

# Как сделать цифровой сервис доступным?

Екатерина Потапова  
Академический директор

Москва 2022



## ЕКАТЕРИНА ПОТАПОВА

### Академический директор Центра

- 2019-2022 – руководитель направления исследований и аналитики Центра
- С марта 2022 – академический директор Центра
- Кандидат филологических наук
- 15+ лет руководства ИТ-проектами
- Редактор и куратор аналитических докладов и исследований по теме доступности цифровых сервисов и этики технологий
- Редактор и соавтор серии докладов и публикаций по основным темам цифровой трансформации («Государство как платформа», «Стратегия цифровой трансформации», «ГосAgile» и т. д.)
- Участник и модератор секций на конференциях и круглых столах по теме доступности госуслуг и этики технологии

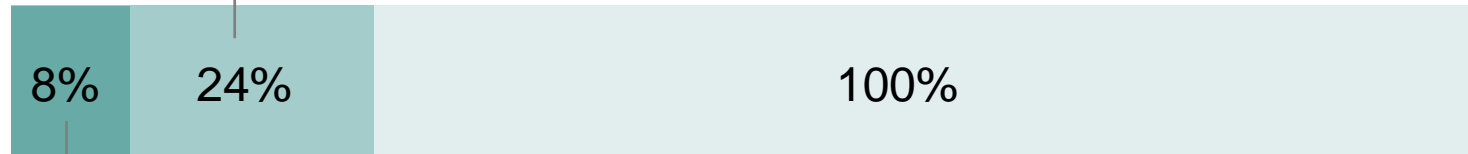


Доступность государственных цифровых сервисов. Исследование и Краткое руководство  
[summa.technology/reports/access/](https://summa.technology/reports/access/)

# ЦЕННОСТЬ ДОСТУПНОСТИ НЕ ОЧЕВИДНА ТОМУ, КТО О НЕЙ НИКОГДА НЕ ЗАДУМЫВАЛСЯ



● Пенсионеров по старости в России на 1 января 2022 года **34,6 млн** человек, это **24%** от общей численности



● Людей с инвалидностью в России — **11 млн**, это **8%** от общей численности



Временные трудности могут возникнуть у каждого — все 100% не застрахованы

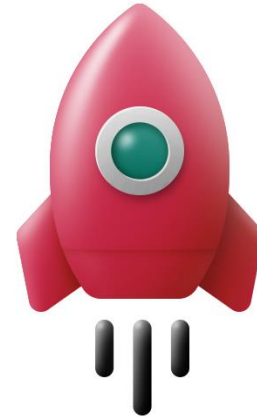


# ПОЧЕМУ СЕГОДНЯ ГОССЕРВИСЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ДОСТУПНЫМИ ДЛЯ ВСЕХ



Доступность цифровых сервисов входит в число обязанностей государства по отношению к гражданам:

