

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA

MARIBOR

**UMETNA INTELIGENCA V GRAFIČNEM
OBLIKOVANJU Z ZASNOVO LOGOTIPA ZA
KOZMETIČNI STUDIO**

Kandidatka: Rebeka Koren

Vrsta študija: študentka izrednega študija

Študijski program: Medijska produkcija

Mentor predavatelj: mag. Stevan Čukalac prof. lik. ume.

Mentor v podjetju: mag. Sašo Kokol inz. med. kom.

Lektor: Aleksandra Repe, univ. dipl. slov.

Maribor, 2025

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Rebeka Koren, sem avtorica diplomskega dela z naslovom Umetna inteligenca v grafičnem oblikovanju z zasnovo logotipa za kozmetični studio, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Stevana Čukalaca prof. lik. ume.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbela, 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 plagiatstvo – 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, avgust 2025

Podpis študenta:

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem prof. Stevanu Čukalacu za strokovno vodenje in podporo pri pripravi diplomskega dela.

Zahvala gre tudi moji družini za oporo in razumevanje skozi celoten študijski proces. Posebno zahvalo izrekam dobri prijateljici Karmen, katere spodbuda in motivacija sta mi bili v izjemno oporo pri nastajanju tega dela.

Vsem iz srca hvala!

POVZETEK

Diplomsko delo z naslovom Umetna inteligenca v grafičnem oblikovanju z zasnovo logotipa za kozmetični studio, obravnava uporabo sodobnih tehnologij v grafičnem oblikovanju, natančneje pri zasnovi logotipa kot ključnega elementa celostne grafične podobe. Zanimalo nas je, kako lahko umetna inteligenca vpliva na proces oblikovanja in kakšno vrednost prinese pri ustvarjanju vizualne identitete, predvsem v okviru kozmetične industrije, kjer je estetika ena izmed najpomembnejših vrednot.

V teoretičnem delu smo najprej razložili osnovne pojme, povezane z umetno inteligenco in grafičnim oblikovanjem, ter raziskali zgodovinski razvoj uporabe umetne inteligence v ustvarjalnih procesih. Posebno pozornost smo namenili vprašanju, kako se umetna inteligenca že uporablja znotraj kozmetične industrije, pri čemer smo izpostavili primere dobrih praks, kot so Estée Lauder, L'Oréal in Sephora. Predstavili smo tudi konkretna orodja, ki vključujejo umetno inteligenco v oblikovalski proces, med njimi predvsem generator slik DALL-E. Na podlagi raziskane literature smo izpostavili tako prednosti kot tudi izzive, ki jih prinaša vključevanje umetne inteligence v grafično delo.

V praktičnem delu smo se osredotočili na oblikovanje dveh logotipov za kozmetični salon studio-BEKA. Prvi logotip smo zasnovali s pomočjo umetne inteligence, kjer smo preizkušali, kako sistem interpretira besedne opise in referenčne slike. Ta postopek ni vključeval ročnega skiciranja, saj nas je zanimalo, kako samostojno UI generira vizualne predloge. Drugi logotip smo izdelali brez uporabe umetne inteligence, z lastnim kreativnim procesom, ki je vključeval skice, izbiro tipografije, sestavljanje mreže in določanje barvne palete v programu Adobe Illustrator. Oba logotipa smo nato analizirali in primerjali v anketi, v kateri so sodelujoči ocenili vizualno podobo, zaznano profesionalnost in vtis, ki ga logotip pusti.

Na podlagi rezultatov smo ugotovili, da umetna inteligenca res lahko prispeva k večji učinkovitosti in hitrosti ustvarjalnega procesa. Kljub temu pa večina uporabnikov še vedno bolj zaupa oblikovalskim rešitvam, ki jih ustvari človek, saj jih doživlja kot bolj avtentične, usklajene in profesionalne. Zaključili smo, da umetna inteligenca lahko igra pomembno podporno vlogo, vendar je ključni del oblikovanja še vedno v rokah oblikovalca, ki s svojim znanjem, občutkom in estetsko presojo ustvari celovito in prepričljivo vizualno rešitev.

Ključne besede: *umetna inteligenca (UI), grafično oblikovanje, logotip, kozmetična industrija, orodja in tehnike UI*

ABSTRACT: ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN GRAPHIC DESIGN WITH LOGO DESIGN FOR A COSMETICS STUDIO

The thesis titled *Artificial Intelligence in Graphic Design with the Creation of a Logo for a Beauty Studio* explores the use of modern technologies in graphic design, specifically in the development of a logo as a key element of a visual identity. The focus is on how artificial intelligence can influence the design process and what value it brings to the creation of a visual identity, particularly within the cosmetics industry, where aesthetics represent one of the most important roles.

In the theoretical part, we first explained the basic concepts related to artificial intelligence and graphic design, and then explored the historical development of AI in creative processes. We paid special attention to how artificial intelligence is already being used within the beauty industry, highlighting best practice examples such as Estée Lauder, L'Oréal, and Sephora. We also presented specific tools that integrate AI into the design process, with a focus on the image generator DALL-E. Based on literature research, we outlined both the advantages and the challenges that come with implementing artificial intelligence in graphic work.

In the practical part, we focused on designing two logos for the beauty salon studio-BEKA. The first logo was created using artificial intelligence, where we tested how the system interprets textual prompts and reference images. This process did not include hand-drawn sketches, as we wanted to explore how independently AI generates visual proposals. The second logo was created without the use of AI, following a traditional creative process that involved sketching, selecting typography, building a grid system, and defining a color palette using Adobe Illustrator. Both logos were later analyzed and compared through a survey in which participants evaluated the visual impression, perceived professionalism, and overall effect of each logo.

Based on the results, we found that artificial intelligence can indeed contribute to greater efficiency and speed in the creative process. However, most users still place more trust in designer-made solutions, as they are perceived as more authentic, refined, and professional. We concluded that artificial intelligence can play an important supportive role, but the core of the design process still lies in the hands of the designer, who creates a complete and convincing visual solution using their knowledge, sensitivity, and aesthetic judgment.

Keywords: *artificial intelligence (AI), graphic design, logo, beauty industry, AI tools and techniques*

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	10
1.1	OPIS PODROČJA IN OPREDELITEV PROBLEMA	10
1.2	NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE	11
1.3	PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE	11
1.4	UPORABLJENE RAZISKOVALNE METODE	12
2	TEORETIČNA IZHODIŠČA UMETNE INTELIGENCE.....	13
2.1	DEFINICIJA IN OSNOVI KONCEPTI UI	13
2.2	RAZVOJ UI V GRAFIČNEM OBLIKOVANJU	13
2.3	VLOGA UI V GRAFIČNEM OBLIKOVANJU	14
2.4	PREDNOSTI IN SLABOSTI UPORABE UI.....	16
3	PROGRAMI IN APLIKACIJE, KI UPORABLJAJO UMETNO INTELIGENCO	
	V GRAFIČNEM OBLIKOVANJU	18
3.1	CHATGPT	18
3.2	FOUNDREPAL.....	18
3.3	MIDJOURNEY	18
3.4	CANVA	19
3.5	LOOKA	19
3.6	ADOBE	20
3.7	MICROSOFT AI	20
3.8	DALL-E	21
3.9	PRIMERJAVA FUNKCIONALNOSTI IN UPORABNOSTI.....	22
4	PRIMERI DOBRE PRAKSE UI V GRAFIČNEM OBLIKOVANJU V	
	KOZMETIČNI INDUSTRIJI	25
4.1	ANALIZA PRIMEROV USPEŠNIH PROJEKTOV	25
4.1.1	<i>L'Oreal.....</i>	25
4.1.2	<i>Sephora-Virtualni umetnik za ličenje</i>	26
4.1.1	<i>Estée Lauder – UI za personalizacijo kozmetike</i>	27
5	IZDELAVA VIZUALNE ZASNOVE LOGOTIPA S POMOČJO UMETNE	
	INTELIGENCE	30
5.1	PREDSTAVITEV PODJETJA	30
5.2	UVOD V PROJEKT	30
5.3	IZBOR ORODIJ IN APLIKACIJ	31
5.4	OBLIKOVALSKI PROCES.....	32

