

## **РЕЦЕНЗИЯ**

на научните трудове на старши преподавател Валери Денев Тодоров, д-р  
участник в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“  
от област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“  
по професионално направление 3.2. Психология, научна специалност „Психология на  
дейността“

Конкурсът е обявен от Академията на МВР  
в „Държавен вестник“, брой 10 от 5 февруари 2016

### **Рецензент:**

**Енчо Недялков Герганов,**

професор по професионално направление 3.2. Психология (Обща психология),  
доктор по психология

Почетен професор на Нов български университет,  
Департамент по когнитивна наука и психология

София, май 2016

## **1. Кратки биографични данни и характеристика на научните интереси и на педагогическата дейност на кандидата**

От юли 2015 досега Валери Денев Тодоров, д-р е ВПД ръководител на катедрата по психология и управление на полицията към Академията на МВР и е старши преподавател по дисциплините „Полицейска психология“, „Психология на управлението“, „Психология“, „Психологически аспекти на работата с лица – източници на разузнавателна информация“ в същата Академия. През 1992 г. завършва с отличен успех магистърската програма по психология в Софийския университет „Св. Климент Охридски“. През 2010 г. защитава дисертация и получава образователната и научна степен „доктор“. Работил е като научен сътрудник в Института по психология към БАН, научен сътрудник I ст. в Института по психология – МВР, където е работил най-дълго. В същия институт в различно време е изпълнявал длъжността началник на секторите „Психологична профилактика и консултиране“ (2002-2007), „Методи за психодиагностика“ (2012 – 2013), „Специализирана психологична подготовка и емпирични изследвания“ (2011 – 2015). Участвал е като изследовател в различни международни проекти по Шеста рамкова програма, Световната банка и др. Наред с организационната и научноизследователската си дейност Валери Тодоров извършва и преподавателска работа като хоноруван асистент по Психология на индивидуалните различия и Увод в когнитивната психология в СУ „Св. Климент Охридски“ (1996 – 1998 г.), хоноруван асистент по Психология на човешката мотивация в Нов български университет (1997 -1999), главен асистент и преподавател по Оперативна психология и лидерство към Министерство на отбраната (2008 – 2011), преподавател в Академията на МВР по Полицейска психология, Психология на управлението, Психология и др. (от 2011 досега). Научните му интереси покриват широк спектър от психологически проблеми, но съвсем релефно се открояват научните му интереси по методология и методи на психологическите изследвания. Тъкмо в последната област той е изграден специалист и търсен експерт, който прилага на високо професионално равнище както класически, така и съвременни и най-нови експериментални методи и технологии в различни области на психологията. В преподавателската си работа Валери Тодоров е всеотдаен и широко отворен към потребностите на студентите. Умее да ги мотивира да овладяват преподавания материал и да ги увлича в изследователска работа.

Валери Тодоров извършва интензивна научно-изследователска дейност, която е отразена в съответни монографии, студии, статии, научни доклади. Представеният от него списък на научни трудове включва 54 заглавия. За участието си в конкурса за академичната длъжност „доцент“ обаче той е дал за рецензиране 12 публикации, сред които една монография, едно учебно пособие, една студия и 9 статии. Седем от статиите са на английски език и повечето от тях са публикувани в международни престижни издания с рецензентски апарат и висок импакт фактор. Това ги прави видими и разпознаваеми за международната научна общност.

## **2. Преглед и анализ на монографичния труд**

Монографията „Убеждаване и оказване на влияние“, София, 2016, издание на Академията на МВР, 239 стр. е посветена на социалнопсихологическите, личностните и комуникативните фактори, които имат пряко отношение към убеждаването и оказването на

