

FRI-16.203-1-ID-02

---

## DESIGN AS A CREATION OF THE HUMAN EGO<sup>30</sup>

---

**Lora Stefanova – PhD Student**

Department of Industrial Design,  
University of Ruse “Angel Kanchev”  
Tel.: +359 98 876 5005  
E-mail: lstefanova@uni-ruse.bg

**Assoc. Prof. Yordan Doichinov, PhD**

Department of Industrial Design,  
University of Ruse “Angel Kanchev”  
Phone: +359 88 727 3040  
E-mail: doichinov@uni-ruse.bg

**Abstract:** *The article draws the audience's attention to the human ego, which is fundamental to creativity and design. This clarification is of great importance in the context of artificial intelligence and unclear regulations regarding its use as a tool but not as a primary creator, designer or architect. The article briefly touches on the relationship between ego and spiritual development to present the notion that technological progress must occur in parallel with spiritual development.*

*The article presents examples of designers from various fields who, with their personal views, style or philosophy, sculpt eras and culture. In this way, the conclusion is reached that design must be the privilege of humans, not of AI subcontractors.*

**Keywords:** *Design, Human ego.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Дизайнът, особено когато става въпрос за творчески процеси като архитектура, мода, графичен и продуктов дизайн, често се разглежда като отражение на личността на дизайнера и на неговото виждане за света. Поради тази причина можем да говорим за уникалният дизайн като за проявление на егото на твореца и създателя.

Целта на настоящия доклад е да представи една от индивидуалните личностни характеристики - човешкото его, като ключов елемент от богатия духовен живот и важен фактор при формиране на личен стил при творческите личности, работили и работещи в областта на дизайна.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Егото е концепция, която има различни определения в зависимост от контекста – философски, психологически или културен. Основното значение на егото обикновено се свързва със самовъзприятието и чувството за лична идентичност.

В общото ежедневие понятието его най-често се бърка с егоизъм и се свързва със прекомерно самочувствие, самоувереност или усещане за собствената важност. В този контекст, често говорим или чуваме хората да говорят за „силно его“ или „надутото его“, когато някой проявява прекалена увереност или арогантност. Тази форма на оценка на егото донякъде е вярна, но създава погрешно и изкривено разбиране на пълното понятие за „его“. Всъщност егоизмът и егоцентризмът са склонност на личността да оценява света като своя собствена периферия, поставяйки себе си (своето разбиране за „себе си“) в центъра на тази периферия и издигайки го като „най-висока значимост“; а егоцентризмът е общо казано грешно завишена самооценка и проява на грубо поведение, незачитащо ценността на другите. Конкретно

---

<sup>30</sup> Докладът е представен на Научната сесия на Секция „Промислен Дизайн“ на 25 Октомври 2024 г. с оригинално заглавие на български език: ДИЗАЙНЪТ КАТО ТВОРЕНИЕ НА ЧОВЕШКОТО ЕГО.

терминът его означава умствена структура, носител на индивидуално самосъзнание. В този смисъл наличието на его е нормално за всички мислещи същества, (освен може би за постигналите висше просветление) и няма резон само по себе си да се счита за нещо лошо; то може и да не се проявява тясно егоистично, а да бъде дори алтруистично. Егото осигурява стабилност в психологично отношение, особено при светския живот, макар същевременно да ограничава проявата на универсалното съзнание в индивида.

**Във философията** егото се отнася до съзнателното „аз“ или самовъзприятието, чрез което човек възприема себе си като отделен от другите индивиди и света. В класическата философия егото често се свързва с понятието за „аз-а“ – този аспект на човека, който е носител на личните преживявания, мисли и действия, като център на индивидуалната идентичност и самосъзнание. Рене Декарт, например подчертава, че егото е основополагащо за човешката същност. Той свързва егото с актовете на мислене и самосъзнание, които доказват съществуването на индивида.

