



# Dermatoloji polikliniğine başvuran olguların deri bakımı ve nemlendiricilerle ilgili bilgi, tutum ve davranışlarının değerlendirilmesi

*Assessment of knowledge, attitudes, and behavior about skin care and moisturizers in patients presenting to dermatology outpatient clinics*

Munise Daye, İnci Mevlitoğlu\*, Tahir Kemal Şahin\*\*

Necmettin Erbakan Üniversitesi Meram Tıp Fakültesi, Dermatoloji, \*\*Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Konya, Türkiye

\*Göztepe Medicalpark Hastanesi, İstanbul, Türkiye

## Özet

**Amaç:** Sağlıklı derinin devamı için deri tiplerine özel hazırlanmış temizleme ve kozmetik ürünlerinin (besleyici, nemlendirici, güneş koruyucu gibi) kullanılması ve/veya uygulanması "deri bakımı" olarak isimlendirilir. Çalışmamızda dermatoloji polikliniğine başvuran olguların deri bakımı hakkında bilgi seviyesini, deri bakımı ürünü kullanma alışkanlıklarını, nemlendiriciler hakkında bilgi seviyeleri ve bu ürünleri kullanma alışkanlıklarını değerlendirmeyi amaçladık.

**Gereç ve Yöntem:** Mart-Mayıs 2013 tarihleri arasında herhangi bir nedenle dermatoloji polikliniğine başvuran olgulara deri bakım ürünleri ve nemlendiricileri, kullanma alışkanlıkları, deri bakımı ile ilgili bilgileri nereden edindikleri, ürün seçiminde dikkat ettikleri noktalar, ürünleri kime danışarak ve nereden aldıkları, alırken neye dikkat ettiklerini sorgulayan anket doldurtuldu.

**Bulgular:** Araştırmaya katılan 984 olgunun 608'i (%61,8) kadın, 376'sı (%38,2) erkekti. Çalışmamızda 474 olgu (%48,2) deri bakımı deyince temizlik anladığını, 337 olgu (%34,2) ise deri hastalığının olmaması olduğunu belirtti. Üç yüz üç (%30,8) olgu bir ürün, 213 (%21,6) iki ürün, 284 (%28,9) üç ve daha fazla ürün biliyorken, 184 (%18,7) olgu deri bakım ürünlerini bilmiyordu. Deri bakım ürünlerini 200'ü düzenli ve 328'i bazen olmak üzere 528 (%53,7) olgu kullanmakta, 456 (%46,3) olgu da kullanmamaktaydı. Olgularımız deri bakım ürünlerini seçerken; 648 (%65,9) olgu dermatoloğundan, 154'ü (%15,7) internetten, 106'sı (%10,8) reklamlardan, 37'si (%3,8) komşusundan, 39'u (%4) eczacısından yardım almaktaydı. Çalışmamızda; olguların 300'ü (%30,5) nemlendiricileri kullanırken, 340'ı (%34,6) bazen kullanmaktaydı, 344 (%35) olgu da nemlendirici kullanmadığını belirtti.

**Sonuç:** Düzenli deri bakım ürünü kullanma alışkanlığı olgularımızın çoğunda bulunmamaktadır. Toplumun düzenli deri bakımı ve nemlendiricilerin doğru seçimi, uygun yerlerden alımı ve kullanılmasıyla ilgili bilgilendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. (Türkderm 2015; 49: 60-5)

**Anahtar Kelimeler:** Deri bakımı, nemlendiriciler, bilgi, davranış

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar bu makale ile ilgili olarak herhangi bir çıkar çatışması bildirmemiştir.

## Summary

**Background and Design:** Skin care includes the use of cleaning and cosmetic products (nourishing, moisturizing, sunscreen, etc.) that are specially prepared for different skin types. In our study, we aimed to determine the knowledge and behaviors about skin care and moisturizers in patients attending dermatology outpatient clinics.

**Materials and Methods:** Patients, who attended our dermatology outpatient clinic for any reason between March 2013 and May 2013, were requested to fill out a questionnaire containing questions about their knowledge of skin care products and moisturizers and how to use them, using behaviors, where they get knowledge about them, what are the things they consider when choosing them, whom they ask for advice for these products, where they buy these products, and what are the things they consider when buying them.