влияние. Авторът си е поставил за цел да създаде основа за изграждане на практически умения за убеждаване и оказване на влияние върху отделни индивиди и групи от хора. Тази основа включва единайсет принципа за убеждаване, които по същество са добре изследвани похвати с многократно потвърждавана ефективност в експериментални и реални условия. Валери Тодоров представя тези принципи, като прилага единна концептуална рамка. Преди всичко задава теоретичните основи и предпоставки, които най-добре обосновават съответния принцип. Привежда резултати от експериментални изследвания, които доказват ефективността му в процеса на убеждаване и оказване на влияние, както и ролята и мястото му за повишаване силата на убеждаването. Представя различни методи за защита на съответния принцип и описва конкретното му прилагане стъпка по стъпка. По същество първите шест принципа включват шестте класически „закона на убеждаването“, които са разработени в научната литература. Към тях Валери Тодоров обособява още пет принципа въз основа на анализ на литературни източници, посветени на психологията на убеждаването. Принципите са назовани точно в съответствие със смисловото им съдържание, а именно: принцип на контраста, принцип на очакванията, принцип на оценката, принцип на асоциирането и принцип на баланса: разум срещу чувства. Извеждането на петте допълнителни принципа от този анализ е оригинален творчески подход. С тях авторът обогатява принципите на убеждаването и разкрива богат спектър от методи и похвати за убеждаване, които са разработени на операционно равнище и могат да се прилагат без никакви затруднения в процеса на убеждаване. Петте допълнителни принципа са в голяма степен разпознаваеми, лесно се различават от останалите и са дълбоко съдържателни, без да се размива тяхната специфика. Принципите за убеждаване са структурирани в съответствие с перспективата на убеждаващата страна. Всички подходи, методи и стъпки за прилагането им в процеса на убеждаването съставят своеобразен инструментариум, който може лесно да се използва от убеждаващите след съответен тренинг. Наред с много добре разработения инструментариум за убеждаване авторът е дал изключително полезна информация за психологическите нагласи на аудиторията, която е обект на убеждаване. Валери Тодоров е направил типология на аудиторията според нейните психологически нагласи, вярвания, ценности, готовността ѝ за промяна, нивото ѝ на възприемчивост. Много добре е характеризирал различните видове аудитория и техниките на убеждаване за всяка от тях. Посочил е и различни по характер методи, които убеждаващият трябва да използва пред враждебна аудитория, неутрална или безразлична аудитория, неинформирана аудитория, подкрепяща публика. Висока оценка заслужава разделът *б. Структуриране на убеждаващото послание*. В него авторът е задал модел на тази структура, който трябва да се следва при убеждаване. Моделът включва следните компоненти: създаване на интерес, формулиране на проблем, предлагане на доказателства, предлагане на решения, призив за действие. Тези компоненти са зададени в пределно ясна форма. Освен това, за да постигне по-голямо въздействие върху читателите, които ще използват предложения инструментариум в практиката си на убеждаване, авторът се обръща пряко към тях в диалогов режим, като инструкциите са зададени чрез глаголи в повелително наклонение (създайте, формулирайте, предложете). Показал е също какви техники трябва да се използват, за да се затвърдят съответните искания в ума на убеждавания. Дадени са най-ефективните техники, които се установени чрез експерименти за изследване на човешката памет, като повторения, ефекти на началото и края, тема и

тематични думи, краткост и простота. Много интересна е техниката „Имунизирание: Защита от евентуална атака“, която авторът е обяснил с релефни примери и е показал как може да се използва ефективно.

### **3. Характеристика и оценка на приносите в монографичния труд**

Монографията „Убеждаване и оказване на влияние“ е ценен научен и приложен труд по проблемите, свързани с психологията на убеждаването. Представените принципи на убеждаване по същество са научно обоснован инструментариум от похвати за влияние чрез убеждаване. Обособените от автора пет нови принципа, различни от класическите, обогатяват психологическите теории за убеждаването и имат теоретичен принос към проблемите на убеждаването и оказване на влияние. Класическите принципи и обособените от автора пет принципа са зададени в такива структурни модели, които дават възможност да се използват успешно в практиката на убеждаването. Това е значим научно-приложен принос на монографията. Научно-приложен принос има и оригиналният модел на автора за изучаване и анализ на особеностите на аудиторията. Моделът включва много съществени компоненти, като определяне на нагласите на аудиторията, определяне на готовността за промяна, определяне нивото на възприемчивост, слушане, определяне на личностните черти и определяне на структурата и формата на убеждаващото послание. Справката на автора за научните и научно-приложните приноси на монографията съдържа реалните научни и научно-приложни постижения в нея.

