



**КАК РАБОТАТЬ С НЕЗРЯЧИМИ КЛИЕНТАМИ**

# СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Взаимодействие зрячего и незрячего.....	3
Общие советы при общении с незрячими.....	3
Встреча и сопровождение незрячего.....	6
Правила сопровождения в транспорте.....	9
Раздел 2. Стилистам, работающим с незрячими.....	11
Как видит мир тотально слепой человек?.....	11
Непростой момент — цвета.....	13
Начинаем работу с незрячим клиентом.....	15
Описание внешности незрячего человека.....	18
Разбор гардероба.....	19
Шопинг.....	20
Онлайн-шопинг.....	23

## РАЗДЕЛ 1. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЗРЯЧЕГО И НЕЗРЯЧЕГО

### ОБЩИЕ СОВЕТЫ ПРИ ОБЩЕНИИ С НЕЗРЯЧИМИ

Прежде всего, если судьба столкнёт вас с инвалидом по зрению, помните, что это такой же человек, как и вы, со своими чувствами, мыслями, заботами — не нужно концентрироваться на слепоте человека. Чтобы общение с незрячим не казалось неловким, предлагаем вашему вниманию некоторые **рекомендации**, которые могут помочь лучше представить проблемы и возможности людей с инвалидностью по зрению и облегчить взаимодействие с ними.

Отметим, что среди незрячих людей есть не только тотально слепые (полностью утратившие зрение), но и слабовидящие (имеют глубокие нарушения зрения). Вам может показаться, что человек достаточно хорошо видит, но на самом деле он может действовать уверенно, так как научился пользоваться своим остаточным зрением и другими органами чувств, или вы наблюдаете за ним в привычном, хорошо изученном им пространстве. В жизни слабовидящие тоже испытывают определённые трудности, нередко из-за проблем со зрением возникают непростые и даже опасные ситуации. Начиная разговор с незрячим, **дайте ему понять, что вы обращаетесь именно к нему** (словами или лёгким прикосновением).

Если вы видите незрячего человека и хотите ему помочь — сначала узнайте, *нужна ли ему ваша помощь*. Есть инвалиды по зрению, которые чужой помощи предпочитают самостоятельность.

В помещениях, где есть разные источники шума, словесного обращения будет недостаточно, поэтому следует слегка прикоснуться к руке собеседника.

Незрячие люди в процессе общения не получают визуальную информацию о своём собеседнике — это может отражаться на их манере поведения. Из-за отсутствия обратной связи мимика и жестикуляция незрячих часто бывают обеднёнными или даже неадекватными. Не поддавайтесь первому впечатлению, если вдруг ваш незрячий партнёр по общению выглядит и действует немного странно. Не заостряйте внимание на внешних характеристиках.

В качестве источника информации о собеседнике незрячие используют невизуальные элементы. К ним относятся *голосовые и речевые характеристики*, такие как громкость, темп, интонации и др. По словам многих незрячих, первое впечатление о человеке создают именно звучание его голоса и речевые манеры. Эмоциональное состояние собеседника незрячие также обычно оценивают по его голосу. Кроме того, на слух воспринимаются походка и общий стиль движений человека.



Обычно в процессе общения большую роль играет зрительный контакт — он помогает выстраивать и поддерживать коммуникацию. Отсутствие такой возможности серьёзно осложняет общение незрячих с окружающими людьми, особенно установление первоначального контакта. Известны случаи, когда из-за этого зрячий собеседник не мог сосредоточиться и вести разговор с незрячим. Важно при разговоре обращаться именно к незрячему — не нужно избирать в качестве посредника для беседы его сопровождающего. Также не нужно выстраивать зрительный контакт с сопровождающим, если ваш собеседник не он, а непосредственно незрячий.

При общении *не показывайте жалости* — многим это может быть неприятно. Потеря зрения может быть болезненной темой, не все хотят рассказывать о причинах слепоты и своих переживаниях по этому поводу. Постарайтесь не проявлять излишнего любопытства, либо делайте это тактично и будьте готовы к отказу от обсуждения.

