Контент-анализ сайтов и веб-страниц рельсовых компаний по вопросам продвижения здорового образа жизни и профилактики коронавирусной инфекции

Е. А. Жидкова¹, Е. В. Окунькова¹, К. В. Зорин¹, К. Г. Гуревич¹

¹Кафедра ЮНЕСКО «Здоровый образ жизни – залог успешного развития», ФГБОУ ВО «Московский государственный медико-стоматологический университет имени А. И. Евдокимова» Минздрава России, 127473, Российская Федерация, Москва, ул. Делегатская, д. 20, стр. 1.

Аннотация

Введение. Развитие современного общества предполагает, что все больше и больше информации размещается в цифровом пространстве. Поэтому отношение руководства транспортных компаний к вопросам пропаганды здорового образа жизни (ЗОЖ) и профилактики COVID-19 можно косвенно оценить по содержанию их сайтов и веб-страниц. **Цель.** Целью данной статьи является контент-анализ сайтов и веб-страниц рельсовых компаний по вопросам продвижения ЗОЖ и профилактики COVID-19. **Материалы и методы.** Исследование проводилось однократно, в октябре 2020 г. Анализировались сайты и веб-страницы рельсовых компаний с помощью формирования запросов, а также с помощью поисковых систем Yandex и Google. **Результаты.** Частота упоминания вопросов, связанных с ЗОЖ, на сайтах и веб-страницах анализируемых рельсовых компаний варьирует от 32 до 54 %. Вопросы профилактики COVID-19 освещены лишь в половине случаев железнодорожными компаниями и более чем в 90 % – на сайтах и веб-страницах метрополитенов, скоростных трамваев и внутригородских трамваев. В целом проанализированные сайты и веб-страницы рельсовых компаний адекватно отображают информацию, связанную с профилактикой COVID-19. **Обсуждение.** Рельсовые компании уделяют внимание вопросам формирования ЗОЖ и профилактики COVID-19 на своих веб-страницах и сайтах. На основании этого можно сделать предположение, что руководство рельсовых компаний озабочено указанными проблемами. В то же время у нас нет оснований считать, что проанализированные веб-документы в полной мере отражают проводимые профилактические программы, иными словами, можно предположить, что превентивная деятельность рельсовых компаний шире, чем это показано в рамках настоящего исследования. При этом рельсовые компании недостаточно полно освещают свою социальную политику в отношении охраны здоровья собственных работников. **Заключение.** Сайты и веб-страницы рельсовых компаний, как правило, содержат разрозненную информацию по продвижению ЗОЖ. В то же время информация по профилактике COVID-19 обычно подается комплексно. Вопросы профилактики COVID-19 в целом упоминаются на большем числе сайтов и веб-страниц, чем вопросы формирования ЗОЖ.

Ключевые слова: рельсовые компании; контент-анализ; пропаганда ЗОЖ; профилактика коронавирусной инфекции.

Для цитирования: Жидкова Е. А., Окунькова Е. В., Зорин К. В., Гуревич К. Г. Контент-анализ сайтов и веб-страниц рельсовых компаний по вопросам продвижения здорового образа жизни и профилактики коронавирусной инфекции. *Здоровье мегаполиса*. 2020;1(2):68-75. <https://doi.org/10.47619/2713-2617.zm.2020.v1i2:68-75>.

© Автор(ы) сохраняют за собой авторские права на эту статью.

© Это произведение доступно по лицензии Creative Commons «Attribution-ShareAlike» («Атрибуция-СохранениеУсловий») 4.0 Всемирная.

Content analyses of rail companies' sites and web pages concerning healthy lifestyle promotion and prevention coronavirus infection

E. A. Zhidkova¹, E. V. Okunkova¹, K. V. Zorin¹, K. G. Gurevich¹

¹Department of UNESCO «Healthy lifestyle is the key to successful development», FSBEI of Higher Education A. I. Evdokimov Moscow State University of Medicine and Dentistry of the Ministry of Healthcare of Russian Federation, 20/1, Delegatskaya Str., 127473, Moscow, Russian Federation.