5.4.1	<i>Idejna zasnova</i>	32
5.4.2	<i>Skica</i>	34
5.4.3	<i>Tipografija</i>	34
5.4.4	<i>Barvna paleta</i>	35
5.4.5	<i>Uporaba UI orodij za generiranje različic logotipa</i>	36
6	OBLIKOVANJE LOGOTIPA Z DALL-E	37
6.1	OBLIKOVANJE LOGOTIPA 1 Z DALL-E	37
6.2	OBLIKOVANJE LOGOTIPA 2 Z DALL-E	39
6.3	OBLIKOVANJE LOGOTIPA 3 Z DALL-E	42
6.4	OBLIKOVANJE LOGOTIPA 4 Z DALL-E	44
7	NADGRADNJA LOGOTIPA OBLIKOVANEGA Z UMETNO INTELIGENCO	46
7.1	ZAČETNA ZASNOVA IN IZBOR LOGOTIPA	46
7.2	FINALIZACIJA DIZAJNA IN ZAKLJUČEK V ADOBE ILLUSTRATORJU	46
8	UČINKOVITOST OBLIKOVANJA Z UPORABO UPORABNIŠKEGA VMESNIKA	55
8.1	HITROST IN OPTIMIZACIJA PROCESA	55
8.2	PISANJE UKAZOV IN VLOGA OBLIKOVALCA	55
8.3	KAKOVOST IN OMEJITVE REZULTATOV	55
8.4	INOVATIVNOST UMETNE INTELIGENCE	55
8.5	ZAKLJUČNA OCENA UČINKOVITOSTI	56
9	SAMOSTOJNO OBLIKOVANJE LOGOTIPA BREZ UMETNE INTELIGENCE	57
9.1	IDEJNA ZASNOVA IN SKICIRANJE	57
9.2	IZBIRA TIPOGRAFIJE IN BARV	58
9.3	OBLIKOVANJE LOGOTIPA	61
9.4	PREDSTAVITEV KONČNEGA LOGOTIPA	66
10	ANKETNA RAZISKAVA	71
10.1	NAMEN IN POTEK ANKETE	71
10.2	ANALIZA REZULTATOV	71
11	SKLEP	79
12	VIRI, LITERATURA	81

KAZALO SLIK

SLIKA 1: DIAGNOZA KOŽE Z UMETNO INTELIGENCO.....	25
SLIKA 2: SEPHORIN VIRTUALNI VODNIK.....	27
SLIKA 3: ESTÉE LAUDER ORODJE IMATCH™	29
SLIKA 4: REFERENČNI LOGO 1.....	33
SLIKA 5: REFERENČNI LOGO 2.....	33
SLIKA 6: REFERENČNI LOGO 3.....	33
SLIKA 7: REFERENČNI LOGO 4.....	34
SLIKA 8: PRIMER SERIFNIH PISAV	35
SLIKA 9: BARVNA PALETA LOGOTIPA USTVARJENEGA Z UI.....	36
SLIKA 10: LOGO UI 1 Z BESEDNIM UKAZOM	38
SLIKA 11: DALL-E KORESPONDENCA.....	38
SLIKA 12: LOGO UI S SLIKOVNIM UKAZOM.....	39
SLIKA 13: DALL-E KORESPONDENCA.....	40
SLIKA 14: KORESPONDENCA UI	40
SLIKA 15: LOGO UI 2 Z BESEDNIM UKAZOM	41
SLIKA 16: LOGO UI 2 S SLIKOVNIM UKAZOM.....	41
SLIKA 17: LOGO UI 3 Z BESEDNIM UKAZOM	43
SLIKA 18: LOGO UI 3 S SLIKOVNIM UKAZOM.....	43
SLIKA 19: LOGO 4 UI Z BESEDILNIM UKAZOM.....	45
SLIKA 20: LOGO UI 4 S SLIKOVNIM UKAZOM.....	45
SLIKA 21: VSTAVLJENA SLIKA IZ DALL-E	SLIKA 22: PRETVORBA SLIKE V VEKTORSKO OBLIKO..... 47
SLIKA 23: UREJANJE LINIJ S SMOOTH TOOL	SLIKA 24: UREJANJE LINIJ Z DIRECT SELECTION TOOL 48
SLIKA 25: UREJANJE LINIJ	48
SLIKA 26: PONOVA VEKTORIZACIJA SLIKE ZA BESEDILO.....	49
SLIKA 27: IZBRANA TIPOGRAFIJA	49
SLIKA 28: VEKTORIZIRANA IN POPRAVLJENA ILUSTRACIJA.....	50
SLIKA 29: BRISANJE LINIJ Z ERASER TOOL.....	50
SLIKA 30: RISANJE S PEN TOOL ORODJE.....	51
SLIKA 31: RISANJE OKVIRJA Z RECTANGLE TOOL	SLIKA 32: IZBRIS LINIJ..... 52
SLIKA 33: UREJANJE LINIJ PREJ IN POTEM	SLIKA 34: STROKE PANEL 53
SLIKA 35: UREJANJE BESEDILA	53
SLIKA 36: KONČEN LOGOTIP	54
SLIKA 38: MOODBOARD.....	57
SLIKA 39: SKICE ZA LOGOTIP	58
SLIKA 40: IZBRANA TIPOGRAFIJA	59

SLIKA 41: INSPIRACIJA SLIK ZA BARVNO PALETO	60
SLIKA 42: BARVNA PALETA LOGOTIPA	60
SLIKA 43: POSTOPKI RISANJA LOGOTIPA	61
SLIKA 44: PRIMARNI LOGOTIP	63
SLIKA 45: SHAPE BUILDER TOOL ZDRUŽEVANJE	64
SLIKA 46: PODPISNE RAZLIČICE LOGOTIPA	64
SLIKA 47: KROŽNA RAZLIČICA LOGOTIPA	65
SLIKA 48: IDENTITETA LOGOTIPA V CGP	66
SLIKA 49: VIZITKA	68
SLIKA 50: KARTICA TERMINOV	68
SLIKA 51: MAJICA	69
SLIKA 52: DARILNI BON	69
SLIKA 53: NALEPKA ZA KUVERTO	70
SLIKA 54: LOGOTIP	70
SLIKA 55: CENIK	70

1 UVOD

1.1 Opis področja in opredelitev problema

S hitrim napredovanjem tehnologije in digitalizacije je umetna inteligenca začela vplivati na številna področja našega vsakdana. Grafično oblikovanje ni izjema, saj se prilagaja novim načinom dela in tehnološkim spremembam. V zadnjih nekaj letih smo bili priča hitremu napredku tega področja, kar je prineslo številne nove rešitve na trg programske opreme, ki oblikovalcem omogočajo spremembe v načinu ustvarjanja in sodelovanja. Sprva je bila glavna naloga UI orodij optimizacija in pospeševanje nadomeščanje oblikovalcev pri ponavljajočih se nalogah ali analiza velike količine uporabniških podatkov za boljše oblikovalske rešitve. Danes UI ne samo pospešuje procese, ampak omogoča oblikovalcem, da se bolj osredotočijo na kreativni vidik svojega dela, hkrati pa lahko generira dizajne iz nič glede na zahteve uporabnikov. Orodja umetne inteligence ponujajo večjo prilagodljivost in ustvarjalnost pri različnih nalogah, kot so izbira pisav in barv, urejanje slik ter iskanje optimalne postavitve in kompozicije. Prav tako zagotavljajo visoko stopnjo avtomatizacije, zlasti pri UI/UX oblikovanju. Poleg tega so vedno bolj prisotna orodja, ki omogočajo ustvarjanje personaliziranih in prilagodljivih oblikovalskih vsebin glede na potrebe uporabnikov. S spremembo teh vlog bi lahko oblikovalci ta orodja videli tudi kot potencialno grožnjo.

