

РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИТЕ ТРУДОВЕ
на гл. ас. д-р Билиан Николаев Маринов,

представени за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност

„Доцент“

по професионално направление 3.7 „Администрация и управление“,

научна специалност „Икономика и управление

(Бизнес етика и Психология на личността)“

към катедра „Правни и хуманитарни науки“

на Стопански факултет при Технически университет – София,

обявен в ДВ бр. 28 от 01-04-2025 г.

Показател В.3 Хабилюационен труд – монография

Маринов, Б. (2025). Етични аспекти и психологически проблеми на дигиталната комуникация, ISBN: 978-619-167-584-5, ТУ-София.

Монографията изследва трансформации в процесите и формата на комуникацията, породени от дигиталните технологии, като акцентът пада върху етичните и психологическите аспекти на тези промени. Изследването има интердисциплинарен характер, обединявайки философски, психоаналитични и когнитивно-научни подходи, за да осмисли как дигиталната среда влияе върху личността, междуличностните връзки и обществената комуникационна култура. Специално внимание е отделено на въпроси като отговорност, истина, идентичност, изолация, нарцисизъм и дигитална зависимост.

Фокусът е поставен върху въпроси като:

- Как дигиталната комуникация влияе върху усещането за другост и емпатия?
- Възможна ли е истина в дигитална среда, доминирана от алгоритми и постистина?
- Как се конструира „Аз-ът“ в условията на постоянна свързаност и наблюдение?
- Може ли дигиталната идентичност да бъде устойчива и етично ангажирана?

Въвежда се понятието „етико-психологически модус на дигиталната идентичност“. Предлага се систематичен прочит на дигиталната комуникация през призмата на философския хуманизъм, психоанализата (Фройд, Ериксън) и

съвременната когнитивна наука. Артикулира се моралната отговорност при липса на „лице“ и телесно присъствие („комуникация без Другия“). Анализира се феномена „постистина“ и дигитална дезинформация чрез концепти от античната философия (*doxa* vs *epistēmē*) и съвременни школи. Психоаналитично се тълкува „дигиталното огледало“ ИИ като нарцистична структура на свързаност. Обосновава се грижата и устойчивостта като морална и психологическа алтернатива на дигиталната фрагментация на идентичността на индивида.

Дигиталната комуникация въвежда радикално преосмисляне на човешкото присъствие и взаимодействие. Тя конституира нова реалност, в която публичността е алгоритмично моделирана, ритъмът на общуването – ускорен, а свързаността – постоянна, но често псевдоавтентична. В този технологичен контекст се трансформират културни кодове, когнитивни навици и социални отношения, докато субективността се формира върху нестабилни опори на смисъл, идентичност и морална ориентация.

Фрагментацията на вниманието, паметта и въображението води до „адаптивна“ идентичност, изградена от емоционално наситени образи и данни, често лишени от дълбочина. Личността, поставена в условия на цифрова хиперреалност, изглежда все по-зависима от външна валидация и визуално самопредставяне.

Изследването е структурирано в четири взаимосвързани концептуални части (глави):

Първата изгражда философската и понятийна рамка на дигиталната комуникация, проследявайки нейната историческа, технологична и културна еволюция.

Втората разглежда етичните измерения на дигиталното общуване – с фокус върху моралната отговорност, кризата на истината, постистинността и дигиталната дезинформация.

Третата се концентрира върху психологическата динамика на дигиталното Аз, включително изграждането на идентичност, социалната изолация, нарцистичните механизми и зависимостите, провокирани от дигиталните платформи и изкуствения интелект.

Четвъртата глава разработва етико-психологически модел за справяне с когнитивното претоварване, моралната фрагментация и екзистенциалната уязвимост в дигиталната среда. Тя обединява философска рефлексия, символна чувствителност и приложни принципи за възстановяване на човешката дълбочина и осъзнато присъствие.

Изследването не предлага лесни решения, а рамка за ориентация – такава, която търси възможността за изграждане на субективност, способна да бъде

отговорна, емпатична и устойчива в епохата на технологична свърхсвързаност и културна трансформация.

Показател Г.6 Научни публикации в издания, които са реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация.

1. Mdrinov, B. (2025), *Technological Optimism: A Conceptual Framework for Sustainable Development. 29th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, 2025 (nog печат)*, индексирана в SCOPUS

В статията се въвежда понятието „технооптимизъм“, подчертавайки *грижата* като онтологичен и етичен принцип в контекста на кризата на идентичността и екологичната нестабилност, характерни за дигиталната ера. Чрез интердисциплинарен подход се установява, че технологичният напредък може да бъде насочван от трансценденталните идеали, идващи от древността – Истина, Доброта и Красота. Анализът разкрива двойствената природа на технологиите – едновременно като потенциален източник на човешко развитие и като заплаха за идентичността и автономността, и предлага рамка за иновации, основана на релационност, когнитивна устойчивост и екологична отговорност. В крайна сметка се очертава визия за технологично бъдеще, съзвучно с по-дълбоките човешки ценности, насърчаващо морална цялост и споделен смисъл в един фрагментиран свят.

2. Marinov, B. (2025). *Artificial Intelligence as Narcissus in the Culture of Immediate Gratification. 29th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, 2025 (nog печат)*., индексирана в SCOPUS

Статията се фокусира върху явлениято изкуствен интелект (ИИ) като го разглежда едновременно като симптом и като усилвател на съвременната нарцистична култура, формирана от динамиката на „незабавното удоволствие“, и поведенческата оптимизация. Основавайки се на психоаналитична теория и черпейки идеи от философията, когнитивната наука и екологичната етика, изследването разглежда ИИ не просто като неутрален инструмент, а като психологическа и културна форма, която отразява и моделира човешката субективност.

Чрез механизми като алгоритмично утвърждаване и емоционална симулация, ИИ технологиите затвърждават уязвими Аз-концепции, размихват символните граници на взаимодействие и намаляват толерантността към несигурност и отлагане. Въпреки това, същите технологии притежават трансформативен потенциал: те могат да бъдат преосмислени като инструменти за индивидуално развитие, емоционална устойчивост и екологично-мотивирано съзнание.

Чрез критически анализ на взаимодействието между дизайна на ИИ и нарцистичните структури на Аз-а, статията предлага преход към технологии, които:

- въвеждат продуктивни граници,
- поддържат символна сложност, и
- насърчават отговорност към Другия и към планетата.

Това интердисциплинарно изследване предлага модел за бъдеще на ИИ, който е етически обоснован и психологически съответен на човешките потребности.

Показател Г.7 Научна публикация в списания с научно рецензиране или в редактирани колективни томове

1. Marinov, B. “Collective ‘Dream’ Narcissism and the Transformations in Modern Technological Imagination”, XVII ISC “e-Governance and e-Communications”, Scientific papers, TU-Sofia, ISSN 2815-4525, ISSN 2534-8523, Sozopol, Bulgaria, 2025 (nog печат)

Статията включва интердисциплинарно психоаналитично и философско изследване на понятието „колективен нарцисизъм“ и неговата роля в непрекъснатото развитие и трансформация на съвременната технологична *фантазия*. В него въображението се разглежда не само като когнитивна и творческа способност, но и като морален и чувствителен ресурс, който все по-силно е оформян и предизвикван от всепроникващи нарцистични фантазии и митологизации в рамките на съвременната дигитална комуникация, особено по отношение на изкуствения интелект.

Чрез синтез на психоаналитичната теория, културен анализ и философия на технологиите, изследването проследява как несъзнавани колективни желания и идеализации участват в изграждането на технологични въображаеми светове, като често размихват границата между реалността и идеализираните дигитални проекции.

Този труд подчертава психологическата и етическата сложност, вплетена в технологичните иновации, и призовава към критическа рефлексия върху начина, по който въображението бива мобилизирано, експлоатирано и понякога изкривявано в рамките на дигитално-технологичния етос.

2. Marinov, B. “Pharmakon: The Digital Subjectivity Between Crisis and Transformation” XVII ISC “e-Governance and e-Communications”, Scientific papers, TU-Sofia, ISSN 2815-4525, ISSN 2534-8523, Sozopol, Bulgaria, 2025 (nog печат)

Това изследване разглежда съвременната криза на идентичността през призмата на понятието „фармакон“ – концепт от Платоновата философия, преосмислен от Бернар Стийглер за да обозначи двойствената природа на технологията – едновременно лек и отрова.

Опирайки се на психоанализата, психологията на индивидуалното развитие, философията на технологиите и културната теория, изследването анализира как дигиталната медийна среда моделира символната и психична конституция на субекта.