**В психологията**, според Зигмунд Фройд, егото е част от личността, която балансира между инстинктивните желания и моралните и социални норми. То функционира като рационален посредник, отговорен за осъзнатите мисли и действия, и се стреми да намери обществено приемливи и реалистични начини за задоволяване на желанията и потребностите си. *„Функцията на егото е да обединява и управлява вътрешните нужди с външната реалност.“* Този цитат на Фройд подчертава важната роля на егото като посредник между вътрешните импулси и реалността на външния свят. Разкритията, които той прави за човешкото его, е че то трябва да взема решения, които са практически приложими и социално приемливи.

Според Карл Густав Юнг, егото представлява централната част на съзнателния ум и е компонент на психиката, който е отговорен за личната идентичност, чувството за себе си и самосъзнанието. Егото включва мислите, спомените, възприятията и чувствата, свързани с личното „Аз“ и съзнателното възприемане на външния свят. Юнг разглежда егото като съзнателния „Аз“, който координира връзката между вътрешния свят на индивида и външната реалност. Според него, егото служи като посредник между несъзнаваното (включително личното и колективното несъзнавано) и съзнателната личност. Юнг също така подчертава, че развитието на егото е ключова част от процеса на индивидуация – процес, чрез който човек постига пълна психическа цялост и интеграция на различните аспекти на себе си, включително както съзнателни, така и несъзнателни елементи и в този процес егото трябва да се научи да се примирява и интегрира със своите по-дълбоки и несъзнавани аспекти. Едно от многото най-известни твърдения на Карл Юнг гласи: *„Сблъсъкът с тъмнината в самите нас може да бъде най-трудният от всички изпитания, но без него индивидуацията не може да бъде постигната.“* Процесът на индивидуация изисква преодоляване на ограниченията на егото и работа със сянката, за да се постигне цялост. Юнг вярва, че егото има важна роля в нашия живот, но то трябва да бъде осъзнато и интегрирано в по-широката структура на личността, вместо да доминира над нея. *„Егото не трябва да се унищожава, а да се осъзнае“.*

**В източната философия**, като в будизма, егото се разглежда като илюзорно или преходно явление, което трябва да бъде преодоляно, за да се постигне просветление. Концепцията за анатта („без-аз“) твърди, че не съществува постоянно, неподвижно его, а всички елементи на личността са преходни и взаимозависими. В индуизма, особено в учението на Адвайта Веданта, егото (или ахамкара) се разглежда като функция на ума, която създава илюзията за индивидуалност и отделеност от универсалното съзнание (Брахман). Духовното постижение се свързва с трансцендиране на егото и осъзнаване на единството на всичко съществуващо.

Както може да се забележи, във всички тези контексти и анализи, *егото представлява същността на това, което възприемаме като свое „аз“* - комбинация от мисли и схващания, усещания, спомени и самооценка, които ни формират като личности и индивидуалности. От една страна – философията и психоанализата, възникнали на по-късен етап в човешката история, ни дават солидни знания за човешкото его и сформирането на нашата

индивидуалност. От друга страна – древните източни духовни учения от хилядолетия се стремят да ни въвеждат в нови сфери на преживяването, според които човек, стремящ се към усъвършенстване и просветление трябва да надскочи усещането за собствено егo, защото то не е константа, а търпи промени, както и всеки един човек по време на житейският си път.

### **Дизайн без човешка намеса**

Според Юнг човек може и би трябвало да се стреми да постигне индивидуация или завършеност, а според учения като будизъм и индуизъм, човек може да постигне просветление. В широката действителност проблемите с нездраво развитото егo и лимитите на незрелият творец са едни от причините, които днес карат потребители и възложители да ликуват поради възможността да използват готови генератори на проекти, визии и идеи, вместо да разчитат за това на реален дизайнер или архитект. Възможността запитванията, които могат да бъдат отправени към неутрален и изпълнителен помощник, вместо към смущаващо арогантен дизайнер, към сърдит архитект или към меркантилен проектант е много радваща и перспективна. А възможностите, които всеки с достъп до инструментариумът на изкуственият интелект може да използва му дават илюзорното, но доста убедително самосъзнание, че самият той е вече артист, архитект, дизайнер... Дизайнът без човешка намеса е актуална концепция, която се наложи с развитието на технологии като изкуственият интелект (AI), автоматизацията и алгоритмичното генериране на съдържание. Идеята за премахване на пряката човешка намеса в творческия процес предизвиква дълбоки философски и етични въпроси, свързани с бъдещето на дизайна, творчеството и ролята на човека в създаването на естетически и функционални продукти. AI играе ключова роля в тази нова парадигма. С помощта на големи обеми от данни и алгоритми, които се учат и развиват, системите могат да създават уникални дизайни. Освен системи като DALL-E и MidJourney, които използват машинно обучение, за да генерират визуални изображения от текстови описания, AI може да тества и оптимизира дизайни за ефективност и устойчивост по-бързо и по-добре от човешкия интелект.