Na splošno velja, da lahko avtomatizacija, ki jo poganjata umetna inteligenca in strojno učenje, izračunava, predhodno napoveduje, oblikuje in izvaja projekte z natančnostjo in hitrostjo, ki ji ljudje ne morejo konkurirati. Te tehnologije brišejo namišljene "meje med fizičnim, digitalnim in biološkim področjem" (Schwab, cit.Ferrari, 2017, s2626) in lahko še bolj razbijejo "tradicionalne" ročne panoge, ki jih je mehanska avtomatizacija že razblinila. Človeška inteligenca vključuje miselne sposobnosti, kot so prepoznavanje, zaznavanje, ustvarjalnost itd., medtem ko je umetna inteligenca stroj, ki posnema človeško vedenje in opravlja vsakodnevno delo, medtem, ko opazuje. V primerjavi s stroji so ljudje predstavljeni kot nezanesljivi in pomanjkljivi - ne morejo opraviti nalog z enako natančnostjo in hitrostjo. In posledično se zaradi tega porajajo vprašanja glede etičnosti in prihodnosti grafičnega oblikovanja v kontekstu vse večje integracije umetne inteligence. Kljub temu pa umetna inteligenca v grafičnem oblikovanju odpira nove možnosti za ustvarjanje inovativnih rešitev, saj z uporabo AI orodji in programov lahko grafični oblikovalci hitro optimizirajo končne izdelke.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomske naloge je analizirati uporabo umetne inteligenci pri oblikovanju logotipa kot elementa CGP-ja za kozmetični salon "studio-BEKA".

V nalogi smo si zadali naslednje cilje:

- Preučiti literaturo na področju umetne inteligence v grafičnem oblikovanju.
- Preučiti kakšna je vloga ter prednosti in slabosti uporabe umetne inteligence v grafičnem oblikovanju.
- Predstaviti primere dobre prakse uporabe UI v grafičnem oblikovanju za kozmetične salone oz. v kozmetični industriji.
- Predstaviti programe oz. aplikacije, ki uporabljajo umetno inteligenco v grafičnem oblikovanju.
- Oblikovati logotip kot element celostne grafične podobe za kozmetični salon studio-BEKA.

Osnovne trditve:

H1 Umetna inteligenca spodbuja inovacije v grafičnem oblikovanju v kozmetični industriji z zagotavljanjem novih orodij in tehnik.

H2 Integracija AI tehnologij izboljšuje procese grafičnega oblikovanja, prinaša številne koristi, vendar ustvarja tudi določene izzive in sproža pomembna etična vprašanja.

H3 Umetna inteligenca omogoča bolj prilagojeno personalizacijo v grafičnem oblikovanju znotraj kozmetične industrije.

H4 Uporaba umetne inteligence pri oblikovanju celostne grafične podobe lahko zmanjša časovne in finančne stroške ter poveča učinkovitost celotnega procesa.

1.3 Predpostavke in omejitve

Predpostavljali smo, da imamo na voljo dovolj virov in literature, kar nam bo omogočilo uresničitev zastavljenih ciljev. To vključuje nabor strokovne, medijske in znanstvene literature za teoretični del naloge, ter širok nabor primerov uporabe UI v grafičnem oblikovanju za kozmetične salone oz. v kozmetični industriji. Omejili smo se na spletne kampanje in sicer na tiste, ki so javno dostopne na spletu. Spletne kampanje so javno dostopne in omogočajo enostavno pridobivanje podatkov, kar je ključno za izvajanje temeljite analize. Splet je postal glavni kanal za komunikacijo z uporabniki v mnogih industrijah, vključno s kozmetično

industrijo, zato so spletne kampanje najbolj reprezentativne za trenutne trende in prakse v uporabi umetne inteligence v grafičnem oblikovanju. Poleg tega so podatki o spletnih kampanjah pogosto transparentni in na voljo v različnih oblikah (npr. slike, videoposnetki, oglasi), kar omogoča obsežno analizo primerov dobre prakse.

Analiza je bila omejena na kampanje, ki so bile izvedene do pričetka raziskave.

1.4 Uporabljene raziskovalne metode

V diplomskem delu smo uporabili naslednje raziskovalne metode:

Deskriptivno metodo: s pomočjo katere smo opredelili pojme s področja grafičnega oblikovanja, celostne grafične podobe in umetne inteligence.

Metodo analize: s katero smo analizirali primere dobre prakse uporabe umetne inteligence v grafičnem oblikovanju v kozmetični industriji in programe oz. aplikacije, ki uporabljajo umetno inteligenco za grafično oblikovanje.

Anketnim vprašalnikom: s katerim je organizacijsko omejitev predstavljal vzorec anketiranih, katerega predstavlja segment 16+ let. Strokovno smo se omejili na področje uporabe umetne inteligence v grafičnem oblikovanju, kasneje natančneje uporabe le te v kozmetični smeri.

V zaključnem delu naloge je sinteza spoznanj iz teoretičnega oziroma uvodnega dela naloge in rezultatov praktičnega dela naloge.

2 TEORETIČNA IZHODIŠČA UMETNE INTELIGENCE

2.1 *Definicija in osnovi koncepti UI*

Umetna inteligenca (UI) je področje računalništva, katerega cilj je enostaven za razumevanje, a težko dosegljiv, razviti inteligentne stroje, ki so sposobni avtomatizirati procese, napovedovati rezultate ter izboljševati zmogljivosti s posnemanjem človeškega načina dojemanja sveta in učenja iz izkušenj (Siripurapu Phani Sindhura and Ashu Abdul, 2021). UI tehnologije vključujejo strojno učenje, globoko učenje, obdelavo naravnega jezika, ekspertne sisteme ter obdelavo govora in slik. Razvoj umetne inteligence napreduje z neverjetno hitrostjo, njene aplikacije pa najdemo v različnih industrijah, kot so zdravstvo, finance, transport in mnoge druge. Tudi na področju oblikovanja to ni izjema. V kreativnih industrijah poteka razprava o tem, ali UI rešitve »ubijajo ustvarjalnost« in »nadomeščajo oblikovalce« s tem, da izdelke ustvarjajo hitreje in ceneje kot ljudje. Umetnost, ustvarjena z umetno inteligenco, postaja vse bolj priljubljena. Čeprav se lahko razpravlja o njeni dejanski umetniški vrednosti, je vprašanje, po katerih kriterijih določamo to vrednost, še vedno predmet razprav. Medtem ko nekateri trdijo, da umetnost ustvarjena z UI ni primerljiva z delom človeških umetnikov, drugi menijo, da gre za novo obliko ustvarjalnosti, ki jo je treba upoštevati v sodobnem umetniškem kontekstu. Ne glede na to, ali gre za preprosto novost ali radovednost, ki vznemirja ljudi, je trend uporabe umetne inteligence v umetnosti in oblikovanju v vzponu (Russell, S., & Norvig, P., 2020)