Установява се, че алгоритмичните системи и екзосоматичната памет дестабилизируют формирането на егото и нарушават циркулацията на психичната енергия, докато дигиталната култура трансформира идентичността в фрагментирана и перформативна конструкция, подчинена на външно одобрение и валидиране.

Дигиталните технологии, разгледани като фармакологична среда, провокират въпроса: могат ли тези технологични форми все още да поддържат символната интеграция и психично развитие – или по-скоро засилват цикли на повторение, криза и дезиндивидуация?

3. Маринов, Б. „ Дигиталният надзор: критика на поведенческото моделиране“. Сп. Медии и обществени комуникации. Бр. 60. Available from: [www.media-journal.info], Изг. УНСС, май, 2025. Digital Surveillance: A Critique of Behavioral Modeling. <https://media-journal.info/society/digitalniyat-nadzor-kritika-na-povedencheskoto-modelirane/>

В статията се изследват ефекти на дигитализацията, които могат да са предизвикателства пред индивидуалната свобода и обществената структура, видяни в обектива на технологичната етика. Въвежда се концепцията „дигитален

паноптикум“, осветляваща тенденцията за „програмиране на човека да действа по предписание“, като се дискутират нови форми на социален контрол. Критически се анализира ролята на технологиите в процеса на алгоритмично моделиране на поведението на потребителя и автоматизираното вземане на решения, които могат да подтикнат към дигитални зависимости и ограничаване на автономността. Акценти са „невидимите“ дигитални механизми на глобалния пазарен капитализъм, които предпоставят човешките избори чрез използването на лични данни като икономическа стойност. В тази нова реалност индивидите стават пасивни участници в процеси, които не разбират напълно, като губят контрола върху собствените си избори и желания. Аргументира се тезата, че съвременните технологии, възприемани като инструментариум на нова икономическа рационалност, улесняват формирането на тоталитарни модели на подчинение, при които властта и информацията се централизират, а автентичността на изборите, прозрачността в отношенията и свободата на личността са поставени под въпрос. Подчертава се необходимостта от нови регулаторни механизми за постигане на баланс между технологичните иновации и общочовешките ценности, лежащи в основата на демократичните принципи. Сред препоръките за ограничаване на т. нар. „техно тоталитаризъм“ са: изискване за разбираемост на алгоритмите, децентрализация на дигиталните платформи и етичен дизайн.

4. Sotirova, D., Marinov B, “Digital empathy in digital communication”, XVI ISC “e-Governance and e-Communications”, Scientific papers, TU-Sofia, ISSN 2815-4525, ISSN 2534-8523, Sozopol, Bulgaria, 2024.

В статията се изследва явлението дигитална емпатия. Интересът към темата е провокиран от повсеместното разпространение на дигиталната комуникация, която все повече измества общуването лице в лице във всички сфери на живота. Емпатията е съществено условие за всяка успешна комуникация и за постигане на разбиране между участниците. Универсализирането и „нормализирането“ на дигиталната комуникация налага необходимостта емпатията да бъде анализирана в нов контекст.

В текста се поставя въпросът какво представлява дигиталната емпатия, разглеждана от социо-психологическа, етична и културна перспектива. Дигиталната емпатия може да се дефинира като способността да се разпознават и съприживяват чувствата на другите по време на онлайн взаимодействие – чрез съобщения, дигитални „допирни точки“ или образи.

Тази често използвана дефиниция обаче изисква по-задълбочено теоретично осмисляне, което включва понятия и подходи от моралната философия, межкултурната комуникация и професионалната етика. Особено внимание се обръща на въпросите защо традиционното разбиране за емпатия вече не е достатъчно и какво е специфичното при дигиталната емпатия.

Анализът показва, че дигиталната среда променя нашите емпатийни способности, тъй като електронната комуникация изисква от участниците не само техническа грамотност, но и дигитална емпатия като осъзнато и развивано умение.

5. Карамфилова, Б, Маринов, Б. „Етически проблеми в технологичната ера“, Сб. научни трудове, XV МНК „е-Управление и е-Комуникации“, ISSN 2815-4525, ISSN 2534-8523, Созопол, 2023. *Ethical issues in the technological age.*

С експоненциалното развитие на съвременните технологии нараства и опасността индивидът да се отдалечи от своята същностна природа – тази на творец, способен на промяна и развитие. Основната теза застъпена в статия е, че увеличаването на технологичната мощ предполага намаляване на свободата на човешкия избор. Ключов момент в анализа е идеята, че технологиите улесняват живота на човека функционално до степен, в която, подведен от техния потенциал, той „бяга“ от своята свобода.

Акцентът пада върху актуалните и значими етични дилеми, интерпретирани чрез метаанализ на съвременни изследвания върху взаимодействията между човека и машината, и ситуирани в концептуалната рамка на приложната философия. Критически фокус в изследването е дехуманизиращото въздействие на технологиите.

Въпреки това, изследването не се ограничава до песимистична перспектива, в която индивидът приема подчинена роля спрямо технологичната власт. Като контрапункт на така формулирания проблем се предлага и оптимистичен поглед – свързан с човешката способност за адаптация и културна трансформация.

Потенциалът за развитие и креативност, заложен в човешката природа, очертава антитезата в изследването – възможността за преосмисляне на технологичния напредък в съзвучие с личната свобода и социалната отговорност.

6. Маринов, Б., Карамфилова, Б. „Агресивен маркетинг и пристрастеност в дигиталното пространство“, Сб. НТ XXI МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ТУ-София, ISSN 1314-6327, Созопол, 2023.

В статията се анализират психосоциални механизми, модели и обхват на технологичната манипулация и зависимости. Разглеждат се техните последици в посока на човешката автономност, критическото мислене и когнитивните процеси, както и трансформацията на колективния човешки опит.

Отговори на ценностни и психологически въпроси се търсят в перспективата на приложната философия и динамичната психология. Поставени са ключови въпроси като:

- Къде са границите на моралната отговорност и личната цялостност, на валидността и изразяването на демократични ценности в един все по-технологичен и взаимозависим свят?
- Какви последици би могло да има широкото използване на дигитални инструменти и социални медийни платформи върху формирането на идентичността?
- Какви процеси на психо-социално формиране и трансформация на индивидуални и обществени дискурси се наблюдават?

Изследването очертава необходимостта от задълбочена рефлексия върху взаимодействието между технологиите, личността и обществото, като поставя акцент върху етичните предизвикателства и възможността за изграждане на устойчиви когнитивни и ценностни структури в дигиталната ера.

7. Маринов, Б. „Аспекти на влиянията на социалните медии върху личността в организацията“. Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на XX МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1314-6327, Созопол, 2022

Изследването акцентира върху качеството на междуличностните отношения в контекста на социалните медии. Ключови фактори са поведенческите модели, проектирани в киберпространството, както и „колонизирането“ на човешкия когнитивен опит чрез „външно“ за него съдържание.

Целта е да се проучат и осмислят ползи и вреди на присъствието в дигиталното пространство при прекомерно ангажираните онлайн потребители. Представени са приложни модели, насочени към предотвратяване на контрапродуктивни влияния.

Анализиран се динамиката на отношенията лидер–последовател в социалните медии, като се търсят подходи за насърчаване на етично и осъзнато дигитално взаимодействие.

8. Георгиева, И., Маринов, Б. „Личностни аспекти при вземане на управленски решения в организацията”. Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на XVII-та МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1314-6327, Созопол, 2019

Това изследване проучва и разширява прилагането на тредименсионален модел на вземане на решения като концептуална рамка за изясняване на взаимодействието между рационално-когнитивните и емоционалните процеси у индивида. Изходна точка на анализа е установяването на връзка между темпераментови стилове и модели на вземане на решения.

В тази посока централно място заема популярната класификация на Майерс-Бригс (MBTI) и нейните съвременни модификации. С помощта на темпераментови индикатори се осветяват различни силни и слаби личностни аспекти на мениджърите.

Изследването откроява и някои често срещани предизвикателства при търсенето на ефективни решения в рамките на организацията, като се подчертава значението на индивидуалния профил в управленския процес.

9. Маринов, Б., Корнев, А. „Етични аспекти на приложението на изкуствен интелект в трудовата организация на 21ви век”. Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на XI-та МНК „Е-управление и Е-комуникации“, ISSN 2815-4525, ISSN 2534-8523, Созопол, 2019.

Изследването е опит за етична оценка на възможностите за прилагане на изкуствения интелект в съвременния управленски контекст. Поставят се въпроси от рода на: до каква степен изкуствен агент с управленски функции би могъл да гарантира оптимизация на вътрешните и външните взаимоотношения в една организация? Какви биха били последиците от възникването на неблагоприятни ефекти – ситуации на несигурност или ценностни противоречия, когато традиционните управленски стратегии се заменят с такива, основани на изкуствен интелект?

