

УДК 656

DOI: 10.34670/AR.2026.85.43.021

Социальные медиа как инструмент повышения безопасности на дорогах

Макуха Нина Александровна

Кандидат исторических наук, доцент,

Дальневосточный филиал

Российского государственного

университета правосудия им. В.М. Лебедева,

680000, Российская Федерация, Хабаровск, ул. Тургенева, 74;

e-mail: Z21nina@yandex.ru

Комарова Елизавета Евгеньевна

Студент,

Дальневосточный филиал

Российского государственного

университета правосудия им. В.М. Лебедева,

680000, Российская Федерация, Хабаровск, ул. Тургенева, 74;

e-mail: Z21nina@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматривается влияние социальных медиа на формирование общественного мнения о безопасности на дорогах, а также их роль в профилактике дорожно-транспортных происшествий. Авторами анализируется конкретный успешный пример использования социальных медиа для информирования и вовлечения граждан.

Для цитирования в научных исследованиях

Макуха Н.А., Комарова Е.Е. Социальные медиа как инструмент повышения безопасности на дорогах // Вопросы российского и международного права. 2025. Том 15. № 12А. С. 204-208. DOI: 10.34670/AR.2026.85.43.021

Ключевые слова

Социальные медиа, социальная реклама, правила дорожного движения, дорожно-транспортные происшествия, влияние, общественная безопасность, цифровые коммуникации.

Введение

С ростом популярности социальных медиа в последние десятилетия, их влияние на различные аспекты жизни стало очевидным. Поэтому ни для кого не секрет, что в современных реалиях социальные сети имеют большое значение и популярность среди населения. Одной из таких областей является безопасность на дорогах. Социальные медиа могут служить мощным инструментом для повышения осведомленности, обмена информацией и формирования общественного мнения о безопасности дорожного движения. Кроме этого, существуют исследования о сборе и анализе пользовательских сообщений для выявления опасных мест. [Абрамова, Новиков, 2023, с. 89-99]

Основная часть

Данное направление можно назвать социальной рекламой, которая представляет собой часть информационной среды, которая воздействует на сознание большинства населения, участвует в становлении определенных стандартов мышления и формировании социального поведения различных слоев общества. А. К. Симонова считает, что подобная реклама «побуждает к рационально обоснованному пересмотру тех ценностных ориентаций, которыми человек руководствуется в повседневной жизни путём демонстрации одобряемых социумом форм реализации долга, ответственности перед людьми и самим собой» [Симонова, 2010, с. 5]. Демонстрация одобряемых социумом форм реализации долга и ответственности может стать мощным мотиватором для изменения поведения. Таким образом, реклама, акцентирующая внимание на важности безопасности на дорогах или заботы об окружающей среде, может способствовать формированию более ответственного отношения к собственным действиям.

В качестве примера возьмем телеграм-канал Управления Госавтоинспекции по Хабаровскому краю. В октябре 2023 года количество подписанных на канал составляло около 650 человек, а вовлеченность согласно статистике, составляла всего 0,63%. В октябре 2024 года количество подписанных уже составило 2 767, вовлеченность в свою очередь уже составляет 1,48 %. [Статистика телеграм-канала Управления Госавтоинспекции по Хабаровскому краю, www]

Такой скачок произошел благодаря изменения стиля введения социальных сетей. Сейчас через телеграм-канал люди получают всю необходимую информацию о происходящем вокруг них в области дорожного движения. Причем люди стали активно делиться полученной информацией посредством цитирования и репостов, что в свою очередь помогает распространению информации и соответственно повышает осведомленность общества. Благодаря изменению подхода к освещению хода работы сотрудников Госавтоинспекции, фактов дорожно-транспортных происшествий. Раскрытие деталей, способствующих совершению дорожно-транспортных происшествий повышает уровень осведомленности о потенциальных опасностях и подчеркивает важность соблюдения правил дорожного движения. Качественные фото и видеоматериалы с мест происшествий вызывают сильные эмоциональные реакции, что способствует более глубокому осмыслению последствий безответственного поведения на дороге. Именно видимые последствия нарушений могут заставить людей задуматься о своих действиях, что в качестве водителя, что пешехода.