### **4. Преглед и анализ на научните трудове на кандидата, които са извън тези по т. 2**

Предложените за рецензиране статии могат да се групират в няколко проблемни области. С най-голям брой публикации е представена проблемната област „Общественият облик на полицията“. Към нея се отнасят 2 статии и една студия. В статиите е направен преглед на литературата за социалнопсихологическите аспекти на публичния имидж или обществения облик на организациите, за понятийното съдържание на този конструкт и за емпиричните показатели, чрез които се измерват различните му аспекти. Авторът е разгледал приликите и разликите между понятията обществен облик и стереотип в контекста на публичното възприемане на полицията. Привел е различни дефиниции на понятието социален стереотип. По-подробно са разгледани компонентите на социалния стереотип, като „Познавателна структура, която съдържа знанията, вярванията и очакванията на възприемащия за дадена социална група“; „Структури на абстрактното знание, свързващи дадена социална група със съвкупност от черти и поведенчески характеристики“; „Общоприети вярвания за характеристиките на дадена група“ (публикация 12, с. 147). Валери Тодоров е разгледал с необходимата пълнота и съдържателност формирането на стереотипите в процесите на социалното познание, основните им дименсии и ефекти, както и проблемите, свързани с тяхната промяна. В публикации 10 и 11 са изяснени социално-психологическите аспекти на понятията обществен облик на полицията, текущ имидж и желан имидж. В публикация 10 са разгледани систематично и всеобхватно факторите, които оказват най-съществено влияние върху изграждането на положителен или отрицателен обществен облик на полицията. Разкрити са ефективните комуникационни дейности за изграждане на положителен обществен облик на полицията и за поддържането му. Показани са възможностите

на различни комуникационни инструменти за формиране на един от основните компоненти на обществения облик – познатостта на организацията. Достоинствата на този труд се определят от ясно формулираните насоки за изграждане на положителен обществен облик на полицията.

В студията „Общественият облик на полицията“ (2001) Валери Тодоров е представил подробно социалнопсихологическо изследване на обществения облик на полицията. В уводната част е направил теоретични обобщения за съдържанието на конструкта обществен облик и съдържателното му сходство с конструкта публичен имидж. Основната цел на изследването е да се направи оценка на текущия имидж на полицията, въз основа на която да се изведе желаният имидж. Практическата задача е формулирана в рамките на съответствията между текущ и желан имидж на полицията. Авторът приема, че въз основа на разминаванията между текущ и желан имидж могат да се дефинират комуникационни цели с оглед подобряване на текущия имидж. Оценката на текущия имидж се постига чрез измерване на трите основни аспекта на имиджа на организацията – познатост, благосклонност и съдържание. Първите два аспекта са измерени чрез 5-категорийни ликертови скали, по които анкетираните лица са оценявали в каква степен познават работата на полицията (измерване на компонента познатост) и какво е отношението им към полицията като цяло (измерване на компонента благосклонност). За измерване на компонента съдържание е проведено предварително изследване за генериране на дейности, по които гражданите преценяват полицията. Получените свободни отговори са подложени на семантичен анализ чрез методите на контент анализа и е получен честотен списък на дейности, които са важни за оценка на полицията според анкетираните. Въз основа на този списък са разработени 33 биполарни скали, чрез които е измерено съдържанието на текущия имидж. Допълнителни въпросници събират информация за източниците, по които се формира имиджа на полицията, и за готовността на гражданите да й оказват съдействие. Като използва така разработения инструментариум, Валери Тодоров планира и провежда мащабно изследване в извадка от 1000 български граждани. Получените резултати са анализирани с най-адекватните и мощни статистически методи за вземане на решение. Изследвани са влиянията на социодемографските фактори върху отделните компоненти на публичния имидж на полицията като зависими променливи и са получени много важни и съществени резултати, които авторът разглежда в контекста на възможните комуникационни и социалнопсихологически техники за промяна в положителна посока на публичния имидж на полицията.

Друга проблемна област „Публично възприемане на науката и нейният публичен образ“ е представена от 2 статии на английски език. Три от статиите са посветени на проблемите, свързани с публичното възприемане на науката в различни страни. Основните изследователски усилия на Валери Тодоров и двамата му съавтори са насочени към търсене на универсални измерители на различни аспекти на публичното възприемане на науката. В търсене на такива универсални измерители авторите подлагат на многомерни статистически анализи (варианти на факторния анализ) данни от масови изследвания за възприемане на науката, проведени от Евробарометър в 34 европейски страни. На факторни анализи са подложени както общите данни за всички 34 страни, така и данните за всяка страна поотделно. В резултат на този анализ са извлечени три латентни променливи (три фактора), които са интерпретирани много

