

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA

MARIBOR

**OBLIKOVANJE SPLETNE STRANI ZA
GENERIRANJE LOGOTIPOV S POMOČJO
UMETNE INTELIGENCE**

Kandidatka: Ana Sporiš

Vrsta študija: študentka izrednega študija

Študijski program: Medijska produkcija

Mentor predavatelj: Stevan Čukalac, prof. lik. ped.

Mentor v podjetju: Dejan Šmid, univ. dipl. med. kom.

Lektorica: Nuša Jazbec, univ. dipl. prev. in tolm. ang. ter prof. slov.

Maribor, 2025

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Ana Sporiš sem avtorica diplomskega dela z naslovom »Oblikovanje spletne strani za generiranje logotipov s pomočjo umetne inteligence«, ki sem ga napisala pod mentorstvom Stevana Čukalaca, prof. lik. ped.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia Maribor,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli kot moje lastne kaznivo po Zakonu o avtorski in sorodnih pravicah (Uradni list RS, št. 16/07 – uradno prečiščeno besedilo, 68/08, 110/13, 56/15 in 63/16 – ZKUASP); prekršek pa podleže tudi ukrepom Višje strokovne šole Academia Maribor skladno z njenimi pravili,
- skladno z 32.a členom ZASP dovoljujem Višji strokovni šoli Academia Maribor objavo diplomskega dela na spletnem portalu šole.

Maribor, julij 2025

Podpis študenta:

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem mentorjema, mag. Stevanu Čukalacu in g. Dejanu Šmidu, za njuno strokovno vodstvo, nasvete in podporo pri nastajanju tega diplomskega dela.

Posebna zahvala gre tudi moji družini, ki mi je ves čas študija stala ob strani, me spodbujala, podpirala in omogočila ta študij.

Zahvalila bi se tudi vsem prijateljem za spodbudo, motivacijo in nasvete, ko sem jih najbolj potrebovala.

POVZETEK

Diplomsko delo raziskuje uporabo umetne inteligence na področju grafičnega oblikovanja s posebnim poudarkom na generiranju logotipov preko spletnih generatorjev. Namen dela je preučiti, kako generativna umetna inteligenca (GAI) vpliva na sodobne prakse oblikovanja ter kako učinkovita in uporabniku prijazna so orodja, ki omogočajo avtomatizirano ustvarjanje logotipov brez predhodnega oblikovalskega znanja.

V teoretičnem delu so predstavljeni temeljni pojmi s področja umetne inteligence, vključno z generativnimi modeli (VAE, GAN, difuzijski modeli, transformatorji), sodobni trendi oblikovanja uporabniškega vmesnika (minimalizem, personalizacija, krepka tipografija) ter vpliv umetne inteligence na kreativne procese in delovna mesta. Obravnavana so tudi etična vprašanja, kot so avtorske pravice, pristranskost algoritmov ter odgovorna uporaba umetne inteligence v oblikovanju. V raziskovalno-aplikativnem delu je bila izvedena spletna anketa o uporabniški izkušnji in pričakovanjih uporabnikov. Ugotovljeno je bilo, da si uporabniki želijo enostavne uporabe, več možnosti personalizacije ter brezplačnega prenosa logotipov. Med pglavitnimi pomanjkljivostmi so izpostavljeni podobni in premalo unikatni dizajni ter omejene prilagoditve. V praktičnem delu so bili analizirani različni AI-generatorji logotipov, kjer so bile poleg prednosti (hitrost, dostopnost) izpostavljene tudi slabosti (ponavljajoča se estetika, omejena edinstvenost). Rezultati kažejo, da uporabniki cenijo enostavnost uporabe, široke možnosti personalizacije ter brezplačen dostop do osnovnih funkcij. Na podlagi rezultatov je bil oblikovan lasten prototip spletnega orodja, ki sledi sodobnim oblikovalskim smernicam in vključuje ključne funkcionalnosti: intuitivno uporabo, bogate možnosti personalizacije, predogled (»mockupi«) in brezplačen dostop do osnovnih funkcij.

Diplomsko delo tako združuje teoretične osnove, analizo obstoječih rešitev in lasten razvoj, kar omogoča vpogled v sodobno rabo umetne inteligence na področju oblikovanja logotipov ter predlaga izboljšave za boljšo uporabniško izkušnjo. Poleg tehnoloških vidikov diplomsko delo analizira tudi trenutne trende v oblikovanju uporabniških vmesnikov, kot so minimalizem, personalizacija in uporaba krepke tipografije, ki pomembno vplivajo na oblikovanje digitalnih orodij.

Ključne besede: *grafično oblikovanje, umetna inteligenca, personalizacija, uporabniška izkušnja, logotip.*

ABSTRACT

»Development of a Website for AI-based Logo Generation«

The thesis explores the use of artificial intelligence in the field of graphic design, with a particular focus on logo generation through online generators. The aim of the study is to examine how generative artificial intelligence (GAI) influences contemporary design practices and to assess the efficiency and user-friendliness of tools that enable automated logo creation without prior design knowledge.

The theoretical part introduces key concepts of artificial intelligence, modern trends in user interface design, such as minimalist aesthetics, personalization, and bold typography, and the impact of GAI on creative processes. AI-based tools allow for quick logo generation, automation of repetitive tasks and a variety of visual solutions, which are particularly useful for small businesses and individuals. The research-application part includes an online survey that collected data on users' experiences, expectations, and preferences regarding online logo generators. The analysis revealed that users seek simplicity and intuitiveness, free logo downloads, more customization options (color, typography, layout), and more diverse and unique templates. Common drawbacks included similarities between existing designs, limited uniqueness, and the requirement to pay for downloading the final product. The survey results served as the foundation for further analysis and solution development. The practical section evaluates some online logo generators. For each tool, a detailed analysis of the user interface, logo creation process, and personalization options was conducted. While advantages such as speed and accessibility were noted, limitations such as reduced uniqueness and repetitive design patterns were also highlighted. Based on all findings, a custom prototype of a logo generation website was developed, following modern design guidelines and including functionalities that users identified as essential: ease of use, rich personalization options, preview capabilities (mockups) and free access to basic features.

The thesis offers insight into the current use of artificial intelligence in graphic design, specifically in logo creation and provides a practical solution that meets the current needs of users. It combines theoretical foundations, analysis of existing solutions, and the development of a user-centered digital tool.

Keywords: *graphic design, artificial intelligence, personalization, user experience, logo.*

Kazalo vsebine

1	UVOD	9
1.1	NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE	10
1.2	PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE	11
1.3	UPORABLJENE RAZISKOVALNE METODE	12
2	ZGODOVINA RAZVOJA UI- IN UPORABNIŠKIH VMESNIKOV	13
2.1	PRIHOD INTUITIVNEGA OBLIKOVANJA UPORABNIŠKEGA VMESNIKA	14
2.1.1	<i>Primeri intuitivnega oblikovanja uporabniškega vmesnika.....</i>	<i>15</i>
2.2	TURNINGOV TEST.....	17
2.3	TRENDI IN PRIHODNOST OBLIKOVANJA UI/UX	18
2.4	OBLIKOVANJE UPORABNIŠKEGA VMESNIKA V PRIHODNOSTI.....	20
3	TEORETIČNA IZHODIŠČA	22
3.1	OPREDELITEV UMETNE INTELIGENCE.....	22
3.2	POMEN UMETNE INTELIGENCE V GRAFIČNEM OBLIKOVANJU	22
4	ANALIZA TRENUTNEGA STANJA NA TRGU.....	25
4.1	PREGLED OBSTOJEČIH UI-GENERATORJEV LOGOTIPOV	25
4.2	PRIMERJALNA ANALIZA	31
4.3	KAKO UI VPLIVA NA PROCES OBLIKOVANJA LOGOTIPOV.....	32
4.4	KLJUČNE UI/UX-PRAKSE PRI OBLIKOVANJU SPLETNEGA GENERATORJA	33
4.5	UI IN NJENA SPOSOBNOST GENERIRANJA LOGOTIPA	34
5	OBLIKOVALSKI PROCES RAZVOJA SPLETNEGA GENERATORJA	38
5.1	ELEMENTI SPLETNE STRANI.....	38
5.2	NAČRTOVANJE INFORMACIJSKE ARHITEKTURE	40
5.3	OBLIKOVANJE UPORABNIŠKEGA VMESNIKA.....	42
5.4	BARVNA PALETA IN TIPOGRAFIJA	46
5.5	VKLJUČITEV GENERATIVNE UMETNE INTELIGENCE V DIZAJN.....	47
6	ANALIZA REZULTATOV ANKETE.....	49
7	SKLEP	54
8	VIRI IN LITERATURA	56

Kazalo slik

SLIKA 1: SKETCHPAD	13
SLIKA 2: PRIMER INTUITIVNEGA DIZAJNA	16
SLIKA 3: PRIMER INTUITIVNEGA DIZAJNA	17
SLIKA 4: PRIMER MINIMALISTIČNEGA DIZAJNA	18
SLIKA 5: STRAN Z GUMBOM MOŽNOST ZA DOSTOPNOST.....	19
SLIKA 6: PRIMERI USTVARJENIH IKON S STRANI UMETNE INTELIGENCE	23
SLIKA 7: UI-GENERATOR BARVNE PALETE	23
SLIKA 8: GENERATOR BRAND CROWD.....	26
SLIKA 9: UREJANJE LOGOTIPA NA STRANI BRAND CROWD	26
SLIKA 10: IZBIRA NAROČNINE NA STRANI BRAND CROWD.....	26
SLIKA 11: ZAČETNA STRAN GENERATORJA LOGOAI	27
SLIKA 12: IZBIRA BARVNE PALETE	27
SLIKA 13: IZBIRA FONTA	28
SLIKA 14: IZBOR STILA LOGOTIPA	28
SLIKA 15: PRIMER LOGOTIPA	29
SLIKA 16: GENERATOR TAILOR BRANDS	29
SLIKA 17: IZBOR IKON.....	30
SLIKA 18: IZBIRA PISAVE.....	30
SLIKA 19: PRIMER VIDEZA LOGOTIPA V PRAKSI.....	31
SLIKA 20: PRIMERI NASLOVNIC Z UPORABO UI-TEHNOLOGIJE	32
SLIKA 21: PRIMER IZ CANVE	35
SLIKA 22: PODANE PREDLOGE.....	35
SLIKA 23: SKICE ZA LOGOTIP	40
SLIKA 24: KONČNI LOGOTIP	41
SLIKA 25: NAČRTOVANJE VIDEZA STRANI.....	41
SLIKA 26: PRVI POSKUS SPLETNEGA GENERATORJA	43
SLIKA 27: POSKUS 2	44
SLIKA 28: POSKUS 3	45
SLIKA 29: KONČNI IZDELEK	46
SLIKA 30: BARVNA PALETA	46
SLIKA 31: KREATIVKOTI	48

Kazalo grafikonov

GRAFIKON 1: UPORABA TE VRSTE APLIKACIJE	49
GRAFIKON 2: KAJ JE ANKETIRANEC NAJPOMEMBNEJŠE	50
GRAFIKON 3: FUNKCIJE.....	50
GRAFIKON 4: VIRTUALNI VODIČ	51
GRAFIKON 5: PREGLEDNOST IN ENOSTAVNOST	52
GRAFIKON 6: NAJPOMEMBNEJŠI ELEMENTI.....	52

1 UVOD

V zadnjem desetletju smo priča izjemnemu tehnološkemu napredku, ki pomembno preoblikuje številna področja družbenega, gospodarskega in ustvarjalnega delovanja. Eden najvidnejših tehnoloških premikov se odvija na področju umetne inteligence (UI), ki s svojimi zmogljivostmi vse bolj prodira tudi na področja, kjer je bila ustvarjalnost tradicionalno izključno človeška domena. Med njimi izstopa predvsem vizualno oblikovanje, kjer nova generacija UI-orodij omogoča generiranje kompleksnih in estetsko dovršenih rešitev, kot so logotipi, z minimalnim vložkom časa in brez predhodnega oblikovalskega znanja. Logotip kot temeljni element celostne grafične podobe podjetja ali blagovne znamke ima pomembno vlogo pri gradnji vizualne identitete in prepoznavnosti. Tradicionalni postopek oblikovanja logotipa je bil dolgotrajen in kompleksen, saj je zahteval poznavanje grafičnega oblikovanja, estetike, barvne teorije in ciljne publike. S pojavom UI-orodij, ki temeljijo na strojnem učenju in generativnih algoritmih, je ta proces postal bistveno enostavnejši. Uporabniki lahko z vnaprej pripravljenimi predlogami, inteligentnimi priporočili in avtomatiziranimi sistemi ustvarijo profesionalno oblikovane logotipe v izjemno kratkem času. Ta pojav sproža številna vprašanja tako s strokovnega kot z etičnega vidika. Na eni strani odpira možnosti za demokratizacijo oblikovalskih, saj omogoča dostop do kakovostnih rešitev tudi tistim, ki nimajo predhodnega oblikovalskega znanja ali finančnih sredstev. Na drugi strani se pojavljajo pomisleki glede izvirnosti, avtorskih pravic in kakovosti takih rešitev. Ključno vprašanje ostaja tudi, kako uporabniki dojemajo taka orodja in ali jih obravnavajo kot verodostojno alternativo klasičnemu oblikovalskemu procesu. Čeprav se tematika uporabe UI v oblikovanju v Sloveniji še ni množično raziskovala, predstavlja izjemno aktualno področje, zlasti zaradi vse večjega povpraševanja po digitalnih rešitvah med podjetniki in ustvarjalci. To diplomsko delo se tako osredotoča na analizo vpliva umetne inteligence na proces vizualnega oblikovanja logotipov ter na pomen, ki ga imajo tovrstna orodja za sodobne uporabnike. V ospredju je raziskava uporabniške izkušnje, funkcionalnosti ter potenciala, ki ga imajo taka orodja v praksi. Delo temelji tako na teoretičnih izhodiščih s področja oblikovanja kot na empiričnih ugotovitvah, ki osvetlujejo dejansko stanje in uporabo UI-orodij med ciljnim skupinami uporabnikov.

V diplomskem delu se osredotočam na izzive spletnega oblikovanja, predvsem na področju uporabniško prijaznih vmesnikov za ustvarjanje logotipov. Na trgu sicer obstaja veliko orodij, ki s pomočjo umetne inteligence omogočajo generiranje logotipov, a se mnoga izmed njih izkažejo za premalo prilagodljiva, kompleksna ali plačljiva. Ključna težava je ta, da številna orodja ne dajejo dovolj poudarka uporabniški izkušnji, pogosto so nepregledna, vizualno preobremenjena ali zahtevajo preveč korakov, da uporabnik pride do končnega izdelka. Tudi dostopnost orodij je omejena, številna so plačljiva, kar pomeni, da si jih manjša podjetja ali posamezniki, ki bi si želeli profesionalnega logotipa, ne morejo privoščiti. Uporabniki brez izkušenj z grafičnim oblikovanjem se lahko tako hitro znajdejo v zadregi. Prav zato sem začela razmišljati o razvoju spletne strani z UI-generatorjem, ki bi bil osredotočen na dobro uporabniško izkušnjo. Eden ključnih izzivov pri razvoju spletnih aplikacij, zlasti za orodja, ki vključujejo umetno inteligenco, je iskanje ravnotežja med napredno tehnologijo in preprosto uporabniško izkušnjo. Uporabniški vmesniki morajo biti zasnovani tako, da omogočajo uporabnikom brez tehničnega znanja, da brez težav uporabljajo napreden sistem, ki omogoča generiranje in prilagoditev logotipov. Na tem področju spletnega oblikovanja se pogosto srečujemo z dilemo, kako narediti orodje preprosto in intuitivno, hkrati pa ohraniti dovolj napredno za ustvarjanje profesionalnih in edinstvenih rezultatov. Spletna aplikacija mora torej združiti estetsko dovršenost z uporabnostjo ter omogočiti uporabnikom, da se hitro in enostavno vključijo v proces oblikovanja, brez občutka preobremenjenosti ali zmedenosti.