2.2 *Razvoj UI v grafičnem oblikovanju*

Prvi koncepti ustvarjalnosti segajo globoko v človeško zgodovino, še pred tehnične sposobnosti. Umetnost iz Afrike in Evrope, stara več kot 200.000 let, so našli v jamah, kot sta Lascaux in Altamira, kjer so upodabljali živali in lovske prizore z naravnimi pigmenti. Zgodnji Egipčani so uporabljali preproste risbe, ki so se razvile v hierogliffe, medtem ko so avtohtoni prebivalci izražali življenje in verovanja s petroglifi. Kitajska kaligrafija je združevala pisanje in umetniško izražanje. Te zgodnje oblike vizualne komunikacije so imele praktične in ritualne funkcije, kar priča o zgodnji človeški ustvarjalnosti. Napredek tehnologije je igral ključno vlogo pri razvoju ustvarjalnosti, kar spodbuja razmislek o prihodnosti v dobi umetne inteligence (Meggs, 2006).

Zgodba o umetni inteligenci v umetniškem izražanju se začne s pojavom računalniško generirane umetnosti v sredini 20. stoletja, ki je povzročila revolucijo v grafičnem oblikovanju. Programska oprema, kot sta Adobe Photoshop in Illustrator, je oblikovalcem omogočila ustvarjanje podrobnih digitalnih umetnin. V tem obdobju se je razvilo tudi spletno oblikovanje, ki je razširilo področje grafičnega oblikovanja na uporabniške vmesnike in spletne izkušnje.

V šestdesetih in sedemdesetih letih prejšnjega stoletja je umetna inteligenca začela pridobivati na pomembnosti saj so se razvila tudi orodja za računalniško podprto oblikovanje (CAD), ki so omogočala ustvarjanje zapletenih digitalnih modelov. V osemdesetih in devetdesetih letih prejšnjega stoletja so se pojavili programi, ki so samostojno ustvarjali umetniške podobe. En primer iz tega obdobja je bil program AARON, ki ga je razvil Harold Cohen (M. Filimowicz, Higher Neurons, 2023).

Umetna inteligenca je prav tako odprla nove možnosti, kot so virtualna resničnost (VR), ki so omogočile ustvarjanje interaktivnih izkušenj. Z razvojem umetne inteligence se je povečal njen vpliv na svet grafičnega oblikovanja.

2.3 Vloga UI v grafičnem oblikovanju

V grafičnem oblikovanju se umetna inteligenca uporablja predvsem za pospešitev procesov in nekateri bi rekli, za povečanje ustvarjalnosti. Oblikovalcem ponuja različne rešitve za določeno nalogo. Prednost umetne inteligence v primerjavi s človekom leži v njegovi moči, da analizira ogromne količine raznolikih podatkov in napove ali celo ustvari rezultat, oziroma najprimernejši dizajn za določeno aplikacijo. Izvaja se predvsem s strojnim učenjem, procesom, ki simulira način, kako ljudje pridobivajo znanje. Algoritmi za pridobivanje uporabljajo različne metode informacij in ustvarjanje izhodov iz vhodnih podatkov, postopoma izboljšuje učinkovitost kot število vzorcev, ki jih usposablja ob povečanju. Nekatera opravila, pri katerih se UI uporablja v grafičnem oblikovanju, vključujejo urejanje slik, izbiro pisave in barv ter ustvarjanje različnih postavitev in kompozicij, raziskovanje uporabnikov in personalizacijo ter avtomatizacijo. Pomembni načini, kako UI vpliva na to področje:

- a) *Ustvarjanje vsebin:* UI lahko avtomatsko generira grafične komponente, kot so logotipi, ilustracije ali celo celotne postavitve, kar oblikovalcem prihrani dragocen čas in trud.

- b) *Prilagoditev*: Umetna inteligenca analizira podatke in preference uporabnikov, kar omogoča razvoj grafičnih rešitev, prilagojenih potrebam ciljne skupine.
- c) *Izboljšanje oblikovanja*: Orodja UI lahko preučujejo elemente oblikovanja in ponujajo predloge za izboljšave, ki povečujejo uporabniško izkušnjo ter estetsko privlačnost.
- d) *Avtomatizacija procesov*: Umetna inteligenca lahko prevzame rutinska opravila, kot so prilagajanje dimenzij slik, izbira barvnih shem ali organizacija datotek, kar oblikovalcem omogoča, da se osredotočijo na bolj kreativne naloge.
- e) *Spremljanje trendov*: UI lahko analizira obsežne podatke, da prepozna grafične trende in pomaga oblikovalcem, da so na tekočem z aktualnimi smernicami v industriji.
- f) *Generativno oblikovanje*: UI omogoča, da algoritmi ustvarjajo različne oblikovalske možnosti na podlagi vnaprej določenih parametrov, kar oblikovalcem omogoča raziskovanje novih idej. Z vsemi temi sposobnostmi UI postaja pomemben sodelavec v procesu grafičnega oblikovanja in prispeva k večji ustvarjalnosti ter učinkovitosti (Litmus Branding, 2024).

Tehnologije UI so uspešno okrepile številne aplikacije v grafičnem oblikovanju, ki človeku olajšajo pospešitev procesa oblikovanja, vključno z iskanjem materialov, zamislijo, ustvarjanjem in izpopolnjevanjem dizajna itd. Prav tako lahko iz vidika strojnega učenja-Inteligenco grafičnega oblikovanja povzamemo v tri glavne komponente:

- a) *Predstavitev* se nanaša na to, kako kodirati dizajn, ki služi kot hrbtenica za površinske naloge. Je pomemben dejavnik za uspeh uporabe strojnega učenja z algoritmi.
- b) *Razumevanje* se osredotoča na strojno razumevanje in analizira dizajn sintakse (določa kako naj bi bile besede in simboli razporejeni, da bi tvorili smiselne stavke) in semantike (določa kako so podatki obdelani in kakšni rezultati se pričakujejo na podlagi sintaktično napisanega programa). Njen cilj je pridobivanje skritih informacij (npr. logična struktura, stil) od nestrukturiranega oblikovanja.
- c) *Generiranje* je proces ustvarjanja novega vizualnega odziva (npr. postavitve, barve, pisave) na podlagi vnosa ali poizvedbe, kar izboljša učinkovitost oblikovalske ustvarjalnosti (A Survey for Graphic Design Intelligence, 2023).

2.4 Prednosti in slabosti uporabe UI

Uporaba umetne inteligence v grafičnem oblikovanju prinaša tako prednosti kot slabosti. Med ključnimi prednostmi izstopata večja učinkovitost in produktivnost. Avtomatizacija ponavljajočih se opravil omogoča oblikovalcem, da se osredotočijo na bolj ustvarjalne in strateške vidike svojega dela, kar lahko vodi do inovativnejših in uspešnejših modelov (Agarwal in Bali, 2008). Oblikovalna orodja, ki temeljijo na umetni inteligenci in ustvarjajo dizajne na podlagi podatkov ter želja uporabnikov, prav tako prispevajo k večji personalizaciji in ustreznosti dizajnov, kar povečuje vključenost uporabnikov ter zvestobo strank.