Разговаривайте с человеком с инвалидностью по зрению так же, как и с другими людьми.

В нашей речи многие слова и выражения, связанные со зрением, часто употребляются в значительно более широком смысле: «увидим» (в значении «узнаем»), «посмотрим» (о планах



на будущее) и т.п. Не стесняйтесь использовать эти выражения, ведь незрячие тоже активно пользуются ими. Не заменяйте обычную лексику: не стоит говорить «пощупайте» или «потрогайте» вместо «посмотрите».

В присутствии незрячих *нужно избегать объяснений друг с другом только с помощью мимики и жестов*, чтобы те не чувствовали себя исключёнными из общения.

## ВСТРЕЧА И СОПРОВОЖДЕНИЕ НЕЗРЯЧЕГО

Подробно обсудите, где вы будете встречаться с человеком с инвалидностью по зрению. *До места встречи должно быть легко добираться*, иначе у клиента могут возникнуть проблемы. Так, встретиться в конкретном магазине, особенно если он находится внутри торгового центра, может быть затруднительно. Выясните, как вы сможете узнать клиента. При встрече подойдите к нему сами. Чтобы привлечь к себе внимание, встаньте прямо перед человеком, обратитесь к нему по имени, представьтесь.

Белая трость – вспомогательное средство при передвижении людей с серьёзными нарушениями зрения. Если вы помогаете незрячему, нельзя хвататься за трость, так же как и за его сумку, поскольку это причиняет неудобство и может вызвать непонимание ваших намерений. Помимо трости, помощником незрячего может быть собака-проводник.



6

Нельзя отвлекать, трогать, подкармливать её, отдавать команды.

При сопровождении незрячего вы должны всегда на полшага быть впереди, в то время как ваш подопечный будет держать вас под руку выше локтя.

Спросите, с какой стороны ему будет удобнее держаться. Не пропускайте незрячего вперёд. Двигайтесь вместе, спокойно, без напряжения и суеты. Ваша рука может быть как прямой, так и согнутой в локте. Она для незрячего не опора, а путеводная нить. Важно быть начеку и следить за тем, чтобы человек не травмировался сам (высота и ширина пространства) и не повредил какое-либо имущество.

Когда предлагаете незрячему сесть, просто положите его руку, которой он держится за вас, на спинку стула. Если спинки нет или тянуться до неё не удобно, подведите человека лицом к сидению. Если рядом сидят другие люди, обозначьте это.

Чтобы пройти вместе с незрячим через узкое пространство, опустите вниз (если держали согнутой в локте) и слегка отведите назад свою руку, за которую держится незрячий. Таким образом, он будет идти не рядом с вами, а за вами.

Перед спуском или подъёмом по лестнице спросите, как ему будет удобнее идти: держась под руку



7

или за перила. Перед препятствием следует притормозить и предупредить незрячего: «Лестница/ступенька вниз (вверх)». Подводить незрячего к ступеням или лестнице нужно под прямым углом, не боком и не вполборота.

Поднявшись или спустившись на очередной лестничный марш, сопровождающий должен сделать шаг вперёд, подождать, пока на площадку войдёт незрячий, и только потом повернуться. Если возникнет потребность поменяться местами, именно незрячий должен сзади обойти сопровождающего.

Не следует голосом на расстоянии «регулировать» движение незрячего. Однако если это неизбежно, указывать нужно ясно и чётко, с объяснением причины: «Остановитесь, впереди яма».

Не оставляйте вашего подопечного одного на проезжей части улицы, на открытом крыльце или в дверях — проведите его в безопасное место.

Стоит отметить, что у многих незрячих вырабатываются свои привычки, поэтому хорошо знать правила сопровождения, но лучше уточнять, как именно тому или иному человеку будет комфортнее.



