В ходе исследования мы проанализировали зависимость акне от объема выпитой воды. Из людей, болеющих акне 61,4% выпивают в сутки 1–2 литра, 25,7% выпивают менее 1 литра в сутки, 12,9% выпивают более 2х литров в сутки. Из не болеющих акне доля тех, что выпивает более 2х литров в сутки больше и составляет 27,1%, а доля, употребляющих менее 1 литра в сутки примерно одинаковая (25,0%) с теми, кто имеет акне.

Полученные результаты позволяют предположить, что достаточное употребление воды в сутки способствует более сбалансированному обмену веществ и более эффективной детоксикации организма, что благоприятно сказывается на состоянии кожи [1].

Выводы

В ходе проведенного исследования нам удалось подтвердить многофакторную природу акне. Было установлено, что данного заболевание во многом зависит от возрастного периода, который подразумевает различия в гормональном фоне. Немалую роль играет образ жизни, условия работы, характер питания, питьевой режим оказывают значительное влияние на распространенность заболевания. Для успешной профилактик акне необходимо нормализовать пищевой рацион и начать выпивать достаточный объем воды, а также скорректировать условия работы (учебы), например проветривать помещение или в свободное время чаще находится на открытом воздухе. Терапия акне должна быть индивидуальной и ориентированной на устранение конкретных причин, лежащих в основе заболевания. Такой подход позволяет повысить эффективность лечения и предотвратить рецидивы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдузахирова, М. Н. Угревая болезнь / М. Н. Абдузахирова // Студенческий. – 2024. – № 18. – С. 59–61.

2. Кудренко, К. М. Акне: Распространенность проблемы, этиология, классификация и лечение / К. М. Кудренко. – Петрозаводск, 2023. – С. 218–232.

3. Ольховская, К. Б. Характеристика гормонально-метаболических отклонений у женщин и мужчин с акне / К. Б. Ольховская // Медицинский алфавит. – 2025. – № 8. – С. 69–73.

4. Zouboulis, C. C. The cutaneous effects of androgens and estrogens // Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology. – 2023. – Т. 37, № 5. – С. 829–841.

УДК 616.5-083.4

В. А. Лосева

Научный руководитель: д.м.н., профессор Л. В. Силина

Учреждение образования
«Курский государственный медицинский университет»
г. Курск, Российская Федерация

КОМЕДОГЕННЫЕ АКНЕ: ТАРГЕТНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПОДБОРА УХОДОВЫХ СРЕДСТВ

Введение

Комедогенные акне – патология, этиологическим фактором которой являются ингредиенты уходовой косметики, провоцирующие фолликулярный гиперкератоз, что приводит к образованию комедонов [1]. Особую остроту проблеме придает низкий уровень осведомленности потребителей о критериях безопасности косметики. В связи с этим, разработка таргетных принципов подбора уходовых средств и изучения потребительского поведения представляются научно и практически востребованными [2].

Цель

На основе анализа уровня осведомленности потребителей о проблеме комедогенной косметики и их практических привычек обосновать необходимость разработки образовательных мер и целевых рекомендаций по безопасному подбору косметических средств.

Материал и методы исследования

Социологический опрос в форме анонимного анкетирования, количественный анализ, качественный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение

В рамках исследования было проведено анкетирование среди студентов-медиков лечебного факультета Курского государственного медицинского университета (110 чел.). Среди респондентов 47% имеют кожу (жирную/комбинированную), склонную к комедогенным реакциям. 76% студентов сталкиваются с высыпаниями периодически или постоянно. 53% опрошенных не применяют знание о комедогенности при выборе косметики (19% не слышали термин, 34% игнорируют). 41% респондентов не могут отличить конкретные комедогенные ингредиенты от безопасных, что говорит о пробеле в знаниях потребителей в данном вопросе. Для 75% опрошенных надпись «некомедогенно» не является решающим фактором покупки. Только 39% опрошенных изучают состав, выбирая средство ухода, как основную стратегию – данный процент осознанных покупателей критически мал. Более 60% полагаются на советы, бренд, цену или рекламу. 56% считают, что безопасная косметика не должна стоить дороже обычной, что опровергает стереотип о ее обязательной премиальности. 21% ошибочно считают натуральную косметику наиболее комедогенной, что создает ложное чувство безопасности при выборе синтетических средств.

Выводы

Данные результаты позволяют нам констатировать, что широкое распространение проблем кожи не коррелирует с грамотностью потребителей. Дефицит практических навыков оценки состава косметики обусловливает доминирование нерациональных поведенческих паттернов, таких как ориентация на внешние авторитеты или бренд. При этом сохраняется опасение по поводу маркетинговых обещаний, что указывает на запрос не на рекламную манипуляцию, а на достоверную информацию. Это подтверждает необходимость целенаправленного просвещения и разработки простых инструментов для безопасного выбора косметики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аравийская, Е. Р. Вульгарные акне у подростков: научное обоснование оптимизации схем лечения с помощью средств дерматокосметики / Е. Р. Аравийская, Н. Н. Мурашкин, Р. А. Иванов // Вопросы современной педиатрии. – 2024. – Т. 23, № 5. – С. 285−294.

2. Сергеева, И. Г. Клинический разбор пациентов с акнеподобными дерматозами / И. Г. Сергеева, Н. В. Юрина // Клиническая дерматология и венерология. – 2023. – Т. 22, № 2. – С. 209–216.

УДК: 616.955.428-052:316

М. А. Лупеев, Г. А. Ширин, С. А. Беловец

Научные руководители: к.м.н., доцент Е. М. Бутенкова,
старший преподаватель Л. А. Порошина

Учреждение образования
«Гомельский государственный медицинский университет»,

Учреждение
«Гомельский областной клинический центр дерматовенерологии и косметологии»
г. Гомель, Республика Беларусь

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС ПАЦИЕНТОВ, СТРАДАЮЩИХ ЧЕСОТКОЙ

Введение

Чесотка – это заразное кожное заболевание, проявляющееся сильным ночным зудом и высыпаниями на коже [1]. Заболевание передается от человека к человеку при прямом