Na drugi strani pa umetna inteligenca v grafičnem oblikovanju prinaša tudi nekatere potencialne slabosti. Ena izmed glavnih slabosti je izguba človeškega stika in ustvarjalnosti. Čeprav orodja, ki temeljijo na umetni inteligenci, avtomatizirajo naloge in ustvarjajo dizajne, morda ne bodo sposobna doseči iste stopnje ustvarjalnosti in umetniškega dotika, ki ga prinaša človeški oblikovalec (Debergh, Duflou in De Meyer, 2019). Dodatno lahko uporaba umetne inteligence v grafičnem oblikovanju vodi do selitve delovnih mest, saj bodo nekatere naloge, ki so jih prej opravljali človeški oblikovalci, zdaj morda avtomatizirane.

Şekerli, T. & Tüker, Ç. (2024) sta izvedla študijo z namenom, da bi preučila vpliv UI na grafično oblikovanje. Študija je bila izvedena v sodelovanju sedmih strokovnih oblikovalcev. Zanimale so jih tako pozitivne kot negativne posledice uporabe aplikacij, ki temeljijo na UI, kot je DALL-E, generativna umetna inteligenca, na procese in delo oblikovalcev. Študija je prav tako preučevala vplive oblikovalčeve prakse generiranja na začetek oblikovalskega procesa ter na kakovost izdelanih oblikovanj.

Rezultati študije so pokazali, da ima UI potencial, da olajša in izboljša nekatere aspekte grafičnega oblikovanja. Oblikovalci so ugotovili, da jim UI omogoča hitrejšo in bolj učinkovito ustvarjanje, zmanjšanje ponavljajočega se dela ter nov inovativni pristop k oblikovanju. Poleg tega UI prav tako omogoča večjo prilagodljivost in personalizacijo oblikovanj glede na specifične potrebe strank.

Kljub temu pa so se oblikovalci srečali tudi s izzivi in omejitvami pri uporabi UI. Nekateri so izrazili zaskrbljenost glede izgube občutka osebne izraznosti in ustvarjalnosti, ki ga prinaša ročno oblikovanje. Prav tako so se soočili s težavami pri upravljanju in obvladovanju UI orodij, pa tudi z vprašanji glede etičnosti in avtorskih pravic pri uporabi avtomatiziranih generativnih procesov.

Skupno gledano, UI predstavlja pomembno orodje v grafičnem oblikovanju, ki ima potencial za izboljšanje procesov in rezultatov. Vendar pa je ključnega pomena, da se oblikovalci prilagodijo tej tehnologiji in se učijo uskladiti njeno uporabo s svojimi ustvarjalnimi in etičnimi načeli.

Raziskava poudarja vpliv na delo in kaže, da se pričakuje, da bo razvoj umetne inteligence povzročil porast kvalificiranih delovnih mest, namenjenih podpori in izboljšanje tehnologij, povezanih z UI. Poleg tega vse večja integracija umetne inteligence znotraj kvalificiranih prestrukturira naravo interakcij med ljudmi in stroji. Ta evolucija bo zahtevala sodelovanje med ljudmi in sistemi UI. Vendar kljub napredku UI ostajajo vidiki delovnih vlog, ki trenutno presegajo njene zmožnosti, kot so delovna mesta, ki zahtevajo vodstvene veščine, kot sta kritično in sistemsko razmišljanje ali takšna, ki so izrazito osredotočena na človeka, česar umetna inteligenca še ni celovito ponovila (Şekerli, T., Tüker, Ç., 2024).

3 PROGRAMI IN APLIKACIJE, KI UPORABLJAJO UMETNO INTELIGENCO V GRAFIČNEM OBLIKOVANJU

3.1 ChatGPT

ChatGPT je orodje z umetno inteligenco, ki se uveljavlja v svetu grafičnega oblikovanja in ga je razvil OpenAI. To orodje pomaga oblikovalcem z ustvarjanjem besedilne vsebine, predlogi za oblikovanje in celo s kodiranjem za projekte spletnega oblikovanja. ChatGPT je oblika generativne umetne inteligence, ki omogoča uporabnikom prejem človeku podobnih slik, besedil ali videoposnetkov. Uporabniki lahko postavljajo vprašanja ali zahtevajo pojasnila, na katera ChatGPT nudi odgovore. Orodje je podobno avtomatiziranim storitvam klepeta na spletnih straneh za stranke. ChatGPT se razlikuje od drugih sistemov, saj je usposobljen z učenjem z okrepitvijo, kar pomeni, da se nauči iz povratnih informacij uporabnikov in nagradnih modelov, ki ocenjujejo najboljše odgovore. OpenAI se ukvarja tudi z drugimi projekti umetne inteligence, kot je DALL-E, generator besedila (Rouse M., 2024).

3.2 Foundrepal

FounderPal je zbirka marketinških orodij, zasnovanih za samostojne podjetnike, ki se ne navdušujejo nad trženjem. Med orodji so generatorji marketinške strategije, generatorji osebnosti uporabnika in generator marketinških idej. Orodja so na voljo brezplačno, poleg tega pa vključujejo garancijo vračila denarja. FounderPal je dragocen vir za samostojne podjetnike, ki želijo izboljšati svoje marketinške aktivnosti (SAAS Genius, 2023).

3.3 Midjourney

Midjourney je primer generativne umetne inteligence, ki omogoča pretvorbo besedilnih pozivov v slike. Gre za enega izmed mnogih slikovnih generatorjev, ki temeljijo na strojnem učenju, vendar je hitro postal eno izmed vodilnih imen v svetu umetne inteligence, poleg DALL-E in Stable Diffusion. Z Midjourneyjem je mogoče ustvariti visokokakovostne slike iz preprostih besedilnih opisov. Poleg tega ni potrebe po posebni strojni ali programski opremi, saj deluje popolnoma prek aplikacije Discord. Edina pomanjkljivost je, da je uporaba plačljiva, saj je treba pred začetkom ustvarjanja slik plačati vsaj manjši znesek. To je nekoliko drugače

od večine konkurentov, ki pogosto ponujajo nekaj brezplačnih generacij slik (TextCortex, 2024).

3.4 Canva

Canva je spletno orodje za grafično oblikovanje, s katerim lahko ustvarjamo različne oblike, kot so objave v družabnih omrežjih, logotipi in predstavitve. Vključuje tudi umetno inteligenco v obliki Magic Designa, generatorja besedila v sliko in Magic Studio, ki omogoča urejanje fotografij in generiranje besedila v video. Canva je uporabniku zelo prijazna in jo lahko uporabljajo ljudje z različnimi stopnjami oblikovalskega znanja, vključno s tistimi, ki imajo manj izkušenj z oblikovalskimi orodji. Poleg tega je platforma uvedla Canva Shield, v katero je vključena robustna zbirka orodij za zaupanje, varnost in zasebnost. Canva tudi ščiti stranke pred zahtevki glede intelektualne lastnine in ustvarjalcem izplačuje nadomestila preko programa za avtorske honorarje umetne inteligence. Canva je primerna za posamezne oblikovalce, oblikovalske ekipe ter mala in velika podjetja. Začetno uporabo Canve je mogoče brezplačno opravljati (HubSpot, 2024).