1.1 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomskega dela je preučiti, kako lahko umetna inteligenca prispeva k razvoju spletnih mest za generiranje logotipov. Želim se naučiti, kako pravilno zasnovati spletno mesto, ki bo vključevalo ključne elemente za učinkovito uporabo umetne inteligence pri oblikovanju logotipov, vključno z integracijo algoritmov in orodij, ki omogočajo prilagodljivost in personalizacijo logotipov. Glavni cilj je ustvariti funkcionalno spletno mesto, ki omogoča enostavno generiranje logotipov s pomočjo umetne inteligence, kar bo podjetjem omogočilo hitro in učinkovito ustvarjanje prepoznavnih in prilagojenih logotipov. V raziskavi bom proučevala, kako umetna inteligenca deluje v procesu oblikovanja logotipov, zlasti katere tehnologije so najbolj primerne za ta namen ter kako lahko te tehnologije vplivajo na kakovost in prilagodljivost končnih rezultatov. V tem diplomskem delu bi želela dokazati tudi naslednje hipoteze. Prva hipoteza je, da odzivna oblika spletne strani izboljšuje dostopnost in uporabniško

izkušnjo na različnih napravah, saj omogoča enostavno prilagoditev vsebine ne glede na velikost zaslona, kar pripomore k boljši uporabniški izkušnji na pametnih telefonih, tabličnih računalnikih ali prenosnikih. Druga hipoteza je, da se učinkovitost uporabniškega vmesnika poveča, ko je dizajn skladen z osnovnimi načeli uporabniške osredotočenosti, kot so jasnost, prepoznavnost in konsistentnost, saj uporabnikom omogoča enostavno in učinkovito uporabo sistema brez nepotrebne zmede. Naslednja hipoteza je, da imajo uporabniki pozitivnejšo izkušnjo z uporabniškimi vmesniki, ki sledijo pravilom vizualne hierarhije in intuitivne navigacije, saj jim omogočajo enostavno iskanje informacij in boljše razumevanje strukture spletnega mesta. Zadnja hipoteza je, da UI-orodja lajšajo dostop do visokokakovostnih dizajnov tudi za tiste, ki nimajo predhodnega oblikovalskega znanja, saj omogočajo ustvarjanje profesionalnih logotipov in drugih oblikovalskih elementov s preprostimi orodji, ki jih ponuja umetna inteligenca.

1.2 Predpostavke in omejitve

Predpostavljam, da bodo tisti, ki bodo anketo izpolnili, v raziskavi odgovarjali iskreno in podali relevantne povratne informacije, kar bo omogočilo izboljšavo izdelka. Pri raziskavi se opiram na naslednje zastavljene hipoteze:

- Hipoteza 1 (H1): Odzivna oblika spletne strani izboljšuje dostopnost in uporabniško izkušnjo na različnih napravah.
- Hipoteza 2 (H2): Učinkovitost uporabniškega vmesnika se poveča, ko je dizajn skladen z osnovnimi načeli uporabniške osredotočenosti, kot so jasnost, preprostost in konsistentnost.
- Hipoteza 3 (H3): Uporabniki imajo pozitivnejšo izkušnjo z uporabniškimi vmesniki, ki sledijo pravilom vizualne hierarhije in intuitivne navigacije.
- Hipoteza 4 (H4): UI-orodja lajšajo dostop do visokokakovostnih dizajnov tudi za tiste, ki nimajo predhodnega oblikovalskega znanja.

1.3 Uporabljene raziskovalne metode

Raziskovalno-aplikativni del vključuje izvedbo spletne ankete, ki je bila oblikovana z namenom zbiranja podatkov o uporabniški izkušnji in pričakovanjih uporabnikov glede spletnih mest za generiranje logotipov. Ko bodo rezultati ankete zbrani, jih bom analizirala s pomočjo grafikonov, ki bodo prikazali ključne ugotovitve, kot so preference uporabnikov, pogosti izzivi in pričakovanja glede funkcionalnosti spletnih mest. Tako bo anketa ključni vir podatkov za oblikovanje prototipa spletne strani in predloge izboljšav.

2 ZGODOVINA RAZVOJA UI- IN UPORABNIŠKIH VMESNIKOV

Začetke uporabniških vmesnikov sta zaznamovali preprostost in neprijaznost do uporabnika. Na začetku je bilo računalništvo večinoma le besedilno z vmesniki ukazne vrstice, ki so od uporabnikov zahtevali, da si zapomnijo in vnesejo vse ukaze. Ti vmesniki niso bili intuitivni in so za povprečnega uporabnika predstavljali kar velik zalogaj učenja. Grafični uporabniški vmesniki, t. i. »GUI«, so bili velik korak naprej, vendar so bile prve različice še vedno precej primitivne. Pogosto so se ponašali s kockasto grafiko, omejeno barvno paletto in okorno navigacijo. Zaradi takratnih omejitev strojne opreme je bila odzivnost zelo počasna, ločljivost zaslona pa nizka, kar je vodilo k nenehnemu napredku na področju oblikovanja uporabniških vmesnikov. Zgodnje oblikovanje uporabniškega vmesnika se je srečevalo s številnimi izzivi, ki so ovirali interakcijo z uporabnikom in splošno izkušnjo. Ena glavnih težav so bile tehnološke omejitve tistega časa. Omejena procesna moč zgodnjih računalnikov je pomenila, da oblikovalci niso mogli izvajati kompleksnih ali vizualno zahtevnih vmesnikov. Zato so bili vmesniki pogosto polni besedila in niso bili tako vizualno privlačni in interaktivni kot danes. Dostopnost je bila v tistem času prav tako manj znan koncept, zaradi česar vmesniki niso upoštevali uporabnikov s posebnimi potrebami. Sčasoma so bili ti izzivi odpravljeni, kar je privedlo do bolj vključujočih in uporabnikom prijaznih zasnov (Lebara, 2024). Razvoj grafičnih uporabniških vmesnikov se je začel v 60. letih prejšnjega stoletja s t. i. »Sketchpadom«, ki velja za enega prvih računalniških sistemov z grafičnim vmesnikom. Sketchpad je leta 1962 razvil Ivan E. Sutherland kot del svoje doktorske naloge na Massachusetts Institute of Technology (MIT), natančneje v Lincolnovem laboratoriju v Lexingtonu.



Slika 1: Sketchpad

(Vir: [BIM A +, 2018])

Ta sistem je omogočal uporabnikom, da so na katodni cevi (CRT) risali točke, odseke, kroge in druge oblike s svetlobnim peresom. Poleg tega so lahko dodeljevali omejitve in razmerja med elementi, ki so jih ustvarili. Uporabniki so lahko premikali, kopirali, povečevali in spreminjali risane objekte, pri tem pa so bili dinamično upoštevani vsi omejitveni parametri, ki so jih nastavljali. Sketchpad je tako predstavljal revolucijo v računalniškem oblikovanju in interakciji z računalniki, saj je bil eden prvih sistemov, ki je omogočal napredno in interaktivno ustvarjanje grafičnih elementov na zaslonu, kar je odpravilo potrebo po vnosu ukazov preko besedilnih vmesnikov, kot je bil takrat običajen način interakcije z računalniki. Za ta dosežek je Sutherland napisal tudi prvi algoritem za risanje oken, ki je omogočal povečavo predmetov in izrezovanje grafičnih elementov. Izrezovanje je bil postopek, pri katerem je program določil, kateri del grafičnega objekta bo prikazan na zaslonu glede na trenutno okno ali prikazan del zaslona. Ta algoritem je postal temelj za kasnejše razvojne pristope pri ustvarjanju grafičnih vmesnikov, predvsem pri obvladovanju prikaza in interakcije z objektivnimi podatki na zaslonu. Čeprav je Sketchpad ob nastanku deloval na računalniku TX-2 MIT in je bil zaradi svoje zahtevnosti preveč zapleten za praktično uporabo, so mnogi raziskovalci in inženirji prepoznali velik vpliv tega sistema. Tudi Sutherland je kasneje omenil, da ni bilo takojšnjih posledic njegovega projekta, vendar so številni zasnovani algoritmi in ideje vplivali na razvoj raziskav uporabniških vmesnikov in postavili temelje za prihodnje napredke na tem področju (Tekla S. & Voelcker, 1989).

2.1 Prihod intuitivnega oblikovanja uporabniškega vmesnika

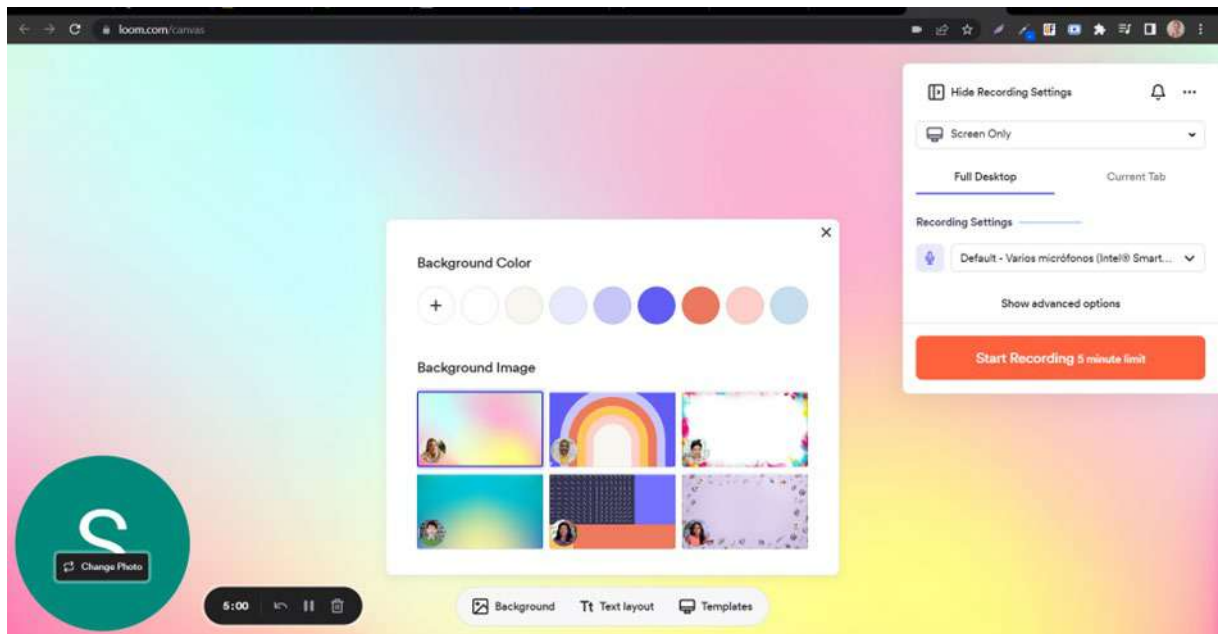
Intuitivni vmesniki so tisti, ki so za uporabnika naravni in omogočajo interakcijo, ki je enostavna za razumevanje in zahteva malo ali nič učenja. Značilnost intuitivnega uporabniškega vmesnika je, da je usklajen s pričakovanji uporabnika in pogosto uporablja znane simbole, postavitve in obnašanje, kar omogoča nemoteno uporabniško izkušnjo. Pomen intuitivnih vmesnikov je ta, da uporabnikom omogočajo, da se osredotočajo na svoje naloge in ne na to, kako uporabljati aplikacijo. To je še posebno pomembno v današnjem hitrem svetu, kjer uporabniki od svoje tehnologije pričakujejo takojšnje razumevanje in učinkovitost. Intuitivna zasnova uporabniškega vmesnika povečuje zadovoljstvo uporabnikov in dostopnost, s tem pa povečuje privlačnost aplikacije za širše občinstvo, tudi za tiste, ki morda niso tehnološko vešči. Prav tako zmanjšuje potrebo po obsežnem usposabljanju uporabnikov in podpori, kar je lahko za podjetja precejšen prihranek pri stroških. Na splošno je intuitiven

vmesnik ključnega pomena za uspešen digitalni izdelek, saj neposredno vpliva na uporabnikovo zmožnost sodelovanja z aplikacijo in pridobivanja vrednosti iz nje (Lebara, 2024). Avtor (Garrett, 2010) izpostavlja, da intuitivnost ni lastnost samega vmesnika, temveč rezultat uspešnega spoja med uporabniško raziskavo, načrtovanjem informacij in vizualnim dizajnom. Gre za proces, ki zahteva razumevanje vedenjskih vzorcev uporabnikov in pretvorbo teh spoznanj v razumljive interaktivne elemente. Jasna vizualna hierarhija, konsistentna uporaba ikon ter odzivnost elementov imajo ključno vlogo pri ustvarjanju občutka »naravnega« upravljavanja digitalnega okolja. Z razvojem umetne inteligence in strojnega učenja intuitivnost dobiva tudi novo dimenzijo, sistemi lahko dinamično prilagajajo vmesnik glede na uporabnikove navade, kar dodatno zmanjša potrebo po učenju (Cooper, Reimann, & Cronin, 2014).

2.1.1 Primeri intuitivnega oblikovanja uporabniškega vmesnika

Klasičen primer intuitivne zasnove uporabniškega vmesnika je pametni telefon, ki ima vmesnik zaslon na dotik. Temelji na običajnih gestah, kot so tapkanje, podrsavanje in stiskanje, ki posnemajo naravne gibe in se jih hitro naučimo. Ta intuitivna narava je omogočila, da so tehnologijo pametnih telefonov sprejeli ljudje vseh starosti in tehnološkega znanja. Drugi primer je funkcija »povleci in spusti«, ki je na voljo v številnih programskih aplikacijah in posnema fizično premikanje predmetov z enega mesta na drugo. Ta funkcija poenostavi zapletene postopke, kot je urejanje datotek ali urejanje medijev v preprosta in intuitivna dejanja. Spletni brskalniki so prav tako intuitivno zasnovani, saj funkcije, kot so iskalna vrstica, gumb za vrnitev in brskanje z zavihki, odražajo vedenje v resničnem svetu. Ti elementi so zasnovani tako, da so samoumevni, kar pa zmanjšuje učno breme za uporabnike ter zagotavlja takojšnjo in dostopno izkušnjo spletne navigacije. Prehod na intuitivno oblikovanje uporabniškega vmesnika je močno vplival na uporabniško izkušnjo. Z zmanjšanjem kognitivne obremenitve in števila napak, ki jih naredi uporabnik, intuitivni vmesniki omogočajo gladkejšo in učinkovitejšo uporabniško poti. Uporabniki lahko po sistemu krmarijo skoraj instinktivno, kar pa povečuje njihovo zaupanje in zadovoljstvo s tehnologijo. Če je za uporabnike sistem enostaven za uporabo in razumevanje, se bodo vanj bolj poglobili in pogosteje vračali ter ga priporočali drugim. Intuitivni vmesniki prispevajo tudi k zmanjšanju stroškov usposabljanja in podpore. Ko uporabniki naravno razumejo, kako uporabljati aplikacijo ali spletno mesto, ni več

potrebe po podrobnih navodilih ali centrih za pomoč. Ta učinek se razširi na uspešnejše uvajanje novih uporabnikov, saj se lahko ti hitro usposobijo in nemudoma začnejo uživati vse prednosti storitve ali izdelka (Lebara, 2024).



Slika 2: Primer intuitivnega dizajna

(Vir: [UserActive, 2023])

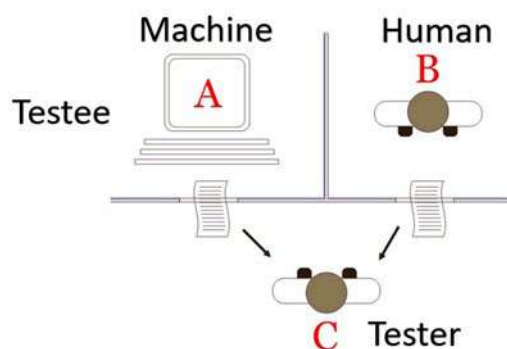
Na zgornji sliki je zaslonski prikaz spletne strani Loom. Loom je sodobno in intuitivno orodje za snemanje videoposnetkov z uporabo kamere in/ali zajema zaslona. Njegova glavna prednost je enostavna uporaba, saj omogoča hitro prilagajanje brez potrebe po dodatnih učnih vsebinah ali zapletenih navodilih. Zaradi minimalističnega uporabniškega vmesnika, ki prikazuje zgolj najnujnejše funkcije, uporabniki zlahka izberejo zaslon, kamero in želene nastavitve snemanja. Poleg tega Loom omogoča prenos končnega izdelka, ki ga je mogoče

uporabiti v različnih projektih. Značilna vizualna identiteta orodja vključuje uporabo vijolične barve za poudarjanje gumbov, kot so deli (»share«), nadgradi (»update«) in snemaj (»record«), kar uporabnika intuitivno vodi k najpogostejše uporabljenim funkcijam. Minimalistična zasnova z omejeno barvno paleto in svetlim ozadjem zagotavlja preglednost, medtem ko svetlo siva orodna vrstica s preprostimi ikonami in temno sivo tipografijo omogoča enostavno navigacijo. Pomemben vidik uporabniške izkušnje so tudi interaktivni elementi, kot so informacijski

mehurčki, ki se prikažejo ob prehodu miške in uporabniku pojasnijo funkcionalnost posameznega gumba. Orodna vrstica, ki je na vrhu zaslona, ponuja predloge za iskanje, kar olajša uporabo predvsem novim uporabnikom. Celostna zasnova Looma tako sledi načelom uporabniške prijaznosti, saj združuje vizualno preprostost, funkcionalnost in interaktivne elemente, ki izboljšujejo uporabniško izkušnjo (Loving, 2023).

