

Программа учебной дисциплины
«Технологии манипулирования сознанием и поведением людей:
выявление, анализ, противодействие»

Утверждена
Академическим советом ОП
Протокол № от «__»____20__ г.

Разработчик	Дзялошинский И.М., профессор, факультета коммуникаций, медиа и дизайна
Число кредитов	4
Контактная работа (час.)	44
Самостоятельная работа (час.)	108
Образовательная программа	МАГОЛЕГО
Курс	1 курс магистратуры
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн-курса

1. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Целью освоения дисциплины «Технологии манипулирования сознанием и поведением людей: выявление, анализ, противодействие» является обучение студентов основам выявления и анализа манипулятивных технологий, используемых в журналистской деятельности, а также способам противодействия им.

Важной составляющей данной цели также является выработка у студентов понимания и уважения этических и правовых норм, которые распространяются на использование средств коммуникативного воздействия и манипулирования в сфере масс-медиа.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия в сфере коммуникативного воздействия, используемые в лингвистике, психологии, социологии;
- основные сферы бытования увещательной коммуникации, обсуждаемые в основной литературе наиболее яркие примеры построения успешной увещательной коммуникации;
- основные теории и концепции в лингвистике, психологии, социологии, связанные с исследованием коммуникативного воздействия и манипулирования;
- иметь системные представления о спектре языковых (речевых) средств коммуникативного воздействия и их воздействующем потенциале;
- иметь системные представления о социально-психологических инструментах коммуникативного воздействия и их воздействующем потенциале;

уметь:

- интерпретировать и аргументировать использование приемов коммуникативного воздействия с использованием понятий лингвистики, психологии, социологии;
- различать манипулятивную и неманипулятивную увещательную коммуникации;
- ответственно подходить к использованию конкретных приемов и механизмов воздействия;

владеть:

- практическими навыками использования воздействующего потенциала синтаксических языковых ресурсов;
- практическими навыками использования воздействующего потенциала семантических ресурсов на различных уровнях;
- практическими навыками использования средств речевого воздействия во взаимодействии с неречевыми средствами;
- практическими навыками использования социально-психологических инструментов в ситуациях коммуникативного воздействия.

Изучение дисциплины «Технологии манипулирования сознанием и поведением людей: выявление, анализ, противодействие» базируется на следующих дисциплинах: «Психология», «Социология», «Риторика».

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями: основами психологии личности, основами этики, основами риторики.

Приобретенные знания пригодятся студентам при подготовке магистерских диссертаций.

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема (раздел дисциплины)	Объем в часах			Планируемые результаты обучения (ПРО), подлежащие контролю	Формы контроля
	лк	см	сп		
Раздел 1. Влияние в структуре человеческого взаимодействия	6	3	18	Определяет на практических примерах разницу между влиянием и воздействием.	Анализ конкретных кейсов
Раздел 2. Ресурсы и технологии влияния	6	3	24	Определяет типы ресурсов, использованных в конкретных актах воздействия.	Анализ конкретных кейсов
Раздел 3. Сферы применения манипулятивных технологий	8	5	18	Определяет особенности сферы, в которой использованы манипулятивные технологии.	Анализ конкретных кейсов
Раздел 4. Манипуляция в массовых информационных процессах	4	3	24	Выделяет в медийном массиве тексты с манипулятивным потенциалом.	Анализ конкретных кейсов
Раздел 5. Защита от манипуляции	4	2	24	Определяет какие приемы защиты от манипулятивного воздействия целесообразно использовать в	Анализ конкретных кейсов

				конкретных ситуациях.	
Часов по видам учебных занятий	28	16	108		
Итого	152				

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. ВЛИЯНИЕ В СТРУКТУРЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Тема 1.1. Человек как субъект и адресат влияния.

Сознание и поведение личности, групп, масс. Программы поведения и программы управления. Когнитивные, социо-психологические, семиотические и социальные предпосылки коммуникативного воздействия и манипулирования.

Эмоциональные, экзистенциальные и культурные составляющие в процессах влияния и убеждения.

«Воздействие» в ряду других понятий: «взаимодействие», «влияние», «убеждение», «внушение», «манипулирование» и др. Смысловые различия, имеющиеся между этими категориями.

Зависимость человека от влияний социума и других индивидов, уязвимость для негативных влияний и иллюзий.

Тема 1.2. «Коллективное бессознательное», «архетип», «символ», «знак» в системе массовой коммуникации.