Abstract

Introduction. The development of modern society implies that more and more information is placed in the digital space. Therefore, the attitude of the management of transport companies to the promotion of healthy lifestyle and the prevention of COVID-19 can be indirectly assessed by the content of their sites and web pages. **Purpose.** The purpose of this article is a content analysis of rail companies' sites and web pages on the promotion of healthy lifestyles and the prevention of COVID-19. **Materials and methods.** The study was carried out once, in October 2020. We analyzed the sites and web pages of rail companies using the formation of queries, as well as using the search engines Yandex and Google. **Results.** The frequency of mentioning healthy lifestyle issues on the websites and web pages of the analyzed rail companies vary from 32 to 54 %. COVID-19 prevention issues are covered only in a half of cases by railway companies and in more than 90 % – on the websites and web pages of subways, high-speed trams and city trams. In general, the analyzed websites and web pages of the rail companies adequately display the information related to the prevention of COVID. **Discussion.** Rail companies pay attention to the formation of healthy lifestyles and prevention of COVID-19 on their web pages and sites. For this reason, it can be assumed that the management of the rail companies is concerned about these problems. At the same time, we have no reason to believe that the analyzed web documents fully reflect the ongoing preventive programs, in other words, it can be assumed that the preventive activities of rail companies are broader than shown in this study. Meanwhile, rail companies do not fully cover their social policy regarding the health of their own employees. **Conclusion.** The sites and web pages of rail companies, as a rule, contain scattered information on promoting healthy lifestyle. At the same time, the information on the prevention of COVID-19 is usually presented in a comprehensive manner. The issues of COVID-19 prevention in general are mentioned on more sites and web pages than the issues of healthy lifestyle formation.

Key words: rail companies; content analysis; healthy lifestyle promotion; prevention of coronavirus infection.

For citation: Zhidkova E. A., Okunkova E. V., Zorin K. V., Gurevich K. G. Content analyses of rail companies' sites and web pages concerning healthy lifestyle promotion and prevention coronavirus infection. *City HealthCare Journal*. 2020;1(2):68-75. <https://doi.org/10.47619/2713-2617.zm.2020.vli2:68-75>.

Обоснование

Рельсовые компании осуществляют внутригородские и междугородние перевозки [1]. По данным Росстата, в 2019 г. на долю рельсового транспорта приходилось до 33 % пассажирских и до 17 % грузовых перевозок в стране; в транспортной отрасли трудилось более 10 % трудоспособного населения [2]. Пассажирские рельсовые перевозки обычно являются более комфортными по сравнению с другими видами транспорта и позволяют экономить время, затрачиваемое на передвижение из пункта отправления в пункт назначения [3, 4]. Стоимость грузовых рельсовых перевозок, как правило, ниже, чем у других видов транспорта [5].

Таким образом, транспортная отрасль играет важную социальную роль [6, 7]. Она не только позволяет обеспечивать наличие рабочих мест, но и экономически развивать регионы страны, упрощает передвижение людей между населенными пунктами [8]. В связи с концепцией социальной ответственности бизнеса, предполагающей определенный добровольный отклик на социальные проблемы, возникающие в обществе [9], на транспортную отрасль может также быть возложена коммуникационная роль. С нашей точки зрения, особенно важным является донесение до потребителей транспортных услуг информации о приоритетах национального развития страны [10], среди которых первостепенным является формирование здорового образа жизни (ЗОЖ) [11], и о профилактике новой коронавирусной инфекции (COVID-19). Актуальность именно такой информации связана с тем, что приверженность ЗОЖ и соблюдение мер по профилактике COVID-19 во многом связаны с поведением индивидуума [12]. Поэтому наличие информации в транспортных системах могло бы способствовать повышению степени приверженности.