2.2 *Turningov test*

Če imamo sistem, kako lahko preverimo, ali je (umetno) inteligenten? Ali glede inteligence obstaja razlika med ljudmi in računalniki? Alan Turing je predlagal igro, ki jo je mogoče igrati, da bi odgovorili na vprašanja »Ali lahko stroj razmišlja?«. Ta posnemovalna igra je danes znana kot Turningov test. Igra poteka med tremi ljudmi: moškim (A), žensko (B) in t. i. preiskovalcem (C), ki je lahko moški ali ženska. Preiskovalec ostane v sobi, ločen od drugih dveh oseb. Namen igre za preiskovalce je ugotoviti, kdo je kdo, torej kdo je moški in kdo je ženska. Osebi sta označeni s črkama X in Y, na koncu igre pa preiskovalec reče: »X je A in Y je B« ali »X je B in Y je A« ... Zdaj postavljamo vprašanje: »Kaj se bo zgodilo, ko stroj prevzame vlogo A v tej igri?« Ali bo preiskovalec delal napake tako pogosto, kot jih naredi, ko igra poteka med moškim in žensko? Ta vprašanja nadomestijo prvotno vprašanje »Ali stroji lahko razmišljajo?« Seveda mora biti postavitev testa taka, da ne bi bilo mogoče ugotoviti, kdo je kdo, na podlagi časa odziva, značilnosti glasu ali podobnih kriterijev. Turningov test je kontroverzen, saj mnogi menijo, da je mogoče prevarati preiskovalca brez »pravega« inteligentnega programa, vendar vsaj nudi neki kriterij.



Slika 3: Primer intuitivnega dizajna

(Vir: [UserActive, 2023])

Da bi računalnik opravil Turningov test, bi moral imeti vsaj naslednje sposobnosti:

- **Obdelava naravnega jezika:** moral bi biti sposoben komunicirati v naravnem jeziku, kot je slovenščina, angleščina ...
- **Predstavljanje znanja:** moral bi biti sposoben imeti znanje in ga nekje shraniti.
- **Avtomatsko sklepanje:** moral bi biti sposoben sklepati na podlagi shranjenega znanja.
- **Strojno učenje:** moral bi biti sposoben se učiti iz svojega okolja (Joost N., Egbert J. W. , Walter A., & Peter).

2.3 Trendi in prihodnost oblikovanja UI/UX

2.3.1. Trendi oblikovanja uporabniškega vmesnika

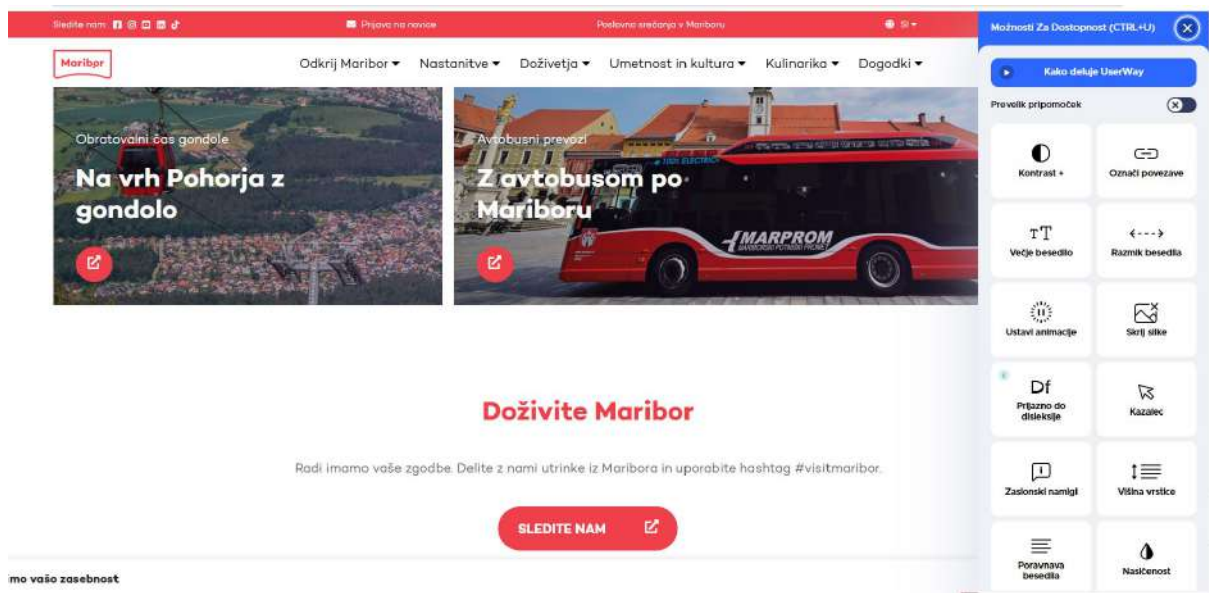
Oblikovanje uporabniškega vmesnika se nenehno razvija, v zadnjem času pa se je pojavilo več trendov. Med njimi je trend minimalističnega oblikovanja, ki se osredotoča na preprostost in filozofijo »manj je več«. Ta pristop vključuje uporabo čistih linij, veliko belega prostora in omejeno barvno paleto za ustvarjanje enostavnega vmesnika. Drugi trend je uporaba krepke tipografije, ki pritegne pozornost in vodi uporabnike skozi hierarhijo vsebine. Velike, izrazite pisave se ne uporabljajo le zaradi estetske privlačnosti, temveč tudi za izboljšanje berljivosti in poudarjanje pomembnih sporočil. Vedno večji poudarek je tudi na personalizaciji pri oblikovanju uporabniškega vmesnika. Vmesniki se lahko vedno pogosteje učijo iz interakcij uporabnikov in prilagajajo izkušnje posameznikovim željam in vedenju. Vključevanje glasovno aktiviranih vmesnikov, kot so tisti, ki se uporabljajo v virtualnih pomočnikih, je v porastu, kar odraža premik k naravnejšim in dostopnejšim oblikam interakcije med uporabniki in tehnologijo.



Slika 4: Primer minimalističnega dizajna

(Vir: [Aakash, 2025])

Ti trenutni trendi poudarjajo širši premik k ustvarjanju intuitivnejših, učinkovitejših in prijetnejših uporabniških izkušenj. Nedavni trendi oblikovanja uporabniškega vmesnika so pomembno vplivali na uporabniško izkušnjo. Trend minimalističnega oblikovanja je uporabnikom pomagal, da so se z odpravo nereda osredotočili na nalogo, kar je povečalo uporabnost in skrajšalo čas, potreben za opravljanje nalog. Ta čist princip izboljša tudi estetski videz vmesnika, kar lahko poveča zaznano vrednost izdelka. Zaradi krepke tipografije uporabniki lažje krmarijo po vsebini, saj jih jasni vizualni znaki usmerjajo k pomembnim informacijam. Zaradi tega je komunikacija učinkovitejša, interakcije z uporabniki pa hitrejše. Personalizacija je obogatila uporabniško izkušnjo, saj so vmesniki individualnejši in se odzivajo na posebne potrebe uporabnikov. To je privedlo do večje vključenosti in zvestobe uporabnikov, saj uporabniki pogosto čutijo močnejšo povezanost z izdelki, ki jih »razumejo«. Z uvedbo glasovno aktiviranih vmesnikov je tehnologija postala dostopnejša, zlasti za uporabnike z okvarami vida ali tiste, ki raje uporabljajo prostoročno interakcijo. Ta trend obdelave naravnega jezika odraža širši industrijski cilj, da bi tehnologija postala brezhibna in bolj vključena v vsakdanje življenje (Lebara, 2024).



Slika 5: Stran z gumbom možnost za dostopnost

(Vir: [Visit Maribor, 2025])

Eden ključnih trendov je uporaba mikrointerakcij v vmesnikih. Mikrointerakcije so majhni interaktivni elementi, kot so gumbi, ikone, animacije in zvočni učinki, ki uporabnikom olajšajo interakcijo s produktom. Pomagajo ustvariti bolj čustveno, dinamično in intuitivno uporabniško izkušnjo ter zmanjšajo razdaljo med uporabnikom in produktom, kar vodi v boljše razumevanje in večjo vključenost. Drugi pomemben trend je prilagajanje dizajna mobilnim napravam. Mobilne naprave so postale glavni način dostopa do interneta, zato razvijalci UI/UX-vmesnikov ustvarjajo zasnove, optimizirane za mobilne naprave. To vključuje uporabo odzivnega dizajna, ki omogoča dinamično prilagajanje velikosti in postavitev elementov na strani glede na velikost zaslona naprave. Uporabljajo se tudi primerne pisave in ikone, ki zagotavljajo berljivost in enostavno uporabo na majhnih zaslonih (Azarenkov & Svintsova). Uporabniška izkušnja (UX) ni omejena zgolj na vizualen videz spletnega vmesnika, temveč zajema celoten spekter interakcije med uporabnikom in izdelkom. (Garrett, 2010) predstavi model petih ravni uporabniške izkušnje, ki vključujejo strategijo, obseg, strukturo, okostje in površino. Ta hierarhična zasnova omogoča načrtovanje uporabniškega vmesnika od abstraktnih ciljev do konkretne izvedbe. Na najnižji ravni se določa, kaj želijo doseči tako uporabniki kot poslovni cilji. Nato sledi opredelitev funkcionalnosti (obseg) in na koncu vizualna predstavitev (površina). Vse ravni morajo biti medsebojno usklajene, saj neusklajenost lahko povzroči

zmedo ali nezadovoljstvo pri uporabnikih (Garrett, 2010). Garrett poudarja, da sta ključ do uspešne uporabniške izkušnje jasna komunikacija in predvidljivost. Uporabniški vmesnik mora biti intuitiven, kar pomeni, da uporabnik brez napora razume, kaj naj stori in kako naj to stori. Avtor opozarja tudi, da številne težave pri uporabi spletnih mest ne izvirajo iz pomanjkanja funkcionalnosti, temveč iz neustrezne organizacije in prezentacije informacij. Jasnost, preprostost in konsistentnost, ki jih izpostavlja tudi njegov model, so temeljna načela učinkovitega oblikovanja. Ti elementi so neposredno povezani s hipotezo H2, ki predpostavlja, da se učinkovitost uporabniškega vmesnika poveča, ko je dizajn skladen z osnovnimi načeli uporabniške osredotočenosti. Empirični del raziskave potrjuje to hipotezo, saj so anektirani uporabniki višje ocenili tiste vmesnike, ki so bili oblikovani po načelih vizualne jasnosti in logične strukture.

2.4 Oblikovanje uporabniškega vmesnika v prihodnosti

V prihodnosti bo oblikovanje uporabniškega vmesnika postalo še pomembnejši del naše interakcije s tehnologijo. Pričakuje se, da bodo trendi personalizacije in vključevanja umetne

intelligence v oblikovanje uporabniškega vmesnika napredovali in ustvarili vmesnike, ki se ne odzivajo le na uporabnikove vhodne podatke, temveč tudi predvidevajo njegove potrebe. Ta proaktivni pristop k oblikovanju bi lahko na novo opredelil odnos med uporabniki in tehnologijo, ki bi postal sodelovalnejši. Oblikovalci bodo še naprej uvajali inovacije pri oblikovanju vmesnikov, ki bodo prilagojeni širšemu spektru sposobnosti, s čimer bodo zagotovili, da bo tehnologija dostopna vsem (Lebara, 2024). Z razvojem tehnologij in pričakovanj uporabnikov se tudi oblikovanje uporabniških vmesnikov usmerja v prihodnost, ki temelji na še bolj odzivnem, intuitivnem in kontekstu prilagojenem oblikovanju. (Galitz, 2020) poudarja, da bodo prihodnji uporabniški vmesniki morali bolje upoštevati okolje, naprave in uporabnikove navade v realnem času. Ključno bo zagotavljanje večkanalne dostopnosti, kar pomeni, da bodo imeli uporabniki enako kakovostno izkušnjo ne glede na to, ali bodo dostopali do vsebin preko pametnih telefonov, pametnih očal, avtomobilskih zaslonov ali govornega asistenta. Galitz opozarja tudi na pomen »fluidnega oblikovanja«, kjer vmesnik sam prilagodi strukturo in funkcionalnosti glede na vedenje uporabnika in napravo, ki jo uporablja. Poleg tehnološkega napredka bo oblikovanje v prihodnosti močno zaznamovala tudi skrb za dostopnost in vključevanje različnih uporabniških skupin. Avtor meni, da bodo uspešni vmesniki tisti, ki bodo upoštevali starostne razlike, raznoliko stopnjo digitalne pismenosti ter fizične omejitve uporabnikov. V ospredje bodo stopile smernice univerzalnega oblikovanja, kjer bo cilj zagotoviti enakovredno uporabniško izkušnjo za vse. Ob tem pa bodo oblikovalci morali ohraniti temeljna načela dobre uporabniške izkušnje, preglednost, enostavnost in hitro povratno informacijo ter jih nadgraditi z umetno inteligenco, kontekstualno odzivnostjo in proaktivnimi funkcijami (Galitz, 2020).

3 TEORETIČNA IZHODIŠČA

3.1 *Opredelitev umetne inteligence*

Umetna inteligenca (UI) je tehnologija, ki računalnikom in strojem omogoča simulacijo človeškega učenja, razumevanja, reševanja problemov, odločanja, ustvarjalnosti in avtonomije. Aplikacije in naprave, opremljene z UI, lahko vidijo in identificirajo predmete. Lahko razumejo človeški jezik in se nanj odzovejo. Lahko se učijo novih informacij in izkušenj. Uporabnikom in strokovnjakom lahko dajo podrobna priporočila. Delujejo lahko neodvisno in nadomestijo potrebo po človeški inteligenci ali posredovanju. Poznamo tudi generativni UI, včasih imenovan »Gen UI«, ki se nanaša na modele globokega učenja, ki lahko ustvarijo zapleteno izvirno vsebino, kot so dolgo besedilo, visokokakovostne slike, realistični video posnetki, zvok in drugo. Generativni modeli se že leta uporabljajo v statistiki za analizo in ustvarjanje bolj zapletenih tipov podatkov, a so kot taki pomembnejšo vlogo pridobili šele v zadnjem desetletju.

3.2 *Pomen umetne inteligence v grafičnem oblikovanju*

Grafično oblikovanje je vedno zahtevalo precejšnjo stopnjo iznajdljivosti, komunikacije in kreativnosti. Hkrati je umetna inteligenca v to stroko vnesla neko novo dimenzijo. Ena od ključnih prednosti, ki jih prinaša v oblikovanje, je avtomatizacija procesov. Marsikateri procesi, ki so nekoč zahtevali veliko dela in časa, so zdaj pohitrili in izboljšali z uporabo algoritmov umetne inteligence. Algoritmi umetne inteligence so sposobni izvajati številne naloge v grafičnem oblikovanju, kot so:

Ustvarjanje in spreminjanje vizualnih elementov: Umetna inteligenca lahko ustvari idejne smernice za osnovne vizualne elemente, kot so logotipi, ikone in grafike glede na smernice ali parametre, ki jih določi oblikovalec. Prav tako lahko pomagajo pri optimizaciji teh elementov za različne formate in platforme. Te funkcionalnosti lahko pohitrijo standardne procese zbiranja informacij, interpretacije, komunikacije z naročnikom in predlaganje konceptov.



Slika 6: Primeri ustvarjenih ikon s strani umetne inteligence

(Vir: [Perplexity, 2024])

Pomoč pri izboru barvne palete in tipografije: Z uporabo podatkov in analizo trendov lahko umetna inteligenca priporoči ustrezne barvne kombinacije in tipografije, ki ustrezajo ciljni publiki in namenu oblikovanja. Oblikovalcu pomagajo predvsem v zgodnjih fazah zbiranja idej. Kljub temu bo na koncu oblikovalec tisti, ki se odloči za določeno smer. Umetna inteligenca lahko povzroči berljivo tipografijo in inkluzivno barvno paleto, ne more pa zaznati zahtev trga, še težje v primeru, kjer oblikujemo za stranko, ki se želi drastično distancirati od standardnih praks in ponuditi drugačne izkušnje svojim uporabnikom.



Slika 7: UI-generator barvne palete

(Vir: [Recraft.ai, 2024])

Prilagajanje vsebin glede na uporabniške preference: Večina oblikovalcev ni večča učinkovitega vizualnega komuniciranja, saj so za kreativne zamisli in komunikacijo (tj. »copywriting«) večinoma zadolženi drugi kadri v marketinških oddelkih, produktivnih ekipah in vodje podjetij. Na podlagi zbranih podatkov o uporabniških preferencah lahko umetna

inteligenca prilagodi vsebine tako, da bolje nagovarja ciljno občinstvo. To pomeni bolj personalizirano in učinkovitejšo komunikacijske strategije.