3.5 Looka

Looka je platforma za oblikovanje logotipov in blagovnih znamk, ki uporablja umetno inteligenco in strojno učenje za ustvarjanje modelov na podlagi uporabniških podatkov (Siripurapu Phani S., Ashu A., 2021). Platforma vodi uporabnike skozi vrsto korakov, ki pomagajo pri ustvarjanju logotipa. Looka med vnosom imena podjetja in slogana ponuja opombe glede izbire, kar je lahko koristen nasvet za začetnike. Poleg tega je na voljo možnost izbire lastnih simbolov, kar omogoča večjo prilagoditev pri oblikovanju. Glede licenciranja in avtorskih pravic Looka navaja: »Končnih izdelkov Looka ne smete uporabljati zunaj spletnega mesta, bodisi za komercialno bodisi za osebno uporabo, brez predhodnega plačila vseh veljavnih pristojbin. To vključuje tako digitalno kot fizično uporabo Končnih izdelkov.« Platforma je intuitivna in enostavna za uporabo. Poleg tega Looka ne uporablja predlog, temveč ustvarja vsako zasnovo glede na specifičen uporabniški vnos. Na voljo je tudi širok izbor možnosti pisav, postavitev in barv. Platforma je najboljša za nova podjetja, ki nimajo dovolj sredstev za sodelovanje z oblikovalcem, kot tudi za posamezne oblikovalce in ekipe, ki se ukvarjajo z oblikovanjem blagovnih znamk. Začetek uporabe je brezplačen (HubSpot, 2024).

3.6 Adobe

Adobe sensei je umetna inteligenca, namenjena razvoju oblikovanja in digitalnih izkušenj. Ta umetna inteligenca lahko na obstoječih slikah zazna oznake, obraze, stavbe itd. Lahko deluje v povezavi z vsemi aplikacijami v storitvi Adobe Creative Cloud. Izvaja lahko več vrhunskih grafičnih oblikovalskih zmožnosti, kot so vsebinsko zaznavno zapolnjevanje slik (Photoshop) in videoposnetkov, dodajanje realističnih ozadij slikam in videoposnetkom, iskanje slik na podlagi skic, iskanje podobnih izbranih predmetov, zaznavanje meje figure, animacija likov, tehnike maskiranja, ujemanje barv in samodejno preoblikovanje itd. Oblikovalcem pomaga tudi pri predstavitvi najboljših tržnih izkušenj za njihove stranke (Siripurapu Phani S., Ashu A., 2021).

3.7 Microsoft AI

Microsoft AI se nanaša na raznolike tehnologije umetne inteligence, ki jih Microsoft razvija in integrira v svoja orodja in storitve. Te tehnologije zajemajo širok spekter funkcij in aplikacij, ki olajšajo delo, izboljšajo produktivnost ter zagotavljajo napredne analitične sposobnosti. Tukaj je nekaj ključnih vidikov Microsoft AI:

Azure AI: Microsoftova oblačna platforma Azure ponuja obsežen sklop storitev in orodij za umetno inteligenco. Uporabniki lahko dostopajo do naprednih funkcij, kot so strojno učenje, obdelava naravnega jezika in računalniški vid. Azure AI omogoča podjetjem, da razvijajo in uvajajo AI rešitve prilagojene njihovim potrebam.

Cortana: Cortana je virtualni pomočnik, ki ga je razvila Microsoft. Pomaga pri upravljanju nalog, postavljanju opomnikov in iskanju informacij, ter se nenehno uči iz interakcij z uporabniki, da bi izboljšala svojo učinkovitost.

Microsoft 365: Orodja v okviru Microsoft 365, kot so Word, Excel in PowerPoint, vključujejo AI funkcije, ki izboljšujejo uporabniško izkušnjo. To vključuje samodejno preverjanje slovnice, predloge za oblikovanje, analize podatkov in druge funkcionalnosti, ki povečujejo produktivnost.

Dynamics 365: Microsoftova platforma za upravljanje odnosov s strankami (CRM) in načrtovanje virov podjetja (ERP) uporablja umetno inteligenco za analizo podatkov,

napovedovanje trendov in optimizacijo poslovnih procesov. S tem podjetjem pomaga bolje razumeti svoje stranke in izboljšati operativno učinkovitost.

Power Platform: Microsoftova Power Platform vključuje orodja, kot so Power BI, Power Apps in Power Automate, ki omogočajo uporabnikom, da ustvarjajo aplikacije, avtomatizirajo delovne procese in analizirajo podatke brez potrebe po obsežnem znanju programiranja. AI je v teh orodjih vgrajen za izboljšanje analitičnih in vizualizacijskih zmogljivosti.

Microsoft Research: Microsoft Research aktivno raziskuje nove AI tehnologije in aplikacije, vključno z naravno obdelavo jezika, računalniškim vidom in strojno učenjem, kar prispeva k napredku na tem področju. (vir)

Microsoft AI torej predstavlja širok spekter inovativnih rešitev, ki omogočajo podjetjem in posameznikom učinkovitejše delo ter boljše razumevanje in uporabo podatkov.

3.8 DALL-E

DALL-E je napreden model umetne inteligence, ki ga je razvilo podjetje OpenAI. Njegova glavna funkcionalnost je generiranje slik na podlagi besedilnih opisov. Ime DALL-E izhaja iz kombinacije umetnika Salvadoreja Dalíja in robota WALL-E iz Pixarjevega filma, kar simbolizira spoj kreativnosti in tehnologije.

Model deluje na principu globokega učenja, kar mu omogoča razumevanje povezav med besedilom in vizualnimi elementi. Prva različica DALL-E je bila predstavljena leta 2021, kasneje pa so izdali izboljšano različico, DALL-E 2, in najnovejšo, DALL-E 3, ki je izšla septembra 2023. DALL-E 3 je znan po svoji sposobnosti bolje razumeti kompleksne opise in generirati natančne slike.

DALL-E ne le ustvarja slike, temveč ponuja tudi funkcionalnosti, kot so "outpainting", kar omogoča razširitev obstoječih slik, ter možnost prilagajanja slik na podlagi prejšnjih primerov. Ta tehnologija se lahko uporablja v različnih panogah, kot so umetnost, oblikovanje in marketing, kar omogoča hitro in učinkovito ustvarjanje vizualnih vsebin.

3.9 Primerjava funkcionalnosti in uporabnosti

ChatGPT

Funkcionalnost: Zasnovan za naravno razumevanje in generiranje jezika. Uporabniki ga lahko uporabljajo za komunikacijo, odgovarjanje na vprašanja, razlago konceptov in pomoč pri ustvarjanju vsebin na različnih temah.

Uporabnost: ChatGPT je enostaven za uporabo in dostopen preko spletnih vmesnikov in API-jev. Primeren je za posameznike, ki iščejo informacije, in za podjetja, ki želijo avtomatizirati podporo strankam ali generirati vsebine.

Foundrepal

Funkcionalnost: Ustvarjanje blagovnih materialov, vključno z logotipi in tržnimi vsebinami. Uporablja strojno učenje za generiranje oblikovalskih rešitev na podlagi uporabnikovih preferenc.

Uporabnost: Platforma je zasnovana za podjetnike in mala podjetja, s preprostim vmesnikom, ki omogoča hitro ustvarjanje profesionalnih oblikovalskih rešitev brez predhodnega oblikovalskega znanja.

Midjourney

Funkcionalnost: Pretvarja besedilne opise v umetniške slike. Znano je po svojih ustvarjalnih in estetskih izhodih, kar ga dela priljubljenega med oblikovalci in umetniki.

Uporabnost: Uporabniki dostopajo do Midjourney prek Discord bota, kar zahteva nekaj poznavanja platforme. Omogoča sodelovalno generacijo slik, kar je primerno za kreativne ekipe in posameznike, ki iščejo edinstveno vizualno vsebino.

Canva

Funkcionalnost: Vključuje funkcionalnosti UI za izboljšanje delovnih procesov oblikovanja, kot so predlogi za slike in avtomatsko prilagajanje velikosti. Ponuja obsežno knjižnico predlog in oblikovnih elementov.