Развитие современного общества предполагает, что все больше и больше информации размещается в цифровом пространстве. Поэтому отношение руководства транспортных компаний к вопросам пропаганды ЗОЖ и профилактики COVID-19 можно косвенно оценить по содержанию их сайтов. Метод контент-анализа широко используется в социологических исследованиях для качественного и количественного анализа разного рода документов, в том числе и веб-страниц [13]. Это позволяет систематизировать содержание источников, которые изначально являются разными по структуре, содержанию и стилю изложения.

Цель

Исходя из вышеизложенного, целью настоящей работы явился контент-анализ сайтов и веб-страниц рельсовых компаний по вопросам продвижения ЗОЖ и профилактики COVID-19.

Материалы и методы

Одномоментное поперечное исследование проводилось однократно, в октябре 2020 г. Анализировались сайты и веб-страницы рельсовых компаний. Анализ проводился с помощью формирования запросов на сайтах (веб-страницах), а также с помощью поисковых систем Yandex и Google. Дублирующие результаты поиска не учитывались.

Анализ информации проводился по ключевым словам: «здоровый образ жизни», «ЗОЖ», «COVID-19», «коронавирус». Допускалось использование различной морфологии слов. Так как ряд сайтов рельсовых компаний представлен на английском языке, то на данных сайтах поиск проводился по аналогичным переводным синонимам. На сайтах поисковых систем дополнительными ключевыми словами служили: «железнодорожный», «метро», «метрополитен», «трамвай» с возможностью вариации корня.

Использовались уточняющие слова, а также анализировался контент найденных страниц с тем, чтобы разделить информацию по различным подкатегориям (таблица).

Все рельсовые компании были условно разделены на 3 категории:

1. Железнодорожный транспорт (n=28);
2. Метрополитены (n=7) и скоростные трамваи (n=4);
3. Внутригородские трамваи (за исключением скоростных). Всего в РФ 61 город имеет трамвайные системы, однако нам удалось найти информацию о n=41.

Для сравнения частот встречаемости изучаемых параметров применялся метод χ^2 . Расчеты производили в программе Excel, значимыми считали отличия с $p < 0,05$.

Результаты

Частоты упоминания вопросов, связанных с ЗОЖ, на сайтах и веб-страницах анализируемых рельсовых компаний варьируют от 32 до 54 % (рис. 1). Вопросы профилактики COVID-19 освещены лишь в половине случаев железнодорожными компаниями и более чем в 90 % – на сайтах и веб-страницах метрополитенов, скоростных трамваев и внутригородских трамваев.

Таблица. Дополнительные подкатегории анализа информации.
Table. Additional Information Analysis Subcategories.

Категория поиска	ЗОЖ	COVID-19
Подкатегория поиска	Концепция ЗОЖ Указание на ЗОЖ в коллективном договоре Питание Вода Курение, вредные привычки Физическая активность Стресс Другое	Масочно-перчаточный режим Необходимость соблюдения дистанции Необходимость обработки рук Пожелание об ограничении числа поездок Необходимость прививок против гриппа Ограничения для лиц старшего возраста Контроль здоровья персонала Дезинфекция подвижного состава, станций и т. д. Другое

Рисунок 1. Частоты упоминаний продвижения ЗОЖ и профилактики COVID-19 на сайтах и веб-страницах рельсовых компаний. Здесь и далее * – $p < 0,05$.
Figure 1. The frequency of references to the promotion of healthy lifestyle and prevention COVID-19 on the websites and web pages of rail companies. Here and after, * – $p < 0.05$.