Изходна точка на изследването е идентифицирането и интерпретацията на връзките между „интелигентните системи“ и ценностните измерения на труда

В организацията. Целта е да се анализират както функционалната ефективност на ИИ в управлението, така и неговата съвместимост с етичните, социални и културни стойности, които оформят организационната среда.

10. Христова, Г., Маринов, Б. „Стилове на ръководене в управлението през профила на личността“. Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на XVI-та МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1310-3946, ISSN 1314-6327, Созопол, 2018.

В това изследване се аргументира тезата, че личностните характеристики на мениджъра имат определящо влияние върху стила на ръководство в организацията. Тяхното описание се основава на доминиращите личностни модели в персонологията и сравнителната психология, известни като „Голямата петорка“ (Big Five).

Тези модели са интерпретирани в рамките на класическата концепция на Курт Левин, в която експериментално са обособени три типа лидерство: авторитарно, демократично и либерално. Управленските стилове са пряко свързани със специфични характеристики като власт и авторитет, както и с функциите на ръководителя.

Централен въпрос на теоретичния анализ е: Как е възможна тази връзка и какъв е характерът ѝ?

Изследването цели да проследи взаимозависимости между личностната структура на мениджъра и неговия типичен стил на управление, като предлага интердисциплинарна перспектива между психологията и управленската теория.

11. Очкова-Димитрова, Е., Маринов, Б. „Игрови модел мениджмънт във визуалната комуникация“. Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на X-та МНК „Е-управление и Е-комуникации“, ISSN 2815-4525, ISSN 2534-8523, Созопол, 2018.

В тази статия играта се разглежда като културен феномен, заложен в игровата нагласа на индивида както в областта на изкуствата, така и в мениджмънта. Тя играе ролята на медиатор при изграждането на връзки между художествени и управленски подходи, реализирани чрез визуалната комуникация и естетиката на организацията.

Твърдението, че естетичната реакция е водещ фактор при вземането на решения, се подкрепя чрез визуално-художествен експеримент, представен под формата на дигитална живопис. Естетичното въздействие на изкуството действа като „скрит лидер“ в ситуации на преодоляване на организационни затруднения. Изкуството се превръща в проводник на екзистенциални човешки теми – отговорност, свобода, смисъл, самота, агресия и др., които са тясно свързани с преживяванията на работното място.

Чрез методите на евристиката се търси теоретична паралел между изкуството и организационната реалност. Това позволява иновативен поглед към поведенческите подходи в межкултурния мениджмънт, разширявайки границите на управленското мислене чрез интердисциплинарна перспектива.

12. Marinov, B., Vladimirova, G. (2017). „Ethical aspects of color impact in cross-cultural marketing communication“. *International Journal*, Vol. 19.3, *Global Impact & Quality Factor* 1.322 (2016). *The Power of Knowledge – XIV-th International Conference, Solun, Greece, ISSN 2545-4439, pp. 1153-1160.*

Това изследване е опит за обобщение на детерминантите на потребителските нагласи към цветовото оформление на продукти и услуги, с които дизайнерите и маркетингозите трябва да се съобразяват. Акцентът е поставен върху въпроса: какви са характеристиките на въздействието на цвета върху потребителите в различни културни контексти.

Предложеният анализ е многопластов и интердисциплинарен. Обект на изследване е психофизиологичното и социокултурното влияние на цвета върху потребителя, разгледано през призмата на ценностните различия. Целта е да се разшири разбирането за цвета като ефективна маркетингова стратегия за подобряване на межкултурната комуникация.

В този смисъл, централна роля играе предположението, че съществуват както индивидуални, така и социокултурни предпоставки за възприятието на цвета от страна на потребителя. Разбирането за универсалната значимост на цвета се основава на данни от неврофизиологични изследвания, които показват, че независимо от етническите и културни особености, физиологичното въздействие на цвета е универсално човешко и еднакво валидно.

В контекста на межкултурната маркетингова комуникация, възприятията, свързани с цвета, пораждаат редица етически проблеми. Извън универсалната стойност на цвета, индивидуалните характеристики на потребителите от

различни културни региони също изискват внимание. Особено важни са традиционните обичаи, установени за даден регион, както и националните, половите, възрастовите и религиозните особености, влияещи върху интерпретацията на визуалното съдържание.

Твърдението, че цветът определя различията в етическата преценка на потребителя от дадена култура, се разглежда в рамките на межкултурната бизнес етика. Предлага се етически анализ на визуалното цветово представяне на продуктите, чрез акцентирание върху възприетите нагласи на потребителя и степента на адекватност на маркетинговата стратегия спрямо културната специфика.

Статията предлага концептуална рамка за разпознаване и осмисляне на етическите проблеми във визуалното представяне на популярни продукти пред културно разнородна аудитория. Използването на примери подкрепя тезата, че оценките на маркетинговата етика следва да се интерпретират спрямо социокултурната идентичност на потребителя.

Изводите сочат, че не е достатъчно рекламата да се възприема само като средство за убеждаване – необходимо е тя да бъде разглеждана като цялостна система, основана на социоетични нагласи, с ясни икономически ефекти. В заключение, се обсъждат теоретичните, изследователски и управленски последици, произтичащи от етиката на визуалното цветово представяне в контекста на межкултурната маркетингова комуникация. Това представлява предизвикателство за маркетингози, етици и изследователи – да разширят разбирането си за маркетинговата комуникация така, че тя да бъде съвместима с етиката на възприятието на цвета и да носи реални икономически ползи за компаниите.

13. Маринов, Б. „Методът рефлексивно равновесие в приложната професионална етика“, СФ, ТУ – София. Доклад на XV-та МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1310-3946, ISSN 1314-6327, Созопол, 2017.

Това изследване е опит за интегриране на моралната интуиция и етическото разсъждение в професионален контекст. Експертите, които следват определени морални практики, обикновено притежават специфична форма на практическа мъдрост. Статията предлага разбиране за професионалната етика като инструмент за справяне с морални дилеми, базирайки се върху етиката на добродетелта.

В този ракурс се разглеждат различни типове професионални взаимоотношения, а за теоретична основа се използва конструктът „рефлексивно равновесие“ от теорията на справедливостта на Джон Ролс. Проблематизира се ролята на моралната интуиция вместо „рационалната морална преценка“ при вземане на етични решения. Интуитивните възприятия на професионалистите и основните етични принципи се разглеждат в организационен контекст. Подходът е от съществено значение за етически обосновани решения, вземани от експерти и ръководители в професионалните общности.

14. Сотирова, Д., Маринов, Б. „Академичният нарцисизъм“. Сп. Медии и обществени комуникации. Бр. 26. Available from: [www.media-journal.info], Изг. УНСС, юни, 2016. Academic narcissism. <https://media-journal.info/index.php?p=item&aid=299>

В статията е предложен концептуален анализ на нарцисизма в академичната общност. Целта е да се опише нарцисизма със съответните му форми, като личностен фактор в организационната реалност на университета. Това е възможност за разширяване понятието нарцисизъм до равнището на отношения между индивиди и групи във висшето образование. Описани са деструктивни и конструктивни форми на нарцисизъм в академичната професия. Преподаването в университета, като трудово поприще и професионално поведение, е подходяща арена за специфични нарцистични прояви. Чертите на нарцистичната личност могат да се разглеждат като значими предиктори на етичното вземане на решения в академичните среди. Две концепции – „идеален тип“ и „базисна културна личност“, допринасят за по-цялостното осмисляне професионалната роля на преподавателя. Изводите сочат, че разпознаването на академичния нарцисизъм е път към по-детайлното вникване в същността на научната общност и към промени на възприятието за университета като традиционна институция в света на дигиталните технологии.

15. Маринов, Б., Самсонова, Е. Познавателен паралел на трудови ценности при мюсюлмани и християни. Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на XIV-та МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1310-3946, ISSN 1314-6327, Созопол, 2016.

Обект на това изследване са трудовите ценности на мюсюлмани и християни в контекста на сътрудничеството. Опитът за намаляване на влиянието на предразсъдъците между културите се основава на сравнителен анализ и

изграждане на „познавателен мост“, който предоставя възможност за разпознаване на межкултурни сходства, въпреки историческия, политическия и медиен натиск при формирането на стереотипи.

В духа на хуманистичната традиция в психологията и идеята за индивидуална житейска ориентация, проблемът с различията се разглежда на нагнрелигиозно ниво – в съответствие с визията за уникалността на личността, нейната способност за самоконтрол и достигане на цели.