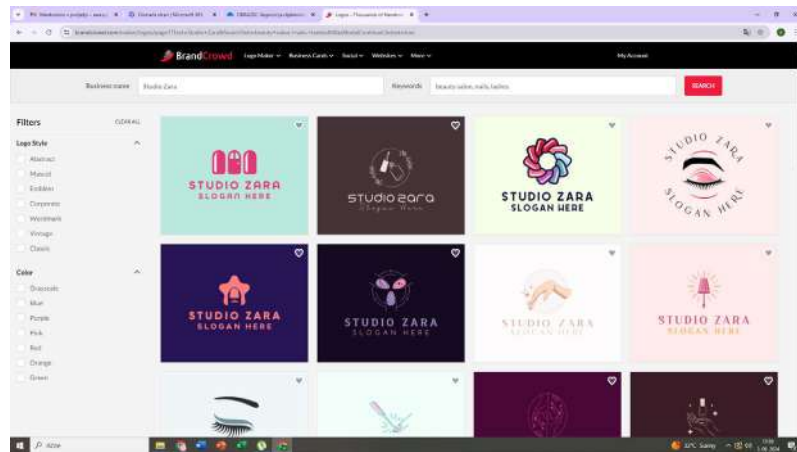
Priča smo porastu orodij, ki vključujejo umetno inteligenco v grafičnem oblikovanju. Vendar je ključno razumeti, da umetna inteligenca ne more nadomestiti kreativnosti in intuicije človeških oblikovalcev. Namesto tega lahko deluje kot močno orodje in partner pri pospeševanju procesov, prihranku časa in izboljšanju kakovosti končnih izdelkov. Umetna inteligenca ima nedvomno močan vpliv na grafično oblikovanje, od avtomatizacije med tehnološkim napredkom in človeško kreativnostjo ter odgovornostjo pri uporabi podatkov. Kljub številnim prednostim pa obstajajo tudi nekateri izzivi in etična vprašanja, povezana z uporabo umetne inteligence v grafičnem oblikovanju. Eden izmed njih je avtonomija in nadzor nad končnim izdelkom. Kako daleč naj gre avtomatizacija v procesu ustvarjanja brez izgube človeškega občutka in kreativnosti? Poleg tega se pojavljajo tudi vprašanja glede zasebnosti in varstva podatkov. Uporaba osebnih podatkov za prilagajanje vsebin s strani umetne inteligence zahteva jasno in pregledno ravnanje z informacijami uporabnikov (Gregorčič, 2023).

4 ANALIZA TRENUTNEGA STANJA NA TRGU

4.1 Pregled obstoječih UI-generatorjev logotipov

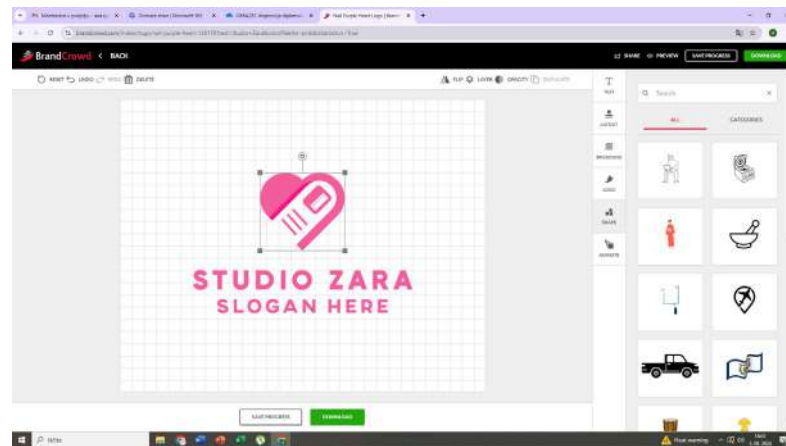
Vsi generatorji so spletna orodja za ustvarjanje logotipov, kar uporabnikom omogoča hitro in enostavno oblikovanje logotipov brez potrebe po oblikovalskem znanju. Analizirala sem tri različne generatorje, ki že obstajajo. Pri vsakem bom opisala njegove prednosti in slabosti. Najprej sem analizirala spletni generator, ki se imenuje Brand Crowd. Ko odpremo link tega spletnega mesta, moramo izpolniti okvirček, ki zahteva ime podjetja. Generator nato ponudi številne vnaprej pripravljene predloge, ki vsebujejo različne barve, oblike, fonte ipd. Če kliknemo na predlogo, ki nam je všeč, se na zaslonu pojavi obrazec. Če želimo logotip dodatno personalizirati, se moramo prijaviti. Ko to storimo, se pojavi novo okno, ki omogoča, da logotip lahko spremenimo po našem okusu. Spremenimo lahko velikost logotipa, barvo, poravnavo, slog pisave. Dodajamo lahko nove oblike in simbole. Prednost uporabe tega je, da je orodje zasnovano tako, da omogoča hitro ustvarjanje logotipov. Uporabniki lahko v kratkem času ustvarijo profesionalne logotipe, kar je koristno za nekatera

manjša podjetja. Slabosti tega spletnega orodja so naslednje: čeprav ima na razpolago veliko število že vnaprej pripravljenih predlog, so si te med sabo kar podobne. Ker lahko več različnih uporabnikov uporablja iste predloge, obstaja možnost, da različna podjetja uporabljajo podobne ali enake logotipe, kar lahko vpliva na edinstvenost in prepoznavnost blagovne znamke ali podjetja. Ko logotip personaliziramo po svojem okusu in ga želimo prenesti, nas spletno mesto vodi do novega okna, kjer nam za izbiro logotipa ponudi plačilo naročnine.



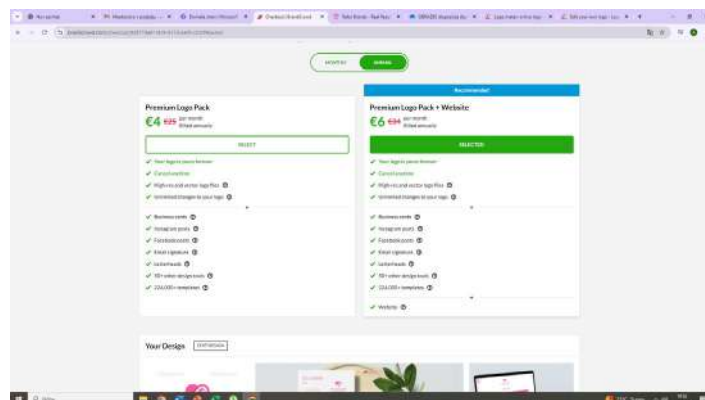
Slika 8: Generator Brand Crowd

(Vir: [Brand Crowd,2025])



Slika 9: Urejanje logotipa na strani Brand Crowd

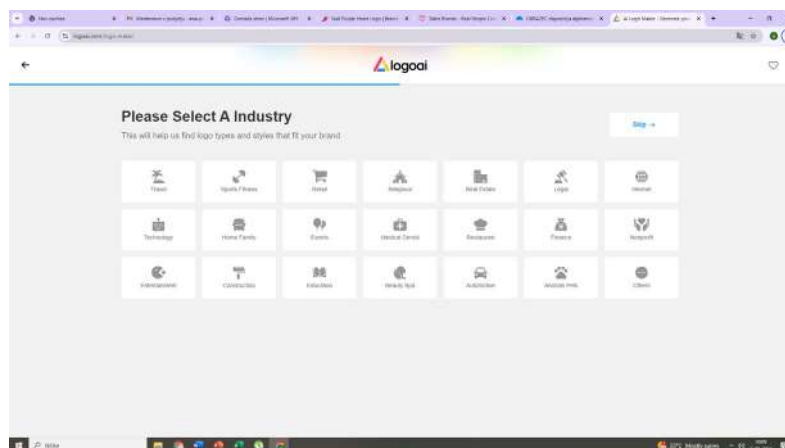
(Vir: [Brand Crowd, 2025])



Slika 10: Izbira naročnine na strani Brand Crowd

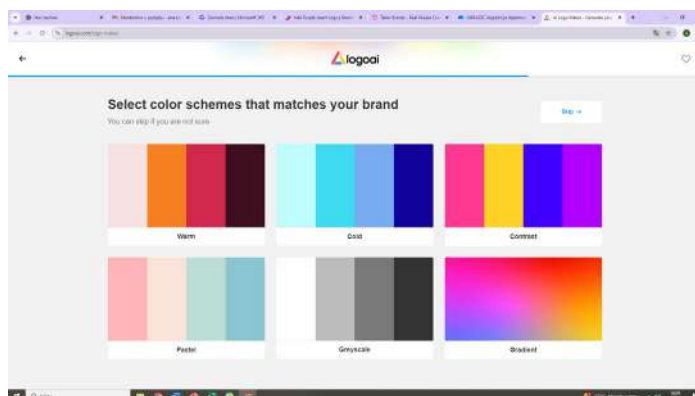
(Vir: [Brand Crowd, 2025])

Naslednje spletno mesto je LogoAi. Ta spletni generator nam zastavi več vprašanj na podlagi našega podjetja in želja glede logotipa. Tako kot pri Brand Crowdu najprej vnesemo ime podjetja, dodatno nas vpraša še po sloganu podjetja. Ko vnesemo podatke, nas popelje na naslednjo stran, kjer izberemo oziroma navedemo, s čim se naše podjetje ukvarja. Nato nam ponudi različne barvne palete. Ko izberemo ustrezno barvno paleto, nam ponudi različne stile pisav za naš logotip. Kasneje nam ponudi veliko predlog na podlagi naših želja. Nato izberemo logotip, spletno mesto pa nam ponudi možnost personalizacije. Enako kot pri prejšnjem lahko spremenimo barve, slog pisave, barvo pisave, postavitev in tako dalje. Tudi ta spletni generator ima svoje prednosti in slabosti. Njegove prednosti so, da je uporabniški vmesnik enostaven za uporabo, primeren za ljudi brez oblikovalskih izkušenj. Oblikovanje in urejanje logotipa je brezplačno, samo plačilo pa je potrebno le ob prenosu končnega dizajna. Slabosti so enake kot pri prejšnjem, veliko predlog si je med seboj zelo podobnih.



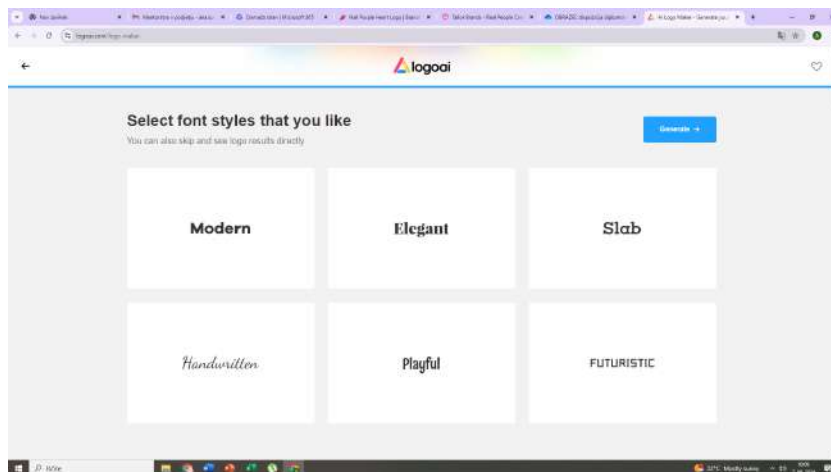
Slika 11: Začetna stran generatorja LogoAi

(Vir: [Logo Ai, 2025])



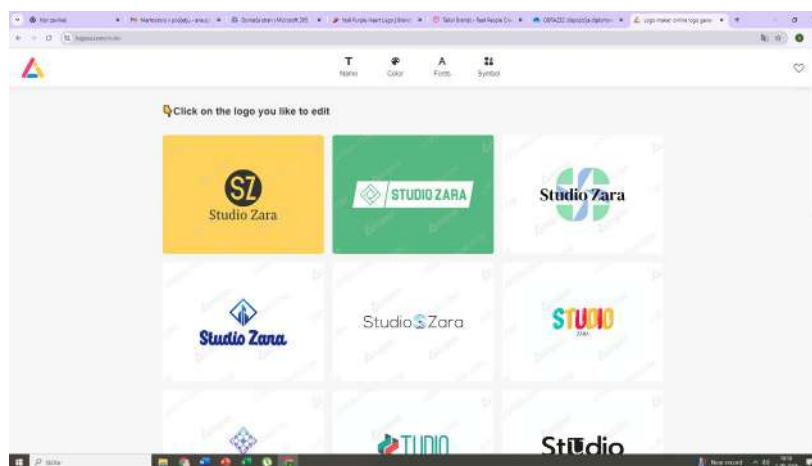
Slika 12: Izbira barvne palete

(Vir: [LogoAi, 2025])



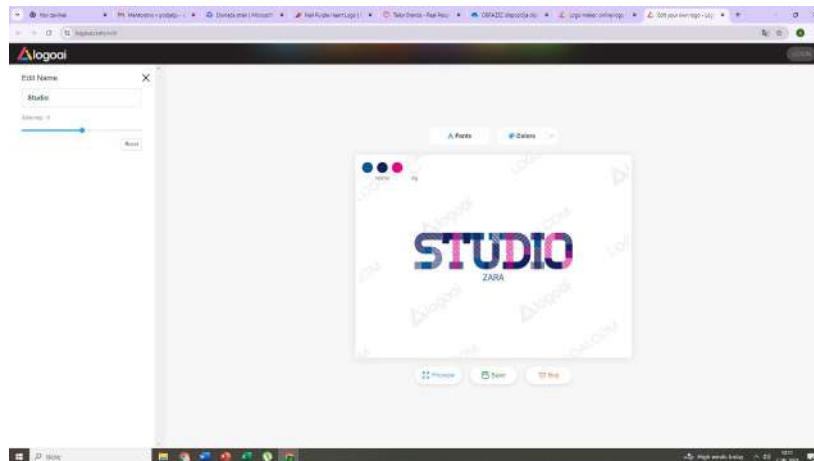
Slika 13: Izbira fonta

(Vir: [LogoAi, 2025])



Slika 14: Izbor stila logotipa

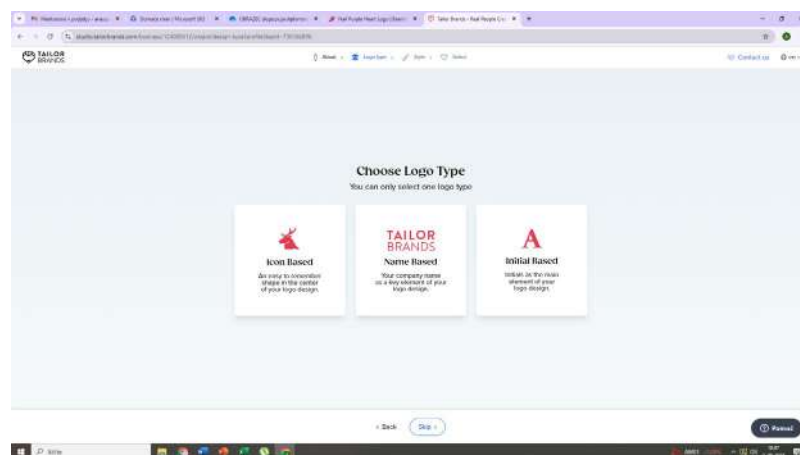
(Vir: [LogoAi, 2025])



Slika 15: Primer logotipa

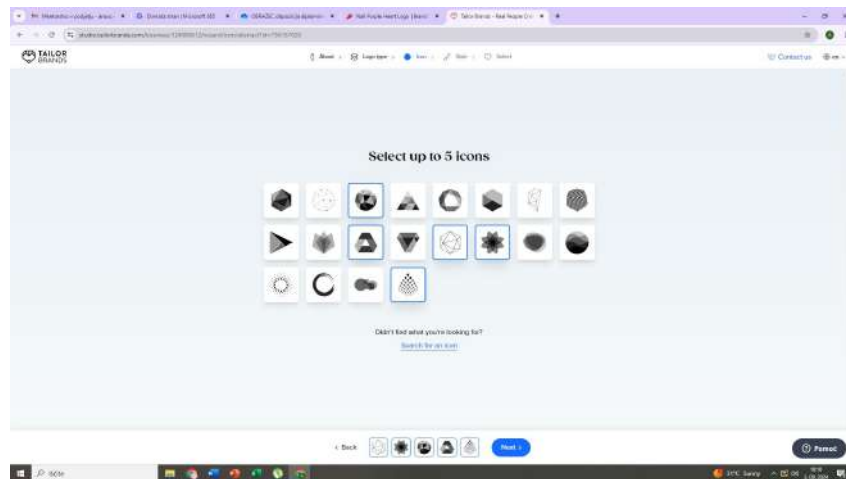
(Vir: [LogoAi, 2025])

Prednost tega generatorja je, da oblikuje tudi različne t. i. »mockupe«, kako naj bi bil videti logotip na majicah, vizitkah, plakatih ipd. Kot zadnji spletni generator sem analizirala Tailor Brands. Ta nas v začetnem oknu vpraša, kaj naše podjetje ponuja, nato vpišemo ime podjetja ter kratek opis podjetja. Kasneje vnesemo, v kateri fazi je naše podjetje (ali je to samo ideja, ali bo podjetje kmalu ustvarjeno, ali je že ustvarjeno), ter ali ima naše podjetje že kakšne promocijske tiskovine, npr. vizitke, spletno stran, logotip ipd. Kasneje generator oblikuje logotip, ki ga lahko tudi personaliziramo. Logotip shranimo in generator nam ponudi možnost izdelave in prenosa promocijskih materialov. Generator ustvari različne t. i. »mockupe« in predloge, da si znamo lažje predstavljati, kako bi bile npr. videti vizitke.