Из всех аспектов ЗОЖ наиболее часто упоминается физическая активность, особенно часто (41 %) – на сайтах и веб-страницах внутригородских трамваев (рис. 2). Лишь в 18 % случаев данный аспект ЗОЖ освещен на сайтах и веб-страницах метрополитенов и скоростных трамваев. Вторым по частоте упоминания элементом ЗОЖ является борьба с курением и другими вредными привычками (от 9 до 18 %). Третьим по частоте упоминания ЗОЖ является рациональное питание. Однако только на сайтах железнодорожных компаний есть упоминание необходимости соблюдения питьевого режима как элемента ЗОЖ. На всех анализируемых сайтах и веб-страницах есть элементы, связанные со стресс-менеджментом и управлением эмоциями. На сайтах железнодорожных компаний также есть упоминание наличия концепции формирования ЗОЖ для сотрудников и/или соответствующих пунктов коллективного договора.

Рисунок 2. Частоты упоминаний различных аспектов продвижения ЗОЖ на сайтах и веб-страницах рельсовых компаний.
Figure 2. Frequency of references to various aspects of promoting healthy lifestyle on websites and web pages of rail companies.

В целом проанализированные сайты и веб-страницы рельсовых компаний адекватно отображают информацию, связанную с профилактикой COVID-19 (рис. 3). Необходимость масочно-перчаточного режима упоминается практически в 90 % случаев, соблюдения дистанции – до 85 %, обработки рук – до 75 %. Пожелания о том, что по возможности число поездок следует ограничивать, сильно варьируют – от 7 % до 87 % случаев. Также вариабельно представление информации о необходимости прививок против гриппа, ограничениях для лиц старших возрастных категорий. Информация о контроле здоровья персонала и дезинфекции подвижного состава, станций и т. д. в наибольшей степени представлена на сайтах и веб-страницах метрополитенов и скоростных трамваев – 55 % и 66 % случаев соответственно.

Рисунок 3. Частоты упоминаний различных аспектов профилактики COVID-19 на сайтах и веб-страницах рельсовых компаний.

Figure 3. The frequency of references to various aspects of prevention COVID-19 on the websites and web pages of rail companies.

Обсуждение

Рельсовый транспорт помимо основной, транспортной, функции способен брать на себя и другие, в частности социальную, связанную с охраной здоровья граждан [14]. Как показало проведенное исследование, рельсовые компании уделяют внимание вопросам формирования ЗОЖ и профилактики COVID-19 на своих веб-страницах и сайтах. На основании этого можно сделать предположение, что руководство рельсовых компаний озабочено указанными проблемами. В то же время у нас нет оснований считать, что проанализированные веб-документы в полной мере отражают проводимые профилактические программы, иными словами, можно предположить, что превентивная деятельность рельсовых компаний шире, чем это показано в рамках настоящего исследования.

Резкое возрастание интереса общества к COVID-19 могло повлечь за собой более активное освещение данной проблемы на сайтах и веб-страницах рельсовых компаний, по сравнению с ЗОЖ. По всей видимости, большую роль сыграла активная позиция Роспотребнадзора; поэтому нами было выявлено отображение основных аспектов профилактики COVID-19. Более низкие частоты упоминания COVID-19 на сайтах и веб-страницах железнодорожных компаний можно связать с тем,

что лишь 5 из проанализированных холдингов преимущественно занимаются пассажирскими перевозками. При этом следует отметить, что лишь отдельные компании комплексно освещают вопросы формирования ЗОЖ.

Следует помнить о том, что транспорт, особенно междугородний, может играть существенную роль в распространении инфекционных заболеваний, в частности COVID-19 [15, 16]. Поэтому профилактике распространения COVID-19 на транспорте и через транспорт уделяется особое значение [17]. Кроме того, следует помнить, что транспортная отрасль является одной из наиболее экономически пострадавших в результате пандемии COVID-19 [18].

С нашей точки зрения, информационный потенциал рельсовых компаний недооценен. Они могут служить важным инструментом по продвижению ценностей ЗОЖ и профилактике заболеваний, например COVID-19. Наряду с сайтами и веб-страницами подобная информация может размещаться на табло, остановочных пунктах, подвижном составе, проездных билетах и т. д. Причем следует отметить, что некоторые транспортные системы это уже делают. Например, московский метрополитен отображает все актуальные аспекты профилактики COVID-19, постоянно обновляет информацию и использует для ее донесения большое число информационных носителей.