Анализът предлага хипотези и алтернативни ценности за хармонично межкултурно взаимодействие, като използва за база относително секуларния характер на протестантската трудова етика и по-слабо познатата концепция за ислямска трудова етика.

16. Маринов, Б. „Личностни фактори на нарцисизъм в професионалната общност“. Сп. Индустрислен мениджмънт, Изг. на СФ, ТУ – София, ISSN 1312-3793, 2016.

В тази статия нарцисизмът е осмислен в контекста на личностово функциониране на мениджъри и служители в професионалните общности – университети, болници, държавни институции и пр. Съществена е ролята му в поддържане на завишени нива на персоналната самооценка, чувство на упълномощеност и превъзходство, авторитарно и демонстративно поведение, експлоатация и свръхконтрол, формализиране на работните отношения и др. Подобни личностни фактори имат тенденцията да се разпространяват низходящо в организационната йерархия чрез проектиране на социално-психологически модели сред участниците в група, с общ идентификационен център – лидерът.

Предмет на анализа са качества на нарцисистичната личност, повлияващи изпълнението на професионална услуга. Целта е да се докаже тезата, че отношенията в асиметричната ролева диада професионалист–клиент, при които експертът доминира с авторитет и компетенции, са предпоставка за стимулиране на модели на патологичен нарцисизъм.

17. Сотирова, Д., Маринов, Б. „Академичният нарцисизъм: психологически и етически измерения“. Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на XIV-та МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1310-3946, ISSN 1314-6327, Созопол, 201

В статията е предложен обстоен анализ на нарцисизма в академичната общност. Целта е да се опише нарцисизмът и неговите форми като личностен фактор в професионалното етично поведение. Разглежда се възможността за разширяване на понятието нарцисизъм в контекста на образователните взаимоотношения.

Нарциситичните личностни черти могат да бъдат значими предиктори за вземане на етични решения в академичните среди. Описани са както деструктивни, така и конструктивни форми на нарцисизъм в академичната професия. Преподаването в университет като вид трудова дейност и професионална среда е особено предразположено към специфични нарциситични прояви.

Разгледана е концепцията за „базисна културна личност“ на Рут Бенедикт, интерпретирана като идеален *тип* в рамките на академичната професия. В заключение се подчертава, че познаването на академичния нарцисизъм допринася за по-дълбоко разбиране на преподаването като професионална роля

18. Маринов, Б. „Нарциситична личност и харизматично лидерство“. Сп. „Индустиален мениджмънт“, Изг. на СФ, ТУ – София, ISSN 1312-3793, 2014.

Предмет на анализа в изследването е ролята на нарциситични личностни потребности в изграждане на отношенията между лидера и неговите последователи. Характерна за личността на лидерите е 1) потребността от отразяване, докато в поведението на техните последователи доминира 2) потребността от идеализация. Акцент в интерпретацията на харизматичното лидерство е типът нарцисизъм на последователя и влиянието на историческия (икономически, културен) контекст. Проблемът се разглежда в перспективата на динамичната организационна психология за нуждите на мениджмънта. Схващането, че изявата на нарциситичните потребности е основа за продуктивни или деструктивни модели на организационно поведение допринася за по-цялостно осмисляне особеностите на харизматичното лидерство.

19. Маринов, Б. „Взаимозависимост на организационната култура от типа нарцисизъм при мениджърите“. Сб. научни трудове, ВСУ „Черноризец Храбър“. Доклад на XIII-та МНК „Приложна психология“, ISSN 1314-0507, Варна, 2014..

В статията са представени емпирични подходи и теоретичен модел за диагностика на организационната култура в зависимост от личностните

фактори на нарцисизъм при мениджърите. Застъпена е хипотезата, че личностните подтипове нарцистична власт определят ценностните профили в социалната реалност, както и обратното. Целта е да се установят ролята и мястото на управленския нарцисизъм в степените на несъответствие между оценките за актуална и желана организационна култура. Популярни методи, измерващи нарцистичната личност и динамиката на организационната култура, са опорни елементи в структурата на изследването. Отчита се важността на гъвкавата природа на нарцисизма по континуума „проактивност–деструктивност“, с акцент върху дименсията грандиозност в организационен контекст.

20. Сотирова, Д., И. Георгиева, Б. Маринов. „Психологическият договор: етични, организационни и психологически аспекти“. Сб. Етиката в българската правна система, ISSN 978-954-644-458-5, Изд. на УНСС, София, 2013.

Понятието психологически договор се утвърждава в науките за организациите като „инструмент“ за осмисляне, сравняване и усъвършенстване на поведението на служителите. То се оказва удобна рамка, даваща възможности за оптимизиране на отношенията. Етическите измерения и философските основания на понятието психологически договор по-рядко са били анализирани в сравнение с мениджърските му аспекти. Предмет на осмисляне в този доклад е понятието „психологически договор“ в различни перспективи: от гледна точка на моралната философия, с препратки към социологията на правото, организационната етика, социалната психология и управлението на човешкото развитие. Текстът, който следва, очертава рамката за по-нататъшни изследвания, той е „мозаечен“, а интердисциплинността и метаанализът са основните методи.

21. Маринов, Б. „Агресията – реакция на его-защита при мениджърите“. Сб. научни трудови, СФ, ТУ – София. Доклад на XI-та МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1310-3946 ISSN 1314-6327, Созопол, 2013.

В статията се предлага многопластов концептуален модел на организационния нарцисизъм като източник на агресия и като основен фактор във функционирането на бизнес/социални структури. Стимул за нарцистичните прояви е „его-заплахата на мениджъра“ в кризисна ситуация.

Основната хипотеза е, че личните нагласи на мениджъра са ключов детерминант на агресията в организацията. Медиатори във връзката между нарцисизъм и

типовете агресия са шизоиден, депресивен, obsесивен и хистероиден поведенчески тригер. Те определят начините за редуциране на тревожността в ситуации на его-заплаха, въз основа на динамичната психология.

Особено важно е да се докаже първичното им свързване с формите на нарцисизъм, които от своя страна детерминират характера и посоката на управлението в организацията.

22. Маринов, Б. „Устойчивост на личността в организацията“. Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на X-та МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1310-3946 ISSN 1314-6327, Созопол, 2012.

Предмет на анализа в това изследване е понятието „устойчивост на личността“ (personal resilience). В интердисциплинарна рамка, базирана на съвременната позитивна организационна психология и етиката на добродетелта, неговата основна роля за развитието на Аза се разбира едновременно като „черта“ и „състояние“.

Терминът често се използва във връзка с индивидуални и организационни явления като стрес, адаптация, благополучие и професионално здраве. В рамките на организационната микродинамика, този тип Аз-конструкт се разглежда като медиатор между кризисно събитие, изискващо поведенческа трансформация, и автентичното психично състояние на индивида в дадения момент.

Основната цел на статията е да представи модел на проактивно поведение, основан на саморегулация и висока трудова мотивация, в чиято основа стоят т.нар. „кардинални добродетели“.

23. Маринов, Б. „Аспекти на позитивното организационно поведение“. Сб. научни трудове, ВСУ „Черноризец Храбър“. Доклад на XI-та МНК „Приложна психология“, ISSN 1314-0507, Варна, 2012.

Понятието психологически капитал е предмет на анализ в това изследване. Откроява се неговата функционална роля във връзка със стимулирането на менталните процеси на индивида в организацията. Това е предпоставка за „разкриване“ на латентния личностен потенциал на служителите до равнището на висока трудова мотивация. Целта е да се обединят теоретичните и емпирично значими подходи в областта на организационното развитие като се фокусира вниманието на изследователите върху компонентите на

психологическия капитал и тяхното съдействие в управлението на кризисни ситуации. Те са познати в литературата предимно като „качества-състояния“ (state-like), което бележи нов етап в еволюцията на концепцията за „чертите на личността“ (trait-like) като следствие от интеракционисткия подход в персонологията.

24. Маринов, Б. „Автренинг за усъвършенстване на самооценката на мениджърите“. Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на IX-та МНК „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1310-3946 ISSN 1314-6327, Созопол, 2011.

В статията се изразява предпочитание към позитивната смислова ориентация на индивида в период на актуализация на неговата самооценка. Централна тема е усъвършенстването на креативния потенциал на мениджърите, стремящи се към по-високи постижения както в професионален, така и в личностен план.

Ключов детерминант в този процес е изграждането на „позитивен Аз-образ“, ситуиран в социокултурната реалност на индивида. В тази връзка се предлага фасилитиращ автренинг за ефективно управление в кризисни ситуации.

Приоритет има теоретичната концепция за доминиране на субективния опит при утвърждаване на осъзнатата личностна самоутвърденост. Това дава основание за насочване на вниманието към трансформацията на съществуващата негативна нагласа на индивида към самоосъзнаване и саморегулация.