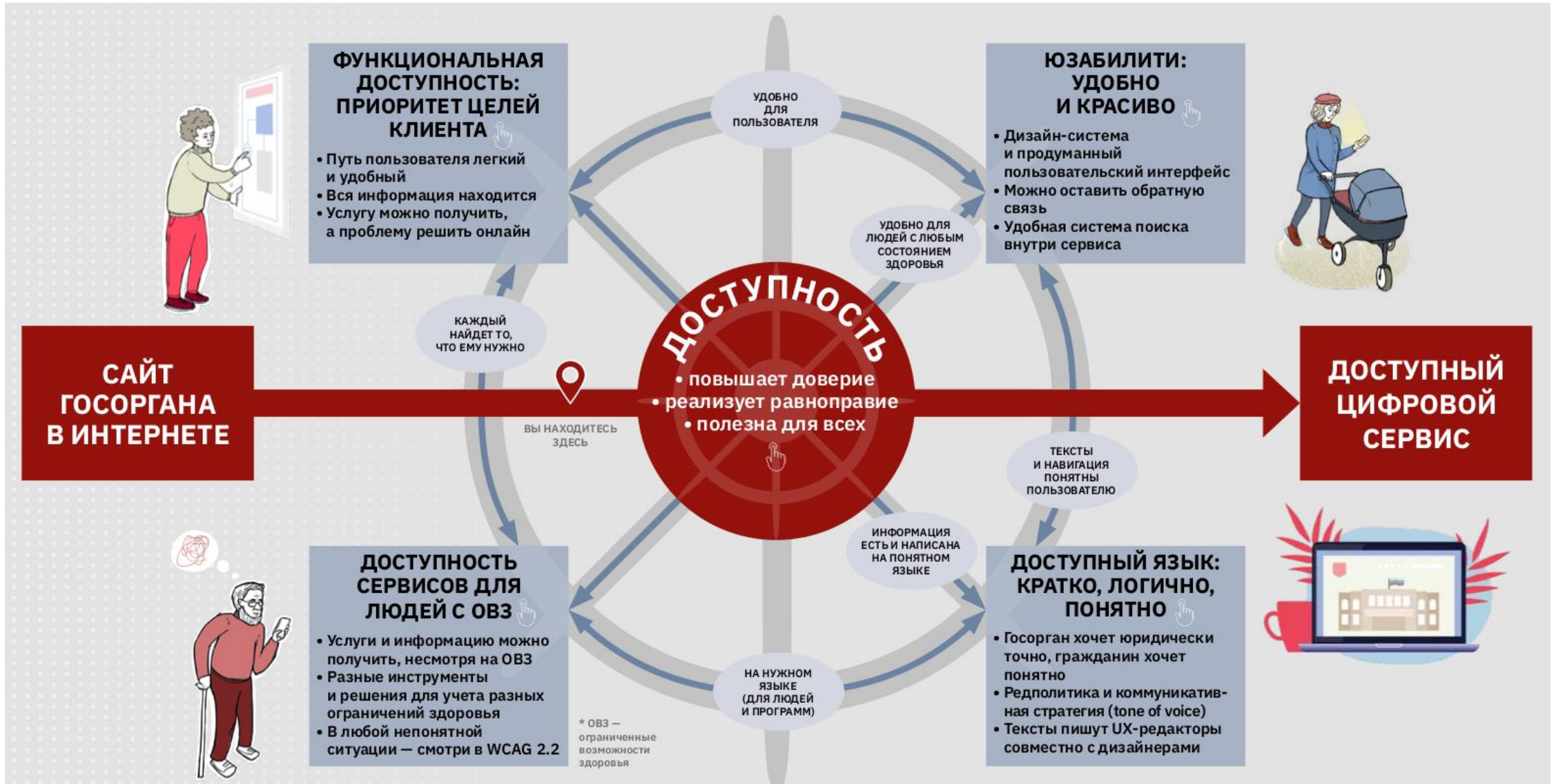
- в цифровых услугах и сервисах нуждаются 100% пользователей;
- роль цифровых сервисов растет в геометрической прогрессии;
- доступность — это не «забота об инвалидах», а возможность для любого гражданина получить то, что ему положено по закону;
- чем удобнее госуслуги, тем выше уровень доверия к государству.



Рост доверия =  
Рост ВВП



# ЧТО ТАКОЕ ДОСТУПНОСТЬ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ?





# ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ДОСТУПНОСТЬ



## ПРОБЛЕМЫ:

Запутанная логика услуги, отсутствие омниканальности, ограничения, связанные с возрастом, здоровьем, качеством интернета и т.д.;

## РЕШЕНИЯ:

- выделение категорий пользователей, типовых и экстремальных;
- выделение значимых характеристик для каждой категории пользователей (пол, возраст, состояние здоровья и т. п.);
- изучение пути клиента с привлечением реальных пользователей из разных категорий;
- конструирование сервиса с учетом особенностей разных категорий пользователей;
- создание интуитивно понятного алгоритма действий пользователя при работе с сервисом.



Москвичка Наталья заболела, находясь на даче. Она не сумела вызвать врача по телефону 122, потому что робот не смог понять, как у дачи не может быть номера квартиры: «С пятой попытки вызов приняла роботесса Светлана. Она никак не могла понять, почему у дачи нет номера квартиры, подъезда и этажа. Врача нет. Дозвониться ни до кого, кроме этого робота, невозможно», — пишет Наталья в одной из социальных сетей.

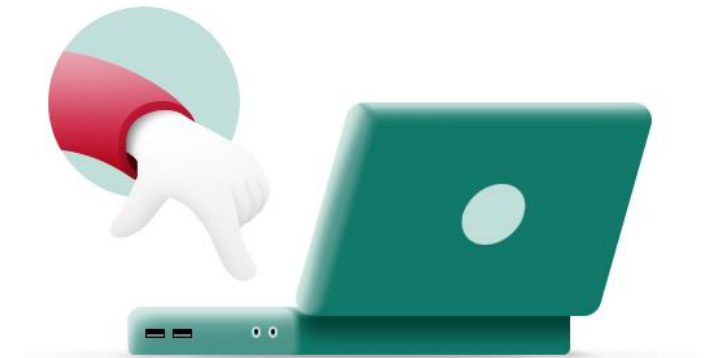


## ПРОБЛЕМЫ:

Невнятная навигация (в частности отсутствие хлебных крошек), неочевидные символы и обозначения, много информации в виде pdf-файлов, некликабельные элементы, неудобные для заполнения формы без подсказок.

## РЕШЕНИЯ:

- соответствие сервиса стандартам в сфере доступности и клиентоориентированности;
- тестирование готового сервиса на разных группах пользователей;
- создание инструментов корректного включения в готовый сервис новых элементов (например, новостей) без ущерба для пользовательских сценариев;
- создание системы метрик, позволяющих отслеживать доступность сервиса;
- возможность доработки сервиса по итогам обратной связи или сбора мнений пользователей.