**Results:** The study involved 984 patients. 608 (61.8%) were female, 376 (38.2%) were male. 474 (48.2%) patients defined skin care as cleaning, (34.2%) 337 patients as lack of skin disease. 303 (30.8%) patients knew one skin care product, 213 (21.6%) - two skin care products, 284 (28.9%) - more products, and 184 (18.7%) patients had no idea. 528 (53.7%) patients were using skin products, 200 of them were using regularly and 328 were using sometimes. 456 (46.3%) patients were not using any skin care product. 648 (65.9%) subjects stated that they get information from dermatologists, 154 (15.7%) - via internet, 106 (10.8%) - via advertisements, 37 (3.8%) - from neighbors, and 39 (4%)

**Yazışma Adresi/Address for Correspondence:** Dr. Munise Daye, Necmettin Erbakan Üniversitesi Meram Tıp Fakültesi, Dermatoloji Anabilim Dalı, Konya, Türkiye  
Tel.: +90 332 223 79 12 E-posta: dr\_munise@yahoo.com **Geliş Tarihi/Received:** 30.12.2013 **Kabul Tarihi/Accepted:** 04.03.2014

*Türkderm-Deri Hastalıkları ve Frengi Arşivi Dergisi, Galenos Yayınevi tarafından basılmıştır.  
Türkderm-Archives of the Turkish Dermatology and Venerology, published by Galenos Publishing.*

subjects stated that they get information from pharmacy when choosing skin care products. 300 (30.5%) patients were regularly using moisturizers, 340 (34.6%) patients were using sometimes, 344 (35%) were not using moisturizers.

**Conclusion:** Our patients did not have the behavior of using skin care products regularly. Our society needs to be informed about regular skin care, and choosing the right moisturizers, buying these products from appropriate places as well as using these products correctly. (Türkderm 2015; 49: 60-5)

**Key Words:** Skin care, moisturizers, knowledge, behaviors

**Conflicts of Interest:** The authors reported no conflict of interest related to this article.

## Giriş

Derinin temizliğini sağlamak, deriyi dış etkenlerden korumak ve hasarlanmasına neden olan faktörleri engellemek etkili bir deri bakımı ile mümkündür. Sağlıklı derinin devamı için deri tiplerine özel hazırlanmış temizleme ve kozmetik ürünlerinin (besleyici, nemlendirici, güneş koruyucu gibi) kullanılması ve/veya uygulanması "deri bakımı" olarak isimlendirilir<sup>1,2</sup>. Deri bakım ürünlerinin üç temel kategorisi; temizleyiciler, astranjantlar ve nemlendiricilerdir. Temizleyiciler, yüz ve vücuttan sebume, deskuame olmuş korneositleri, bakteri, mantar ve çevresel kirleri intersellüler lipid bariyerini sağlam bırakmak yoluyla ortadan kaldırmak için geliştirilmişlerdir. Astranjantlar, temizleyicinin asıl fonksiyonunu yerine getirmedeki eksikliğini gidermek üzere yapılmış gerçekte temizleyici çeşididir. Son dönemlerde, nemlendiriciler temizleyicilerin neden olduğu bariyer hasarını en aza indirmek üzere geliştirilmişlerdir. Bu yüzden, bu üç deri bakım ürünü bariyer fonksiyon görevini koruyarak derinin hijyen dengesini sağlamak için bir arada çalışırlar<sup>3</sup>. Ülkemizde bu konu ile ilgili fazla sayıda çalışma bulunmamaktadır. Çalışmamızda dermatoloji polikliniğine başvuran olguların deri bakımı hakkında bilgi seviyesini, deri bakımı ürünü kullanma alışkanlıklarını, nemlendiriciler hakkında bilgi seviyeleri ve bu ürünleri kullanma alışkanlıklarını değerlendirmeyi amaçladık.

## Gereç ve Yöntem

Çalışmamız; tanımlayıcı nitelikte bir araştırmadır. Mart-Mayıs 2013 tarihleri arasında herhangi bir nedenle dermatoloji polikliniğine başvuran 984 olgu çalışmaya dahil edilmiştir. Klinikte yatan hastalar, sistemik tedavi gerektirecek dermatolojik hastalığı olanlar, 16 yaş altı bireyler çalışmaya alınmamıştır. Çalışmaya 2012/303 karar sayılı yazılı etik kurul onayı alınmıştır.