8

Если вам необходимо воспользоваться наземным общественным транспортом, тогда в салон вы должны зайти первым, внимательно контролируя спуск незрячего с бордюра и подъём по ступенькам транспорта. При наличии свободных мест предложите ему присесть, а в случае отказа положите его руку на поручень удобной высоты. Готовясь к выходу заранее, старайтесь перемещаться во время остановки транспорта или его длительного равномерного движения. Из салона выходите первым, не забывая предупреждать своего подопечного о последней ступеньке и высоте бордюра.

При прохождении через турникет метрополитена помогите вашему подопечному приложить карту и пройти первым. Одной рукой он может придерживать за поверхность турникета так, чтоб определить, когда нужно остановиться.

На эскалатор старайтесь шагать одновременно. Встаньте на ступеньку перед вашим спутником, который обязательно должен держаться правой рукой за поручень. Это не только обезопасит его от возможного падения, но и позволит следить за движением эскалатора и, своевременно обратив внимание на появившийся изгиб поручня, подготовиться к выходу. После того, как ступени эскалатора



9

выровняются, смело делайте шаг вперёд, и ваш подопечный, ориентируясь на это движение, последует за вами.

Ожидая поезда, стойте за ограничительной линией, которую на многих станциях можно тактильно ощутить подошвами ног. Обратите на это внимание вашего спутника для того, чтобы он был уверен, что стоит далеко от края платформы. При входе в вагон помогите ему дотронуться до раскрытых дверей, и он уверенно сможет одновременно с вами войти внутрь.

При посадке в автомобиль сначала помогите сесть незрячему человеку.

Дотроньтесь его рукой до сиденья и верхней части кабины так, чтобы он мог вовремя пригнать голову и избежать удара. После остановки автомобиля сначала выйдите сами, а затем помогите своему подопечному. Не забудьте предупредить бордюрах и припаркованных рядом машинах.

## РАЗДЕЛ 2. СТИЛИСТАМ, РАБОТАЮЩИМ С НЕЗРЯЧИМИ

### КАК ВИДИТ МИР ТОТАЛЬНО СЛЕПОЙ ЧЕЛОВЕК?

Обычно человек получает около 90% информации об окружающем мире через зрение. В условиях отсутствия зрения важнейшими источниками информации о внешнем мире становятся слух и осязание. Активное осязание составляет основу чувственного познания незрячих во всех сферах деятельности: в учёбе, в работе, в быту. Благодаря активным ощупывающим движениям становится возможным не только отражение отдельных свойств и качеств, но и вычленение формы и контуров объектов, на основе чего формируется целостный образ восприятия. Информацию о цвете объекта с помощью осязательного познания получить нельзя. Однако отметим, что для незрячих людей существуют специальные программы или устройства для определения цвета. Тем не менее потеря зрения сильно осложняет, а в каких-то случаях делает недоступным создание и поддержание привлекательного внешнего образа.

Картина мира незрячего во многом зависит от того, во сколько лет он потерял зрение. Если это произошло уже в сознательном возрасте, то человек мыслит теми же образами, что и зрячие люди, но теперь информацию о них получает с помощью других

органов чувств. Так, услышав шелест листвы, он представляет деревья, а тёплая солнечная погода ассоциируется с голубым небом.

Если человек потерял зрение в детстве, после пяти лет, он может помнить цвета и понимать их значение. Он будет знать, как выглядят семь цветов радуги и их оттенки. Но визуальная память всё равно будет развита слабо. Кстати, иногда даже у тотально слепых могут быть любимые и не любимые цвета ещё с детства.

Совсем по-иному воспринимают мир люди, которые не видели никогда. Будучи слепыми от рождения или с младенческого возраста, они не знают ни образов мира, ни его красок. Визуальное восприятие для них не существует, ассоциация предмета с изображением не развита. Например, известны случаи, когда таким пациентам удаётся вернуть зрение, и, увидев вещи, знакомые им по осязанию, они не могут узнать их только по внешнему виду, не осязав. Они знают названия цветов и предметов, но не знают, как они должны выглядеть. **Однако если их научить, могут запомнить ассоциации цветов с предметами и явлениями:** розы красные, а море синее; красный — это «горячий», а синий — «холодный».