точно като *Оценка, Ефикасност и Контрол*. Тези фактори са съотнесени и към универсални фактори, получени в парадигмата на семантичния диференциал и в рамките на измерване на личностни черти чрез инструментариума на Голямата петорка. По извлечените фактори за публичното възприемане на науката са изчислени и скаловите стойности на анкетираните лица, което е дало възможност да се направят сравнения между страните от различни региони на Европа. Много силен е резултатът за разлики по дименсията „Науката в наша полза/Науката в полза на другите“. Респондентите от по-слабо развитите страни като балканските държави възприемат науката като дейност, която не е в тяхна полза, а в полза на другите, докато респондентите в силно развитите европейски страни оценяват науката като дейност в тяхна полза, а не в полза на другите. Аналогични изследвания са направени за сравнение на публичния образ на науката в две страни – България и Обединеното кралство. Като зависими променливи тук са използвани различни измерители на атитюда към науката, както и променливата научна грамотност, измерена чрез специален тест. Основните независими фактори са кохортата и страната, към която принадлежат анкетираните лица. Направена е серия от дисперсионни анализи (ANOVA) за проверка на статистическата значимост на влиянието на изучаваните независими фактори върху всяка една от зависимите променливи. Получени са много интересни резултати, които са интерпретирани съдържателно в контекста на социалноикономическите и политическите разлики между двете страни. В двата типа изследвания, представени в рецензираните статии, Валери Тодоров показва задълбочената си подготовка по методология на научните изследвания. Прилага адекватни и мощни статистически методи за анализ на огромни масиви от данни, като методи на многомерни статистически анализи (факторен анализ (главни оси); главни компоненти), методи за изследване влиянието на независими фактори върху зависими променливи, като многофакторни дисперсионни анализи (ANOVA) и други методи за проверка статистическата значимост на разлики между средни и др. Наред с това той осмисля резултатите от тези анализи по най-убедителен начин в рамките на съдържателни теоретични модели за изследваните феномени.

Три статии са в проблемната област „Национални стереотипи и национална идентичност и крос-културни изследвания на стереотипите“. Две от статиите са посветени на българските национални стереотипи и българската национална идентичност. В тях накратко се разглежда теорията за социалната идентичност и възможностите за проверка на хипотези, формулирани в нейните рамки. Авторите резюмират изследване на Phalet&Poppe, в което те намират, че българският автостереотип е отрицателен по моралната дименсия, както и по дименсията компетентност. Представят също така и резултатите от изследване на Топалова за европейската и националната идентичност на българи и французи, в което тя установява, че българите имат по-силна национална идентичност от французите. Резултатите от двете изследвания си противоречат в известна степен. Затова авторите на статиите си поставят за цел да планират и проведат изследване, резултатите от което да дадат обяснение на случаите, когато силна национална идентичност и отрицателен национален автостереотип могат да съществуват едновременно. Изследването е планирано и проведено при напълно обосноваването допускане, че конструктът стереотип е многомерен и трябва да се операционализира така, че да се разкрият възможно най-съществените му дименсии. Тъкмо

това са направили авторите, като са подбрали дескриптори от „Тезауруса на личностовите дескриптори в българския език“ при отчитане на оценките им по четири важни за случая параметъра - полезност за описанието на личността, субективна честота, социална желателност и яснота на значението. Данните от изследването са подложени на многомерен анализ, като е използвана мощната теория на Кумбс за многомерното разгъване. Получени са три дименсии – дименсия на морала, дименсия на жизнеността и дименсия на интелигентността. По същество всяка скала е смесена (joint scale) , защото по нея са ситуирани точки от две множества – точки на дескрипторите и идеалните точки на анкетираните лица. Оказва се, че по скалата на моралността идеалните точки на българите и албанците са разположени в полюса на дескрипторите с отрицателни оценки по моралност, а датчаните в противоположния полюс. По скалата на интелигентността обаче българите се намират в положителния полюс, където са дескрипторите, означаващи висока интелигентност, в противоположния край са албанците, а датчаните са по средата. Този резултат е много интересен. Очевидно националната идентичност на българите се поддържа от един силно положителен автостереотип, макар по моралната дименсия автостереотипът да е отрицателен. Това изследвания е оригинално както по отношение на използваната методология, така и по отношение на авторския инструментариум, който е конструиран чрез целенасочен подбор на дескриптори с отчитане на оценките им по четири съществени за изследването параметри.