Възможно е дизайнът да се сътворява и без човешка намеса, чрез изследвани вече естествени процеси в природата, които създават естетически и функционално сложни форми като **биомимикрия**. Вдъхновени от природата, инженерите и дизайнерите копират форми и структури, но в някои случаи биологичните процеси сами създават структурата - като пример може да бъде използването на бактерии или гъби за изграждане на материали. Друг случай на дизайн без човешка намеса е **еволюционният дизайн**, при който се използват симулации на естествения подбор и еволюцията за създаване на обекти, които преминават през "еволюционни" итерации, без човешка намеса в самия творчески процес. Предимствата на дизайна без човешка намеса са:

**Скорост и ефективност:** Алгоритмите могат да генерират множество версии на един дизайн за изключително кратко време, което значително ускорява процеса на създаване.

**Обективност:** При липса на човешки пристрастия, резултатите могат да бъдат по-обективни и неограничени от традиционните творчески рамки.

**Оптимизация:** AI и автоматизацията могат да предложат решения, които са физически или икономически по-ефективни, но трудно предвидими от човека.

Недостатъци и предизвикателства на дизайнът без човешка намеса.

Да се обсъждат недостатъците на дизайн без човешка намеса е само по себе си плашещо. Бъдещето, в което машините работят с натрупаното хилядолетно човешко познание с непосилна за човека скорост, отдавна предсказано от мислители, писатели и футуристи, е всъщност нашето собствено настояще. Един от най-големите рискове при дизайна без човешка намеса е липсата на емпатия, емоция и културен контекст, които са изключително важни за създаване на продукти, които резонират с хората, тяхното здраве, ергономичните им потребности и психичен комфорт.

Друг фундаментален въпрос е въпросът с етиката и контролът - кой носи отговорност за дизайн, който е създаден от алгоритъм? Това ни поставя множество етични въпроси, особено когато става въпрос за решения, свързани с общественото и културното благополучие.

Машините и алгоритмите се базират на предварително зададени данни и алгоритми, които често ограничават творческото мислене. Липсата на човешка интуиция и вдъхновение в дизайн процесите могат да доведат до последици и неочаквани въздействия върху поведението, човешката мотивация и психика като цяло.

Дизайнът може да съдържа културни и социални контексти, които автоматизираните системи не винаги разбират правилно. Това може да доведе до проекти, които са културно или етически неадекватни или дори обидни. Човешките дизайнери могат да предвидят потенциални социални последици от даден проект и да вземат информирани решения за минимизиране на негативните ефекти, докато автоматизирани системи може да пропуснат такива аспекти.

Дизайнът за човешки потребители изисква разбиране на емоционалните и психологическите нужди на хората. AI не може да възприеме нюансите на човешките емоции и предпочитания, което може да доведе до продукти и услуги, които не отговарят на очакванията на потребителите или са трудни за използване.

Автоматизираните системи разчитат на огромни количества данни. Ако тези данни са непълни, некачествени или пристрастни, дизайнът може да бъде неточен или дискриминационен. Това е особено критично в сфери като медицинския дизайн, където точността на данните е от решаващо значение за здравето и безопасността на хората.