В то же время проведенный контент-анализ показал, насколько мало рельсовые компании освещают свою социальную политику в отношении охраны здоровья собственных работников. Возможно, больше информации представлено во внутренних документах компаний и недоступно для внешних поисковых систем. Нам кажется, что более широкое освещение подобных вопросов могло бы повысить привлекательность рельсовых компаний как потенциального работодателя.

Заключение

Как правило, на сайтах и веб-страницах рельсовых компаний вопросы продвижения ЗОЖ представлены в виде информации о физической активности. В то же время информация по профилактике COVID-19 обычно подается комплексно. Вопросы профилактики COVID-19 в целом упоминаются на большем числе сайтов и веб-страниц, чем вопросы формирования ЗОЖ.

Список литературы

1. Пономарев А. А., Иеропольский Б. К. Подвижной состав и сооружения городского

электротранспорта. – М.: Транспорт, 1981. – 274 с.

2. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> Дата обращения: 01.11.2020.

3. Шавруков Ю. М. Развитие городского рельсового транспорта // Наука и образование: научное издание МГТУ им. Н.Э. Баумана. – 2014. – №1. – С.4.

4. Рельсовый транспорт в городе – проблемы и новые подходы // Железные дороги мира. – 2015. – №10. – С.51–54.

5. Выбранец А. В. Борьба с автомобилизацией, с помощью положительных характеристик легкого рельсового транспорта // Студенческий вестник. – 2020. – Т.22–7. – №120. – С.82–84.

6. Бочарова О. В. Роль социального института транспорта в социальном пространстве города // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2010. – Т.2–1. – №45. – С.290–294.

7. Мачерет Д. А. Развитие транспорта в контексте социально-экономических проблем // Транспорт Российской Федерации. – 2017. – Т.4. – №71. – С.16–18.

8. Рощин Л. В., Гольская Ю. Н. Социальная роль транспорта в экономике региона // Экономика региона. – 2011. – Т.1. – №25. – С.244–248.

9. Благоев Ю. Е., Иванова Е. А. Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях // Российский журнал менеджмента. – 2009. – Т.7. – №1. – С.3–24.

10. Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Режим доступа: <https://rg.ru/2020/07/22/ukaz-dok.html> Дата обращения: 01.11.2020.

11. Бударин С. С. Устойчивость функционирования мировых систем здравоохранения в период пандемии КОВИД-19 // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. – Т.3. – №8–104. – С.105–114.

12. Здоровый образ жизни и профилактика заболеваний. Под ред. Н. Д. Ющука, И. В. Маева, К. Г. Гуревича. – М.: Перо, 2012. – 659 с.

13. Дмитриев И. Контент-анализ: сущность, задачи, процедуры. – М., 2005.

14. Платонов А. А. Социальная значимость организации пассажирских перевозок дорожно-рельсовыми транспортными средствами // Ученые заметки ТОГУ (Тихоокеанского государственного университета). – 2015. – Т.6. – №1. – С.109–113

15. Olapoju O. M. Estimating transportation role in pandemic diffusion in Nigeria: A consideration of 1918-19 influenza and COVID-19 pandemics. *J Glob Health*. 2020 Dec;10(2):020501. <https://doi.org/10.7189/jogh.10.020501>.

16. Glaeser E. L., Gorbach C., Redding S. J. JUE Insight: How Much does COVID-19 Increase with

Mobility? Evidence from New York and Four Other U.S. Cities. *J Urban Econ*. 2020 Oct 21;103292. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2020.103292>. Online ahead of print.

17. Shaikh Abdul Karim S., Md Tahir F. A., Mohamad U. K., Abu Bakar M., Mohamad K. N., Suleiman M., Omar Khan H., Md Noor J. Experience repatriation of citizens from epicentre using commercial flights during COVID-19 pandemic. *Int J Emerg Med*. 2020;13(1):50. <https://doi.org/10.1186/s12245-020-00308-7>.