Движеща сила в постигането на позитивен Аз-образ при мениджърите е доброволното „ставане на личност“ в конфликта между екзистенциалната тревожност от загуба и развитието на човешката способност за себеактуализация. Целта е да се осъзнае значението на личната отговорност на мениджъра, съобразена с уникалността на конкретната ситуация.

25. Маринов, Б. „Модел за ефективно лидерство и организационна идентичност в обстановка на несигурност“, Сб. научни трудове, Технически университет – Варна. Доклад на I-ва Международна Научно-практическа Конференция „Икономика и мениджмънт“, ISSN 1314-197X, Варна, 2010, с. 78-89.

Предмет на анализа в това изследване е идентифицирането на неефективните психологически реакции на индивида в организацията, възникващи в резултат на тревожност, породена от реформи, социоекономическа криза и усещане за несигурност и нестабилност. Разгледани са често срещани защитни механизми,

които действат консервативно, за да съхранят съществуващата организационна идентичност, но в същото време потискат мотивацията, конкурентоспособността, както и развитието на креативност и морална саморегулация у членовете на организацията.

По своя произход тези механизми са несъзнавани (задействат се неволно), а в светлината на съвременната динамично ориентирана организационна психология се определят като „организационен нарцисизъм“. Те се активират от тревожността с цел да защитят съществуващия „идеал“ на организацията, съсредоточен около психологическия образ (визията) на лидера, с когото служителите се идентифицират.

Статията предлага концептуална рамка за преодоляване на негативното въздействие на тревожността, чрез повишаване „зрялостта“ на организацията в процеса на организационно учене. Ключова роля в трансформирането на неефективните организационни характеристики играе лидерът, който носи отговорност за поддържане на трудовата мотивация и интегритета на организационната идентичност.

26. Маринов, Б. „Аспекти на нарцисизма и формиране на организационната идентичност“, Сб. научни трудове, СФ, ТУ – София. Доклад на VIII-ма Международна научна конференция „Мениджмънт и инженеринг“, ISSN 1310-3946; ISSN 1314-6327, Созопол, 2010, с. 791-800.

Анализът в това проучване е фокусиран върху идеята, че организационната идентичност функционира като аналог на индивидуалната такава. Тя е от определящо значение за това дали организацията притежава капацитета да действа като морален агент, способен да трансформира ригидни и инхибиращи модели на поведение в самия процес на дефиниране на своята концепция и цели.

В статията се разглеждат някои неблагоприятни „защитни“ нагласи, свързани с нарцисизъм, като чувство за привилегированост, склонност към самовъзвеличаване и отрицание на реалността. Тези предразположения могат временно да компенсират неспособността на организацията да преодолее трудности във времена на несигурност, но също така могат да бъдат причина за дисфункционални промени в организационната идентичност, водещи до „разпад“ или фалит.

Идентифицирани са различни степени на самоорганизация, които съответстват на *доброкачествени* и *злокачествени* форми на нарцисизъм, разгледани през призмата на съвременни и класически идеи в психологията.

В заключение се изтъква, че нарцисизмът е фактор в реализацията на реформи, разглеждани в контекста на съвременния етически дискурс.

ABSTRACTS of scientific publications
of Assistant Professor Bilian Nikolaev Marinov, PhD
for participation in a competition for academic position „Associate Professor”
in the professional field 3.7 „Administration and Management”
scientific specialty „Economics and Management”
announced for the needs of Department „Law and Human Sciences”,
Faculty of Management at the Technical University of Sofia
*at the **State Gazette, issue 28/01-04-2025***

INDICATOR B.3 HABILITATION WORK – MONOGRAPH

MARINOV, B. (2025). ETHICAL ASPECTS AND PSYCHOLOGICAL PROBLEMS OF DIGITAL COMMUNICATION. ISBN: 978-619-167-584-5, TU-SOFIA

This monograph explores the transformations in the processes and forms of communication brought about by digital technologies, with a particular focus on their ethical and psychological implications. The study is interdisciplinary in nature, combining philosophical, psychoanalytic, and cognitive-scientific approaches to examine how the digital environment affects the individual, interpersonal relationships, and public communication culture. Special attention is given to themes such as responsibility, truth, identity, isolation, narcissism, and digital dependency.

The central research questions include:

- How does digital communication affect the experience of otherness and empathy?
- Is truth possible in a digital environment dominated by algorithms and post-truth logic?
- How is the self-constructed under conditions of constant connectivity and surveillance?
- Can digital identity be both stable and ethically engaged?

The concept of an “ethico-psychological mode of digital identity” is introduced. The monograph offers a systematic reading of digital communication through the lenses of

philosophical humanism, psychoanalysis (Freud, Erikson), and contemporary cognitive science. It articulates the issue of moral responsibility in the absence of face-to-face presence (the "communication without the Other" paradigm), and analyzes the phenomenon of post-truth and digital disinformation by drawing on concepts from ancient philosophy (doxa vs. epistēmē) and modern theory. The "digital mirror" of artificial intelligence is interpreted psychoanalytically as a narcissistic structure of connectivity. The study argues for care and resilience as moral and psychological alternatives to the fragmentation of identity in the digital age.

Digital communication provokes a radical rethinking of human presence and interaction. It shapes a new reality in which publicity is algorithmically governed, communicative rhythms are accelerated, and connectivity is constant—yet often pseudo-authentic. Within this technological context, cultural codes, cognitive habits, and social relations are reshaped, while subjectivity is formed atop unstable foundations of meaning, identification, and ethical orientation.

The fragmentation of attention, memory, and imagination gives rise to adaptive identities constructed from emotionally saturated images and data, often devoid of depth. In the setting of digital hyperreality, the individual becomes increasingly dependent on external validation and visual self-representation.

Structure of the Monograph

The study is structured into four interrelated conceptual chapters:

- Chapter One establishes the philosophical and conceptual framework of digital communication, tracing its historical, technological, and cultural evolution.
 - Chapter Two addresses the ethical dimensions of digital interaction, with a focus on moral responsibility, the crisis of truth, post-truth phenomena, and digital disinformation.
 - Chapter Three explores the psychological dynamics of the digital self, including identity construction, social isolation, narcissistic mechanisms, and dependency patterns associated with digital platforms and artificial intelligence.
 - Chapter Four develops an ethico-psychological model for coping with cognitive overload, moral fragmentation, and existential vulnerability in the digital environment. It integrates philosophical reflection, symbolic sensitivity, and applied principles aimed at restoring human depth and conscious presence.
-

Indicator Γ.6 Scientific publications indexed and referred in the world-class of scientific databases

1. Marinov, B. “Technological Optimism: A Conceptual Framework for Sustainable Development”. 29th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, 2025 (in press).

This study introduces the concept of “techno-optimism”, emphasizing care as an ontological and ethical principle within the context of the identity crisis and ecological instability characteristic of the digital age. Through an interdisciplinary approach, it is established that technological progress can be guided by transcendental values such as truth, goodness, and beauty. The analysis reveals the dual nature of technology, both as a potential source of human flourishing and as a threat to identity and autonomy, and proposes a framework for innovation that prioritizes relationality, cognitive resilience, and ecological sustainability. Ultimately, it envisions a technological future aligned with deeper human values, promoting ethical integrity and shared meaning in a fragmented world.

2. Marinov, B. “Artificial Intelligence as Narcissus in the Culture of Immediate Gratification”. 29th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, 2025 (in press).

This paper examines artificial intelligence (AI) as both a symptom and amplifier of contemporary narcissistic culture, shaped by the logic of instant gratification and behavioral optimization. Anchored in psychoanalytic theory and informed by philosophy, cognitive science, and ecology, the study frames AI not merely as a neutral tool, but as a psychological and cultural form—one that mirrors and conditions human subjectivity. Through mechanisms such as algorithmic affirmation and emotional simulation, AI technologies reinforce fragile self-concepts, blur symbolic boundaries, and diminish tolerance for uncertainty and delay. Yet the same technologies hold transformative potential: they can be reimagined as tools for ethical development, emotional resilience, and ecological awareness. By critically interrogating the interplay between AI design and narcissistic structures of the self, the paper proposes a shift toward technologies that introduce productive limits, support symbolic complexity, and encourage responsibility toward others and the planet. This interdisciplinary inquiry offers a model for ethically grounded and psychologically attuned AI futures.

Indicator 7.7 Scientific publications in journals and collective works with a scientific review

1. Marinov, B. “Collective ‘Dream’ Narcissism and the Transformations in Modern Technological Imagination”, XVII ISC “e-Governance and e-Communications”, Scientific papers, TU-Sofia, ISSN 2815-4525, ISSN 2534-8523, Sozopol, Bulgaria, 2025.