В индустрии като автомобилния дизайн или инженерството, липсата на човешка намеса може да доведе до рискове за безопасността. Автоматизираните системи може да не предвидят всички възможни сценарии на използване на продукта, което може да доведе до грешки в проектирането, които поставят потребителите в опасност или дискомфорт.

AI системите често правят решения на базата на статистически данни и не винаги могат да предвидят дългосрочните последици от определени дизайнерски решения. Например, автоматизирани системи може да не вземат предвид въздействието върху околната среда или общественото здраве, което може да доведе до нежелани странични ефекти.

Човешките дизайнери могат да адаптират продуктите и услугите за специфични нужди на отделни потребители. Въпреки че AI може да използва персонализирани данни, индивидуалният контекст често се губи. Липсата на персонализиране може да направи продуктите по-малко ефективни или дори неудобни за определени групи потребители.

Алгоритмите, които управляват автоматизираните дизайни, често са сложни и неразбираеми за хората, което води до липса на прозрачност и контрол върху процеса. Това създава рискове при отчитане на грешки или неефективност в системата.

И на последно, но в действителност на първо място - Замяната на човешките дизайнери с автоматизирани системи може да доведе до загуба на работни места, особено в творческите и техническите индустрии. Това води не само до тежки социални и икономически последици, но и до катастрофално ниско отношение към развитието на творческите способности на хората като цяло.

### **Бъдещето на дизайна**

Въпреки че технологиите все повече поемат ролята на създатели, напълно безчовешкият дизайн не бива и не може да бъде универсално приет. Много дизайнери виждат AI като мощен инструмент, който може да улесни тяхната работа, но не и да ги замести напълно. Дизайнът без човешка намеса предлага значителен потенциал за иновации и ефективност, но предизвикателствата, изтъкнати по-горе налага добре обмислена регулация на професии, контрол и регулиран достъп до използването на AI с професионални цели и изключителен баланс между технологичност и мъдрост.

Дизайнът се проявява най-видимо чрез стил, а човешката нужда от стил е многоизмерна и дълбока. Стилът служи като средство за себеизразяване, социална принадлежност и креативност. Той отразява както вътрешния свят на индивида, така и неговото място в социалния контекст и времето.

**Емблематични примери за дизайнери, които бележат времето и културата със собствен стил и философия**

В историята на дизайна могат да бъдат посочени примери за творци, чийто стил е силно свързан с техните лични възгледи и его. Изграждайки уникален стил и почерк те са станали иконични и разпознаваеми в своите области, а в някои случаи и по цял свят.

#### **Коко Шанел (Coco Chanel) – Моден дизайн**

Философията на Коко Шанел, една от най-влиятелните модни икони на 20-ти век, се отличава със своята простота, елегантност и стремеж към независимост. Тя не само преобръща представите за женската мода, но и оставя отпечатък върху културата и начина на мислене на жените. Основните принципи, които определят философията на Коко Шанел, са свързани със свободата, минимализма и отказа от конвенционалните норми. Философията на Коко Шанел е отражение на нейната революционна визия за мода, женственост и лична свобода. Тя вярва в силата на индивидуалността, простотата и функционалността, като същевременно подчертава значението на самоувереността и уникалността. Шанел е не просто моден дизайнер – тя е променила начинът, по който жените виждат себе си и своята роля в света.

**Стил:** Елегантен, минималистичен, функционален. Французойката Шанел е известна с революционното си опростяване на дамската мода, освобождавайки жените от корсетите и създавайки иконични елементи като „малката черна рокля“ и костюма Chanel.

**Известни проекти:** Парфюмът Chanel No. 5 и прочутото жакетче Chanel, които остават символи на вечната елегантност.

#### **Алън Флетчър (Alan Fletcher) – Графичен дизайн**

Алан Флетчър (1931–2006) е един от най-влиятелните графични дизайнери на 20-ти век и съосновател на известната дизайнерска фирма Pentagram. Неговата философия за дизайн е дълбоко интегрирана с идеите за комуникация, творчески процес и взаимодействие между форма и съдържание. Флетчър вярва, че дизайнът трябва да бъде интелектуален, концептуален, но и достъпен, игрив и функционален.

