum 2012, 9: 28-30.
17. Draelos ZD. The science behind skin care: Cleansers. J Cosmet Dermatol 2018, 17(1): 8-14.
18. Zambrzycka-Kościelnicka E. Każdy prysznic z użyciem mydła to katastrofa dla naszego ciała. Instrukcja obsługi ciała. <http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,21496973,skora-instrukcja-obslugi-kazdy-prysznic-z-uzyciem-mydla-kapiel.html> (31.08.2018).
19. Różalska M. Diagnostyka zakażeń skóry i tkanki podskórnej. [w:] Diagnostyka bakteriologiczna. Szewczyk EM (red). PWN, Warszawa 2005: 207-214.
20. Cowley K, Vanoosthuyze K. Insights into shaving and its impact on skin. Brit J Dermatol 2012, 166(suppl 1): 6-12.
21. Ziltz N. Mężczyźni nadrabiają zaległości. Beauty Forum 2012, 9: 24-26.
22. WP. Polski facet – James Bond czy drwal z lasu. <https://facet.wp.pl/polski-facet-james-bond-czy-drwal-z-lasu-6002198338475137a> (08.08.2018).
23. Ficheux AS, Wesolek N, Chevillotte G, Roudot AC. Consumption of cosmetic products by the French population. First part: Frequency data. Food Chem Toxicol 2015, 78: 159-169.
24. Chromicz E. 5 pytań na temat męskiej depilacji. Beauty Forum 2016, 4: 44-47.
25. Saweczko T. Co kobiety sądzą o facetach? (Wygląd). <https://www.facetemjestem.pl/co-kobiety-sadza-o-facetach-wyglad/> (08.08.2018).
26. Bogusiak-Jóźwiak L. Facet u kosmetyczki! Luksus nie tylko dla kobiet... <https://expressilustrowany.pl/facet-u-kosmetyczki-luksus-nie-tylko-dla-kobiet/ar/970638> (08.08.2018).
27. Gregorowicz-Warpas D. Wszawica w szpitalach. Forum Zakażeń 2016, 7(5): 347-352.
28. Jachowicz-Bednarska M. Co nowego w depilacji? Beauty Forum 2016, 4: 36-38.
29. Rzeczkowska M. Męskie sprawy. Depilacja laserowa. Beauty Forum 2015, 4: 54-55.
30. Jachowicz-Bednarska M. Boyzilian – męska sprawa. Beauty Forum 2013, 4: 26-28.
31. Wasiluk M. Mężczyzna w gabinecie medycyny estetycznej. Beauty Forum 2017, 7-8: 66-68.
32. Łukasz Podliński. Regulacja męskich brwi – tematy tabu. <https://www.podlinski.net/regulacja-meskich-brwi-tematy-tabu/> (01.09.2018).
33. Native Man. 10 Men's Grooming Trends That Women Hate. <https://www.nativemanskincare.com/blogs/news/10-mens-grooming-trends-that-women-hate-1> (19.08.2018).
34. Milek Design. Manicure dla mężczyzn. <http://www.milekdesign.pl/blog/manicure-meski/> (01.09.2018).
35. Żaba R. Wrastający paznokieć. [w:] Psychologiczne i medyczne aspekty chorób skóry. Rzepa T, Szepietowski J, Żaba R (red). Cornetis, Wrocław 2011: 232-236.
36. Wytrykowska J, Nowicka S. Ocena wiedzy mieszkalców Bydgoszczy w zakresie prawidłowej pielęgnacji stóp. Leczenie Ran 2013, 10(3): 87-94.
37. Thota S, Hermosillo SN, Keyhani NN, Walker JA. Male grooming: an ethnographic research on perception and choice of male cosmetics. Acad Bus Res J 2014, 4: 24-33.
38. Внешность современного мужчины – салон красоты DESIDERIO Херсон. <http://desiderio.com.ua/sovremenniy-muzhchina>. <http://desiderio.com.ua/sovremenniy-muzhchina> (31.08.2018).
39. Bojarczuk KA, Lewicki M, Michalczak M i wsp. Ocena wiedzy studentów na temat zasad pielęgnacji cery. J Educ Health Sport 2016, 6(6): 661-676.
40. Bojarczuk KA, Lewicki M, Morshed K i wsp. Porównanie wiedzy młodych kobiet i mężczyzn na temat zasad pielęgnacji cery. J Educ Health Sport 2017, 7(8): 1026-1039.
41. Kleszczewska E, Jaszczuk A. Badania nad stosowaniem kosmetyków przez kobiety i mężczyzn. Probl Hig Epidemiol 2008, 89(2): 275-278.
42. Wolniak R, Moskaluk-Grochowicz A. Wiedza konsumentek na temat informacji umieszczanych na kosmetykach. Zesz Nauk Politechn Śl Organ Zarz 2015, 77: 279-290.
43. Staszewska J, Zabielska P, Kotwas A. Charakterystyka dostępności do usług kosmetycznych osób zamieszkujących gminy wiejskie i gminę miejską województwa pomorskiego. Med Health Sci Rev 2016, 2(4): 150-156.
44. Mękal A, Tokarz-Deptuła B, Deptuła W. Mikroorganizmy – nasi mali przyjaciele, czyli wybrane dane o hipotezie higieny. Probl Hig Epidemiol 2011, 92(3): 377-381.
45. Bojarowicz H, Wojciechowska M, Gocki J. Substancje konserwujące stosowane w kosmetykach oraz ich działania niepożądane. Probl Hig Epidemiol 2008, 89(1): 30-33.
46. Deska M, Girek T, Herman B. Środki konserwujące w preparatach kosmetycznych i bezpieczeństwo ich stosowania. Prace Nauk AJD w Częstochowie Tech Inform Inż Bezp 2016, 4: 87-108.
47. Bojarowicz H, Fronczak P, Krysiński J. Czy kosmetyki mogą nie zawierać konserwantów? Hygeia Public Health 2018, 53(2): 124-131.