Katılımcılara uygulanmak üzere; onların demografik özelliklerini, deri bakımı ve nemlendiriciler ile ilgili bilgi, tutum ve davranışlarını değerlendirmek amacıyla araştırmacılar tarafından özgün olarak standart bir anket formu oluşturulmuştur. Anket formunda hastaların kullandıkları deri bakım ürünleri ve kullanma alışkanlıkları, deri bakımı ile ilgili bilgileri nereden edindikleri, ürün seçiminde dikkat ettikleri noktalar, ürünleri kime danışarak ve nereden aldıkları, alırken neye dikkat ettikleri sorgulanmıştır.

Araştırmaya başlamadan önce, anket formu, soruların katılımcılar tarafından doğru anlaşılıp anlaşılmadığının ve uygulama sırasında çıkabilecek aksaklıkların tespiti amacıyla pilot uygulama olarak 20 kişiye uygulanmıştır. Pilot uygulama sonrası gerekli düzeltmeler yapıp son hali verilen anket formları, poliklinik hekimlerinin gözetimi altında katılımcılar tarafından doldurulmuş ve bu esnada katılımcıların deri tipleri anket uygulayan poliklinik hekimi tarafından değerlendirilerek anket formuna kaydedilmiştir.

Elde edilen verilerin istatistiksel analizi bilgisayar ortamında SPSS 17.0 paket programı yardımıyla yapılmıştır. Verilerin tanımlanmasında ve

özetlenmesinde sayı, yüzde (%) ve aritmetik ortalama  $\pm$  standart sapma ( $X \pm SS$ ) kullanılmıştır. Kategorik verilerin istatistiksel analizinde ki-kare ( $\chi^2$ ) testi kullanılmıştır.  $P < 0,05$  anlamlı olarak değerlendirilmiştir.

## Bulgular

Araştırmaya katılan olguların 608'i (%61,8) kadın, 376'sı (%38,2) erkekti. Erkeklerin ortalama yaşları  $31,5 \pm 12,4$  yılken, kadınların ortalama yaşı  $29,7 \pm 11,3$  yıldır.

Olguların 722'si (%73,4) il merkezinde, 188'i (%19,1) ilçede, 74'ü (%7,5) köyde yaşamaktaydı. Deri bakım ürünlerini 200'ü düzenli ve 328'i bazen olmak üzere 528 (%53,7) olgu kullanmakta, 456 (%46,3) olgu da kullanmamaktaydı. Tablo 1'de deri bakım ürünlerini kullanma durumu ile bazı sosyo-demografik özellikler arasındaki ilişki görülmektedir.

Deri bakım ürünü kullanma oranının; kadınlarda erkeklerden ( $p=0,001$ ), 24 ve altındaki yaş grubunda diğer yaş gruplarından ( $p=0,000$ ), karma deri tipinde olanlarda diğer deri tiplerinden ( $p=0,002$ ), gelir düzeyi yüksek olanlarda diğer gelir düzeylerinde olanlardan ( $p=0,001$ ) anlamlı olarak daha yüksek olduğu saptandı. Katılımcıların eğitim seviyeleri ile deri bakım ürünü kullanım sıklığı arasında anlamlı fark saptandı ( $p=0,000$ ) ve eğitim seviyesi arttıkça kullanım sıklığının da arttığı tespit edildi. Katılımcıların anne ve babalarının eğitim düzeyi ile de aynı şekilde bir ilişki olduğu bulundu ( $p=0,000$ ). Deri bakım ürünü kullanımıyla ikamet edilen bölge arasında ilişki saptanmadı ( $p=0,635$ ).

Araştırma esnasında poliklinik hekimi tarafından katılımcıların deri tipleri değerlendirildiğinde; %0,3'ünün tip 1, %16,2'sinin tip 2, %76,9'unun tip 3 ve %6,6'sının tip 4 olduğu tespit edildi. Deri bakım ürünlerini düzenli kullananlarla kullanmayanlar arasında deri tipi açısından anlamlı fark saptanmadı ( $p=0,430$ ). Olguların kendi değerlendirmelerine göre deri tipleri ise; %29,9 oranında yağlı, %26,6 oranında kuru, %19,5 oranında karma, %8,9 oranında hassas ve %15,1 oranında normal olarak ifade edildi (Tablo 1). Deri tipini karma olarak tanımlayan katılımcıların diğer katılımcılara göre anlamlı olarak daha fazla deri bakım ürünü kullandıkları bulundu ( $p=0,002$ ). Araştırmaya katılanların deri bakımı konusundaki bilgi, tutum ve davranışlarıyla cinsiyet arasındaki ilişki Tablo 2'de gösterilmektedir.