This study undertakes an interdisciplinary psychoanalytic and philosophical investigation into the concept of “collective dream narcissism” and its role in the continuous development and reshaping of modern technological imagination. It approaches imagination not only as a cognitive and creative faculty but also as a moral and vulnerable resource, increasingly shaped and challenged by pervasive narcissistic fantasies within contemporary digital communication – particularly in relation to artificial intelligence. Through a synthesis of psychoanalytic theory, cultural analysis, and philosophy of technology, the study explores how unconscious collective desires and fantasies contribute to the shaping of technological imaginaries, often blurring the boundaries between reality and idealized digital projections. This work underscores the psychological and ethical complexities embedded in technological innovation, calling for a critical reflection on the ways in which imagination is mobilized, exploited, and at times distorted within the digital-technological ethos.

2. Marinov, B. “Pharmakon: The Digital Subjectivity Between Crisis and Transformation” XVII ISC “e-Governance and e-Communications”, Scientific papers, TU-Sofia, ISSN 2815-4525, ISSN 2534-8523, Sozopol, Bulgaria, 2025

This study explores the contemporary identity crisis through the lens of pharmakon – a concept rooted in Plato and reinterpreted by B. Stiegler to articulate the dual role of technology as both remedy and poison. Drawing on psychoanalysis, developmental psychology, philosophy of technology, and cultural theory, it investigates how digital media environments shape the symbolic and psychic constitution of the subject.

Algorithmic systems and exosomatic memory are shown to destabilize ego formation and psychic energy flow, while digital culture transforms identity into a fragmented and performative construct governed by external validation.

Framed as a pharmacological milieu, the digital condition raises a fundamental question: can these technological forms still support symbolic integration and psychic development – or do they reinforce cycles of repetition, crisis, and disindividuation?

3. Marinov, B. (2025). *Digital Surveillance: A Critique of Behavioral Modeling*. Media and Public Communications Journal, Issue 60, May. UNWE Publishing. Available at: <https://media-journal.info/society/digitalniyat-nadzor-kritika-na-povedencheskoto-modelirane/>

This article examines the effects of digitalization that may pose challenges to individual freedom and societal structure, viewed through the lens of technological ethics. The concept of the "digital panopticon" is introduced, shedding light on the tendency to "programming the human to act by prescription" while discussing new forms of social control. The role of technologies in the process of algorithmic modeling of user behavior and automated decision-making is critically analyzed, with an emphasis on how these processes may push individuals toward digital dependencies and limit autonomy. The focus is on the "invisible" digital mechanisms of global market capitalism, which precondition human choices by utilizing personal data as an economic asset. In this new reality, individuals become passive participants in processes they do not fully understand, losing control over their own choices and desires. The thesis argues that modern technologies, as instruments of a new economic logic, also facilitate the creation of totalitarian models of subjugation, through which power and information are centralized, while the authenticity of choices, transparency in relationships, and individual freedom are called in question. The need for new regulatory mechanisms is emphasized, in order to achieve a balance between technological innovations and universal human values that underpin democratic principles. Among the recommendations to limit so-called "techno-totalitarianism" are: the requirement for algorithm transparency, decentralization of digital platforms, and ethical design. In this emerging reality, individuals become passive participants in processes they do not fully understand, gradually losing control over their own decisions and desires. The paper argues that contemporary technologies, perceived as instruments of a new economic rationality, facilitate the emergence of totalitarian patterns of subordination, in which power and information are centralized, and the authenticity of choice, transparency in relationships, and freedom of the individual are placed at risk.

The article emphasizes the need for new regulatory mechanisms aimed at achieving a balance between technological innovation and universal human values underpinning democratic principles. Among the recommendations for limiting so-called "techno-totalitarianism" are:

- the requirement for algorithmic transparency and intelligibility,
- decentralization of digital platforms,

- and the promotion of ethical design.

4. Sotirova, D., Marinov B, “Digital empathy in digital communication”, XVI ISC “e-Governance and e-Communications”, Scientific papers, TU-Sofia, ISSN 2815-4525, ISSN 2534-8523, Sozopol, Bulgaria, 2024.

The new phenomenon of digital empathy is discussed in this paper. The interest in it is provoked by the total spread of digital communication, which displaces face-to-face communication in almost all spheres. Empathy is an important condition for any successful communication or achieving understanding. The universalizing and “normalizing” of digital communication today makes necessary analyzing empathy in a different context. This report raises question about what digital empathy is, as seen from a socio-psychological, ethical and cultural point of view. Digital empathy is the ability to appreciate the feelings of others as one interacts with them online, by messages, touchpoint or images. This common definition should be studied more deeply, incorporating concepts and approaches from moral philosophy, cross-cultural communication, and professional ethics. We especially examine questions of why the general concept of empathy is not enough, and what is particular to digital empathy. The analysis shows that the digital environment is changing our empathic abilities, as e-communication requires participants to have e-empathy as a well-developed skill.

5. Karamfilova, B., & Marinov, B. (2023). Ethical Issues in the Technological Age. In: Proceedings of the 15th International Scientific Conference “e-Governance and e-Communications”, Sozopol, ISSN 2534-8523.

With the pace of exponential development of modern technologies, the danger of man moving away from his essential nature as a creator capable of change and development has grown. The main thesis of the article is that the increase in technological power presupposes a decrease in the freedom of human choice. That technologies functionally facilitate man's life to the point where, misled by their potential, he “runs away” from his freedom, is an analytical core in the interpretation. Emphasis is on current and more significant ethical issues, interpreted on the basis of a metaanalysis of modern research on human-machine interactions and in the conceptual framework of applied philosophy. A critical focus of the study is the dehumanizing influence of technology. In this context, however, not only the pessimistic perspective is possible, in which the individual assumes a role subordinate to technological power. As a contrast to the problem formulated in this way, there is also an optimistic point of view – the ability of man to adapt and change his habitat and culture. The

potential for development and creativity hidden in human nature outlines the antithesis in the study.

6. Marinov, B., & Karamfilova, B. (2023). *Aggressive Marketing and Addiction in the Digital Space. In: Proceedings of the 21st International Scientific Conference "Management and Engineering", Sozopol. Technical University of Sofia. ISSN 1314-6327.*

The article analyzes psychosocial mechanisms, patterns and scope of technological manipulation and addictions. Their ramifications in the direction of human autonomy, the erosion of critical thinking and cognitive processes, and the transformation of collective human experience are discussed. Answers to questions of a value and psychological nature are sought in the perspective of applied philosophy and dynamic psychology. What are the limits of ethical responsibility and personal integrity, of the validity and expression of democratic values, in an increasingly interdependent and technological world? What consequences might the widespread use of digital tools and social media platforms have on identity formation? What processes of psycho-social formation and transformation of individual and social discourses do we observe?

7. Marinov, B. (2022). *Aspects of Influences That Social Media Has on the Personality in Organization. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia. Paper presented at the 20th International Scientific Conference "Management and Engineering", Sozopol. ISSN 1314-6327.*

The study draws attention to the quality of interpersonal relations in the social media's context. Important factors are patterns of behavior projected in the cyberspace and "colonized" human cognitive world with outer content. It's an attempt to clarify the benefits and harms of online communication of the technologically engaged individuals. Applied models are offered in order to prevent counterproductive influences. The dynamics of leader-follower interactions in social media are considered.

8. Georgieva, I., & Marinov, B. (2019). *Personal Aspects of Decision-Making in Organization. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia. Paper presented at the 17th International Scientific Conference "Management and Engineering", Sozopol. ISSN 1314-6327.*

This study discusses three-stage model of decision-making as a conceptual framework for elucidation the interference between individuals' rational-cognitive and emotional processes. The starting point of the analysis is the establishment of a link between temperament styles and decision-making patterns. In this direction, the popular classification of Myers-Briggs and its modern modifications are playing the major role. With the help of temperamental indicators, different strong/weak personality aspects of the managers are illuminated. There are some common challenges in the search for effective solutions in the organization.

9. Marinov, B., & Kornev, A. (2019). *Ethical Aspects of the Applications of Artificial Intelligence in the 21st Century Business Organization. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia. Paper presented at the 11th International Scientific Conference "e-Governance and e-Communications", Sozopol. ISSN 2815-4525 (online), ISSN 2534-8523.*

This study is an attempt to ethical evaluation the possibilities of the application of artificial intelligence in the contemporary management context. How far does an artificial agent with a directing functions program will ensure the optimization of the organization's internal and external relationships? What would be the consequences of the emergence of an adverse effect – situations of uncertainty or value contradictions, when changing traditional directing strategies towards management, based on artificial intelligence? The starting point of the study is the identification and interpretation of relations between "intelligent systems" and the value dimensions of work in the organization.