Разработка проблемы коллективного бессознательного в трудах Э.Тэйлора, Дж.Фрэзера, Л.Леви-Брюля, К.Леви-Стросса. Понятие архетипа в истории философии.

Архетипы и их культурно-исторический контекст в концепции К.Юнга. Современное понимание проблемы соотношения «знака» и «символа» (информационный, семиотический, нелингвистический подходы). Характеристика основных архетипов. Архетипы как алгоритмы индивидуального и социального поведения. Бессознательное и архетипическое в межличностном общении. Традиция, обряд и ритуал в культуре как способы организации социального порядка. Архетипические сюжеты в современной массовой культуре (кинематограф, телевидение, компьютерные игры и др.). Архетип и миф в современных коммуникациях.

Тема 1.3. Влияние на сознание и поведение людей. Эволюция представлений.

Осознание проблемы влияния на личность в различных культурно-исторических условиях. Исторические этапы развития системы социального влияния и убеждения.

История развития методов и концепций влияния, пропаганды и убеждения.

Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению. Особенности современного этапа взаимоотношений личности и социума, личности и группы как системы взаимовлияний.

Тема 1.4. Опыт изучения проблем социального влияния.

Аттитуды и атрибуции как фильтры и факторы влияния. Социальное влияние и когнитивная психология. Когнитивные ошибки и ложные аттитуды как факторы влияния. У. Найссер о когнитивных пределах манипулирования.

Концепция социальных автоматизмов Р. Чалдини: принципы рефлекторного влияния, психологические и культурные механизмы их эффективности, конструктивное использование и действенная защита от манипулятивных применений.

Джанис и Пратканис о группомыслии. Типы групп по их отношению к личности (от корпорации к коллективу). Эксперимент Эша и концепции конформности.

Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Эксперименты С. Милгрэма: подчинение авторитету, групповое давление - негативные и позитивные эффекты, влияние СМИ.

Тюремный эксперимент Ф. Зимбардо. Эксперимент М. Шерифа (межгрупповые отношения). Эксперименты Э. Аронсона, метод «составной картины-головоломки».

Тема 1.5. Этические и юридические аспекты влияния.

Культура, этика и влияние. Социальные и информационные влияния как факторы деструктивного и агрессивного поведения. Проблемы социально- психологической экологии и безопасности. Этические и юридические аспекты влияния и убеждения. Необходимость целенаправленного формирования культуры влияния и восприятия влияний. Возможности, пределы и перспективы целенаправленного (осознанного) влияния и убеждения.

РАЗДЕЛ 2. РЕСУРСЫ И ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ

2.1. Вербальные ресурсы.

Особенности языка как знаковой системы, служащей для передачи значений в процессе коммуникации. Устная речь и письменная речь- общее и особенное. Способы речевого воздействия: выбор/конструирование слов и выражений; выбор синтаксических конструкций; управление скрытыми смыслами и т.д.

Широкое и узкое понимание речевого воздействия. Соотношение понятия речевого воздействия и языкового манипулирования. Особенности структуры и функционирования естественного языка как инструмента речевого воздействия. Речевое воздействие и манипулирование на разных языковых уровнях.

Текст и подтекст. Особенности восприятия и понимания имплицитной информации. Принцип кооперации и постулаты речевого общения П. Грайса.

Имплицитные, порождаемые при нарушении постулатов речевого общения. Воздействующий потенциал имплицитной информации. Виды имплицитной информации: конвенциональные имплицитные (презумпция существования, исходное допущение вопроса, пресуппозиции различных видов); теоретические имплицитные, имплицитные дискурса. Основные типы языковых структур, вводящих имплицитную информацию. Умолчание как прием речевого воздействия. Взаимодействие различных видов информации (имплицитной и эксплицитной) в процессе понимания сообщения.

Прямые и косвенные речевые акты. Понятие перформатива. Воздействующий потенциал косвенных речевых актов.

2.2. Невербальные ресурсы.

Основные типы невербальных средств коммуникации. «Телесные знаковые системы» «Иконические знаковые системы». Невербальные средства выражения информации в сообщении: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности макета, звуковое сопровождение и голос и др. Соотношение вербальной и невербальной информации. Невербальная информация в сообщении, особенности ее взаимодействия с вербальной информацией.

Основы визуальной риторики. Визуальные тизеры, визуальные искажения, визуальные парадоксы, визуальные гиперболы и литоты, визуальные метафоры и метонимии, оживление мертвых метафор, визуальные каламбуры, замены и смещения в ролевой структуре и другие креативные приемы невербальной коммуникации.