Философията на Алан Флетчър е изградена върху убеждението, че дизайнът е интелектуален процес, свързан с решаването на проблеми и комуникацията. Той насърчава креативността, мисленето "извън кутията", простотата и хармонията между форма и съдържание. Флетчър вярва, че дизайнът не трябва да бъде претенциозен, а да бъде достъпен, разбираем и забавен.

**Стил:** Стилът му обединява европейската традиция с нововъзникващата поп култура в Северна Америка, което го прави централна фигура в британския независим графичен дизайн през края на петдесетте и шестдесетте години.

**Известни проекти:** Разработва някои от най-запомнящите се графични схеми по негово време, особено идентичностите на Ройтерс и музея Виктория и Албърт в Лондон, и поставя своя печат върху дизайна на книги като творчески директор на Phaidon.

#### **Дитер Рамс (Dieter Rams) – Продуктов дизайн**

Дитер Рамс е германски индустриален дизайнер, известен най-вече с дългогодишната си работа за Braun и неговото влияние върху минималистичния и функционален дизайн. Неговата философия за дизайн е ясна, последователна и фокусирана върху принципите на добрия дизайн. Тя се основава на идеята, че дизайнът трябва да служи на хората, да бъде функционален, естетически привлекателен, но също така и дискретен. Рамс формулира своята философия чрез известните си "Десет принципа на добрия дизайн", които са вдъхновение за поколения дизайнери, включително и за екипа на Apple.

Рамс е известен с убеждението, че дизайнът трябва да бъде устойчив и да устоява на времето. Той е противник на краткотрайните модни тенденции и вярва, че продуктите трябва да бъдат създадени така, че да останат актуални дълго време. Това означава устойчиви материали, но и класически, неподвластни на времето форми.

10 принципа на добрия дизайн:

"Добрият дизайн е иновативен

Добрият дизайн прави продукта полезен

Добрият дизайн е естетически

Добрият дизайн прави продукта разбираем

Добрият дизайн е ненатрапчив  
 Добрият дизайн е честен  
 Добрият дизайн е дълготраен  
 Добрият дизайн е изпипан до последния детайл  
 Добрият дизайн е екологичен  
 Добрият дизайн е възможно най-малко дизайн"

Най-големият извод от Дитер Рамс - отношението на преднамереност.

Работата на Рамс показва, че страхотният дизайн е едновременно практичен и красив. Където всеки аспект и детайл от изживяването са внимателно обмислени, за да се гарантира, че всеки елемент служи на определена цел и допринася за цялостното потребителско изживяване.

"Възможно най-малко дизайн, но все пак игрив."

"По-малко е, но по-добре."

В дигиталния свят практичният и красив дизайн е също толкова важен, колкото и физическите продукти.

**Стил:** Функционалност и простота, известен със своя принцип "Less, but better" („По-малко, но по-добре“). Немецът Дитер Рамс е пионер в индустриалния дизайн, чийто минималистичен подход е повлиял и на съвременните дизайнери.

**Известни проекти:** Емблематични продукти за Braun, като радиоапаратите и аудиосистемите, които възплащават неговите 10 принципа на добрия дизайн.

**Джорджето Джуджаро (Giorgetto Giugiaro) – Автомобилен дизайн**

Италианският дизайнер Джорджето Джуджаро – обявен за „дизайнерът на XX-ти век“, патрон на катедра „Промислен дизайн“ и Доктор хонорис кауза на Русенския университет е смятан за един от най-влиятелните автомобилни дизайнери на всички времена. Работил е за различни автомобилни производители и създал иконични автомобили като DeLorean DMC-12 (от филма „Завръщане в бъдещето“) и първия Volkswagen Golf.

**Знаменити модели:** DeLorean DMC-12, Volkswagen Golf Mk1, Ferrari 250 GT SWB.

**Семейство Еймс (Charles and Ray Eames) – Интериорен и мебелен дизайн**

Чарлс и Рей са американска семейна двойка индустриални дизайнери, които също са работили в областта на индустриалния и графичния дизайн, изобразителното изкуство и киното.