Olguların 300'ü (%30,5) nemlendiricileri kullanırken, 340'ı (%34,6) bazen kullanmaktaydı. Üç yüz kırk dört (%35) olgu nemlendirici kullanmadığını belirtti. Nemlendirici kullanan katılımcıların nemlendirici kullanımı konusundaki bilgi, tutum ve davranışlarıyla cinsiyet arasındaki ilişki Tablo 3'te gösterilmektedir.

Deri bakımının ne anlama geldiği konusunda her iki cinsiyet arasında anlamlı fark saptanmadı ( $p=0,168$ ). Her iki cinsiyetin deri bakım ürünlerine aile yönlendirimi arasında anlamlı fark saptanmadı ( $p=0,815$ ). Deri bakım ürünlerinin bir, iki, üç ve daha fazla ürün bilme ve bilmiyor olma haliyle her iki cinsiyet kıyaslandığında anlamlı fark saptandı ve kadınların erkeklerden daha fazla ürün bildikleri saptandı.

( $p=0,000$ ). Deri bakım ürünlerini kadınların erkeklerden daha düzenli kullandığı saptandı ( $p=0,001$ ). Vücudun farklı bölgelerine uygun yıkama ürünü seçimiyle cinsiyetler arasında anlamlı fark saptanmadı ( $p=0,285$ ). Banyoda kullanılan ürün tercihi ile cinsiyet arasında anlamlı fark saptandı ve erkeklerde sabun, kadınlarda duş jeli seçilmekteydi ( $p=0,000$ ). Nemlendirici kullanımı ile cinsiyetler arasında fark saptandı ( $p=0,000$ ) kadınların daha fazla nemlendirici kullandığı saptandı. Nemlendirici kullananların nemlendiricilerin çeşitlerini bilmesiyle cinsiyetleri arasında anlamlı fark saptandı ( $p=0,003$ ) ve kadınların erkeklerden daha fazla oranda nemlendirici çeşidi bildiği saptandı. Nemlendirici kullanma sıklığı ile cinsiyet arasında anlamlı fark saptanmadı ( $p=0,170$ ). Nemlendirici seçiminde yardım alınan kaynak ile cinsiyet arasında anlamlı fark saptanmadı ( $p=0,284$ ). Banyodan sonra nemlendirici kullanma alışkanlığı ile cinsiyet arasında anlamlı fark saptandı ( $p=0,000$ ). Kadınlar erkeklerden daha fazla banyo sonrası nemlendirici kullanma alışkanlığına sahipti.

## Tartışma

Deri bakımı hakkındaki bilgi seviyesi ve deri bakım ürünleri kullanım alışkanlıkları yaşa, cinsiyete ve sosyoekonomik duruma göre değişmektedir. Ülkemizde bu konunun araştırıldığı çalışma sınırlıdır. Deri bakımı ve kozmetik ürünlerinin insanın yaşam kalitesini, moral ve motivasyonunu artırdığı bir gerçektir<sup>4</sup>. Gökdemir ve ark.'nın çalışmasında; çalışmaya katılanların %50'si deri bakımını "temizlik" olarak algılamakta ve deri bakımı terimini tarif edememekteydi. Bu konuda hiçbir fikri olmayanların oranı %18 idi. Anketi tamamlayanların %51'i deri bakım ürünü kullanıyordu. En sık kullanılan ürünler nemlendiriciler ve temizleyicilerdi. Deri bakımı ile ilgili bilgilerin en çok gazete, dergi gibi yazılı basından elde edildiği saptandı<sup>5</sup>. Çalışmamızda deri bakımı size en çok neyi ifade ediyor sorusuna olguların; 474'ü (%48,2) deri temizliğini, 46'sı (%4,7) derinin nemlendirilmesi gerektiğini, 337'si (%34,2) herhangi bir deri probleminin olmamasını, 14'ü (%1,4) güzel görünmek için deriye kozmetik uygulanması olduğunu, 35'i (%3,6) güneş koruyucu kullanmak olduğunu anlamaktayken, 78

**Tablo 1. Araştırmaya katılanların bazı sosyo-demografik özellikleriyle deri bakım ürünü kullanım durumu arasındaki ilişki**