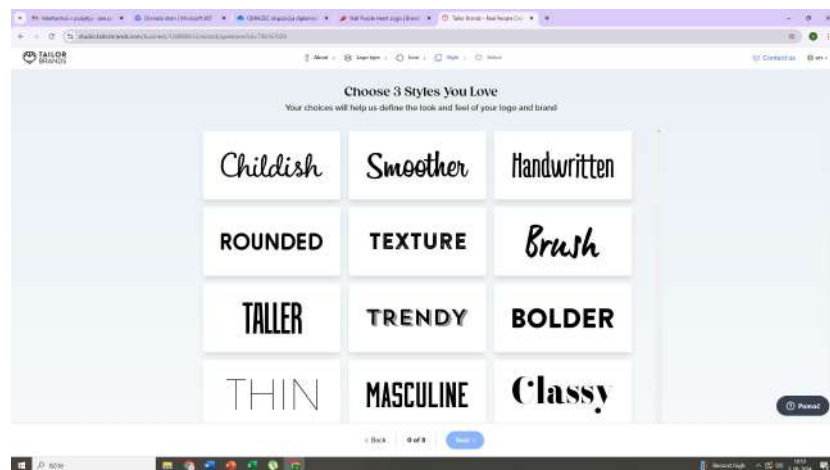


Slika 16: Generator Tailor Brands

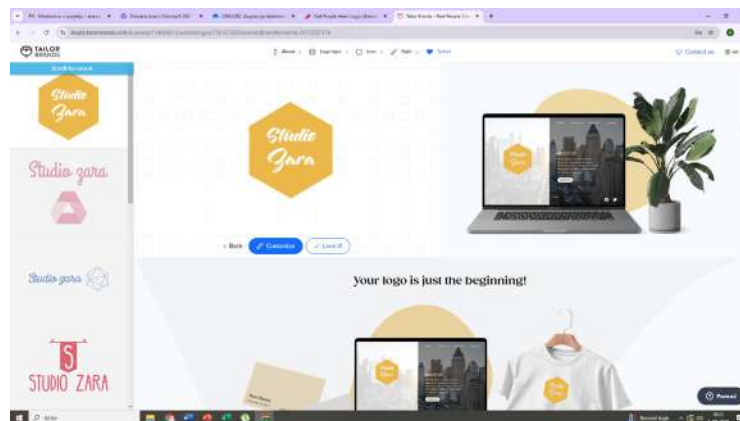
(Vir: [Tailor Brands, 2025])



Slika 17: Izbor ikon
(Vir: [Tailor Brands, 2025])



Slika 18: Izbira pisave
(Vir: [Tailor Brands, 2025])



Slika 19: Primer videza logotipa v praksi

(Vir: [Tailor Brands, 2025])

4.2 Primerjalna analiza

Vse tri platforme omogočajo hitro izdelavo logotipa, a se razlikujejo po zahtevnosti uporabe, stopnji personalizacije in dodatnih funkcionalnostih. Brand Crowd izstopa po svoji enostavnosti in hitrosti, uporabnik vnese zgolj ime podjetja in že prejme množico predlog. Orodje je primerno za hitre, a manj unikatne rešitve. Logo Ai predstavlja korak naprej, saj temelji na uporabnikovih željah glede dejavnosti, barvne palete in sloga, kar omogoča nekoliko bolj prilagodljive logotipe. Njegova posebnost je možnost predogleda logotipa na različnih nosilcih, t. i. »mockupih«, kar olajša vizualizacijo. Tailor Brands deluje najbolj celostno, saj vodi uporabnika skozi vrsto vprašanj in ne omogoča le izdelave logotipa, temveč tudi celotne blagovne identitete, vključno z vizitkami, spletnimi stranmi in promocijskimi materiali. Njegov uporabniški vmesnik je nekoliko zahtevnejši, vendar ponuja bistveno več možnosti za profesionalno predstavitev podjetja. Skupna značilnost vseh treh orodij je, da omogočajo

brezplačno ustvarjanje in osnovno urejanje logotipov, vendar je prenos končnega izdelka plačljiv. Prav tako imajo vsa orodja omejeno edinstvenost predlog, saj temeljijo na že pripravljenih grafičnih rešitvah. Ključno pri izbiri orodja je zato zavedanje o ciljih podjetja, manjše blagovne znamke z omejenimi sredstvi bodo morda zadovoljne z enostavnimi rešitvami, medtem ko bodo podjetja, ki si želijo dolgoročno prepoznavnost in konsistentno vizualno identiteto, posegla po naprednejšem orodju, kot je Tailor Brands.

4.3 Kako UI vpliva na proces oblikovanja logotipov

Eden najbolj navdušujočih vidikov UI v grafičnem oblikovanju je njena sposobnost generiranja neverjetnih ilustracij, grafik in fotorealističnih slik. Z orodji, ki jih poganja UI, lahko enostavno ustvarimo privlačne ilustracije ali interpretacije naslovnice knjige, ki so popolnoma primerne za temo in kategorijo knjige. Ne samo da to prihrani čas in trud, ampak tudi pomeni, da lahko ponudimo večjo raznolikost končnega izdelka našim strankam. UI-generatorji slik se lahko uporabljajo za ustvarjanje različnih realističnih slik izdelkov, kot so oblačila ali domače potrebščine za uporabo v spletnih trgovinah. Te slike lahko oblikujemo hitro in enostavno, kar prihrani čas in zmanjšuje potrebo po dragih fotografijah. UI lahko uporabljamo tudi za ustvarjanje zapletenih, abstraktnih oblik in vzorcev, kar dodaja projektu edinstvenost in nov nivo. Sicer so nekatere podrobnosti ob generiranju slik trenutno še v povojih, to so recimo prsti na rokah, obrazi ljudi, podrobnosti na živalih, rastlinah, ipd., a ne vedno. Včasih bo UI-robot naredil res ostro sliko z vsemi podrobnostmi (tu pride do izraza učenje promptov, to so izrazi, s katerimi opišemo robotu, kakšno sliko želimo), včasih pa bodo nekateri elementi na sliki kar precej izmaličeni. Še ena odlična korist UI v grafičnem oblikovanju je njena sposobnost avtomatizacije ponavljajočih se nalog, tako da s tem prihranimo čas. UI nam na primer lahko pomaga zelo hitro spreminjati velikost slik, ustvarjati mozaike iz različnih slik in opravljati druge časovno potratne naloge, tako da se lahko osredotočimo na druge, zahtevnejše vidike svojega dela. Umetna inteligenca ima velik potencial za izboljšanje grafičnega oblikovanja in dela oblikovalcev. Z uvajanjem novih in inovativnih orodij ter tehnik omogoča raziskovanje svežih pristopov, nadgradnjo ustvarjalnih procesov in dvig vizualne estetike na višjo raven. S tem odpira vrata k ustvarjanju edinstvenih in navdihujočih rešitev, ki oblikovalcem pomagajo bolje zadostiti potrebam in pričakovanjem strank (Veber, 2023)



Slika 20: Primeri naslovnice z uporabo UI-tehnologije

(Vir: [Eva Veber, 2023])

4.4 Ključne UI/UX-prakse pri oblikovanju spletnega generatorja

Temeljita raziskava uporabnikov omogoča pridobitev ključnih informacij, ki vplivajo na strukturo in organizacijo vsebine spletnega mesta. S tem lahko ustvarimo platformo, ki ustreza pričakovanjem ciljne skupine in izboljša uporabniško izkušnjo (UX). Po raziskavi podjetja Top Design Firms 42 % obiskovalcev zapusti spletno mesto zaradi slabe zasnove ali uporabniške izkušnje, kar poudarja pomen kakovostne raziskave uporabnikov (Collins, 2023). Učinkovito spletno oblikovanje temelji na premišljenem razumevanju uporabniške izkušnje (UX). Spodaj predstavljam sedem temeljnih načel UX, ki so ključna pri razvoju uporabniku prijaznih spletnih orodij, kot je generator logotipov.

1. **Osredotočenost uporabnika:** temelj vsakega kakovostnega UX je osredotočenost na uporabnika. To pomeni, da morajo biti vse oblikovalske odločitve sprejete na podlagi razumevanja potreb in vedenja ciljne skupine. Proces se začne z raziskavo uporabnikov, s katero prepoznamo njihove težave, in se nadaljuje vse do testiranja izdelka, kjer preverimo, ali rešitve ustrezajo pričakovanjem. Uporabnik mora biti v središču pozornosti skozi celoten razvojni proces.
2. **Doslednost:** ta zagotavlja enotno izkušnjo, ki uporabnikom omogoča, da se hitro znajdejo znotraj sistema. Vizualni elementi, kot so gumbi, ikone in barvne sheme, morajo biti usklajeni na vseh straneh aplikacije. Prav tako morajo biti funkcionalnosti predvidljive, saj to zmanjšuje kognitivno obremenitev in olajša uporabo. Uporabniki pričakujejo, da bo izdelek deloval skladno z njihovimi prejšnjimi izkušnjami s podobnimi orodji, zato ni priporočljivo »izumljati kolesa na novo«.
3. **Hierarhija:** določa, kako so vsebine in elementi razporejeni znotraj vmesnika. Ločimo informacijsko arhitekturo, ki zajema organizacijo vsebine in strukturo navigacije, ter vizualno hierarhijo, ki se nanaša na poudarke znotraj posameznih strani. Pomembnejši elementi morajo biti uporabniku bolj vidni, kar dosežemo z ustrezno postavitvijo, velikostjo pisave, barvami ipd. Dobro definirana hierarhija omogoča lažjo orientacijo in hitrejše doseganje ciljev.
4. **Kontekst:** pri oblikovanju je nujno razumeti kontekst uporabe. Uporabniki do spletnih aplikacij dostopajo v različnih situacijah, preko različnih naprav, v različnih okoljih in čustvenih stanjih. Oblikovalec mora upoštevati, ali uporabnik uporablja mobilni telefon na

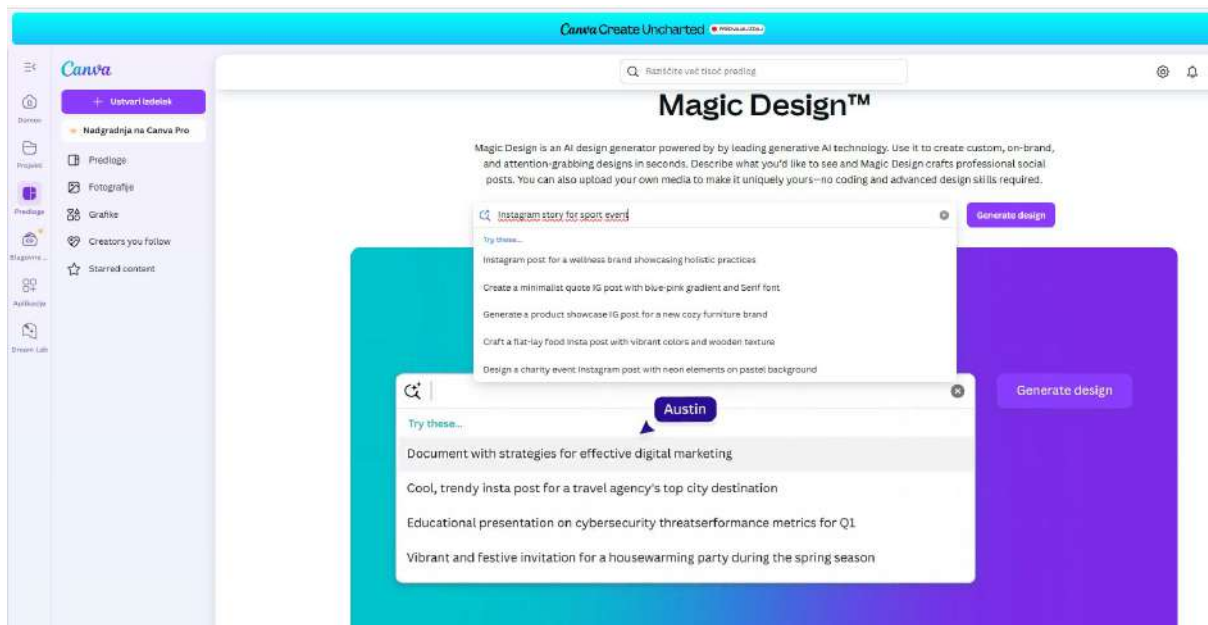
5. poti ali računalnik v pisarni, ter zagotoviti, da vmesnik ustreza temu okolju. Spletna stran mora biti odzivna, kar pomeni prilagojena različnim napravam in pogojem uporabe.
6. **Uporabniški nadzor:** uporabnikom je treba omogočiti občutek nadzora nad uporabo aplikacije. Ključnega pomena je, da lahko enostavno razveljavijo ali popravijo napake. To vključuje jasno označene gumbе, kot so »razveljavi«, »prekliči« ali »uveljavi«, ter možnost hitrega izhoda iz neželjenih dejanj. Zlasti pri uporabi umetne inteligence je pomembno, da uporabnik ni popolnoma odvisen od avtomatiziranih odločitev, ampak ima možnost posega v proces.
7. **Dostopnost:** dostopnost pomeni, da je aplikacija uporabna za čim širši krog uporabnikov, vključno z osebami s posebnimi potrebami. To vključuje zagotavljanje ustreznega barvnega kontrasta, možnost uporabe tipkovnice, bralnikov zaslona in drugih orodij, ki omogočajo bolj vključujočo izkušnjo. Oblikovalci morajo slediti smernicam dostopnosti (npr. WCAG), saj s tem ne izboljšajo le uporabnosti, temveč zagotavljajo tudi večjo pravno in etično odgovornost.
8. **Uporabnost:** zajema splošno enostavnost uporabe sistema. Dober izdelek mora biti intuitiven, učinkovit, enostaven za učenje in zapomnljiv. Uporabnik mora zlahka opraviti naloge (Stevens, 2024).

4.5 UI in njena sposobnost generiranja logotipa

Generativna umetna inteligenca (GUI) se vse bolj uveljavlja na področju spletnega oblikovanja, kjer omogoča avtomatizacijo in optimizacijo številnih ključnih procesov. Eden najzanimivejših in inovativnih vidikov GUI je njena sposobnost generiranja logotipov, ki je postala ključna za oblikovalce, saj avtomatizira del ustvarjalnega procesa in povečuje produktivnost. GUI

omogoča hitro generiranje različnih različic logotipov, kar olajša odločanje in pospeši proces oblikovanja. Generiranje logotipov z uporabo umetne inteligence je še posebno koristno za manjša podjetja in posameznike, ki nimajo dovolj sredstev za najem profesionalnih oblikovalcev. Z orodji, kot so Looka, Wix Logo Maker in Canva, lahko uporabniki brez oblikovalskega znanja enostavno ustvarijo logotipe, ki so videti profesionalno. Ta orodja, ki temeljijo na naprednih algoritmihi umetne inteligence, omogočajo uporabnikom, da v nekaj preprostih korakih ustvarijo logotipe, ki ustrezajo njihovim potrebam. Poleg tega GUI omogoča

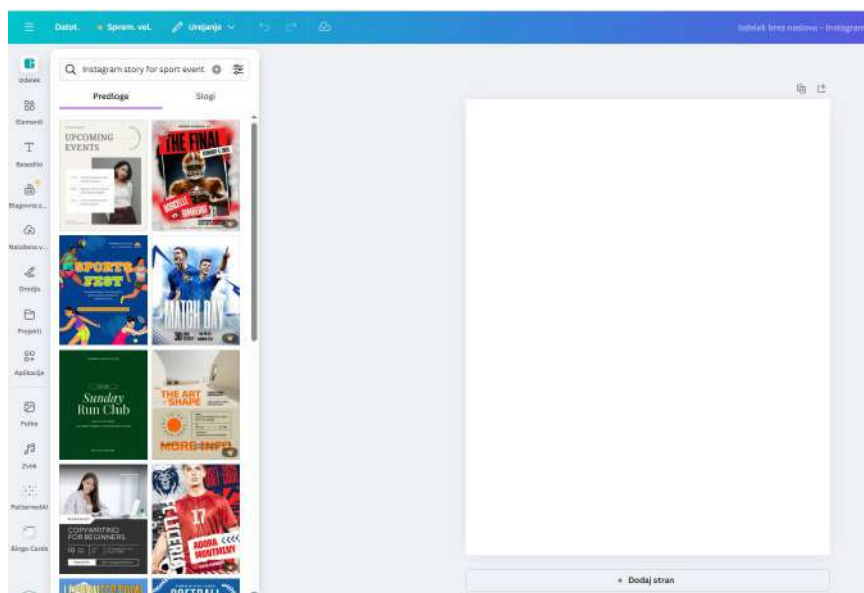
generiranje vizualnih elementov, kot so ilustracije, ikone ali celo fotografije, ki so usklajene z izbrano oblikovno estetiko. Prav tako lahko avtomatizira pisanje besedil, kot so opisi izdelkov ali nagovori na vstopnih straneh, s čimer pospeši celoten proces ustvarjanja vsebine.