Если человек потерял зрение в детстве, то некоторые описания цветов могут вызывать особые сложности. Описание оттенков: приглушенные, сдержанные, грязные оттенки, пастельные тона, кричащие цвета; названия цветов: фуксия, баклажан, винный, медный, пепельный, пшеничный, ультрамариновый и др.

В такой ситуации лучше всё-таки назвать этот цвет и постараться объяснить его так, чтобы человек понял. **Полностью отказываться от названий цветов и оттенков не нужно**, потому что впоследствии человек сможет с помощью этого описания сам подбирать себе одежду, например писать в поиске интернет-магазина «кардиган горчичного цвета».

Мнения стилистов насчёт необходимости для незрячего обилия информации о цветах расходятся. Некоторые стилисты предлагают развивать чувство цвета у незрячих людей с использованием максимального количества каналов восприятия: у каждого человека, вне зависимости от зрения, будет свой наиболее активный канал восприятия, поэтому можно дать максимум информации, а нейронные связи образуются у каждого своим путём.

Можно ассоциировать цвета с природными явлениями, с едой и т.д. К тому же некоторыми выдвига-

ется предложение давать ассоциации цвета со звуками, вкусами и запахами. Например, и цвета, и запахи делят на тёплые и холодные: если в аромате духов преобладают цветочные нотки, то упаковка будет красно-жёлтых оттенков, если аромат состоит из сочных, травянистых ноток с кислинкой – это будет зелёный цвет. О вкусе цвета: кислый зелёный, сладкий красный, банановый жёлтый. Звук цвета в природе: шум воды – это от прозрачно-белого водопроводного, голубого журчания ручья до тёмно-синего океана с его завораживающей музыкой прибоя. Или звук цвета в музыке – речь идёт про тональность произведения. Например, считается, что у Николая Андреевича Римского-Корсакова был «цветной слух». Эту способность «видеть» музыкальные тональности в цвете называют синестезией. Николай Андреевич представлял музыку в соотношении с цветами: так, ми мажор у него был синим, поэтому в операх «Сказка о царе Салтане», «Садко», «Золотой петушок» эта тональность употреблена для создания картин моря и звёздного неба. Восход солнца в тех же операх написан в ля мажоре – тональности весенней, розовой. В опере «Снегурочка» Римского-Корсакова ледяная девочка впервые появляется на сцене в «синем» ми мажоре, а её мать Весна-Красна – в «весеннем, розовом» ля мажоре.

*При обсуждении палитры стоит стремиться к тому, чтобы у незрячего человека не было дискомфорта.* На самом деле, даже люди с хорошим зрением один и тот же оттенок могут видеть и называть по-разному, особенно если их не сопоставить друг с другом. При разном освещении оттенок тоже изменится. Мы тренируем наше зрение, когда профессионально работаем с цветом, чтобы видеть вариации оттенков цветов разной длины волны. Поэтому **все люди договариваются об описании цветов**, особенно если речь идёт о третичных цветах и сложных оттенках. В конечном счёте всё заканчивается формированием визуальных образов в голове и в принятии общей терминологии. Попробуйте определить для себя ряд способов формирования в воображении образов цветов, их сочетаний и оттенков.

## НАЧИНАЕМ РАБОТУ С НЕЗРЯЧИМ КЛИЕНТОМ

Когда к вам как к профессиональному стилисту обращается человек с ограниченными возможностями по зрению, прежде чем начать работать с ним, **выясните, какие задачи он хочет перед вами поставить и как будет оценивать результаты вашей деятельности**: сами или с чьей-то помощью.

Среди людей с инвалидностью по зрению, так же как и среди условно здоровых людей, готовых обра-



тяться к стилисту, могут встретиться:

- клиенты, затрудняющиеся самостоятельно решить, какого именно фасона и цвета предмет одежды им нужен, и нуждающиеся в человеке, который будет давать советы и принимать окончательное решение;
- клиенты, охотно выслушивающие мнение специалиста, но окончательное решение принимающие, основываясь на своих ощущениях;
- клиенты, желающие получить новые знания от специалиста и воспользоваться его опытом. Возможно даже, изменить себя и свою жизнь с помощью услуг стилиста.

