

**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](http://www)]

Такой скачок произошел благодаря изменениям 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](http://www)]

Также необходимо отметить, что аудиторию привлекают фото и видеоролики, демонстрирующие работу сотрудников Госавтоинспекции в настоящее время. 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 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 dlia predikativnogo analiza avariino-opasnykh uchastkov dorog [Crowdsourcing of data in social media for predictive analysis of accident-prone road sections]. *Informatsionnye tekhnologii i sistemy upravleniia*, 4(78), 89–99.
2. Karpova, E. M. (2023). Kommunikativnye kampanii v TikTok i Reels dlia molodezhnoi auditorii: vlianie 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 prilozheniia 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 povedeniia 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 Upravleniia Gosavtoinspeksii 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.