Slika 21: Primer iz Canve

(Vir: Lasten vir)

Na zgornji sliki vidimo primer generatorja Canva Magic Design. V okvirček sem napisala, naj mi poda predloge za Instagram objavo za neki športni dogodek.



Slika 22: Podane predloge

(Vir: Lasten vir)

Ko sem pritisnila gumb »Generate design«, mi je Canva na levi strani podala različne predloge, s katerimi bi si lahko pomagala. Vendar je pri generiranju logotipov z GUI še posebno pomembno upoštevati načela oblikovanja uporabniške izkušnje (UX). Učinkovito spletno oblikovanje zahteva usklajenost med oblikovalskimi načeli, kot so informacijska arhitektura, barve, tipografija in postavitev, da bi končni izdelek izpolnjeval cilje uporabnika. Generativna umetna inteligenca omogoča avtomatizacijo teh vidikov, vendar mora biti postopek preprost, intuitiven in pregleden, da zagotovi kakovostno uporabniško izkušnjo. Po raziskavi (Ganović & Avdić, 2024) je uporaba GUI v spletnem oblikovanju zelo obetavna, saj omogoča optimizacijo številnih elementov spletnega mesta, vključno z ustvarjanjem logotipov. GUI-algoritmi omogočajo hitro prilagoditev logotipov glede na različne preference uporabnika, hkrati pa zagotavljajo, da so vsi oblikovalski elementi, kot so barvna paleta, postavitev in oblika, usklajeni z vsemi elementi spletne strani. S tem procesom se povečata tako učinkovitost kot estetska kakovost logotipov. Pomembno je, da pri uporabi teh orodij uporabniki obdržijo nadzor nad končnim rezultatom. Uporabniška izkušnja mora biti taka, da uporabniku omogoča, da zlahka prepozna, spremeni ali prilagodi logotip, če se izkaže, da nekaj ne ustreza njegovim potrebam. To vključuje preprosto navigacijo med različnimi možnostmi, jasne možnosti za prilagoditev, kot so izbira barv, pisav ali postavitev, ter intuitivne funkcije za predogled sprememb. Kljub temu obstajajo tudi izzivi, ki se nanašajo na prepoznavanje in obvladovanje teh orodij, predvsem ko gre za ustvarjanje unikatnih logotipov. Algoritmi pogosto temeljijo na obstoječih vzorcih in trendih, kar pomeni, da lahko rezultati pogosto postanejo preveč generični, če niso pravilno usmerjeni. Zato je pomembno, da orodja omogočajo dovolj prilagodljivosti, da se lahko končni izdelek razlikuje od drugih in je dejansko unikatno za uporabnika. Na ta način GUI ne le pospeši in olajša ustvarjanje logotipov, ampak zagotovi tudi, da končni rezultat učinkovito komunicira znamko, sporočilo ali vrednote podjetja, za katerega je ustvarjen (Ganović & Avdić, 2024).

5 OBLIKOVALSKI PROCES RAZVOJA SPLETNEGA GENERATORJA

5.1 *Elementi spletne strani*

Ključni elementi spletne strani vključujejo navigacijo, glavo, nogo, glavni vsebinski del, obrazce, gumbe, slike, tipografijo, barvno paletu, odzivnost, SEO-optimizacijo, analitiko, varnost in dostopnost. Najprej imamo glavo (ang. *header*), ki predstavlja zgornji del spletne strani in je eden ključnih elementov njene strukture. Ker je glava prvo območje, ki ga uporabniki opazijo ob obisku spletne strani, ima pomembno vlogo pri oblikovanju prvega vtisa in usmerjanju uporabniške izkušnje. Običajno služi kot primarni navigacijski element, ki omogoča hitro in intuitivno premikanje med ključnimi deli spletnega mesta. Zaradi svoje vidnosti in strateške vloge se glava pogosto imenuje tudi meni spletnega mesta. Vsebina glave spletne strani se lahko razlikuje glede na namen in ciljno skupino spletnega mesta, vendar običajno vključuje naslednje elemente:

- **Identiteta blagovne znamke** (npr. logotip), ki zagotavlja prepoznavnost in povezanost s podjetjem ali organizacijo.
- **Glavna navigacija**, ki vsebuje povezave do osnovnih kategorij vsebine.
- **Gumb za poziv k dejanju (CTA)**, ki spodbuja uporabnika k interakciji, na primer k prijavi, nakupu ali prenosu vsebine.
- **Povezave do družbenih omrežij**, ki omogočajo uporabnikom povezovanje z blagovno znamko na različnih platformah.
- **Iskalno polje**, ki izboljšuje dostopnost informacij znotraj spletne strani.

Pomembno je, da glava spletne strani ni preobremenjena z informacijami, saj lahko preveliko število elementov negativno vpliva na uporabniško izkušnjo in oteži iskanje ključnih informacij. Zato se pri oblikovanju glave oblikovalci in strokovnjaki za marketing odločajo za strateško vključitev le tistih elementov, ki so najrelevantnejši za ciljno občinstvo in namen spletnega mesta. Noga (ang. *footer*) predstavlja spodnji del spletne strani in običajno označuje njen zaključek. Poleg vizualnega ločevanja vsebine spletnega mesta ima pomembno funkcijo pri globalni navigaciji, saj uporabnikom ponuja dodatne povezave in informacije, ki jih morda iščejo. Zaradi svoje vloge pogosto vključuje ključne elemente, kot so identifikacija blagovne

znamke (ime podjetja ali logotip), povezave do razdelkov za podporo uporabnikom (npr. pogosto zastavljena vprašanja, pogoji uporabe, politika zasebnosti), kontaktni obrazci in informacije ter povezave do družbenih omrežij podjetja. Prav tako lahko vsebuje zasluge ustvarjalcev spletne strani, certifikacijske znake, pričevanja uporabnikov in gumbe za naročnino na novice. Čeprav je noga pogosto prisotna na večini spletnih strani, njena uporaba ni vedno nujna. Na primer, pri spletnih mestih z neskončnim drsenjem klasična noga izgubi svojo funkcionalnost, zato se lahko uporabi fiksna noga, ki ostane vidna ne glede na pomikanje po strani. Kljub temu večina uporabnikov nogo intuitivno povezuje s kontaktom, dodatnimi informacijami in zemljevidom spletnega mesta, zato njena prisotnost pogosto izboljša uporabniško izkušnjo. Ključni vidik oblikovanja noge je njena skladnost z vizualno podobo spletne strani, saj mora biti usklajena s celotnim oblikovalskim konceptom in prispevati k boljši uporabnosti ter navigaciji. Naslednji element je meni. Meni predstavlja enega osrednjih navigacijskih elementov v uporabniških vmesnikih, saj omogoča interakcijo z digitalnim okoljem in dostop do različnih vsebin ali funkcionalnosti. Gre za grafični nadzorni element, ki lahko uporabniku ponudi seznam ukazov. Poleg tega lahko meni predstavlja tudi organizacijsko strukturo vsebine, kjer so posamezne kategorije označene s samostalniki, kar uporabnikom omogoča logično in intuitivno navigacijo po spletnem mestu ali aplikaciji. Meniji se lahko pojavljajo na različnih mestih v uporabniškem vmesniku, kot so glava, noga ali stranski deli spletne strani. Njihova vizualna zasnova in način interakcije se prav tako razlikujeta, pogosto se uporabljajo spustni meniji, drsni meniji ali kontekstni meniji, ki se prilagajajo uporabnikovim potrebam. Pri oblikovanju menijev je ključnega pomena temeljita analiza ciljne publike, ki vključuje preučevanje uporabniških potreb, pričakovanj in tehnične pismenosti. Dobro zasnovan meni izboljšuje navigacijo, omogoča hitrejše doseganje ciljev ter prispeva k boljši uporabniški izkušnji, kar je ključno za uspešnost digitalnega izdelka (Yalanska, 2025). Prav tako je pomembna tudi tipografija. Ta neposredno vpliva na vizualno identiteto in uporabniško izkušnjo. Pri izbiri pisave je pomembno upoštevati usklajenost s celotno podobo blagovne znamke. Čeprav je tipografsko oblikovanje lahko kreativno področje, je ključnega pomena, da izbira pisave odraža osebnost blagovne znamke ter ohranja vizualno skladnost na celotnem spletnem mestu. Priporočljivo je omejiti število različnih pisav in izbrati tiste, ki se med seboj dopolnjujejo, saj preveliko število slogov lahko povzroči vizualno neorganiziranost in oteži branje vsebine. Poleg ustrezne pisave je nujno upoštevati tudi berljivost besedila. Dejavniki, kot so velikost pisave, razmik med črkami in vrsticami ter barvni kontrast, bistveno vplivajo na uporabniško izkušnjo. Pomembno je tudi, da tipografija ustvari ustrezno

razpoloženje; serifne pisave na primer pogosto vzbujajo občutek tradicije in zanesljivosti, medtem ko so brezserifne pisave povezane s sodobnostjo in minimalizmom. Skrbno izbrana in premišljena uporabljena tipografija tako pomembno prispeva k jasnosti komunikacije in profesionalnemu videzu spletnega mesta (Boyev, 2025).

5.2 Načrtovanje informacijske arhitekture

Najprej sem se lotila skiciranja logotipa, kjer sem si izpisala ključne besede za spletno stran, nato pa pričela risati. Ključne besede, kot so oblikovanje, ideja, kreativno, oblika, ustvarjanje, izris, minimalizem, sem uporabila kot izhodišče pri razvijanju simbolike in celostne podobe blagovne znamke. Z njihovo pomočjo sem si ustvarila asociativni okvir, znotraj katerega sem začela eksperimentirati s tipografijo, simboli in razporeditvijo elementov. Pri skici sem se osredotočila na povezovanje pomena imena »CreaForma«, ki izhaja iz latinskih izrazov »crea« (ustvariti) in »forma« (oblika), z vizualnimi znaki, ki komunicirajo kreativni proces. Preizkušala sem različne oblike črk, velikosti, poudarke in razmike med njimi. Obenem sem v skico vključila tudi enostavne simbole, kot sta žarnica (ideja) in svinčnik (risanje, osnutek), ki simbolizirata ustvarjalni proces.



Slika 23: Skice za logotip

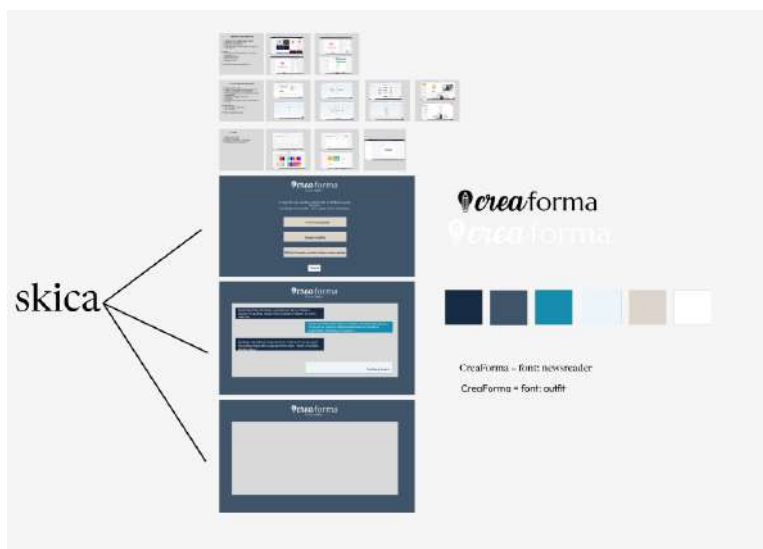
(Vir: Lasten vir)



Slika 24: Končni logotip

(Vir: Lasten vir)

Na zgornji sliki je prikazan izbrani logotip, ki je sestavljen iz simbola in imena. Simbol je oblikovan kot žarnica, znotraj katere je prikazana silhueta svinčnika. Žarnica tako simbolizira kreativnost in nove ideje, medtem ko svinčnik poudarja dizajn, ustvarjanje in oblikovanje. Beseda »crea« je zapisana v pisavi, ki spominja na rokopis. To izraža personalizacijo, kreativnost. »Forma« je zapisana v bolj klasični, serifni tipografiji, kar dodaja občutek profesionalnosti. Barva logotipa je črna, kar je pogosto povezano z eleganco, profesionalnostjo. Monokromatska barvna shema omogoča logotipu univerzalnost, saj se lahko prilagodi različnim ozadjem. Dizajn je minimalističen, zagotavlja jasnost in prepoznavnost. Ta logotip je v glavi spletnega generatorja v zgornjem levem kotu. Je na vidnem mestu, tako da ga obiskovalec spletnega mesta takoj zagleda oziroma prepozna logotip.



Slika 25: Načrtovanje videza strani

(Vir: Lasten vir)

Naslednji korak v procesu predstavlja načrtovanje funkcionalnosti spletnega generatorja logotipov. Opredelila sem strukturo spletne aplikacije in določila ključne strani, ki bodo

sestavljale uporabniško pot od začetne interakcije do prenosa končnega izdelka. Cilj je bil razviti celovit in intuitiven sistem, ki bo uporabniku omogočil pregledno in učinkovito ustvarjanje logotipa. Načrtovala sem, da bo izdelek vseboval naslednje komponente: glavno stran, ki predstavlja vstopno točko v orodje; stran za vnos osnovnih podatkov o podjetju, kjer uporabnik vnese ime in osnovne informacije o svojem podjetju; stran za določitev ključnih besed, ki opredeljujejo identiteto podjetja; stran za pregled pravilnosti vnesenih podatkov, ki omogoča uporabniku, da preveri in po potrebi popravi informacije pred nadaljevanjem. Sledi izbor barvne palete, kjer uporabnik izbere barve, ki najbolje predstavljajo podobo podjetja, ter stran s tipografijo, kjer določimo pisavo, ki bo uporabljena v logotipu. Pomemben korak je tudi stran za izbor simbolov, kjer uporabnik izbere vizualne elemente, ki bodo vključeni v logotip, nato pa stran s končnim simbolom, kjer se ti elementi sestavijo v enotno celoto. V zaključni fazi sledi stran s predstavitvijo končnega logotipa, kjer je prikazana izbrana različica logotipa, stran z mockupi, ki prikazujejo logotip v različnih kontekstih uporabe (npr. na vizitkah, embalaži, spletni strani ipd.), ter stran za prenos logotipa, kjer lahko uporabnik prenese končni izdelek v različnih formatih. Slika številka 27 predstavlja začetno načrtovanje in postavljanje elementov spletne strani.

5.3 Oblikovanje uporabniškega vmesnika

Preden sem oblikovala končni izdelek, sem pred njim izdelala še tri strani. Pri snovanju uporabniškega vmesnika sem najprej pripravila osnovno zasnovo, ki je predstavljena v prvem poskusu.

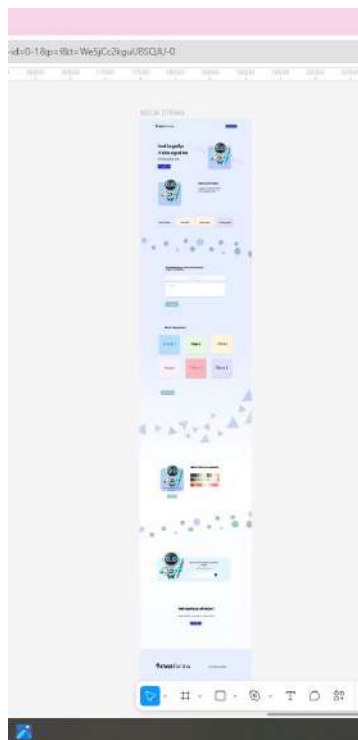
POSKUS 1



Slika 26: Prvi poskus spletnega generatorja

(Vir: Lasten vir)

Ko sem pričela oblikovanje uporabniškega vmesnika, sem najprej razvila poskus 1, ki je služil kot začetna zasnova poteka spletnega generatorja logotipov. Vključuje zaporedje strani: začetno stran, klepetalnico, izbiro fonta in barvne palete, končen logotip, učilnico in prenos logotipov. Čeprav je prototip omogočil osnovno predstavitev delovanja sistema, se je hitro izkazalo, da vizualna zasnova ni bila optimalna. Posamezni elementi so bili preveliki, barvna kombinacija ni bila ustrezna, celotna kompozicija pa ni dosegala profesionalnega videza. Stran je delovala vizualno neorganizirano in oblikovno premalo dodelano za resno predstavitev digitalnega orodja. Na podlagi teh opažanj sem razvila poskus 2, kjer sem želela izboljšati vizualno komunikacijo in uporabniško izkušnjo. Dodala sem nove grafične elemente, prilagodila postavitev, uporabila drugačno barvno paleto (svetlejšo). Kljub izboljšavam tudi ta različica ni bila povsem ustrezna za želeni namen. Uporabljeni vizualni elementi, kot so trikotniki in krogi, so dajali občutek igrivosti in otroške estetike, kar ni bilo skladno s ciljem profesionalnega, sodobnega orodja za generiranje logotipov.