18. Hossain M. The effect of the Covid-19 on sharing economy activities. *J Clean Prod*. 2020 Oct 22;124782. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124782>. Online ahead of print.

References

1. Ponomarev A. A., Ieropolsky B. K. Podvizhnoy sostav i sooruzheniya gorodskogo elektrottransporta [Rolling stock and construction of urban electric transport]. Moscow, Transport, 1981. 274 p. (In Russian).

2. Access mode: <https://rosstat.gov.ru/> Date of access: 01.11.2020. (In Russian).

3. Shavrukov Yu. M. Development of urban rail transport. *Science and Education: scientific publication of the Moscow State Technical University N. E. Bauman*. 2014;1:4 (In Russian).

4. Rail transport in the city - problems and new approaches. *World Railways*. 2015;10:51–54. (In Russian).

5. Vybranets A. V. The fight against motorization, using the positive characteristics of light rail transport. *Student Bulletin*. 2020;22-7(120):82–84. (In Russian).

6. Bocharova O. V. The role of the social institution of transport in the social space of the city. *Bulletin of the Saratov State Technical University*. 2010;2-1(45):290–294. (In Russian).

7. Macheret D. A. Transport development in the context of socio-economic problems. *Transport of the Russian Federation*. 2017;4 (71):16–18. (In Russian).

8. Roshchin L. V., Golskaya Yu. N. The social role of transport in the economy of the region. *Economy of the region*. 2011;1 (25):244–248. (In Russian).

9. Blagov Yu. E., Ivanova E. A. Corporate Social Responsibility in Russia: Lessons from the National Report on Social Investment. *Russian Management Journal*. 2009;7(1):3–24. (In Russian).

10. Decree of the President of the Russian Federation of July 21, 2020 No. 474 «On the national development goals of the Russian Federation for the period up to 2030». Access mode: <https://rg.ru/2020/07/22/ukaz-dok.html> Date of access: 01.11.2020 (In Russian).

11. Budarin S. S. Sustainability of the functioning

of world health systems during the COVID-19 pandemic. *Economics and Management: Problems, Solutions*. 2020;3(8):105-114 (In Russian).

12. Zdorovyy obraz zhizni i profilaktika zabolevaniy [A healthy lifestyle and disease prevention]. Ed. N.D. Yushchuka, I.V. Maeva, K.G. Gurevicha. Moscow, Pero Publ., 2012. 659 p. (In Russian)

13. Dmitriev I. Kontent-analiz: sushchnost, zadachi, protsedury [Content analysis: essence, tasks, procedures]. Moscow, 2005.

14. Platonov A. A. Social significance of the organization of passenger transportation by road-rail vehicles. *Scientific Notes of the Pacific State University*. 2015;6(1):109-113.

15. Olapoju O. M. Estimating transportation role in pandemic diffusion in Nigeria: A consideration of 1918-19 influenza and COVID-19 pandemics. *J Glob Health*. 2020 Dec.;10(2):020501. <https://doi.org/10.7189/jogh.10.020501>.

16. Glaeser E. L., Gorbach C., Redding S. J. JUE Insight: How Much does COVID-19 Increase with Mobility? Evidence from New York and Four Other U.S. Cities. *J Urban Econ*. 2020 Oct 21:103292. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2020.103292>. Online ahead of print.

17. Shaikh Abdul Karim S., Md Tahir F. A., Mohamad U. K., Abu Bakar M., Mohamad K. N., Suleiman M., Omar Khan H., Md Noor J. Experience repatriation of citizens from epicentre using commercial flights during COVID-19 pandemic. *Int J Emerg Med*. 2020;13(1):50. <https://doi.org/10.1186/s12245-020-00308-7>.