10. Hristova, G., & Marinov, B. (2018). *Directing Styles in Management Through the Personality Dimensions. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia. Paper presented at the 16th International Scientific Conference "Management and Engineering", Sozopol. ISSN 1310-3946 (print), ISSN 1314-6327*

In this study, we verify the thesis that the manager's personality traits influence the organization's directing style. Their description is based on the dominant personal patterns in the personology and comparative psychology called the "Big Five". They have been interpreted within the classical concept of Kurt Lewin, in which three types of leadership have been experimentally drawn: authoritarian, democratic and liberal. Managerial styles directly correspond to the specific attributes – authority and power, and the functions of the

director. How is it possible and what is the relationship between them is the core of the theoretical analysis.

11. Ochkova-Dimitrova, E., & Marinov, B. (2018). *Game Management Model in Visual Communication. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia. Paper presented at the 10th International Scientific Conference “e-Governance and e-Communications”, Sozopol. ISSN 2815-4525.*

In this paper, the game is reminiscent of a cultural phenomenon, embedded in the playful mentality of the individual, in both areas of arts and the management. It is a mediator in building links between art and management approaches through the visual communication and organizational aesthetic. The thesis that the aesthetic reaction signify a leading thing in making decision-making is supported by the use of a visual artistic experiment presented as a digital painting. The aesthetic impact of art is a „secret leader“ in case of surmount organizational difficulties. It becomes the conductor of the existential human issues (responsibility, freedom, meaning, loneliness, death, etc.) closely linked to the workplace. With the means of heuristics, a theoretical parallel between art and organizational reality is sought. This would allow us to take an innovative look at behavioral methods of the cross-cultural management, as well.

12. Marinov, B., Vladimirova (2017). G. „Ethical aspects of color impact in cross-cultural marketing communication“. *International Journal, Vol. 19.3, Global Impact & Quality Factor 1.322 (2016). The Power of Knowledge – XIV-th International Conference, Solun, Greece, ISSN 2545-4439, pp. 1153-1160.*

This paper attempts to summarize the determinants of consumer attitudes towards the color development of the products or services that designers and marketers need to comply with. The focus is the question of what are the characteristics of color impact on consumers in different cultural contexts. The proposed analysis is multidimensional and has an interdisciplinary character. The subject of analysis is the psycho-physiological and socio-cultural impact of color on the consumer in terms of its value differences. The aim is to expand the frame of reference and the understanding of the use of color as an effective marketing strategy for improving intercultural communication. In this respect, important role is played by the assumption that there are both individual and socio-cultural prerequisites in the perception of color by the user. The comprehension of the universal importance of color is based on the collected data from neurophysiology studies. Scientific evidence

shows that regardless of the relevant ethnic and cultural particularities of the individual, the physiological effect of color is totally human and equally valid. In terms of intercultural marketing communication, perceptions related to color provoke various ethical problems. Outside the context of the general importance of color, the individual characteristics of consumers from different cultural regions are an issue that needs to be considered. In particular, the traditional customs established for a given region as well as the national, gender, age and religious concretizations of the issues are particularly significant. The thesis that color defines the distinction in the ethical judgment of a consumer from a given culture is viewed in the perspective of cross-cultural business ethics. An ethical analysis of the visual color representation of products is proposed by highlighting the user's perceptual attitudes and the extent of marketing strategy adequacy in different cultures. It provides a theoretical and descriptive framework for recognition and understanding of ethical issues in the visual representation of popular products, but to an audience culturally diverse in values. The use of examples endorses the idea that assessments of relevant ethical marketing communication should be interpreted in accordance with the socio-cultural identity of the consumer. It is no longer satisfactory to associate advertising only with persuasion, but needs to be seen as a comprehensive system, based on socio-ethical attitudes, and with economic effects as well. The theoretical, research and managerial consequences that arise from the ethics of visual color representation in the context of cross-cultural marketing communication are discussed. It is a challenge for marketers, ethicists and researchers to broaden their concept of marketing communication to a more compatible one with the ethics of perception of color and economic benefits for companies.

13. Marinov, B. (2017). *The Reflective Equilibrium Method & Applied Ethics in Professional Relationships*. In: *Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia*. Paper presented at the 15th International Scientific Conference "Management and Engineering", Sozopol. ISSN 1310-3946.

This text is an attempt to incorporate moral intuition and ethical reasoning of professionals. Professionals who follow certain moral practices usually have a specific form of their practical wisdom. The paper provides an understanding of professional ethics as a tool for dealing with moral dilemmas. Professional ethics is based on ethics of virtues. In this perspective the various types of professional relations are considered. The construct of reflexive equilibrium from the theory of justice of J. Rawls has been used. The place of moral intuition instead of "reasonable moral judgment" in ethical decision-making is problematized. The intuitive perceptions of professionals and basic ethical principles are

viewed in their organizational context. This approach is important for ethically grounded solutions of experts and executives in professional communities.

14. Sotirova, D., & Marinov, B. (2016). *Academic Narcissism. Media and Public Communications Journal*, Issue 26, June. UNWE Publishing. Available at: <https://media-journal.info/index.php?p=item&aid=299>

The article offers a conceptual analysis of narcissism within the academic community. The aim is to describe narcissism in its various forms as a personality factor embedded in the organizational reality of the university. This provides an opportunity to expand the concept of narcissism to the level of relationships between individuals and groups in higher education.

Both destructive and constructive forms of narcissism in the academic profession are examined. University teaching, as a form of labor and professional behavior, is viewed as a suitable arena for specific narcissistic manifestations. Traits of the narcissistic personality can be considered significant predictors of ethical decision-making in academic settings.

Two theoretical concepts – the “ideal type” and the “basic cultural personality” – contribute to a more comprehensive understanding of the professional role of the academic. The conclusions suggest that recognizing academic narcissism is a step toward a deeper insight into the nature of the scientific community and toward rethinking the perception of the university as a traditional institution in the age of digital technologies.

15. Marinov, B., & Samsonova, E. (2016). *Cognitive Parallel in Presenting Muslims' and Christians' Work Values. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia. Paper presented at the 14th International Scientific Conference “Management and Engineering”, Sozopol. ISSN 1310-3946 (print), ISSN 1314-6327.*

The subject of this study is the labor values of Muslims and Christians at the context of cooperation. The attempt to reduce the influence of prejudices between cultures is based on a comparative analysis and building a “cognitive bridge”. It gives an opportunity to spot some cross-cultural similarities, despite the historical, political and media pressure in the formation of stereotypes.

In the spirit of humanistic tradition in psychology and the idea of individual life orientation, the problem of the differences may appear in an above-religion level: in line with the vision of the uniqueness of the individual and its ability to self-control and achieve goals. The analysis suggests hypotheses and alternative values for harmonious intercultural

interaction using as a basis the relatively secular character of the Protestant work ethic and the not so popular conception of Islamic work ethic.

16. Marinov, B. (2016). *Personality Factors of Narcissism in the Professional Community. Industrial Management Journal, Faculty of Management Publishing, Technical University of Sofia. ISSN 1312-3793.*

In this study, narcissism is examined in the context of the personality functioning of managers and employees within professional communities—such as universities, hospitals, state institutions, and others. Its role is significant in sustaining elevated levels of self-esteem, a sense of entitlement and superiority, authoritarian and demonstrative behavior, exploitation and excessive control, as well as the formalization of professional relationships.

Such personality factors tend to propagate downward within the organizational hierarchy, through the projection of socio-psychological patterns among group members, unified around a common point of identification—the leader.

The analysis focuses on narcissistic personality traits that affect the execution of professional services. The aim is to support the thesis that interactions within the asymmetric role pair of professional–client, where the expert dominates through authority and competence, create preconditions for reinforcing patterns of pathological narcissism.

17. Sotirova, D., & Marinov, B. (2015). *Academic Narcissism: Psychological and Ethical Dimensions. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia. Paper presented at the 14th International Scientific Conference “Management and Engineering”, Sozopol. ISSN 1310-3946 (print), ISSN 1314-6327 (online).*

Conceptual analysis of narcissism in academic community is proposed in this paper. The purpose is to describe narcissism and its forms as personality factor in professional ethical behaviour. It is possible to extend the concept of narcissism to educational relationships. Narcissistic personality traits could be significant predictors of ethical decision making in academic communities. Destructive and constructive forms of narcissism in academic profession are described. Teaching at the university as a kind of job and professional setting is suitable to specific narcissistic manifestations. The concept of culture’s basic personality (R. Benedict) is considered as an ideal type in academic profession. It is concluded that

knowing academic narcissism helps to understand deeply academic teaching as professional role.