Третата статия проверява адекватността на модела за съдържанието на стереотипите в кроскултурно изследване, включващо три източноазиатски страни с колективистична култура и седем европейски страни с индивидуалистична култура. Като резултат от анализа е доказана една съществена кроскултурна разлика, а именно – по-колективистичните култури не разполагат референтните групи (вътрешните групи и обществено прототипните групи) в най-положителния клъстер (висока компетентност – висока топлота) за разлика от индивидуалистичните култури, което показва, че външната група се омаловажава, без да има очевидна фаворизация на референтната група.

## **5. Характеристика и оценка на приносите на научните трудове по т. 4**

Рецензираните статии съдържат ценни научни приноси към теорията за публичния имидж на организацията. Методологически издържаното изследване за текущия имидж на българската полиция съдържа резултати, които обогатяват тази теория, от една страна, и имат научно-приложен принос, защото въз основа на резултатите са предложени ефективни комуникативни стратегии за подобряване на текущия имидж на полицията и постигане на желан имидж. Така си минимизира разминаването между текущ имидж и желан имидж.

Кроскултурното изследване, в което се проверява адекватността на модела за съдържанието на стереотипите, също стига до резултати, които показват, че има съществени различия в националните стереотипи между колективистичните и индивидуалистичните култури. Не случайно тази статия е цитирана 285 пъти.

Много съществен научен принос имат резултатите от изследването на българския национален стереотип и българската идентичност. По убедителен начин е показана приложимостта на теорията за многомерното разгъване на Клайд Кумбс за разкриване на

многомерния характер на стереотипа. Върху съответните дименсии са ситуирани както дескрипторите, така и анкетиранията лица. Така се получава изключително ценна информация за знака на автостереотипа, който може да бъде положителен по една дименсия и отрицателен по друга. Тази методологическа новост може да даде силен тласък на изследванията на националните автостереотипи.

С безспорен научен принос са резултатите от кроскултурното изследване за публичното възприемане на науката. Извлечената като резултат от факторен анализ дименсия „Науката в наша полза/Науката в полза на другите“ е силно диагностична по отношение на слаборазвитите и силно развитите страни. Науката в слаборазвитите страни се възприема като дейност в полза на другите, докато в силно развитите държави – като дейност в тяхна полза.

Както е известно, за влиянието на научните публикации върху научната общност може да се съди по тяхната цитируемост. Статиите на Валери Тодоров са цитирани общо 296 пъти, а от 2011 г. досега – 251 пъти. Това е много силен показател за научните приноси, разпознаваемостта и влиянието върху научната общност на публикациите на Валери Тодоров.

## **6. Оценка на учебните помагала, представени за участие в конкурса**

Валери Тодоров предлага като учебно помагало книгата „Водене на разговор и изграждане на доверие“, София, 1916, 95 стр. Целта на книгата е да се предложат техники за установяване и поддържане на разговор, които са потвърдени в практиката и има достатъчно доказателства за тяхната ефективност. Разгледани са техники, които се използват при първите контакти и започване на разговор с непознати в социална среда, като приеми, коктейли, семинари и др. След това са описани техники и похвати за поддържане и задълбочаване на вече започнат разговор и за изграждане на доверие. Преди всички техники и похвати за започване на разговор Валери Тодоров напълно основателно извежда темата за езика на тялото, чрез който се получават първите впечатления от човека, с когото искаме да установим контакт. В този раздел той описва най-съществените компоненти на невербалната комуникация, имащи важна роля за придобиване на първи впечатления и за подбор на техники при последващата вербална комуникация. Авторът описва преди всичко въздействието на усмивката, откритите ръце, наклона на тялото в посока на говорещия, докосването, зрителния контакт, кимането с глава. Той е разкрил точно значението и смисловото съдържание на всеки един от тези компоненти, като е показал както вариантите, които подпомагат и улесняват контакта, така и вариантите, които го възпрепятстват. Много добре е разработена важната тема „Започване на разговор с напълно непознати“. Валери Тодоров е посочил пет основни момента при започване на разговор с голямо значение за успешното му провеждане и завършване, а именно риска от отхвърляне, ритуалните въпроси за получаване на първа информация от непознатия, активното слушане, търсенето на информация и себеразкриването. Всички тези моменти са разгледани задълбочено с изтъкването както на положителните, така и на отрицателните ефекти при тяхното прилагане. Наред с това авторът препоръчва какви стратегии да се използват, за да се засилят положителните им ефекти, и какви похвати да се прилагат, за да се отслабят отрицателните. Валери Тодоров предлага съвсем конкретни техники за преодоляване на препятствията в разговора. Той е набелязал пет съществени препятствия, като за всяко от тях е описал и обосновал добре начините за преодоляването им.