2.3. Среда как ресурс воздействия.

Среда как знаковая система. Предметная среда, пространственные отношения, цвет, запах, одежда, украшения, и т.п. как средства влияния на сознание и поведение человека.

2.4. Символические ресурсы воздействия.

Символы как ресурс воздействия. Смысловая структура символа. Виды и типы символов.

2.5. Убеждающие технологии.

История развития методов и концепций влияния, пропаганды и дискуссионного убеждения. Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению.

Искусство убеждать. Убеждение как метод воздействия. Основные виды убеждения. Типы убеждающих воздействий: информирование, разъяснение, доказательство, опровержение.

Условия и правила убеждения. Практические приемы убеждения. Четырнадцать правил, помогающих убеждать. Речевые средства убеждения. Классическое понимание убеждающих речей. Красота, ясность и уместность как качества убеждающей речи.

Изучение ожиданий, установок, интересов, ценностных ориентаций людей как необходимое условие эффективности убеждения.

2.6. Диалогические технологии.

Ненасильственные коммуникации в современную эпоху. Диалог. Понятие о диалоге. Классификация видов диалога по субъектам: межличностный (диадический) диалог, диалог общественных групп, межкультурный диалог, межкультурный диалог. Диалог культур в глобальном мире.

2.7. Психологические манипуляции как скрытое управление сознанием и поведением людей.

Анализ и обобщение подходов к определению понятия «манипуляция». Определение манипуляции. Виды манипуляций. Манипуляция как способ управления. Манипуляция как угроза информационной безопасности общества. Место манипуляции в системе человеческих взаимоотношений.

Анализ отличий манипуляции от других технологий воздействия на сознание и поведение людей. Критерии манипуляции. Законы манипуляции. Рациональная манипуляция, ценностно-эмоциональное манипулирование, использование методов социального контроля, «черная» риторика, использование психологических автоматизмов, апелляция к коллективному бессознательному и др. Этическая сторона манипуляций.

2.8. Нейролингвистическое программирование как манипулятивная технология.

Программное воздействие и манипулирование: общие характеристики и различия.

Основные техники НЛП-воздействия (наведение трансa, отражение, пристройки, «якорение», ведение, программирование и др.).

РАЗДЕЛ 3. СФЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

3.1. Основные мишени манипуляции.

Побудители активности (потребности, интересы). Регуляторы активности (смысловые, целевые операциональные установки, нормы, мировоззрения, убеждения, самооценка, верования). Когнитивные комплексы (образы и картины мира, знания явные и неявные, информационные ориентации и т.д.). Операциональные комплексы (способы мышления, характер аргументации, коэффициент критичности, стиль поведения, привычки, навыки, умения, квалификации, ориентированность). Психические состояния (фоновые, функциональные, эмоциональные и т.д.).

3.2. Основные мишени манипуляции (продолжение).

Манипуляция посредством актуализации или создания ментально-мифологических конструктов и воздействия на архетипы и метапрограммы (Мифологическое манипулирование). Символы в манипуляции. Использование психологических автоматизмов. Манипуляция посредством актуализации ценностных представлений аудитории. Использование механизмов социального контроля. Логические уловки.

Использование особенностей мышления человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами.

3.3. Власть и манипуляции.

Манипуляции как ресурс прихода к власти. Манипуляция как средство реализации власти. Манипуляции как ресурс сохранения власти.

3.4. Бизнес и манипуляции.

Манипулирование в менеджменте. Манипуляции в продажах. Манипуляции на переговорах. "Crisis management", «кризисные» технологии как манипуляция.

Характеристика лоббирования как манипуляции.

3.5. Политики и манипуляции.

Политическое манипулирование: понятие, содержание, история Политическое манипулирование в системе правовых норм. Внеправовое политическое манипулирование. О роли и месте политического манипулирования в современной России. Манипуляции в ходе избирательных кампаний.

Политическая пропаганда и политическая реклама как комплексная технология манипулирования массовым сознанием.

3.6. Манипулятивные технологии в межличностном взаимодействии.

Общая характеристика межличностных манипуляций. Примеры межличностных манипуляций. Манипулятивные техники скрытого получения информации от партнера по общению. Манипуляции в общении руководителя и подчиненного.

3.7. Манипулятивные технологии в деловом общении.

Способы манипулятивного воздействия в деловом общении. Распознавание манипуляции в деловом общении. «Вампиры» и «доноры»: общая характеристика и психологические типы.