Кроме этого, в настоящее время органами государственной власти осуществляется юридический анализ новой реальности, когда записи с регистраторов и телефонов из соцсетей становятся уликами. Это способствует качественному освещению и расследованию дорожно-транспортных происшествий, что содействует формированию общественного мнения о необходимости соблюдения правил дорожного движения. Это в будущем повлияет на культурные нормы и ценности, связанные с безопасностью на дорогах. [Волков, 2024, с. 34-41]

Кроме освещения дорожно-транспортных происшествий, большую роль играет «правильное» обращение к участникам дорожного движения. Сотрудники Госавтоинспекции стали записывать короткие и содержательные видео, в которых они обращаются к водителям и пешеходам. Данное дало значимый отклик, поскольку видео записываются эмоциональными и личными, с акцентом на важность соблюдения правил дорожного движения. Не вызывает негатив правильная расстановка акцентов, когда Госавтоинспекция обращается с призывом сохранить жизнь и здоровье, а не угрожает наказанием. Обращение к гражданам как к ценным участникам дорожного движения помогает им осознать свою ответственность. Это может повысить уровень осведомленности и понимания важности соблюдения правил, что в свою очередь способствует снижению числа нарушений. Такой подход, ориентированный на поддержку и защиту, может улучшить и имидж сотрудников Госавтоинспекции, потому что люди будут воспринимать их не как «карающих», а как «защитников», что способствует укреплению общественного доверия.

В телеграм-канал добавили интерактивные элементы, такие как, викторины, опросы, конкурсы на тему правил дорожного движения, что способствовало большему вовлечению аудитории и распространению, поскольку викторины содержали в себе сложные и спорные задачи, где возникали яркие обсуждения и далее следовали репосты. Опросы чаще содержат так скажем повседневный характер, чтобы человек понимал приближенность телеграм-канала к мнению общества. Конкурсы, в свою очередь, направлены на популяризацию соблюдения правил дорожного движения. [Статистика телеграм-канала Управления Госавтоинспекции по Хабаровскому краю, www]

Также необходимо отметить, что аудиторию привлекают фото и видеоролики, демонстрирующие работу сотрудников Госавтоинспекции в настоящем времени. В первую очередь это прозрачность, люди видят, как принимаются решения, какие меры предпринимаются для обеспечения безопасности на дорогах, что помогает формировать доверие к сотрудникам, а также создает эмоциональную связь с госавтоинспекторами. Реальные ситуации вызывают у аудитории эмоции: они могут сопереживать как сотрудникам Госавтоинспекции, так и участникам дорожного движения. И эта связь играет огромную роль в использовании социальных медиа для повышения безопасности на дорогах. Эффективность короткого видеоформата в формировании правильного поведения сегодня уже доказанный факт. [Карпова, 2023, с. 115-130]

Следует отметить, что, несомненно, в современном обществе социальные медиа представляют собой мощный инструмент для повышения безопасности дорожного движения. Их возможности в области образования, обмена информацией и формирования общественного мнения могут существенно снизить количество дорожно-транспортных происшествий. А анализ технической интеграции соцмедиа все чаще используется для упрощения действий водителей после инцидента, если таковые случаются на дороге. [Мельников, Сафин, 2023, 67-72]

Заключение

В результате всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что, когда общество понимает важность соблюдения правил дорожного движения и видит, что Госавтоинспекция работает в их интересах, это формирует коллективное нетерпимое отношение к нарушителям. Данное обстоятельство в будущем приведет к большей активности людей в вопросах безопасности, что может привести их к более ответственному поведению на дорогах.