С голяма практическа насоченост е разделът за стиловете на разговор, как да се разпознават и как да се използват в процеса на общуването. Тук предлага въпросник, чрез който читателят може да определи какъв стил на разговор доминира у него – пряк, съдържан, акуратен или словоохотлив. Препоръките за смяна и смесване на стиловете в разговора с цел да се постигнат желаните комуникативни ефекти са ясни и изпълними. Много полезна информация съдържа разделът за общуване с хора от други страни и култури. Описани са обичаите, които влияят на общуването между хора от различни култури. Голяма е информационната плътност на таблицата с обичаите в 27 страни (стр. 89), които трябва да се познават много добре, защото имат съществено значение за водене на разговор с представителите на тези култури и за избягване на недоразумения и пречки в комуникацията с тях. В таблицата са дадени най-съществените обичаи, при които се наблюдават значими межкултурни разлики, като ръкостискане, стил на разговор, зрителен контакт, отстояние при разговор. Освен това са посочени теми и действия, които са в голяма степен табуирани в съответните страни и трябва да се избягва разговор по тях. С предложенията от автора въпросник читателят може да измери в каква степен познава тези обичаи за различните страни.

Разгледаното учебно пособие е много полезно за формиране на комуникативни умения на студентите и всички, които имат желание да използват ефективни техники за водене на разговор и изграждане на доверие. Написано е на точен и разбираем език в стил на постоянен диалог с читателя. Тъкмо този стил създава всички предпоставки за изграждане на доверие с читателя. Учебното пособие заслужава висока оценка.

#### **7. Оценка и мнение по допълнителните показатели от дейността на кандидата**

Висока оценка може да се даде и за научноизследователската дейност на Валери Тодоров като изпълнител в 8 научни проекта. Неговото участие в тези проекти осигурява високо професионална методологическа експертност при планирането на изследванията и при анализа на данните, събрани с адекватни инструментариуми в съответствие с техните дизайни.

#### **8. Критични бележки и коментари**

Нямам критични бележки върху научната и преподавателската дейност на Валери Тодоров.

#### **9. Лични впечатления за кандидата**

Познавам Валери от студентските му години, когато му преподавах психолингвистика. Той се отличаваше от повечето си колеги със своите задълбочени научни интереси, целенасочена подготовка по различните психологически дисциплини и особено със силното си желание да усвои методологията на психологическия експеримент и да се запознае с възможно най-голям брой методи на изследване до равнище да ги прилага самостоятелно в собствени изследвания. В работата си след завършване на университета Валери се изгради като специалист и учен с високо чувство на отговорност, с експертната си дейност, заради която е търсен за работа по международни и национални проекти и като консултант в различни организации. Впечатленията ми за него като специалист и човек са отлични.

## 10. Заключение

Валери Тодоров е изграден учен с професионално владеене и използване на съвременна методология на изследване, включваща създаването на експериментално проверяеми теоретични модели, съдържателни операционализации на теоретични конструкти, създаването и адаптацията на валидни и надеждни инструменти за измерване на психологически променливи, прилагането на мощни математико-статистически методи за анализ на емпирични данни. Наред с това той е много добър преподавател, който не само преподава ясно и разбираемо учебния материал, но умее да активира любознателността на студентите, да ги увлича в изследователска дейност и да ги мотивира да се изграждат като професионалисти в своята специалност.

Въз основа на положителните си оценки за научното му творчество и преподавателската му дейност предлагам да се присъди на д-р Валери Тодоров академичната длъжност ДОЦЕНТ от област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“ по професионално направление 3.2. Психология, научна специалност „Психология на дейността“. Предлагам и на останалите уважаеми членове на научното жури да гласуват за това предложение.

София, 5 юни 2016 г.

Подпис:

/Проф. Енчо Герганов, д-р/