Uporabnost: Canva je izjemno uporabniku prijazna, kar jo dela dostopno tudi za tiste, ki nimajo oblikovalskih veščin. Uporabljajo jo podjetja, izobraževalne ustanove in posamezniki za hitro in enostavno ustvarjanje profesionalnih materialov.

Looka

Funkcionalnost: Oblikovanje logotipov in blagovnih znamk ter uporablja AI za pomoč uporabnikom pri ustvarjanju prilagojenih logotipov na podlagi njihovih preferenc. Ponuja tudi orodja za generiranje drugih blagovnih materialov.

Uporabnost: Platforma je preprosta za uporabo, kar omogoča hitro generiranje možnosti logotipov preprosto s vnosom imena podjetja in preferenc. Looka je idealna za startups in mala podjetja, ki potrebujejo rešitve za blagovno znamko.

Adobe (Adobe Creative Cloud)

Funkcionalnost: Ponuja paket profesionalnih kreativnih orodij, kot so Photoshop, Illustrator in Adobe Express, z vključitvijo funkcionalnosti UI, kot je Adobe Sensei, ki izboljšuje naloge, kot so urejanje slik in video produkcija.

Uporabnost: Čeprav so orodja Adobe zelo zmogljiva, imajo tudi strmo učno krivuljo, kar jih dela primerne za profesionalne oblikovalce in kreativce. Obsežne funkcionalnosti nudijo poglobljen nadzor, a začetniki morda potrebujejo usposabljanje za učinkovito uporabo.

Microsoft AI

Funkcionalnost: Vključuje različna orodja umetne inteligence, integrirana v njegove izdelke, kot so Microsoft 365 in Azure. Ponuja funkcionalnosti, kot so obdelava naravnega jezika, analiza podatkov in zmogljivosti strojnega učenja za različne aplikacije.

Uporabnost: Orodja Microsoft AI so dostopna znotraj znanih programski okolij (kot so Word in Excel), kar jih dela uporabniku prijazna za obstoječe uporabnike Microsofta. Ustrezajo širokemu spektru uporabnikov, od posameznikov do podjetij, ki iščejo napredne AI rešitve.

DALL-E

Funkcionalnost: Generira slike na podlagi besedilnih opisov. Odlikuje ga sposobnost razumevanja kompleksnih zahtev in generiranja ustvarjalnih vizualizacij, tudi za koncepte, ki ne obstajajo v resničnem svetu.

Uporabnost: DALL-E je integriran v platforme, kot je ChatGPT, kar omogoča enostavno interakcijo. Uporabniki lahko z enostavnimi opisi ustvarijo edinstvene slike, kar je dostopno tudi tistim brez tehničnega znanja. Kljub temu lahko zahtevnost generiranja specifičnih vizualizacij zahteva premišljeno oblikovanje navodil.

Vsak od teh UI programov ponuja različne funkcionalnosti in uporabnost, primerne za različne ciljne skupine in potrebe. ChatGPT in DALL-E se osredotočata na komunikacijo in vizualno ustvarjalnost, medtem ko Foundrepal in Looka ciljata na rešitve za oblikovanje in blagovno znamko. Midjourney izstopa s svojo umetniško generacijo slik, Canva poenostavi oblikovalske naloge za neprofesionalce, Adobe ponuja celovita orodja za napredne uporabnike, Microsoft AI pa nudi integrirane rešitve v znanih programskih okoljih. Razumevanje specifičnih potreb in znanja uporabnikov je ključno pri izbiri ustreznega orodja.

4 PRIMERI DOBRE PRAKSE UI V GRAFIČNEM OBLIKOVANJU V KOZMETIČNI INDUSTRIJI

4.1 Analiza primerov uspešnih projektov

4.1.1 L'Oreal

ModiFace in L'Oréal Research Innovation sta vpeljala novo rešitev z uporabo umetne inteligence za L'Oréal, namenjeno digitalni analizi kože za uporabnike. To inovacijo so razvili na podlagi več kot 15-letnega znanstvenega raziskovanja procesov staranja kože, ki ga je vodila L'Oréalova skupina za raziskave in inovacije. Tehnologija temelji na algoritmu, ki uporablja umetno inteligenco in je bil zasnovan v sodelovanju z ModiFace, ob podpori L'Oréalovega strokovnega znanja o staranju kože in obsežne baze fotografij (L'Oréal, 2024).

Algoritem je bil usposobljen s pomočjo 6000 kliničnih posnetkov iz L'Oréalovih raziskav, ki zajemajo ocene staranja kože, na katerih so izdelali atlase staranja kože. Kasneje so razvili tudi nov model, pri katerem so analizirali več kot 4500 selfijev pametnih telefonov, posnetih pri treh različnih skupinah žensk v štirih svetlobnih pogojih. Rezultati, ki so bili zasnovani v sodelovanju z dermatologi, so omogočili visoko natančnost ocenjevanja stanja kože, tudi v različnih svetlobnih pogojih in ob uporabi raznovrstnih izrazov obraza, kot jih običajno beležijo potrošniki (L'Oréal, 2024).



Slika 1: Diagnoza kože z umetno inteligenco

Vir: L'Oréal, 2024

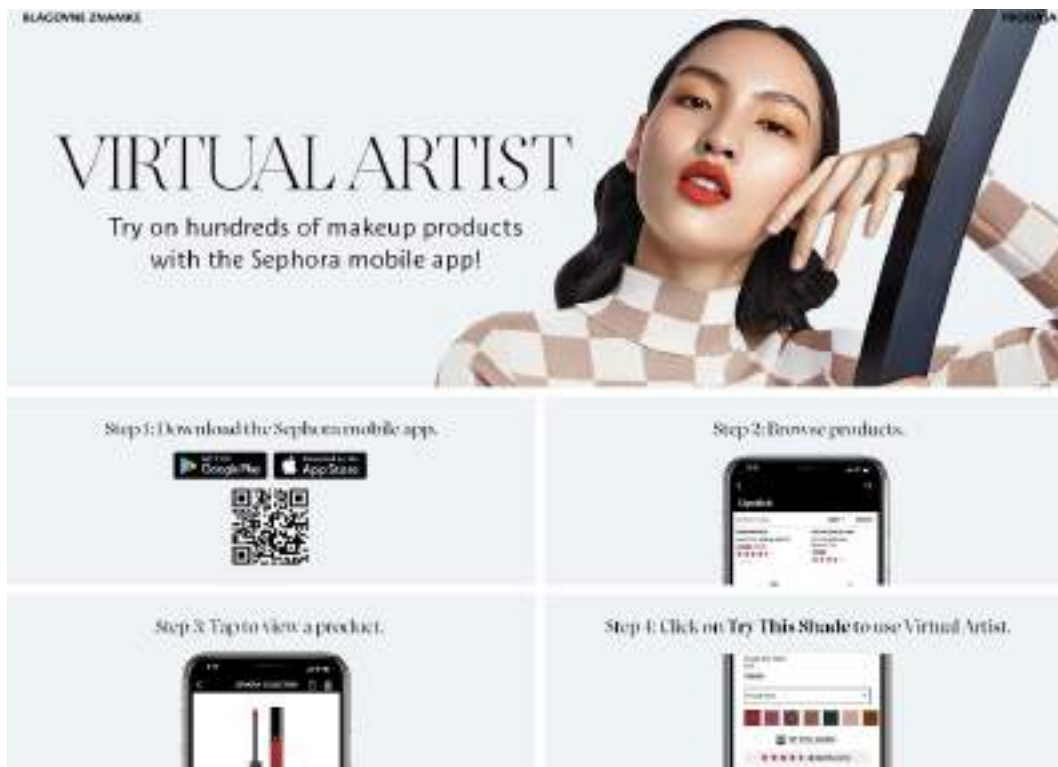
Ti atlasi kože omogočajo ocenjevanje in napovedovanje splošnega staranja obraza, pri čemer jih danes uporabljajo tudi pri kliničnih ocenah kozmetičnih in dermatoloških tretmajev. Prva platforma, ki je implementirala novo tehnologijo za diagnozo kože, je Vichy SkinConsultAI, kjer ženske s tremi preprostimi koraki pridobijo prilagojeno diagnostiko svoje kože: naložijo selfie, na katerem tehnologija zazna sedem glavnih znakov staranja, med drugim gube pod očmi, drobne gube, izgubo čvrstosti, temne lise in razširjene pore. Nato prejmejo predloge za nego, ki so prilagojeni njihovim specifičnim potrebam glede staranja kože (L'Oréal, 2024).