	Toplam n (%) <sup>*</sup>	Deri bakım ürünü		p değeri
		Kullanan n (%) <sup>§</sup>	Kullanmayan n (%) <sup>§</sup>	
<b>Cinsiyet</b>				
Kadın	608 (61,8)	351 (57,7)	257 (42,3)	0,001
Erkek	376 (38,2)	177 (47,1)	199 (52,9)	
<b>Yaş Grubu</b>				
≤24	368 (37,4)	225 (61,1)	143 (38,9)	0,000
25-34	365 (37,1)	190 (52,1)	175 (47,9)	
≥35	251 (25,5)	113 (45,0)	138 (55,0)	
<b>Eğitim durumu</b>				
İlkokul	209 (21,3)	91 (43,5)	118 (56,5)	0,000
Ortaokul	137 (13,9)	65 (47,4)	72 (52,6)	
Lise	317 (32,2)	167 (52,7)	150 (47,3)	
Üniversite	321 (32,6)	205 (63,9)	116 (36,1)	
<b>Yaşadığı yer</b>				
İl	722 (73,4)	394 (54,6)	328 (45,4)	0,635
İlçe	188 (19,1)	96 (51,1)	92 (48,9)	
Köy	74 (7,5)	38 (51,4)	36 (48,6)	
<b>Aylık geliri (TL)</b>				
<500	203 (20,6)	108 (53,2)	95 (46,8)	0,001
500-1000	366 (37,2)	170 (46,4)	196 (53,6)	
>1000	415 (42,2)	250 (60,2)	265 (39,8)	
<b>Kendince deri tipi</b>				
Yağlı	294 (29,9)	158 (53,7)	136 (46,3)	0,002
Kuru	262 (26,6)	130 (49,6)	132 (50,4)	
Karma	192 (19,5)	125 (65,1)	67 (34,9)	
Hassas	88 (8,9)	49 (55,7)	39 (44,3)	
Normal	148 (15,1)	66 (44,6)	82 (55,4)	
Toplam	984 (100,0)	528 (53,7)	456 (46,3)	

\*:Sütun yüzdesi, §:Satır yüzdesi

**Tablo 2. Araştırmaya katılanların deri bakımı konusundaki bilgi, tutum ve davranışlarıyla cinsiyet arasındaki ilişki**

	Cinsiyet			p Değeri
	Toplam n (%)	Kadın n (%)	Erkek n (%)	
Deri bakımı ne ifade ediyor				
Deri temizliği	474 (48,2)	303 (49,9)	171 (45,5)	0,168
Derinin nemlendirilmesi	46 (4,7)	31 (5,1)	15 (3,9)	
Deri hastalığının olmaması	337 (34,2)	205 (33,7)	132 (35,1)	
Güzellik-güzel görünüm	14 (1,4)	5 (0,8)	9 (2,4)	
Güneş koruyucu kullanmak	35 (3,6)	22 (3,6)	13 (3,5)	
Hiçbir fikri yok	78 (7,9)	42 (6,9)	36 (9,6)	
Kaç deri bakım ürünü biliyor				
Bir ürün	303 (30,8)	168 (27,6)	135 (35,9)	0,000
İki ürün	213 (21,6)	130 (21,4)	83 (22,1)	
Üç ve daha fazla ürün	284 (28,9)	204 (33,6)	80 (21,3)	
Bilmiyor	184 (18,7)	106 (17,4)	78 (20,7)	
Aileden deri bakım ürününe yönlendirim				
Aile yönlendirirdi	313 (31,8)	199 (32,7)	114 (30,3)	0,815
Aile bilir, bütçe ayıramazdı	80 (8,1)	51 (8,4)	29 (7,7)	
Aile yönlendirmezdi	57 (5,8)	35 (5,8)	22 (5,9)	
Aile bilmezdi	534 (54,3)	323 (53,1)	211 (56,1)	
Deri bakım ürünü seçerken kimden yardım alıyor				
Dermatologundan	648 (65,8)	408 (67,1)	240 (63,8)	0,210
İnternette	154 (15,6)	95 (15,6)	59 (15,7)	
Reklamlardan	106 (10,8)	57 (9,4)	49 (13,1)	
Komşulardan	37 (3,8)	20 (3,3)	17 (4,5)	
Eczacıdan	39 (4,0)	28 (4,6)	11 (2,9)	
Derinin farklı bölgelerine uygun deri bakım ürünü kullanımı				
Evet	236 (24,0)	156 (25,7)	80 (21,2)	0,285
Bazen	244 (24,8)	149 (24,5)	95 (25,3)	
Hayır	504 (51,2)	303 (49,8)	201 (53,5)	
Banyoda hangi deri temizleyici ürün kullanıyor				
Syndet	56 (5,7)	31 (5,1)	25 (6,7)	0,000
Temizleyici kremi jel	50 (5,1)	33 (5,4)	17 (4,5)	
Duş jeli	430 (43,7)	296 (48,7)	134 (35,6)	
Sabun	448 (45,5)	248 (40,8)	200 (53,2)	
Kullandığı banyo ürününün yapısında neye dikkat ettiği				
Bitkisel olmasına	356 (36,2)	226 (37,2)	130 (34,6)	0,009
Kimyasal olmasına	22 (2,2)	10 (1,6)	12 (3,2)	
İyi köpürüp hoş kokmasına	119 (12,1)	73 (12,0)	46 (12,2)	
İyi temizlemesine	283 (28,8)	171 (28,1)	112 (29,8)	
Tıbbi olmasına	50 (5,1)	21 (3,5)	29 (7,7)	
Derisine kurutmamasına	154 (15,6)	107 (17,6)	47 (12,5)	
Banyodan sonra nemlendirici kullanma alışkanlığı				
Evet	196 (19,9)	152 (25,0)	44 (11,7)	0,000
Bazen	508 (51,6)	263 (43,3)	245 (65,2)	
Hayır	280 (28,5)	193 (31,7)	87 (23,1)	
Nemlendirici deri ürünleri kullanma alışkanlığı				
Evet	640 (65,0)	441 (72,5)	199 (52,9)	0,000
Hayır	344 (35,0)	177 (27,5)	167 (47,1)	
Toplam	984 (100,0)	608 (100,0)	376 (100,0)	