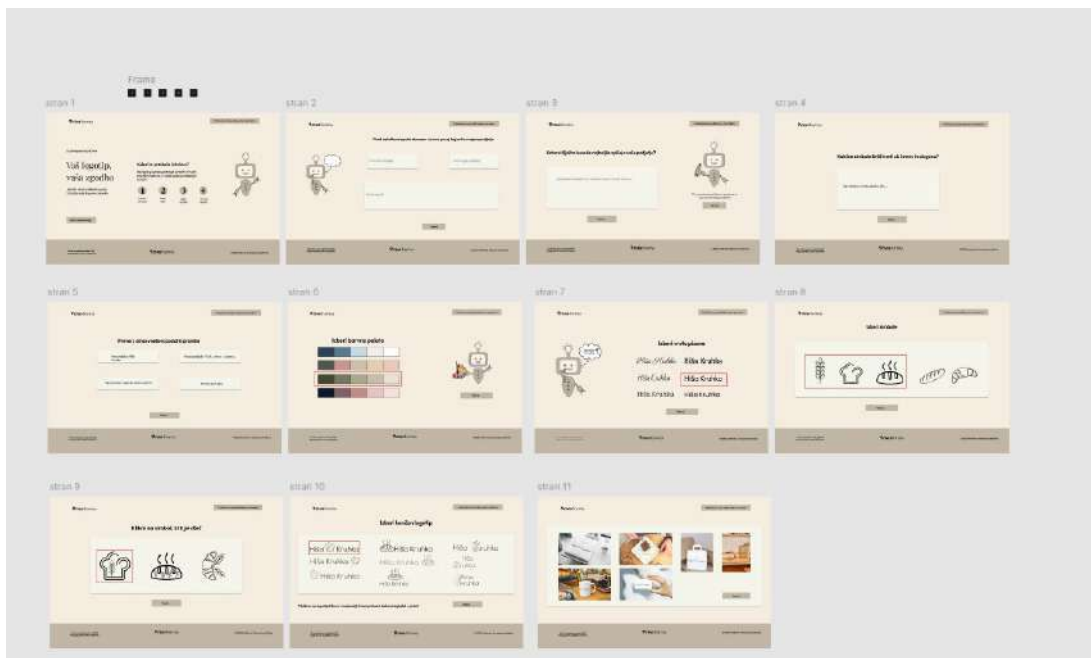
Slika 27: Poskus 2

(Vir: Lasten vir)

Tretji poskus oblikovanja uporabniškega vmesnika je predstavljal pomemben korak k bolj celoviti, profesionalni in vizualno usklajeni rešitvi. V izhodišču sem razmislila o ustrezni barvni paleti in se odločila za nevtralne, svetle tone z bež osnovo, ki delujejo umirjeno, sofisticirano

in omogočajo večjo preglednost. Sestava prototipa je logično strukturirana in sledi uporabnikovemu procesu ustvarjanja logotipa. Prva stran je namenjena predstavitvi celotnega procesa in vključuje maskoto z imenom Kreativko, virtualnega pomočnika, ki je tokrat vizualno poenostavljen in oblikovan v elegantnejšem slogu, kar bistveno izboljša prvi vtis v primerjavi s predhodnima poskusoma. Na vsaki strani je prikazan drugače, torej npr. na strani, kjer se izbira barvna paleta, ima v roki čopič in barvno paleto, na strani, kjer se izbira tipografija, je prikazano, kako razmišlja o pisavah ipd. Sledi več zaporednih obrazcev, v katerih uporabnik najprej vnese osnovne informacije o podjetju (ime, slogan, kratek opis), nato še ključne besede in predlagane simbole, ki jih želi vključiti v logotip. Uporabniku se omogoči pregled in potrditev vnesenih podatkov, nato pa sledi izbira barvne palete in tipografije. V naslednjih korakih se izberejo še simboli, oblikuje se celoten logotip, končni rezultat pa je prikazan tudi skozi mockup prikaze realne uporabe. Kljub jasni vizualni hierarhiji in izboljšani uporabniški

izkušnji je bilo v tej različici zaznanih nekaj pomanjkljivosti. Na nekaterih mestih manjkajo ikone za vnos besedila, ni dodane možnosti prenosa logotipa, prav tako so nekateri gumbi postavljeni z neenakomernimi odmiki, kar vpliva na vizualno ravnotežje strani.

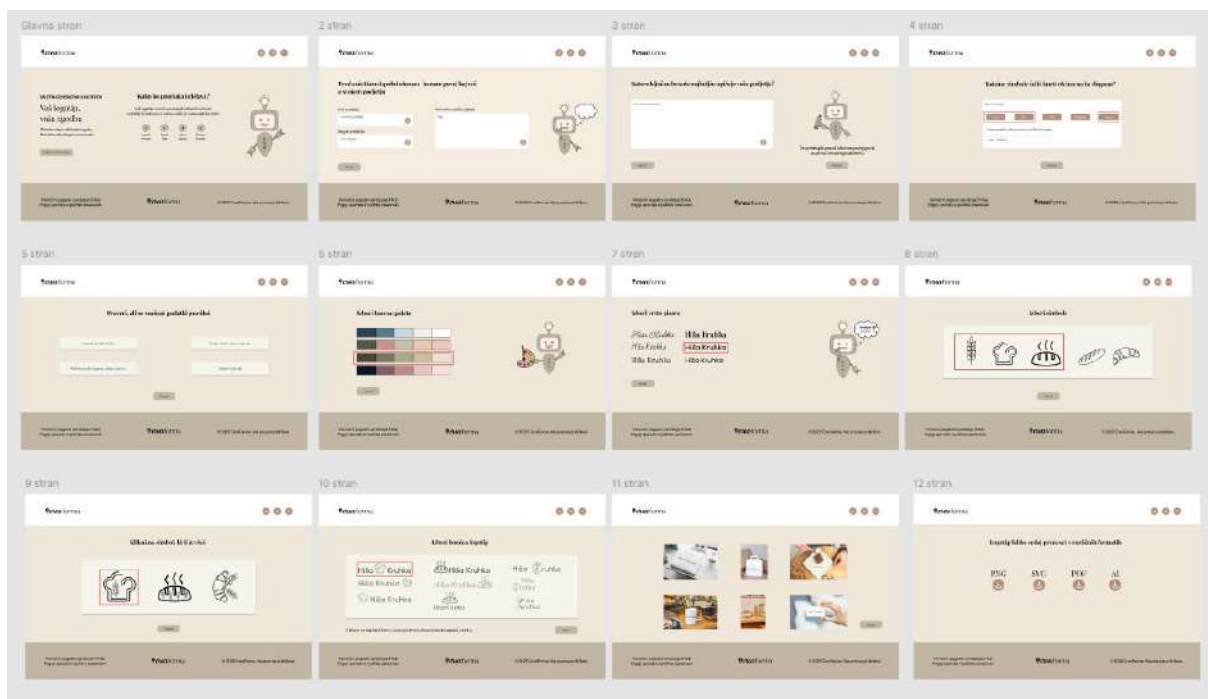


Slika 28: Poskus 3

(Vir: Lasten vir)

V četrtem poskusu sem zasnovala izpopolnjen in funkcionalno zaokrožen uporabniški vmesnik, ki odpravlja pomanjkljivosti predhodne verzije ter dodatno izboljšuje uporabniško izkušnjo. Osnovna barvna shema ostaja nežna in nevtralna, kar spodbuja preglednost in profesionalen videz. Maskota Kreativko, ki spremlja uporabnika skozi proces, ostaja prisotna, vendar je njen

vizualni slog subtilen in usklajen s preostalim dizajnom. Če uporabnik potrebuje pomoč, na tretji strani klikne na gumb in virtualni pomočnik mu pomaga. Spremenila in dodelala sem nekatere obrazce, dodane so ikone za pisanje, na strani, kjer uporabnik izbira simbole, če mu ponujeni niso všeč, lahko vnese svoje. Prav tako sem dodala stran, kjer uporabnik lahko svoj logotip prenese v različnih datotečnih formatih. Ta različica predstavlja celovit in praktičen prototip, ki učinkovito združuje funkcionalnost z vizualno dovršenostjo ter tako dosega cilje uporabniško usmerjenega oblikovanja.



Slika 29: Končni izdelek

(Vir: Lasten vir)

5.4 Barvna paleta in tipografija



Slika 30: Barvna paleta

(Vir: Lasten vir)

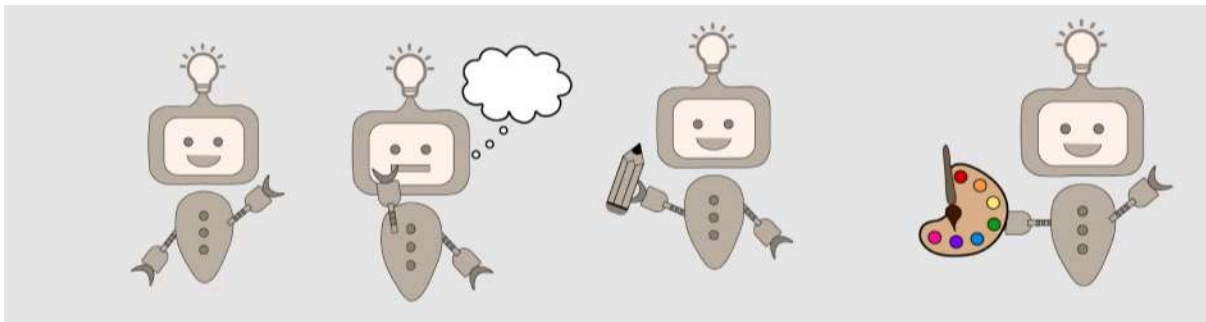
Zgoraj predstavljena barvna paleta je sestavljena iz petih odtenkov zemeljskih nevtralnih barv. Rjava in bež barva pogosto vzbujata občutek stabilnosti, zanesljivosti in povezanosti z naravo. Svetlejši odtenki, kot sta kremna in bela, pa dodajo občutek čistosti, elegance in minimalizma. Skupaj te barve tvorijo harmonično celoto, ki omogoča vizualno uravnoteženost in jasno hierarhijo v

oblikovanju. Zaradi svoje subtilnosti in nevtralnosti je taka paleta posebno primerna za sodobne in minimalistične oblikovalske pristope. Uporablja se lahko v digitalnih medijih, kjer zagotavlja dobro berljivost in prijazno uporabniško izkušnjo, saj mehki kontrasti med barvami zmanjšujejo vizualno utrujenost. Poleg tega so te barve pogosto povezane s trajnostnim in naravnim oblikovanjem, zato so primerna izbira za blagovne znamke, ki želijo izpostaviti ekološko ozaveščenost in kakovostne naravne materiale. Pri oblikovanju uporabniškega vmesnika je bila izbrana kombinacija dveh tipografij: Playfair Display in Outfit, ki skupaj ustvarjata uravnotežen kontrast med klasično eleganco in sodobno berljivostjo. Za glavne naslove (h1) sem uporabila pisavo Playfair Display v velikosti 48pt, ki s svojimi serifnimi zaključki dodaja občutek prestiža ter vizualno poudari ključne vsebine. Podnaslovi (h2) so prav tako v pisavi Playfair Display, vendar v nekoliko manjši velikosti 36pt, kar ohranja vizualno hierarhijo in slogovno doslednost. Za osnovno oziroma glavno besedilo (h3) in daljše opise je uporabljena brezserifna pisava Outfit v velikosti 24pt, ki zagotavlja dobro berljivost. Opombe in manj izpostavljena besedila (h4) so prav tako v pisavi Outfit, vendar v velikosti 18pt, s čimer se ustvari jasna tipografska lestvica. Kombinacija serifne in brezserifne pisave tako omogoča prepoznavno vizualno identiteto, ki hkrati izraža strokovnost in prijaznost do uporabnika.

5.5 Vključitev generativne umetne inteligence v dizajn

V okviru razvijanja uporabniške izkušnje in vizualne identitete je bila v projekt integrirana tudi generativna umetna inteligenca v obliki virtualnega asistenta, maskote po imenu Kreativko. Kreativko je robot s preprosto, a prepoznavno obliko, ki uporabnika vodi skozi celoten proces izdelave logotipa. Njegova vloga je večplastna, poleg vizualne popestritve uporabniškega vmesnika deluje tudi kot simbol tehnične podpore, svetovalca in kreativnega sopotnika. Vsaka faza oblikovalskega procesa je spremljana z drugačno upodobitvijo Kreativka, ki z mimiko, dodatnimi elementi ali držo nakazuje, kaj se od uporabnika pričakuje, na primer razmišljanje, risanje, izbira barv, ipd. S tem ustvarja občutek personalizirane in interaktivne izkušnje, ki spodbuja uporabnika k sodelovanju ter ga motivira, da se samozavestno premika skozi vmesnik. Vizualna zasnova Kreativka je usklajena z izbrano barvno paletto in celostnim grafičnim slogom aplikacije, kar pripomore k celovitemu in harmoničnemu oblikovanju. Uporaba umetne inteligence v tej obliki ni zgolj tehnična inovacija, temveč tudi pomemben psihološki element, saj človeški lik robota zmanjšuje občutek distance med uporabnikom in tehnologijo, kar pripomore k občutku varnosti, razumevanja in podpore.

Tak pristop je še posebno učinkovit pri ciljni skupini, ki morda nima izkušenj z grafičnim oblikovanjem, saj se celoten postopek zdi dostopnejši in igriv.



Slika 31: Kreativkoti

(Vir: Lasten vir)

Kljub učinkoviti vizualni podpori bi bila mogoča nadgradnja sistema še dodatno izboljšana, če bi Kreativko pri neaktivnosti ali zmedbi uporabnika ponudil tudi konkretne namige, usmeritve ali razlage, kar bi okrepilo uporabniško podporo in zmanjšalo možnost napačne interpretacije nalog.

6 ANALIZA REZULTATOV ANKETE

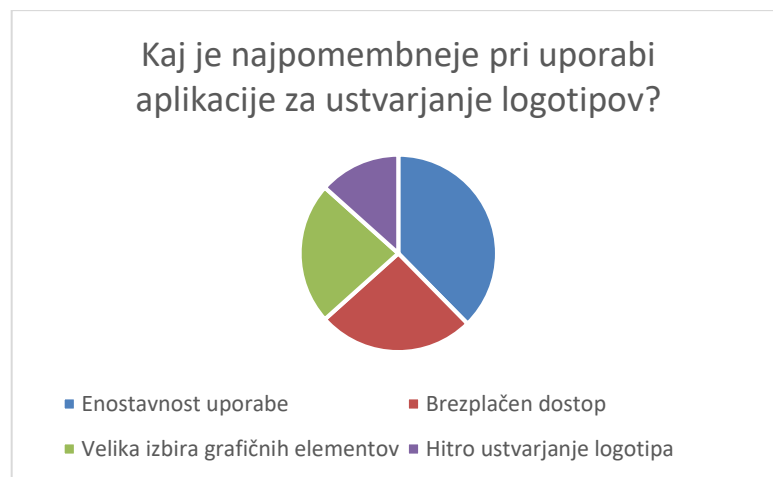
V anketi je sodelovalo 126 udeležencev. Svojo anketo sem objavila na socialnem omrežju Facebook, kjer so sodelovali tako moški kot ženske v starostnem razponu med 17 in 55 leti. Sodelujoči so imeli različne demografske značilnosti, kar je omogočilo pridobivanje raznolikih mnenj in vpogledov. To mi je omogočilo, da sem zbrala podatke, ki bolje odražajo različne perspektive in potrebe uporabnikov v različnih starostnih skupinah. Sestavljalo jo je šest vprašanj. Analizo odgovorov bom podala z grafikoni.



Grafikon 1: Uporaba te vrste aplikacije

(Vir: Lasten vir)

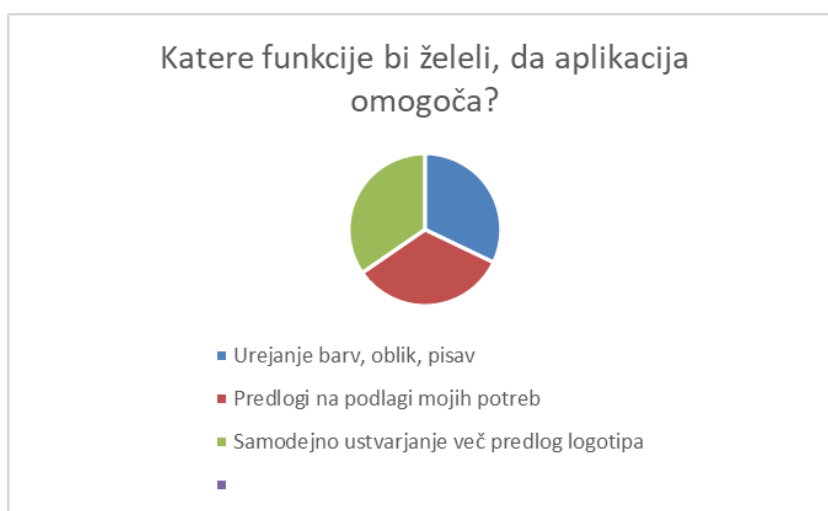
Največji delež, prikazan v rdeči barvi, predstavlja tiste, ki so odgovorili z »ne«, kar pomeni, da večina sodelujočih še nima izkušenj z uporabo tovrstnih aplikacij. Manjši delež, označen z modro barvo, zajema tiste, ki so odgovorili z »da«, kar nakazuje, da je del anketirancev že preizkusil digitalna orodja za oblikovanje logotipov. Najmanjši delež, prikazan v zeleni barvi, ki predstavlja odgovor »ne vem«, kaže na manjšo skupino posameznikov, ki niso prepričani, ali so taka orodja že uporabljali.