Нужно помнить, что среди людей с нарушениями зрения могут быть слабовидящие, которые испытывают значительные трудности, но всё же способны рассмотреть цвет, фасон одежды, а могут быть тотально слепые люди (слепорождённые или поздноослепшие). *Тактично узнайте, есть ли у человека остаточное зрение, в каком возрасте он зрение потерял, есть ли у него представление о цветах и т.д.*

Одним из ключевых моментов в работе с незрячими клиентами является умение расположить человека к себе, дать ему возможность раскрыться. Люди, имеющие физические недостатки, могут стесняться, неловко себя чувствовать и испытывать затруднения при общении с незнакомым человеком.



Далеко не каждый незрячий может адекватно оценить себя, открыто отвечать на вопросы. Создание психологически комфортных условий для работы поможет получить более качественный результат. Мало понимания того, во что клиента лучше одеть: его нужно попытаться почувствовать, понять. *Постарайтесь сделать так, чтобы человеку было максимально комфортно.* В идеале нужно иметь навыки психологической работы с клиентом.

При работе с незрячим уточните, как он представляет себе свой образ и какое впечатление он хочет производить (на работе, в кругу друзей, на противоположный пол). *Важно убедиться, что представления о том или ином понятии у незрячего и у стилиста совпадают.* Нужно понимать, что вопросы по типу «Стиль кого из знаменитостей вам ближе?», «Какие цвета вы предпочитаете в одежде?», «Какие принты вы любите?» могут быть затруднительными.

Для облегчения взаимопонимания с незрячим *обсудите, как с ним лучше взаимодействовать при выборе одежды.* Необходимо учитывать, что зачастую незрячий человек не может понять, нравится ему одежда или нет, как он себя в ней ощущает. И наоборот, может иметься устоявшееся ощущение, что красиво и что ему идёт. Рассказывать об альтернативных вариантах нужно таким образом, чтобы человек смог



их представить и попробовать применить для себя. Можно приводить в пример актуальные сейчас образы с модных показов, образы фэшн-блогеров, известных человеку звёзд и кинодив, просто удачные луки стрит-стайла — обязательно с подробным описанием, обращая внимание на актуальные силуэты, крой, манеру подачи вещей.

У человека, который в постоянной жизни не пользуется зрительной информацией, она быстро забывается, поэтому при консультировании незрячего по цветам, стилям и т.д. нужно зафиксировать эту информацию. Уточните у незрячего, в каком формате (печатный текст или аудио, например, голосовое сообщение) ему будет удобнее её воспроизводить.

Если вы высылаете человеку с нарушениями зрения фотографии, их нужно подробно описывать.

## ОПИСАНИЕ ВНЕШНОСТИ НЕЗРЯЧЕГО ЧЕЛОВЕКА

При описании внешности человека обрисуйте сначала общую картинку, а затем переходите к подробностям. Расскажите о типе фигуры человека: каково его телосложение, ширина плеч и бёдер, выраженная ли талия. Важно указать цвет глаз и волос незрячего клиента. При этом следует использовать корректные общепотребительные обозначения: не нужно гово-



18

рить «коричневые глаза» — мы называем их «карими». Недостаточно просто сказать, что волосы светлые или тёмные. Волосы, как мы знаем, могут быть русыми (тёмно- или светло-русыми), каштановыми, рыжими, седыми. Можно и даже нужно употреблять такие понятия, как брюнет, блондин. Если волосы имеют какой-либо необычный оттенок, это тоже важно обозначить.

Детальное описание внешности помогает незрячему получить более полное представление о себе.

Незрячим людям сложно самостоятельно определить свои точки красоты, необходимые для расстановки акцентов в образе. Порекомендуйте ему для начала попробовать проанализировать самостоятельно: вспомнить комплименты в свой адрес, спросить мнение близких ему людей, постараться услышать себя — важно ощущение самого человека касательно его точек красоты. В случае затруднения дайте свою квалифицированную помощь.