18. Hossain M. The effect of the Covid-19 on sharing economy activities. *J Clean Prod*. 2020 Oct 22:124782. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124782>. Online ahead of print.

Конфликт интересов

Все авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Финансирование

Исследование не имело спонсорской поддержки.

Вклад авторов

Концепция и дизайн исследования – К. Г. Гуревич; сбор данных – Е. А. Жидкова, Е. В. Окунькова; обработка материала – Е. А. Жидкова, Е. В.

Окунькова; написание и редактирование текста – К. Г. Гуревич, К. В. Зорин; перевод на английский язык – К. В. Зорин. Все соавторы – критически рассмотрели и утвердили окончательный вариант статьи, несут ответственность за целостность всех частей статьи.

Conflict of interests

The authors declare that there is no conflict of interest.

Funding

The authors received no financial support for the research.

Authors' contributions

Research concept and design – K. G. Gurevich; data collection – E. A. Zhidkova, E. V. Okunkova; material processing – E. A. Zhidkova, E. V. Okunkova; text writing and editing – K. G. Gurevich, K. V. Zorin; translation of the text into English – K. V. Zorin. All co-authors – critically reviewed and approved the final version of the article, responsibility for the integrity of all parts of the article.

Сведения об авторах

Жидкова Елена Анатольевна – кандидат медицинских наук, старший преподаватель кафедры ЮНЕСКО «Здоровый образ жизни – залог успешного развития» ФГБОУ ВО «Московский государственный медико-стоматологический университет имени А. И. Евдокимова» Минздрава России, <https://orcid.org/0000-0002-6831-9486>.

Окунькова Елена Вячеславовна – кандидат медицинских наук, старший преподаватель кафедры ЮНЕСКО «Здоровый образ жизни – залог успешного развития» ФГБОУ ВО «Московский государственный медико-стоматологический университет имени А. И. Евдокимова» Минздрава России, <https://orcid.org/0000-0003-2123-3498>.

Зорин Константин Вячеславович – кандидат медицинских наук, доцент кафедры ЮНЕСКО «Здоровый образ жизни – залог успешного развития» ФГБОУ ВО «Московский государственный медико-стоматологический университет имени А. И. Евдокимова» Минздрава России, <https://orcid.org/0000-0001-8819-6818>.

Гуревич Константин Георгиевич – доктор медицинских наук, профессор РАН, заведующий ка-

федрой ЮНЕСКО «Здоровый образ жизни – залог успешного развития», ФГБОУ ВО «Московский государственный медико-стоматологический университет имени А. И. Евдокимова» Минздрава России, <https://orcid.org/0000-0002-7603-6064>.

Information about authors

Elena A. Zhidkova – PhD in Medical Sci., senior lecturer at the Department of UNESCO «Healthy lifestyle is the key to successful development», A. I. Evdokimov Moscow State University of Medicine and Dentistry, <https://orcid.org/0000-0002-6831-9486>.

Elena V. Okunkova – PhD in Medical Sci., senior lecturer at the Department of UNESCO «Healthy lifestyle is the key to successful development», A. I. Evdokimov Moscow State University of Medicine and Dentistry, <https://orcid.org/0000-0003-2123-3498>.

Konstantin V. Zorin – PhD in Medical Sci., assistant Professor at the Department of UNESCO «Healthy lifestyle is the key to successful development», A. I. Evdokimov Moscow State University of Medicine and Dentistry, <https://orcid.org/0000-0001-8819-6818>.

Konstantin G. Gurevich – MD, Professor of Russian Academia of Sciences, Head at the Department of UNESCO «Healthy lifestyle is the key to successful development», A. I. Evdokimov Moscow State University of Medicine and Dentistry, <https://orcid.org/0000-0002-7603-6064>.

Для корреспонденции:

Гуревич Константин Георгиевич

Correspondence to:

Konstantin G. Gurevich

+7 (495) 681-88-31

kgurevich@mail.ru