Значителен исторически принос за развитието на съвременната архитектура и мебели чрез работата върху Eames Office, Eames Lounge Chair.

**Заха Хадид (Zaha Hadid) – Архитектура**

Един от най-изявените аспекти на архитектурната философия на Хадид е идеята за флуидността на формите. Нейните сгради често изглеждат като разтапящи се, течащи или движещи се обекти.

**Стил:** Експресивен, футуристичен, с нестандартни геометрични форми и плавни линии. Заха Хадид е известна със своите авангардни и дръзки архитектурни проекти.

**Известни проекти:** Центърът за водни спортове в Лондон за Олимпийските игри през 2012, Музеят MAXXI в Рим и Операта в Гуанджоу, Китай.

**Роберто Бурле Маркс (Roberto Burle Marx) – Ландшафт дизайн и дизайн на градска среда**

Философията на Роберто Бурле Маркс съчетава изкуство, екология и култура. Неговите ландшафтни проекти не са просто естетически красиви, но също така отразяват ангажимента му към устойчивост, културна идентичност и социална ангажираност. Той е пионер в използването на местната флора и насърчава устойчиви практики, като създава пространства, които обогатяват както природата, така и обществото.

Роберто Бурле Маркс е бразилски ландшафтен архитект, чиито авангардни и модернистични проекти на паркове и градини го правят световно известен.

**Известни проекти:** Copacabana promenade - Rio de Janeiro , Inhotim in Brumadinho, Ibirapuera Park, Sao Paulo, Kuala Lumpur City Centre (KLCC) Park.

### **Човешкото его, моделирано от света на дизайна**

От Фройд до съвременните когнитивни учени, разбирането на егото еволюира като ключова тема в разгадаването на човешката природа. Но какво е то, погледнато през призмата на дизайна? Възможно ли е човешкото его да бъде разглеждано като продукт на дизайна, с който сме заобиколени и възпитани?

Човешкото съзнание е проектирано (или, по-точно, еволюирало) да оцелява в сложна и често враждебна среда. Егото, в този смисъл, може да се разглежда като инструмент за ориентиране в тази среда. То ни помага да дефинираме себе си спрямо другите, да формулираме желания, цели и стремежи. В еволюционен план егото е отговорно за изграждането на усещането за идентичност, което пък е критично за оцеляването на индивида и групата. Например, способността да защитаваме своята територия или статус в обществото е резултат от егоцентрично поведение, което е закодирано в нашите мозъци и социални структури.

Докато биологичните механизми формират основата на егото, културата добавя своите слоеве чрез норми, символи и очаквания. Обществото създава рамка, в която егото да се развива и проявява. Религиозни и философски системи често дават модели на "правилно" и „грешно“ его, насочвайки личността към саморефлексия и самоконтрол. Модерният свят обаче, с неговата дигитализация и глобализация, въвежда нови дизайнерски предизвикателства за егото. Социалните мрежи, например, изискват нови видове идентичност, които често са по-скоро курирани, отколкото автентични. В този контекст егото се трансформира в продукт, който се „продава“ и „употребява“. Егото е все повече роля, която съзнателно изграждаме, и тази роля, често е просто стил или продукт.

Технологиите играят все по-важна роля в оформянето на човешкото его. От алгоритмите, които персонализират съдържанието ни, до виртуалната реалност, която позволява нови начини за самоизразяване, егото е изложено на непрекъснато преосмисляне.

Системите за изкуствен интелект вече са способни да моделират и анализират човешките егоцентрични тенденции. Това повдига въпроси за етиката и потенциалните рискове, свързани с манипулацията на егото. Какво означава да сме себе си, след като сме до такава степен обусловени от външни сили?

### **Баланс между его и функция**

Един от ключовите въпроси е как да съхраним автентичността на човешкото его в свят, доминиран от дизайна. Може би отговорът се крие в осъзнатостта и саморефлексията. Вместо егото да бъде напълно подчинено на външни влияния, можем да го разглеждаме като динамичен елемент, който се адаптира, но същевременно остава верен на своите корени.