Grafikon 2: Kaj je anketirancem najpomembnejše

(Vir: Lasten vir)

Drugi graf prikazuje, kaj je ljudem najpomembnejše pri uporabi aplikacije za ustvarjanje logotipov. Največ vprašanih je izbralo enostavno uporabo, kar pomeni, da jim je najbolj pomembno, da je aplikacija preprosta in jasna za uporabo. Sledi velika izbira grafičnih elementov, kar kaže, da si uporabniki želijo veliko možnosti za oblikovanje. Nekoliko manj jih je izbralo brezplačen dostop, kar pomeni, da jim je pomembno, da je aplikacija dostopna brez plačila. Najmanj jih je izbralo hitro ustvarjanje logotipa, kar kaže, da hitrost ni tako pomembna kot druge lastnosti. Skupaj to pomeni, da uporabniki največjo vrednost vidijo v preprostosti in ustvarjalni svobodi pri oblikovanju.

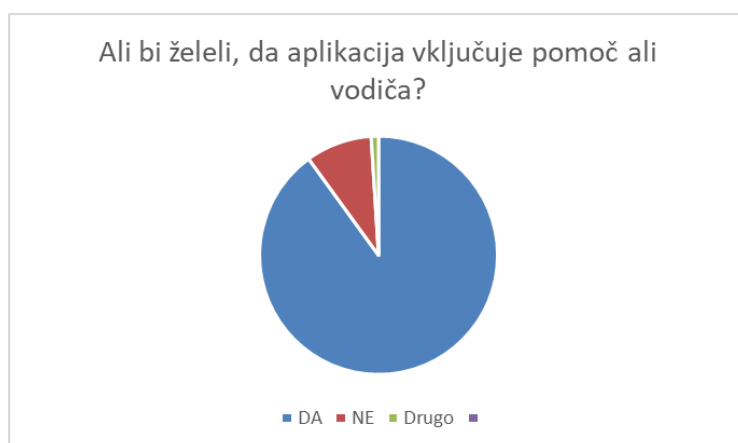


Grafikon 3: Funkcije

(Vir: Lasten vir)

Tretji graf prikazuje, katere funkcije uporabniki najbolj želijo v aplikaciji spletnega generatorja za ustvarjanje logotipov. Rezultati so precej izenačeni med tremi glavnimi možnostmi.

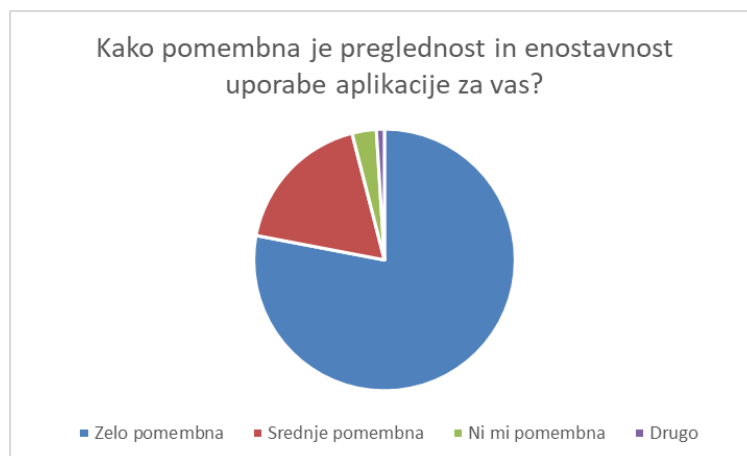
Približno enaka tretjina anketiranih si želi, da bi aplikacija omogočala urejanje barv, oblik in pisav, ponujala predloge na podlagi njihovih potreb ter samodejno ustvarila več različnih predlog logotipa. To pomeni, da uporabniki pričakujejo tako prilagodljivost kot pametno podporo pri oblikovanju. Generator mora torej združevati kreativno svobodo in napredno avtomatizacijo, da zadosti širokemu spektru želja in potreb.



Grafikon 4: Virtualni vodič

(Vir: Lasten vir)

Zgornji graf prikazuje, ali bi si uporabniki želeli, da aplikacija za ustvarjanje logotipov vključuje pomoč ali vodiča. Velika večina anketirancev se je odločila za odgovor da, kar pomeni, da je za uporabnike pomembno, da jim aplikacija ponudi navodila, razlage ali pomoč pri uporabi. Le majhen delež vprašanih je odgovoril z ne, kar nakazuje, da se sami dobro znajdejo ali raje raziskujejo brez vodstva in pomoči. Zelo malo je bilo tudi odgovorov pod možnostjo drugo. To kaže, da večina uporabnikov ceni uporabniško podporo in si želi vodenja pri ustvarjanju logotipov, še posebno če nimajo oblikovalskega predznanja.

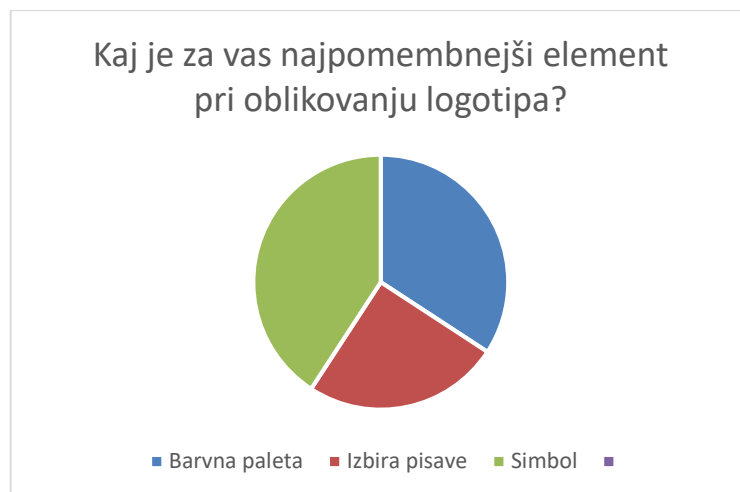


Grafikon 5: Preglednost in enostavnost

(Vir: Lasten vir)

Naslednji grafikon prikazuje, kako pomembna je uporabnikom preglednost in enostavnost uporabe aplikacije. Največ anketirancev je odgovorilo, da jima pripisujejo zelo velik pomen, kar kaže, da sta jasna struktura in preprosta uporaba ključna dejavnika pri izbiri tovrstne

aplikacije. Manjši del vprašanih meni, da sta ti lastnosti srednje pomembni, medtem ko je delež tistih, ki jima ne pripisujejo pomembnosti ali so izbrali možnost drugo, zelo majhen. Rezultati poudarjajo, da mora biti aplikacija za oblikovanje logotipov zasnovana tako, da je čim bolj intuitivna in dostopna širšemu krogu uporabnikov.



Grafikon 6: Najpomembnejši elementi

(Vir: Lasten vir)

Zadnji graf prikazuje, kateri element je po mnenju uporabnikov najpomembnejši pri oblikovanju logotipa. Največ anketirancev je kot ključni element izpostavilo simbol, kar poudarja pomen vizualne prepoznavnosti in preprostega grafičnega izdelka, ki lahko učinkovito predstavlja blagovno znamko. Barvna paleta je bila uvrščena na drugo mesto, kar kaže na zavedanje o pomenu barv pri ustvarjanju čustvenega vtisa in identitete blagovne znamke. Izbira pisave je bila tretja po pogostosti, kar kljub nižji uvrstitvi še vedno odraža njeno pomembnost pri vzpostavljanju profesionalnega videza in berljivosti logotipa. Rezultati potrjujejo, da se uporabniki zavedajo ključnih vizualnih komponent, ki vplivajo na učinkovitost in prepoznavnost logotipa.

7 SKLEP

V diplomskem delu sem raziskala vpliv umetne inteligence na razvoj spletnih mest za generiranje logotipov. Osrednje raziskovalno vprašanje je bilo, katere funkcionalnosti in oblikovalski pristopi prispevajo k boljši uporabniški izkušnji ter kako lahko umetna inteligenca pomaga tudi uporabnikom brez oblikovalskega znanja. Poseben poudarek sem namenila lastnostim, ki jih uporabniki generatorjev najbolj cenijo, kot so enostavna uporaba, možnost izbire barvnih palet in tipografije ter morebitna vključitev virtualnega pomočnika, ki vodi uporabnika skozi postopek ustvarjanja logotipa.

V okviru raziskave so bile preverjene in potrjene vse štiri zastavljene hipoteze. Prva hipoteza, da odzivna oblika spletnega mesta pomembno izboljšuje dostopnost in uporabniško izkušnjo na različnih napravah, je bila potrjena tako v teoretični analizi kot v empirični raziskavi. Uporabniki namreč pogosto dostopajo do generatorjev preko mobilnih naprav, zato je ključnega pomena, da spletna platforma deluje brezhibno tako na telefonih kot na tablicah in računalnikih. To omogoča nemoten in prijeten uporabniški potek ne glede na vrsto naprave, kar bistveno prispeva k večjemu uporabniškemu zadovoljstvu in pogostejši uporabi orodja. Druga hipoteza se je osredotočala na učinkovitost uporabniškega vmesnika, ki se izboljša, kadar je dizajn skladen z osnovnimi načeli uporabniške osredotočenosti, jasnosti, preprostosti in konsistentnosti. Rezultati ankete so pokazali, da večina uporabnikov želi hiter in enostaven postopek ustvarjanja logotipa brez nepotrebnih in zapletenih korakov. Prav tako si želijo jasna navodila in logično razporejene funkcije, ki jih vodijo skozi postopek brez zmede ali frustracij. To pomeni, da mora biti uporabniški vmesnik intuitiven, vizualno pregleden in prilagojen tudi tistim, ki se s tovrstnimi orodji srečujejo prvič. Tretja potrjena hipoteza je pokazala, da uporabniki pozitivno ocenjujejo vmesnike, ki sledijo pravilom vizualne hierarhije in intuitivne navigacije. To vključuje jasno razporejene elemente, logično strukturo in razumljive ikone ali gumbe. Med izvedbo ankete sem ugotovila, da je za uporabnike pomembno, da imajo občutek nadzora nad procesom in razumejo posamezne korake, saj jim to daje večjo samozavest pri uporabi orodja. Uporabniki so posebej cenili možnost, kjer je bila navigacija preprosta in elementi dobro označeni, kar jim je omogočilo hitrejšo doseganje željenih rezultatov brez nepotrebnih preprek. Četrta hipoteza je preverjala, ali lahko UI-orodja omogočajo kakovostno oblikovanje tudi tistim uporabnikom, ki nimajo oblikovalskega znanja. To hipotezo smo prav tako potrdili, saj so analizirana orodja uporabnikom z nekaj kliki omogočila generiranje kakovostnih in vizualno ustreznih logotipov. Sistemi so samodejno predlagali barvne sheme,

simbole, tipografijo in postavitve, kar je znatno olajšalo proces oblikovanja. To pomeni, da lahko umetna inteligenca učinkovito nadomesti ali dopolni strokovno znanje ter s tem omogoča širši krog uporabnikov, da ustvarijo profesionalne logotipe brez potrebe po dolgotrajnem učenju ali najemanju oblikovalcev. Poleg tega so rezultati ankete pokazali, da si uporabniki želijo predvsem preprostega postopka oblikovanja, možnosti brezplačnega prenosa končnega izdelka ter dodatne podpore pri uporabi orodja. Zanimivo je tudi, da je večina anketirancev kot najpomembnejši element logotipa izpostavila simbol, šele nato barvo in tipografijo, kar kaže na velik pomen vizualne prepoznavnosti in enostavne identifikacije blagovne znamke. Na podlagi teh ugotovitev lahko zaključim, da umetna inteligenca ponuja velik potencial na področju grafičnega oblikovanja, še posebno pri ustvarjanju logotipov. Omogoča hitrejši, dostopnejši in cenovno ugodnejši proces oblikovanja, ki je hkrati prijazen tudi uporabnikom brez predhodnega znanja ali izkušenj. Taki sistemi lahko pomembno prispevajo k demokratizaciji oblikovanja in spodbujajo inovativnost v malih podjetjih ter med posamezniki, ki želijo svoje ideje vizualno predstaviti na profesionalen način.

Za prihodnost vidim veliko priložnosti, kako še izboljšati uporabniško izkušnjo z dodatnimi funkcionalnostmi, kot so bolj napredne možnosti personalizacije, vključno z integracijo umetne inteligence, ki bi uporabnikom omogočala, da aktivno sodelujejo pri oblikovanju z dodajanjem lastnih predlogov in idej. Prav tako bi bilo zanimivo raziskati kombinacijo človeške kreativnosti in avtomatizacije, ki bi lahko prinesla še inovativnejše, unikatnejše in personalizirane rešitve. Na splošno lahko rečem, da bo nadaljnji razvoj orodij za generiranje logotipov z umetno inteligenco pomembno vplival na način, kako bodo v prihodnje nastajale grafične rešitve, in s tem pomembno prispeval k razvoju celotnega področja digitalnega oblikovanja.

8 VIRI IN LITERATURA

- Azarenkov, V., & Svintsova, D. (brez datuma). Analysis of trends in UI/UX interface development and their impact on future user interface.
- Boyev, V. (10. januar 2025). *Halo Lab*. Pridobljeno iz 19 vital parts for your website page to maximize user engagement: <https://www.halo-lab.com/blog/anatomy-of-a-web-page>
- Bučar, F. (2012). *Rojstvo države*. Ljubljana: Didakta.
- Collins, F. (29. junij 2023). *Ranktracker*. Pridobljeno iz Najboljše prakse za organizacijo in strukturiranje vsebine spletnega mesta za optimalno uporabniško izkušnjo: https://www.ranktracker.com/sl/blog/best-practices-for-organizing-and-structuring-your-website-content-for-optimal-user-experience/?utm_source=chatgpt.com
- Cooper, A., Reimann, R., & Cronin, D. (2014). *About Face: The Essentials of Interaction Design* (4th ed.).
- Galitz, W. (2020). *The Esstential Guide to User Interface Design*.
- Ganović, M., & Avdić, A. (2024). *Generative AI Tools in Web Design*.
- Garrett, J. (2010). *The elements of user experience*.
- Gregorčič, A. (29. november 2023). *Greco*. Pridobljeno iz Vloga umetne inteligence v grafičnem oblikovanju : www.greco.si/vloga-umetne-inteligence-v-graficnem-oblikovanju/
- Joost N., K., Egbert J. W. , B., Walter A., K., & Peter, v. (brez datuma). *Artificial Intelligence: Definition, Trends, Tehniques, and Cases*.
- Lebara. (22. februar 2024). *Razvoj oblikovanja uporabniškega vmesnika: Od okornih do intuitivnih vmesnikov*. Pridobljeno iz <https://blog.lebara.co.uk/sl/razvoj-oblikovanja-uporabniskega-vmesnika-od-okornih-do-intuitivnih-vmesnikov/>
- Loving, P. (10. januar 2023). *UserActive*. Pridobljeno iz 7 great examples of intuitive user interface design: <https://www.useractive.io/articles/7-examples-of-intuitive-user-interface-design/>
- Martinez, J. (27. januar 2025). *Creativos Online*. Pridobljeno iz Kako umetna inteligenca vpliva na grafično oblikovanje?: https://sl.creativosonline.org/Kako-umetna-inteligenca-vpliva-na-grafi%C4%8Dno-oblikovanje.html?utm_source=chatgpt.com

- Stevens , E. (10. september 2024). *UX Design Institute*. Pridobljeno iz 7 fundamental user experience (UX) design principles all designers should know: <https://www.uxdesigninstitute.com/blog/ux-design-principles/>
- Stryker, C. (9. avgust 2024). *IBM*. Pridobljeno iz What is artificial intelligence (AI)?: <https://www.ibm.com/think/topics/artificial-intelligence>
- Tekla S., P., & Voelcker, J. (1. september 1989). *IEEE.ORG*. Pridobljeno iz How the graphical user interface was invented: <https://spectrum.ieee.org/graphical-user-interface>
- Veber, E. (11. februar 2023). *Eving Design*. Pridobljeno iz Grafično oblikovanje s pomočjo umetne inteligence (AI): <https://eving-oblikovanje.si/graficno-oblikovanje-z-ai/>
- Yalanska, M. (2025). *Tubik*. Pridobljeno iz The Anatomy of a Web Page: 14 Basic Elements: <https://blog.tubikstudio.com/anatomy-of-web-page/>