(%7,9) olgunun deri bakımıyla ilgili hiçbir fikri yoktu. En sık kullanılan ürünler temizleyiciler ve nemlendiricilerdi. Üç yüz üç (%30,8) olgu bir ürün, 213 (%21,6) olgu iki ürün, 284 (%28,9) olgu üç ve daha fazla ürün biliyorken, 184 (%18,7) olgu deri bakım ürünlerini bilmiyordu.

Çelebi ve ark.; Türkiye genelinde 2050 kişiden oluşan bir grupta kozmetik ürün kullanımını sorgulayan bir anket çalışması yapmışlardır<sup>6</sup>. Türk toplumunun %52,2'sinin 20 TL'nin altında kozmetik ürünlere aylık bütçe ayırdığı, %89,8'inin 18-25 yaş arasında kozmetik ürün kullanmayı tercih ettiği, %35,5'inin kozmetik ürün alışverişini parfümeriden yapmayı tercih ettiği ve %54,6'sının kozmetik ürün almaya kendilerinin karar verdiği tespit edilmiştir<sup>6</sup>. Gökdemir ve ark.'nın çalışmasında ise; genç yaşlarda, eğitim düzeyi yüksek olan kişilerde ve kadınlarda deri bakım ürünü kullanımının daha fazla olduğu saptanmıştır. Ancak deri bakım ürünlerinin en sık alındığı yer %30,4 eczane ve %25,1 market olarak saptanmıştır<sup>5</sup>. Çalışmamızda 24 yaş ve altında, eğitim düzeyi arttıkça, anne ve baba eğitim seviyesi arttıkça ve gelir düzeyi yüksek olanlarda deri bakım ürünlerini düzenli kullanma oranının arttığı tespit edildi. Kadınlarda düzenli deri bakım ürünü kullanma oranı erkeklerden yüksekti. Kaymak ve ark.'nın çalışmasında kozmetik ürün seçiminde hemen hemen tüm öğrencilerin ürünün etiketini ya da prospektüsünü okumasına rağmen, dermatoloji uzmanı ya da

güzellik uzmanının görüşlerinin çok yetersiz olarak dikkate alındığı ve kozmetik ürün kullananların %15,6'sında yan etki ile karşılaştığı görülmüştür<sup>7</sup>. Olgularımız deri bakım ürünlerini seçerken; 648 (%65,9) olgu dermatoloğundan, 154 olgu (%15,7) internetten, 106 (%10,8) olgu reklamlardan, 37 (%3,8) olgu komşusundan, 39 (%4) olgu eczacısından yardım almaktaydı.

Yapılan çalışmalarda güneş ışınlarının deri üzerindeki etkileri, güneş koruyucu kullanma alışkanlıkları veya ebeveynlerin çocuklarını güneşten koruma bilinci sorgulanmış<sup>8-10</sup>. Ermertcan ve ark. güneş koruyucuların kullanımı ve diğer güneşten korunma alışkanlıkları ile ilgili bir anket çalışması yapmıştır. Erkeklerde güneş koruyucu kullanımı %19,4, kadınlarda ise %39,2 olarak saptanmıştır<sup>11</sup>. Jung ve Huwang 136 akneli olgunun davranış ve tutumunu incelediği bir çalışmada olguların primer bilgi kaynağının çoğunlukla sağlık personelinin (32,4%), internetten (20,6%), ve arkadaşlardan (24,5%) edinildiğini bildirmiştir<sup>12</sup>.