## РАЗБОР ГАРДЕРОБА

Если вы проводите разбор гардероба дома у клиента с инвалидностью по зрению, позвольте человеку самому доставать и убирать вещи. Постарайтесь ничего не переставлять с привычных для хозяина мест без согласия пригласившего вас человека. В процессе разбора гардероба проговаривайте



19

свои действия и своё мнение, обосновывая его.

Если вы привыкли оказывать эту услугу онлайн, пользуясь присылаемыми вам фотографиями, не стесняйтесь сообщить об этом. Вполне возможно, что ваш клиент имеет опыт работы с камерой мобильного телефона или ему может кто-то помочь.

## ШОПИНГ

Отправляясь на шопинг с незрячим человеком, заблаговременно узнайте, что он хочет приобрести. В магазине расскажите о товарах, которые там представлены и, знакомя своего подопечного с какой-либо вещью, слегка направьте его руку на неё.

При описании одежды идите от общего к частному. Сначала заострите внимание на основных характеристиках вещи — фасон, цвет— и только потом переходите на интересные с вашей точки зрения детали, например, пуговицы, форму выреза, принты и другие визуальные качества. Так сразу станет понятно, нужно ли тратить время на описание деталей: «Это платье тёмно-синего цвета, прямого покроя. Оно вам не идёт, потому что полнит».

Описание необходимо давать довольно подробное, нужно уметь проговаривать то, что зрячему человеку понятно и без слов: силуэт, оттенок цвета, фасон рукавов, прямой или фигурный низ изделия и т.п.



Помимо стандартных описаний, **объясните, почему вы предлагаете именно эту вещь**, как она работает с фигурой и внешностью, какое настроение и посыл несёт данный образ.

Не стоит использовать оценочные суждения, т.к. они не информативны: «Это некрасивый свитер, он вам не подходит». Присмотритесь и задумайтесь: какие детали определили эту оценку? «Свитер имеет грязно коричневый цвет» или «на нём есть неприличного характера принты».

С примеркой одежды незрячий справится сам, но нужно помочь ему найти примерочную и сориентироваться в ней. Помогите ему донести выбранные вещи до примерочной. Снимать их с вешалки или расстёгивать пуговицы до конца не нужно, чтобы не уронить вещи. Покажите незрячему, где находятся выбранные для него предметы одежды и куда он может положить или повесить свои.

Может возникнуть такая ситуация, когда, надев выбранные совместно с вами вещи, клиент дополнительно захочет выслушать мнение работающих в магазине консультантов. Среди незрячих встречаются нерешительные и неуверенные в себе люди, и для принятия решений им необходимо выслушать мнение нескольких человек. Постарайтесь не обижаться и поспособствуйте клиенту в его желании.



Возможно, сотрудники магазина не будут знать, как вести себя с незрячим человеком. Можно сразу учить вашего клиента правильно ставить задачу перед продавцом-консультантом.

Важно помнить, что для незрячего человека очень важна тактильная составляющая. В первую очередь лучше рассматривать приятные на ощупь ткани, это может быть смесь с кашемиром, атлас, шёлк, вискоза, мягкие велюровые фактуры и т.д. Можно применять контрастные сочетания фактур. Этот приём, например, может быть первым шагом для последующих перемен, когда человек ещё не готов к экспериментам, но его образ надо актуализировать.

При покупке какой-либо вещи желательно донести до клиента важную информацию об уходе, отображённую на этикетке: температура стирки, глажки и т.п.

Важно дать подробную информацию о том, как сочетать плечевые и поясные изделия, потому что незрячему человеку может быть затруднительно делать это на ощупь. Во избежание этой проблемы можно подбирать те изделия, которые будут хорошо сочетаться со всем.