## ПРОБЛЕМЫ:

Запутанный язык с большим количеством специальных терминов и сложным синтаксисом, отсутствие «переводчика» с языка НПА на русский, отсутствие единого стиля и тона общения (от занудства до панибратства).

## РЕШЕНИЯ:

- создание редакционной политики для текстов, размещаемых в сервисе;
- создание единого tone of voice, без формальности и без фамильярности;
- список критериев простого, понятного и доступного языка для текстов сервиса;
- требование координировать работу дизайнеров и редакторов в процессе создания сервиса;
- запрет на тестирование сервиса с неготовым текстом.



ПРИМЕР: В одной из социальных сетей пользователь опубликовал скриншот письма из ГИБДД с текстом «Направляем постановление об отмене постановления об обращении взыскания на денежные средства, вынесенное в рамках исполнительного производства № XXXXXX от 25.10.2021. Причина: неоплаченный штраф ГИБДД в соответствии с постановлением по делу об административном нарушении № XXXXXX от 22.10.2021. Сумма взыскания: 0 руб. При несвоевременной оплате может быть начислен исполнительский сбор от 1000 руб.». Извлечь из этого текста информацию о том, что штраф просто отменен, человеку, не обладающему навыком чтения и понимания подобных текстов, очень сложно.

# ДОСТУПНОСТЬ СЕРВИСОВ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОВЗ



## ПРОБЛЕМЫ:

Низкая контрастность, отсутствие в коде информации для скринридеров, запрет на масштабирование контента, отсутствие автоматического распознавания кнопок и элементов интерфейса, неверная иерархия заголовков.

## РЕШЕНИЕ:

Главный мировой стандарт в области доступности — [Руководство по обеспечению доступности вебконтента](#) (Web Content Accessibility Guidelines, WCAG).

В России с 2020 года действует [ГОСТ Р 52872-2019](#), созданный на его основе.

ГОСТ «Требования доступности для людей с инвалидностью и других лиц с ограничениями жизнедеятельности» регулирует доступность информации для людей с нарушениями:

- зрения;
- слуха;
- опорно-двигательного аппарата;
- речи;
- ментальной сферы;
- неврологических функций.

Требования стандарта также учитывают ограничения, возникающие с возрастом.



ПРИМЕР: «После адаптации приложения количество заказов от незрячих людей выросло вдвое. Примерно 10% наших клиентов имеют проблемы со зрением и пользуются функциями увеличения текста и повышения контрастности. Мы заметили, что средний чек у них выше». Михаил Рубанов, автор книги «Про доступность iOS»

# КАК СОБРАТЬ КОМАНДУ

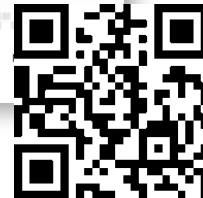


- Обеспечение доступности — командная задача; все вовлеченные в ее решение должны опираться на поддержку руководства и постоянно взаимодействовать между собой.
- Важнейшие качества для всех – это эмпатия и любопытство, желание посмотреть на продукт и его функции с позиции пользователей.
- Невозможно составить представление о доступности на основе своих мнений и ощущений, нужно знать потребности и ограничения целевой аудитории — людей с ОВЗ.
- Знание того, в чем заключается доступность и как ее обеспечить, должно стать частью профессиональных компетенций каждого из членов команды.
- Роли: евангелист, руководитель, дизайнер, UX-райтер, разработчик, тестировщик, поддержка

# КАК УБЕДИТЬСЯ, ЧТО МЫ НА ПРАВИЛЬНОМ ПУТИ

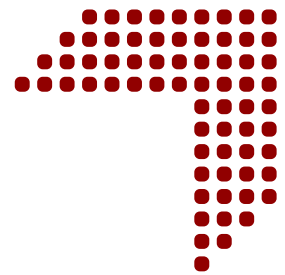


- Тестирование — важнейший этап, к которому нужно привлекать совершенно разные группы пользователей, в том числе пожилых людей, людей с ОВЗ и инвалидностью.
- Необходим как этап автоматизированного тестирования, так и этап ручного тестирования с участием пользователей.
- Состав рабочей группы по тестированию зависит от специфики сервиса; в большинстве случаев необходимо участие незрячего и слабовидящего пользователя, а также пользователя с нарушением моторных функций.
- Для тестирования можно привлекать сторонние организации, которые проводят аудит, или нанять in-house тестировщика.
- Обратная связь от пользователей (в том числе с ОВЗ) — ценный источник информации; нужно уметь правильно ее принимать и обрабатывать.



Этика и «цифра».  
Этические проблемы цифровых технологий (в 2-х томах)  
и От проблем к решениям  
[ethics.cdto.center](https://ethics.cdto.center)

Доступность государственных  
цифровых сервисов. Исследование  
и Краткое руководство  
[summa.technology/reports/access/](https://summa.technology/reports/access/)



**Спасибо за внимание!**



**CDTO.RANEPA.RU**



**CDTOCENTER**