Kaymak ve ark.'nın çalışmasında üniversite öğrencileri arasında kozmetik ürünlerin oldukça yaygın olarak kullanıldığı (%98,8) ortaya çıkmıştır<sup>7</sup>. Jung ve Huwang'ın çalışmasında akneli olguların %46,1'inin akne kozmetiği kullanmadığı sadece %29,7'sinin düzenli bu ürünleri kullandığı bildirilmiştir ve kullananlarında %45,1'inde değişen derecelerde bu ürünlerden fayda gördüğü bildirilmiştir<sup>12</sup>. En çok kullanılan ürünler, yüz

**Tablo 3. Nemlendirici kullanan katılımcıların nemlendirici kullanımı konusundaki bilgi, tutum ve davranışlarıyla cinsiyet arasındaki ilişki**

	Toplam n (%)	Cinsiyet		p Değeri
		Kadın n (%)	Erkek n (%)	
<b>Nemlendirici kullanımını neye göre belirliyor</b>				
Hastalığı sebebiyle kullanması gerektiğini biliyor	355 (55,5)	234 (53,1)	121 (60,8)	0,068
Rutin kullanması gerektiğini biliyor	285 (44,5)	207 (46,9)	78 (39,2)	
<b>Nemlendirici alırken neye dikkat ediyor</b>				
Yüz, el, vücut için farklı nemlendirici seçiyor	461 (72,0)	324 (73,5)	137 (68,8)	0,690
Aynı ürünü tüm vücudunda kullanıyor	139 (21,7)	91 (20,6)	48 (24,1)	
İhtiyacına göre ucuz ürün seçiyor	34 (5,3)	22 (5,0)	12 (6,1)	
Ucuz olan herhangi bir ürün kullanıyor	6 (0,9)	4 (0,9)	2 (1,0)	
<b>Nemlendirici çeşitlerini bilme durumu</b>				
Biliyor	238 (37,2)	181 (41,0)	57 (28,6)	0,003
Bilmiyor	402 (62,8)	260 (59,0)	142 (71,4)	
<b>Nemlendirici kullanım sıklığı</b>				
Günde bir kez	189 (29,5)	130 (29,5)	59 (29,6)	0,170
Günde iki kez	130 (20,3)	99 (22,4)	31 (15,6)	
Günde üç kez	29 (4,5)	21 (4,8)	8 (4,0)	
Kuruluk hissettikçe	292 (45,6)	191 (43,3)	101 (50,8)	
<b>Nemlendirici seçerken kimden yardım alıyor</b>				
Dermatologundan	281 (43,9)	196 (44,4)	85 (42,7)	0,284
İnternetten	87 (13,6)	57 (12,9)	30 (15,1)	
Reklamlardan	78 (12,2)	59 (13,4)	19 (9,5)	
Komşulardan	14 (2,2)	11 (2,5)	3 (1,5)	
Aile hekiminden	34 (5,3)	18 (4,1)	16 (8,0)	
Eczacıdan	70 (10,9)	50 (11,3)	20 (10,1)	
Yardım almıyor	76 (11,9)	50 (11,3)	26 (13,1)	
Toplam	640 (100,0)	441 (100,0)	199 (100,0)	