Успешният дизайн е този, който се ражда от баланс между личното виждане на дизайнера и реалните нужди на времето и на потребителите. Егото и личната идеология са двигател на креативността и впитайки се в технологичните възможности на епохата я бележат с характерни и емблематични образи, материали и стилове. Важно е за егото да бъде контролирано, за да не доминира над реалните човешки възможности, функционалността и естетиката на съответен проект. В този ред на мисли, ако творецът има твърде натрапчиво и небалансирано его, съчетано с липса на познания и култура в много направления на науката, използването на мощните инструменти за визуализация биха създали опасни и подвеждащи дизайни и проекти. Нуждата от баланс между его и функция винаги е била фундаментална за добруването като цяло.

В условията на нашето съвремие какви търсения в дизайна би направила човешката намеса оригинална, навременна и истински нужна? Ще могат ли дизайнерите, използвайки собствената си идентичност да решават проблемите на съвременното или ще бъдат напълно погълнати от технологичните възможности? Дали остарелите религии и провалените идеологии няма да пробудят желание за преосмисляне на света и дизайн проектите, които се случват в него?

Човешкото его е уникален продукт на биологичен и културен дизайн. Неговото развитие е неразривно свързано с историята на човешката цивилизация и технологичния прогрес.

Въпросът за баланса между естествената му същност и външните дизайни, които формират усещането ни за принадлежност и стил остава отворен, но именно в този баланс може би се крие ключът към разбирането на нашата същност като хора.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разгледаните примери показват, че егото в дизайна може да бъде разбрано като стремежа на дизайнера да остави свой отпечатък, да създаде нещо уникално, което да го отличи от останалите. Това се забелязва в следните аспекти:

**Самоизразяване:** Всеки дизайнер има уникален стил и визия, които често са отражение на неговото вътрешно „аз“.

**Иновативност:** Егото може да подтиква дизайнера да търси иновации и уникални решения, за да остави своя почерк в света на дизайна.

**Собствен почерк или подпис върху произведението:** Много дизайнери създават проекти, които могат лесно да бъдат разпознати като техни - техният "подпис" или техният почерк е осезаем в работата им.

Резонно възниква въпросът как намесата на изкуствения интелект и дехуманизацията на много процеси ще повлияе на творците и начина, по който изкуството, респективно дизайна се създава, възприема и разпространява. В ерата на компютърно генерираните образи къде ще бъде самоизразяването, иновативността и собствения почерк?

Този проблем ни връхлита и сериозното му изследване тепърва предстои.

## REFERENCES

Albus, V., Reyer K., Woodham, J. (2004) Icons of Design: The 20<sup>th</sup> Century. Prestel Publishing  
 Stavru, S., Sotirova, D., Gradinarov, B., Nikolova, B., Ivanova, N., Traikova, A., Gabrovska, M., Mircheva, G., Denkova, A., Lozanov, V., Todorova, M., Mikov, I., Kostova (2024). Ethics and the Future: Philosophical Trajectories to the Elusive Future. Sofia: Nova Zvezda ,L. (**Оригинално заглавие:** Ставру, С., Сотирова, Д., Градинаров, Б., Николова, Б., Иванова, Н., Трайкова, А., Габровска, М., Мирчева, Г., Денкова, А., Лозанов, В., Тодорова, М., Миков, И., Костова, Л., 2024. Етика и бъдеще: философски траектории към убягващото бъдеще. София: Издателство „НОВА ЗВЕЗДА“)

<https://meditation.bg/5-%D1%82%D0%B5%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%BD%D1%82%D0%B0-3-%D0%B5%D0%B3%D0%BE/>

<https://psiheq.com/2022/11/14/kratka-istoriya-na-psihiologiyata/>

## БЛАГОДАРНОСТИ

Докладът отразява резултати от работата по проект № 2024-АИФ-04, финансиран от фонд „Научни изследвания“ на Русенския университет.