РАЗДЕЛ 4. МАНИПУЛЯЦИЯ В МАССОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ

Тема 4.1. СМИ как манипулятор.

Особенности психологических манипуляций в массовых информационных процессах. Основные формы массового информационно-психологического воздействия.

4.2. Манипулятивные возможности масс-медиа.

Информационные кампании и акции. Виды и типы информационных кампаний.

Общая модель воздействия в информационной кампании. Психологические войны. Цели и средства психологической войны. Основания психологической войны. Логика психологической войны. Коммуникативные составляющие психологической операции.

Инструментарий психологических операций.

4.3. Техники медиаманипуляции.

Искажение информации. Утаивание информации. Использование ложной информации. Способ подачи информации. Момент подачи информации.

4.4. СМИ как объект манипуляции.

Власть, бизнес, некоммерческие организации как субъекты манипулирования СМИ.

Формы давления на журналистов.

Манифестации «общественности». Аудитория: новые требования к содержанию.

4.5. Политические и экономические факторы влияния на СМИ.

Форма собственности и содержание СМИ. Максимизация прибыли и контент.

Экономическая самостоятельность как фактор противодействия манипуляциям.

Политические технологии как форма управления содержанием СМИ.

РАЗДЕЛ 5. ЗАЩИТА ОТ МАНИПУЛЯЦИИ

5.1. Методы «вскрытия» манипулятивных приемов.

Индикаторы манипуляции. Техники получения необходимой информации.

Определение установки собеседника на борьбу или на сотрудничество.

5.2. Защита от манипуляции.

Виды и механизмы защит. Межличностные и внутриличностные защиты.

Специфические и неспецифические защиты. Базовые защитные установки. Конформизм, нонконформизм и вконформизм. Укрепление защитного арсенала. Приемы конструктивной защиты. Предотвращение собственных неконструктивных реакций на манипуляцию. Обратная связь как способ противостояния чуждому влиянию. Способы выхода из негативных состояний, вызванных чужим влиянием.

5.3. Профессиональная корпорация как субъект сопротивления манипулятивным воздействиям.

Журналистика как специфическая репрезентация действительности. Отличия журналистики от пропаганды, публичных рилейшнз, рекламы.

Профессиональные стандарты в журналистике. Методика профессионально-этического аудита текстов СМИ. «Техника безопасности» в работе журналиста.

3. ОЦЕНИВАНИЕ

Контроль качества освоения студентами данной дисциплины состоит из следующих видов:

- текущего контроля успеваемости (регулярное и систематическое оценивание хода освоения студентами учебной дисциплины);
- окончательной (итоговой) оценки по дисциплине, которая зависит от оценок по всем элементам текущего контроля.

Текущий контроль, в свою очередь, складывается из следующих элементов:

- активности студента (оценивается посещаемость всех видов занятий);
- контрольной работы (оценивается умение выявлять манипулятивные приемы в реальной практике общения);
- письменного экзамена (оценивается полнота ответа и количество использованных источников).

Окончательная (итоговая) оценка по учебной дисциплине рассчитывается по следующей формуле:

$$O = 0,5 \times O_{\text{экс.}} + 0,3 \times O_{\text{к.р.}} + 0,2 \times O_{\text{акт.}}$$

Расчет оценки активности (посещаемости) осуществляется исходя из следующих показателей:

10 = 100-70% посещений;

5 = 60-30% посещений;

0 = менее 30% посещений.

Данный элемент контроля не подлежит передаче.

Применяется 10-балльная шкала оценивания:

Отлично – 8-10 баллов;

Хорошо – 6-7 баллов;

Удовлетворительно – 4-5 баллов;

Неудовлетворительно – 0-3 балла.

Оценка «0» используется в следующих случаях:

- отказ от предоставления (непредоставление без уважительной причины) контрольной работы и/или задания письменного экзамена;
- фабрикация данных и/или результатов проведенных исследований;
- несоответствие содержания письменной работы теме (заданию);
- наличие в письменной работе плагиата;
- двойная сдача письменных работ;
- списывание письменных работ.

Действует арифметический способ округления оценок:

- при значениях от 0,1 до 0,4 оценка округляется в меньшую сторону;
- при значениях от 0,5 до 0,9 – в большую.

Пересдача производится в соответствии с Порядком организации пересдач, зафиксированным в ПОЛОЖЕНИИ об организации промежуточной аттестации и текущего контроля успеваемости студентов Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Блокирующих элементов не предусмотрено.

4. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Примерные темы контрольных работ

1. Использование механизмов социального контроля.
2. Использование психологических автоматизмов (манипулятивные психотехнологии).
3. Логические уловки. Использование особенностей мышления человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами.
4. Манипуляция посредством актуализации или создания ментально-мифологических конструктов и воздействия на архетипы и метапрограммы (мифологическое манипулирование).
5. Манипуляция посредством актуализации ценностных представлений аудитории (ценностно-эмоциональное манипулирование).
6. Основные мишени манипуляции.
7. Символы в манипуляции.
8. Технологии информационного насилия (угрозы, шантаж, информационные войны).

Примерные темы письменного экзамена

1. Анализ и обобщение подходов к определению понятия «манипуляция».
2. Анализ, систематизация и уточнение основных понятий, описывающих практику открытого и скрытого влияния на людей.
3. Виды и механизмы защит.
4. Влияние открытое и скрытое.
5. Диалогические технологии.
6. Индивид, группа, толпа, масса как адресаты манипулирования.
7. Индикаторы манипуляции.
8. Использование механизмов социального контроля.
9. Использование психологических автоматизмов (манипулятивные психотехнологии).
10. Использование скрытого влияния на людей в различных сферах социального взаимодействия: день сегодняшний.
11. Конформизм, нонконформизм и внеконформизм.
12. Критерии манипуляции.
13. Логические уловки. Использование особенностей мышления человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами.
14. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах.
15. Манипулятивные техники скрытого получения информации от партнера по общению.
16. Манипуляции в общении руководителя и подчиненного.

17. Манипуляция посредством актуализации или создания ментально-мифологических конструктов и воздействия на архетипы и метапрограммы (Мифологическое манипулирование).
18. Манипуляция посредством актуализации ценностных представлений аудитории (ценностно-эмоциональное манипулирование).
19. Межличностные и внутриличностные защиты.
20. Место манипуляции в системе человеческих взаимоотношений.
21. Определение понятия «манипуляция». Анализ отличий манипуляции от других технологий воздействия на сознание и поведение людей.
22. Основания выделения различных групп приемов манипулятивного воздействия в массовых информационных процессах.
23. Основные техники НЛП-воздействия (наведение транса, отражение, пристройки, «якорение», ведение, программирование и др.).
24. Особенности и задачи основных этапов информационно-психологического воздействия манипулятивного характера.
25. Особенности человеческой психики, делающие ее уязвимой для манипуляции.
26. Позиции рассмотрения и особенности анализа психологических манипуляций в массовых информационных процессах.
27. Программное воздействие и манипулирование: общие характеристики и различия.
28. Психологические портреты манипуляторов.
29. Распознавание манипуляции в деловом общении.
30. Символы в манипуляции.
31. Специфические и неспецифические защиты. Базовые защитные установки. Чувственный и рациональный уровень.
32. Способы манипулятивного воздействия в деловом общении.
33. Технологии духовного насилия (внушение, гипноз, нейролингвистическое программирование).
34. Технологии информационного насилия (угрозы, шантаж, информационные войны).
35. Убеждающие технологии.

5. РЕСУРСЫ

В качестве основной литературы студентам будет предоставлен электронный ридер в LMS.

5.1 Рекомендуемая основная литература

1. Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. Монография — М.: НИУ ВШЭ, 2012. — 572 с. Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2014/03/25/1318940850/03%20Воздействие%20ок.pdf>
2. Лозовский, Б. Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации [Электронный ресурс] / Б. Н. Лозовский. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2008. — 212 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/370929> — ЭБС Знаниум

5.2 Рекомендуемая дополнительная литература

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди; Люди, которые играют в игры. — Минск: Попурри, 2000 (или более поздние издания).
2. Назайкин А. Н. Как манипулировать журналистами. — М.: Дело, 2004.

5.3 Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	Из внутренней сети университета (договор)
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	Из внутренней сети университета (договор)
3.	Apple Mac OS	Свободное лицензионное соглашение
4.	Microsoft Office Professional Plus 2016	Свободное лицензионное соглашение
5.	Eset Nod32	Из внутренней сети университета (договор)

5.4 Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>		
1.	ЭБС Знаниум	URL: http://znanium.com/ Из внутренней сети университета (договор)

5.5 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- персональный компьютер с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы и др.);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением;
- звуковое оборудование.

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены персональными компьютерами с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ, оборудованными вышеперечисленным ПО.

6. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

6.1.1. для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

6.1.2. для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

6.1.3. для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.