ve el nemlendiricileri olmuştur<sup>7</sup>. Çalışmamızda; olguların 300'ü (%30,5) nemlendiricileri kullanırken, 340'ı (%34,6) bazen kullanmaktaydı. Üç yüz kırk dört (%35) olgu nemlendirici kullanmadığını belirtti. Nemlendirici çeşitlerini biliyor musunuz sorusuna; 238 (%24,2) olgu nemlendirici çeşitlerini bilirken, 402'si (%40,9) nemlendirici çeşitlerini bilmiyordu. Nemlendirici kullanan 640 kişiden 355'i (%55,5) nemlendirici kullanması gerektiğini bildiği için, 285'i (%44,5) rutin kullanması gerektiği için kullanmaktaydı. Dört yüz altmış biri (%72) farklı vücut alanlarına farklı nemlendirici, 139'u (%21,7) aynı nemlendiriciyi tüm vücut bölgelerine kullanmaya dikkat ederken, 34'ü (%5,3) ucuz olmasına, 6'sı (%0,9) ne olursa alıp kullandığını belirtti. Nemlendirici kullananların %37,2'si nemlendirici çeşitlerini bildiklerini, %62,8'i nemlendirici çeşitlerini bilmediklerini belirtmişlerdi. Nemlendiricileri 189 (%29,5) olgu bir kere, 130 (%20,3) olgu iki kere, 29 (%4,5) olgu üç kere, 292 olgu (%45,6) kuruluk hissettikçe kullanmaktaydı. Nemlendirici alırken 281 (%43,9) olgu dermatoloğundan, 87'si (%13,6) internette, 78'i (%12,2) reklamlardan, 14'ü (%2,2) komşusundan, 34'ü (%5,3) aile hekiminden, 70'i (%10,9) eczacısından yardım alarak seçerken; 76 (%11,9) olgu yardıma ihtiyacı olmadığını belirtti.

### Sonuç

Ülkemizde deri bakımı ve nemlendiricilerle ilgili çalışma az sayıda bulunmaktadır. Bu açıdan çalışmamız bu verileri artırması açısından faydalıdır. Deri bakımı önemli olmakla birlikte düzenli deri bakım ürünü kullanma alışkanlığı olgularımızın çoğunda bulunmamaktadır. Toplumun düzenli deri bakımı ve nemlendiricilerin doğru seçimi, uygun yerlerden alımı ve kullanılmasıyla ilgili bilgilendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Doğru deri bakımı daha sağlıklı deriye sahip olmayı sağlamakla birlikte yanlış bilgi ve ürün kullanımından doğacak maddi ve manevi hasarları azaltacaktır. Doğru deri bakımıyla beraber deri bütünlüğünün

önemli olduğu dermatozlar azalacaktır ya da oluşmuş dermatozların iyileşmesine yardımcı olacaktır.

### Kaynaklar

1. Türkoğlu M, Pekmezci E: İnsan derisine genel bakış. Kozmetolojiye giriş. 2'inci baskı. İstanbul, 2006;3-24.
2. Gall Y, Chappuis JP: Skin care products for normal, dry and greasy skin. Cosmetic Dermatology. Ed. Baran R, Maibach HI. London, Martin Dunitz, 1995;89-110.
3. Ünal İ: Kozmetikler ve Kozmesötikler. Dermatoloji. Ed. Sarıcaoğlu H, Başkan EB. Nobel Tıp Kitabevleri. İstanbul, 2012;2301-12.
4. Matsuoka Y, Yoneda K, Sadahira C, Katsuura J, Morie T, Kubota Y: Effects of skin care and makeup under instructions from dermatologists on the quality of life female patients with acne vulgaris. J Dermatol 2006;33:745-52.
5. Gökdemir G, Arı S, Köşlü A: Türk Toplumunda Deri Bakımı ile ilgili Bilgi eviyesinin Değerlendirilmesi. Turkdern 2008;42:60-3.
6. Çelebi CR: Türk toplumunda kozmetik tüketici davranışları. Online Kozmetoloji Dergisi 2004;1:3.
7. Kaymak Y, Çelik B, fiimlek I: Aynı fakültenin farklı bölümlerinde okuyan kız öğrencilerinde kozmetik ürün kullanımı. Türk Dermatoloji Dergisi 2007;1:38-42. uçları
8. Coogan PF, Geller A, Adams M, Benjes LS, Koh HK: Sun protection practices in preadolescents and adolescents: A school-based survey of almost 25,000 Connecticut school children. J Am Acad Dermatol 2001;44:512-9.
9. Devos SA, Baeyens K, Hecke LV: Sunscreen use and skin protection behavior on the Belgian beach. Int J Dermatol 2003;42:352-6.
10. Robinson JK, Rigel DS, Amonette RA: Summertime sun protection used by adults for their children. J Am Acad Dermatol 2000;42:746-53.
11. Ermertcan AT, Öztürkcan S, Dinç G, Yurtman D, Pala D, Fiahin MT: Sunscreen use and sun protection practices in students and personnel of Celal Bayar University. Phodermatol Photoimmunol Photomed 2005;21:191-7.
12. Jung J, Hwang EJ: Do patients with acne need cognitive behavioral therapy? An analysis of patient knowledge and behavior. Int J Dermatol 2012;51:1319-24.