Библиография

1. Абрамова С. В., Новиков Д. К. Краудсорсинг данных в социальных медиа для предиктивного анализа аварийно-опасных участков дорог // Информационные технологии и системы управления. 2023. № 4(78). С. 89-99.
2. Волков П. А. Правовые аспекты использования контента из социальных сетей как доказательства при расследовании ДТП // Транспортное право. 2024. № 1. С. 34-41.
3. Карпова Е. М. Коммуникативные кампании в TikTok и Reels для молодежной аудитории: влияние на установки безопасного вождения // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2023. Т. 8, № 3. С. 115-130.
4. Мельников С. В., Сафин И. Р. Интеграция API социальных платформ в мобильные приложения помощи на дорогах (на примере «ДТП.Европротокол») // Транспорт Российской Федерации. 2023. № 6(95). С. 67-72.
5. Петров Д., Иванова М. AI-driven Analysis of Public Sentiment in Road Safety Campaigns on Twitter (X): A Cross-Country Study (2022-2023) // Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour. 2024. Vol. 101. P. 154-167. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2023.12.008>
6. Симонова А. К. Реклама в процессе детерминации социального поведения личности: автореферат докторской диссертации кандидата социологических наук. Екатеринбург, 2010. 5 с.
7. Статистика телеграм-канала Управления Госавтоинспекции по Хабаровскому краю. URL: <https://tgstat.ru/channel/@gibdd27/stat>.

Social Media as a Tool for Improving Road Safety

Nina A. Makukha

PhD in History, Associate Professor,
Far Eastern Branch
of the Russian State University
of Justice named after V.M. Lebedev,
680000, 74, Turgeneva str., Khabarovsk, Russian Federation;
e-mail: Z21nina@yandex.ru

Elizaveta E. Komarova

Student,
Far Eastern Branch
of the Russian State University
of Justice named after V.M. Lebedev,
680000, 74, Turgeneva str., Khabarovsk, Russian Federation;
e-mail: Z21nina@yandex.ru

Abstract

The article examines the influence of social media on shaping public opinion about road safety, as well as their role in preventing road traffic accidents. The authors analyze a specific successful example of using social media to inform and engage citizens.

For citation

Makukha N.A., Komarova E.E. (2025) Sotsial'nyye media kak instrument povysheniya bezopasnosti na dorogakh [Social Media as a Tool for Improving Road Safety]. *Voprosy rossiiskogo i mezhdunarodnogo prava* [Matters of Russian and International Law], 15 (12A), pp. 204-208. DOI: 10.34670/AR.2026.85.43.021

Keywords

Social media, social advertising, traffic regulations, road traffic accidents, influence, public safety, digital communications.

References

1. Abramova, S. V., & Novikov, D. K. (2023). Kraudsorsing dannykh v sotsial'nykh media dlja predikativnogo analiza avariino-opasnykh uchastkov dorog [Crowdsourcing of data in social media for predictive analysis of accident-prone road sections]. *Informatsionnye tekhnologii i sistemy upravleniya*, 4(78), 89–99.
2. Karpova, E. M. (2023). Kommunikativnye kampanii v TikTok i Reels dlja molodezhnoi auditorii: vliyanie na ustanovki bezopasnogo vozhdeniia [Communicative campaigns in TikTok and Reels for the youth audience: Impact on safe driving attitudes]. *Kommunikatsii. Media. Dizain*, 8(3), 115–130.
3. Melnikov, S. V., & Safin, I. R. (2023). Integratsiia API sotsial'nykh platform v mobil'nye prilozheniiia pomoshchi na dorogakh (na primere «DTP.Evroprotokol») [Integration of social platform APIs into mobile road assistance applications (on the example of "DTP.Europrotokol")]. *Transport Rossiiskoi Federatsii*, 6(95), 67–72.
4. Petrov, D., & Ivanova, M. (2024). AI-driven Analysis of Public Sentiment in Road Safety Campaigns on Twitter (X): A Cross-Country Study (2022-2023). *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 101, 154–167. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2023.12.008>
5. Simonova, A. K. (2010). *Reklama v protsesse determinatsii sotsial'nogo povedeniiia lichnosti* [Advertising in the process of determining the social behavior of an individual] [Abstract of Candidate of Sociological Sciences dissertation]. Ekaterinburg.
6. *Statistika telegram-kanala Upravleniiia Gosavtoinspeksiia po Khabarovskomu kraiu* [Statistics of the Telegram channel of the State Traffic Inspectorate Directorate for the Khabarovsk Territory]. (n.d.). <https://tgstat.ru/channel/@gibdd27/stat>
7. Volkov, P. A. (2024). Pravovye aspekty ispol'zovaniia kontenta iz sotsial'nykh setei kak dokazatel'stva pri rassledovanii DTP [Legal aspects of using content from social networks as evidence in the investigation of traffic accidents]. *Transportnoe pravo*, 1, 34–41.