18. Marinov, B. (2014). *Narcissistic Personality and Charismatic Leadership. Industrial Management Journal, Faculty of Management Publishing, Technical University of Sofia. ISSN 1312-3793.*

The subject of analysis in this study is the role of narcissistic personality needs in shaping the relationship between the leader and their followers. A typical characteristic of leaders' personalities is the need for mirroring, while in the behavior of their followers, the need for idealization tends to dominate.

The interpretation of charismatic leadership focuses on the type of narcissism exhibited by the follower and the influence of the historical (economic and cultural) context. The issue is examined through the lens of dynamic organizational psychology, as applied in the field of management.

The understanding that the expression of narcissistic needs serves as a foundation for either productive or destructive models of organizational behavior contributes to a more comprehensive understanding of the nature of charismatic leadership.

19. Marinov, B. (2014). *Interdependence of Organizational Culture on the Type of Narcissism Among Managers. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Varna Free University "Chernorizets Hrabar". Paper presented at the 13th International Scientific Conference "Applied Psychology", Varna. ISSN 1314-0507.*

This article presents empirical approaches and a theoretical model for diagnosing organizational culture in relation to personality-based narcissism factors among managers. The hypothesis put forward is that narcissistic power subtypes shape the value profiles within social reality, and vice versa.

The aim is to determine the role and positioning of managerial narcissism in the degree of discrepancy between assessments of the current and the desired organizational culture. Widely used methods for measuring both narcissistic personality traits and the dynamics of organizational culture serve as core analytical tools in the structure of the study.

The analysis emphasizes the dual nature of narcissism, understood along the proactivity–destructiveness continuum, with a particular focus on the dimension of grandiosity in the organizational context.

20. Sotirova, D., Georgieva, I., & Marinov, B. (2013). *The Psychological Contract: Ethical, Organizational and Psychological Aspects*. In: *Ethics in the Bulgarian Legal System*. UN

The concept of the psychological contract has been established in organizational sciences as a tool for understanding, comparing, and improving employee behavior. It serves as a useful framework that enables the optimization of workplace relationships. However, the ethical dimensions and philosophical foundations of the psychological contract have been analyzed less frequently than its managerial aspects.

This paper examines the concept of the psychological contract from various perspectives: moral philosophy, with references to the sociology of law, organizational ethics, social psychology, and human development management.

The text outlines a framework for future research. It is intentionally mosaic in structure, with interdisciplinarity and meta-analysis serving as the primary methodological approaches. WE Publishing, Sofia. ISBN 978-954-644-458-5.

21. Marinov, B. (2013). *Aggression – A Manager’s Reaction to Ego-Threat*. In: *Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia*. Paper presented at the 11th International Scientific Conference “Management and Engineering”, Sozopol. ISSN 1310-3946.

The paper offers multidimensional model of organizational narcissism as a source of aggression and as a major factor in the operation of business/social structures. A stimulus of narcissistic manifestations is a “manager’s ego-threat” in a situation of crisis. The major hypothesis is that personal attitudes of manager are key determinants of aggression in the organization. A mediator in the relationship between narcissism and types of aggression are schizoid, depressive, obsessive and hysterical behavioral triggers. They determine ways to reduce anxiety in situations of ego-threat, based on dynamic psychology. It’s important to prove their primordial connection with the forms of narcissism, which determine the nature and direction of management in the organization.

22. Marinov, B. (2012). *Personal Resilience in the Organization*. In: *Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia*. Paper presented at the 10th International Scientific Conference “Management and Engineering”, Sozopol. ISSN 1310-3946 (print), ISSN 1314-6327.

The subject of this analysis is the concept of “personal resilience”. From the interdisciplinarity point of view of contemporary Positive Organizational Psychology, its basic role for the development of the self is that of “trait-like” and “state-like” at the same time. The term is often used in relation to individual and organizational phenomena such as stress, adaptation, wellness and professional well-being. As a component of the organizational micro-dynamics, that sort of self-construct is considered to be a mediator between a crisis event, which requires the transformation of behavior, and the authentic mental condition of the person at that specific moment. The main aim of this paper is to present a model of proactive behavior of self-regulation and high work motivation based on the so called “cardinal virtues”.

23. Marinov, B. (2012). *Aspects of Positive Organizational Behavior. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Varna Free University “Chernorizets Hrabar”. Paper presented at the 11th International Scientific Conference “Applied Psychology”, Varna. ISSN 1314–0507.*

The concept of psychological capital is the subject of analysis in this paper. Its functional role is emphasized in relation to the stimulation of individuals’ mental processes within the organization. This serves as a prerequisite for unleashing the latent personal potential of employees, leading to high levels of work motivation.

The aim is to integrate theoretical and empirically significant approaches in the field of organizational development, focusing researchers’ attention on the components of psychological capital and their contribution to managing crisis situations. These components are commonly described in the literature as “state-like” qualities, which marks a new stage in the evolution of the personality trait concept (“trait-like”), as a result of the interactionist approach in personology.

24. Marinov, B. (2011). *Self-Training for Enhancement of Managers’ Self-Esteem. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Faculty of Management, Technical University of Sofia. Paper presented at the 9th International Scientific Conference “Management and Engineering”, Sozopol. ISSN 1310-3946 (print), ISSN 1314-6327.*

This paper expresses preference for the positive sense orientation of the individuals in a period of actualization of their self-esteem. A central theme is the improvement of the creativity potential of managers striving for greater achievements both professionally and in terms of their personality. A key determinant in this process is building up of „positive self-image” of the individuals, segmented in their socio-cultural reality. In this relation we provide

facilitating self-training for effective management in crisis situations. What takes precedence is the theoretical concept of dominance of subjective experience in the enhancement of the conscious personal self-assertiveness. That gives us grounds for transferring the attention into transforming the existing negative attitude of the individual towards self-awareness and self-regulation. A driving force in attaining a positive self-image of managers, is the voluntary „becoming a personality” in the conflict between the anxiety of loss in existential sense of the word and the development of human ability for self-actualization. The aim is to realize the meaning of the individual responsibility of managers in terms of the uniqueness of the current situation.

25. Marinov, B. (2010). *A Model of Effective Leadership and Organizational Identity amid Uncertainty. In: Proceedings of the Scientific Works Collection, Technical University of Varna. Paper presented at the 1st International Scientific and Practical Conference “Economics and Management”, Varna. ISSN 1314-197X, pp. 78–89.*

The subject of this analysis is to identify the ineffective psychological reactions of the individuals in the organizations as a result of anxiety, which they experience at the time of reforms, in a situation of socio-economic crisis and because of feelings of uncertainty & insecurity. The paper looks at some of the most common defence mechanisms, which aim in a conservative way to protect existing organizational identity but which prevent motivation, competitiveness as well as the development of creativity and the ability of the members of the organization for moral self-regulation. In terms of their origin these defence mechanisms are unconscious (they are set in motion undeliberately) and in the light of the modern dynamically oriented organizational psychology they are defined as “organizational narcissism”. They are activated due to anxiety in order to protect the existing organizational “ideal”, concentrated on the psychological image (vision) of the leader, the employees in the organization identify with. In addition, the paper presents a conceptual framework for dealing with the negative impact of anxiety by increasing the “maturity” of the organization in the process of organizational learning. The main role, in transforming the ineffective organizational characteristics, is played by the leader who bears the responsibility in maintaining work motivation and keeping the wholeness of organizational identity.

26. Marinov, B. (2010). *Narcissism’s aspects and construction of the organizational identity. In Proceedings of the 8th International Scientific Conference “Management and Engineering” (pp. 791–800). Technical University of Sofia. ISSN 1310-3946; ISSN 1314-6327. Sozopol, Bulgaria.*

The analysis in this study is focused on the idea that organizational identity acts as an analogue of the individual identity. This determines whether the organization has the capacity to be a moral agent to transform rigid, inhibitory development patterns of behavior in the process of defining the concept itself. Some unfavourable “defensive” predispositions of narcissism such as a self-entitlement, self-aggrandizement and denial are considered in this paper. They could compensate the organization's inability to overcome difficulties in times of uncertainty. Those predispositions could be a reason for dysfunctional changes in organizational identity and leads to so-called "decay" or business bankruptcy. Different degrees of self-organization are identified, and they correspond to benign and malignant forms of narcissism which are seen in the perspective of contemporary and classical ideas in psychology. The conclusion is that narcissism is a factor for the implementation of reforms in the context of contemporary moral discourse.