*Если во время подбора вещей или примерки одежды вам потребовалось куда-то отойти, предупредите незрячего о своём уходе и возвращении и не бросайте его просто посреди магазина.*



*Если во время вашего общения вам позвонили, предупредите, что сейчас будете говорить по телефону, а также сообщите о конце разговора.*

Стоит отметить, что от незрячего клиента могут исходить очень узкие запросы, например: «Кофта такая же на ощупь, как эта, но в оттенке мята или изумруд, не очень длинная, но и не короткая». Шаг влево-вправо — уже не подходит, потому что в голове есть желаемый образ. Можно объяснить, что непросто найти вещь, полностью отвечающую запросу, в нужном размере и фасоне (который без ущерба запросу нужно адаптировать под фигуру), подходящую по бюджету и доступную к заказу онлайн или в конкретном месте. Обговорите возможную степень отступления от жёстких требований клиента, чтобы вероятность покупки подходящей вещи возросла.

Съёмка по видеосвязи во время онлайн-шопинга может быть затруднительной: и самому клиенту с инвалидностью по зрению может быть тяжело фотографировать себя через зеркало, и если во время примерки одежды ему будет помогать с видеосвязью такой же незрячий человек. Возможно, будет сложно увидеть детали и нюансы посадки вещи. Вам нужно корректировать место, где стоит клиент во время



примерки. Например, он может встать напротив света — тогда всё будет затемнено.

*Обязательно проследите, правильно ли надета вещь:* иногда определить перед изделием возможно только по наличию принта и т.д. По опыту работавших с незрячими клиентами стилистов, проверять нужно, даже если вам кажется, что нельзя надеть изделие неправильно.

При шопинге по видеосвязи у стилиста отсутствует возможность оценить качество вещи и наличие дефектов. Вам необходимо попросить клиента внимательно прощупать все строчки и швы, проверить отсутствие дыр, зацепок и т.д. Не стоит забывать об ограниченном времени на примерку у некоторых сервисов.

Онлайн-шопинг с незрячим клиентом лучше проводить с совместной примеркой офлайн, либо просить, чтобы с ним был зрячий, способный провести качественную видеосвязь и проверить вещи на наличие дефектов.

Во время онлайн-шопинга при подборе вещей вы скидываете клиенту множество ссылок с разными предметами одежды. Все эти ссылки вам нужно подробно описать, изучить и донести комментарии покупателей, потом согласовать и оформить доставку. Нужно понимать, что это может занять намного больше времени, чем офлайн-шопинг, даже с учётом пре-шопинга в офлайн-шопинге. Если клиент не сможет сразу просмотреть предоставленную



вами информацию, то вещей или размеров может уже не остаться в наличии — и всё начинается сначала.

*Важно сразу объяснить, что нужно посмотреть как можно скорее и дать ответ в кратчайшие сроки.*

Разумеется, нет необходимости заучивать эти правила. Но знакомство с ними может помочь грамотно оказать помощь человеку с инвалидностью по зрению. При тесном общении все правила незаметно станут естественной нормой взаимодействия и органично впишутся в коммуникативный процесс.

*Надеемся, что теперь вам будет понятнее, как вести себя с клиентом с особенностями зрения.*

**Давайте делать мир красивее и добрее.**



«Свод рекомендаций по взаимодействию стилистов с незрячими и слабовидящими клиентами» создавали члены команды проекта «Модный незрячий»

## **Мария Касаткина и Сергей Парахин**

Материалы предоставили:

### **Вячеслав Царегородцев**

менеджер социальных проектов Нижегородского областного центра реабилитации инвалидов по зрению «Камерата»

Некоммерческая организация «БЕЛАЯ ТРОСТЬ»

### **Елена Федосеева**

директор благотворительного фонда «Дом слепоглухих»

### **Татьяна Усачева**

консультант по выработке методик «Взаимодействие с незрячими клиентами»

Также своими рекомендациями поделились наши уважаемые стилисты: **Ольга Тудакова, Диана Арифалина, Елена Попова, Елена Мадунц, Елена Краковская, Ася Алмазова, Светлана Громова**

Иллюстрации: pikisuperstar

Графический дизайнер: Галина Кондакова, студия «K\_Lina»