Inovacija, ki sta jo razvila ModiFace in L'Oréal, predstavlja pomemben napredek v personalizirani negi kože, saj z uporabo umetne inteligence omogoča natančno in dostopno analizo staranja kože. Tehnologija, podprta z obsežnimi znanstvenimi raziskavami in kliničnimi podatki, uporabnikom omogoča preprosto pridobitev prilagojenih priporočil za nego. Nova rešitev umetne inteligence za analizo kože izboljšuje natančnost diagnostike in odpira možnosti za prilagojeno nego, kar izboljšuje izkušnjo potrošnikov. Platforme, kot je Vichy SkinConsultAI, potrošnikom omogočajo hitro diagnostiko in priporočila, prilagojena njihovim individualnim potrebam.

4.1.2 Sephora-Virtualni umetnik za ličenje

Sephora je v lepotni industriji uvedla inovativno rešitev, ki uporabnikom omogoča, da ličila preizkusijo v virtualnem okolju. Z uporabo aplikacije VirtualArtist lahko stranke opravijo virtualno preobrazbo. Aplikacija ponuja obsežno knjižnico senčil, šmink in umetnih trepalnic, ki uporabnikom omogoča, da najdejo popolne odtenke in prilagodijo svoj videz – vse brez potrebe po obisku trgovine.

Ta aplikacija, ki temelji na tehnologiji navidezne resničnosti in prepoznavanja obraza, omogoča uporabnikom, da preizkusijo različne lepotne izdelke, kjer koli že so. Aplikacija prepozna obrazne značilnosti, kot so oči, ustnice in lica, ter omogoči virtualno preizkušanje ličil, da uporabniki vidijo, kako bi na njih izgledal določen izdelek, na primer črtalo za oči ali šminka. Uporabnik lahko, denimo, primerja različne odtenke šmink ter si ogleda, kako različni izdelki dejansko pristajajo njegovemu obrazu, še preden se odloči za nakup. Takšna možnost virtualnega preizkusa šmink nudi uporabnikom filtriranje po barvah, teksturah in končnih učinkih, kar poenostavlja izbiro.



Slika 2: Sephorin virtualni vodnik

Vir: povz. po Sephora 2024

Poleg preizkušanja posameznih izdelkov aplikacija omogoča ogled celotnega videza na uporabniku, barvno ujemanje ličil z oblačili ter takojšnjo primerjavo več odtenkov. Z interaktivno vadbico lahko uporabniki natančno sledijo navodilom za različne lepotne tehnike, kot sta oblikovanje ustnic ali ustvarjanje zadimljenih oči, in se tako izognejo ugibanju pri uporabi ličil. Uporabniki lahko preizkusijo, kako bi jim pristajali najnovejši trendi, in sledijo navodilom za nanos izdelkov na določene predele obraza, njihovo zabrisovanje ter izbiro priporočenih izdelkov za doseg željenega videza (Sephora (n.d.), 2024).

4.1.1 Estée Lauder – UI za personalizacijo kozmetike

Estée Lauder Companies (ELC) je uvedla umetno inteligenco kot ključno orodje za izboljšanje personalizacije izdelkov v kozmetični industriji. V sodelovanju z Google Cloud so razvili napredni sistem, ki uporablja računalniški vid in strojno učenje za analizo fotografij kože uporabnikov. S pomočjo UI algoritmov lahko natančno prepoznajo značilnosti kože, kot so tekstura, vlažnost, elastičnost, hiperpigmentacija in druge vidne znake staranja. Na podlagi teh

analiz umetna inteligenca generira prilagojena priporočila za nego kože in svetuje izbiro najprimernejših izdelkov iz portfelja znamk Estée Lauder, Clinique, La Mer, Origins in drugih.

Poleg analize kože v realnem času UI tehnologija omogoča tudi razvoj novih personaliziranih formulacij, ki se prilagajajo potrebam posameznika. S tem Estée Lauder presega tradicionalni pristop k priporočilom in vstopa v področje hiperpersonalizacije, kjer lahko vsaka stranka prejme edinstveno prilagojen izdelek. Ta inovacija ni omejena zgolj na spletni aplikaciji iMatch™, vendar je umetna inteligenca je integrirana tudi v fizične trgovine v obliki interaktivnih svetovalnih orodij. Stranke lahko s preprostim zajemom slike svojega obraza prejmejo celostno analizo stanja kože in priporočilo izdelkov brez čakanja na posvet s svetovalcem. Umetna inteligenca tako omogoča hitrejšo, bolj natančno in bolj osebno prilagojeno nakupovalno izkušnjo ter hkrati zbira dragocene podatke za nadaljnji razvoj izdelkov.

Primer Estée Lauder nazorno prikazuje, kako lahko umetna inteligenca preseže zgolj avtomatizacijo osnovnih procesov in postane ključni dejavnik za krepitev uporabniške izkušnje, inovacije in diferenciacije na konkurenčnem trgu kozmetike (Mikulić Gazdović, K., 2024).



Slika 3: Estée Lauder orodje iMatch™

Vir: povz. po Estée Lauder 2025

Primeri uporabe umetne inteligence v grafičnem oblikovanju za kozmetično industrijo dokazujejo, kako lahko UI izboljša personalizacijo in interaktivnost v digitalnih izkušnjah. Orodja, ki vključujejo virtualno preizkušanje ličil in analizo obraza, uporabnikom omogočajo, da na enostaven način preizkusijo različne izdelke in sloge ličenja. Takšne rešitve ne le povečujejo zadovoljstvo uporabnikov, temveč tudi učinkovito povezujejo digitalno oblikovanje z estetskimi pričakovanji potrošnikov, kar odpira nove možnosti za inovacije v industriji.

Dodana vrednost umetne inteligence v grafičnem oblikovanju za kozmetično industrijo leži v njeni sposobnosti prilagajanja vsebine, ki ustreza posameznikovim željam in potrebam. Poleg ustvarjanja bolj privlačnih in personaliziranih vizualnih izkušenj AI omogoča boljše razumevanje potrošnikovih preferenc, kar vodi v bolj ciljno usmerjene marketinške strategije. Z uporabo naprednih algoritmov za analizo obraza, prepoznavanje trendov in predvidevanje potreb lahko blagovne znamke ustvarijo izkušnje, ki krepijo zvestobo strank in postavljajo nove standarde v kozmetičnem oblikovanju in trženju.

5 IZDELAVA VIZUALNE ZASNOVE LOGOTIPA S POMOČJO UMETNE INTELIGENCE

5.1 Predstavitev podjetja

Studio-BEKA je podjetje specializirano za oblikovanje in poslikavo nohtov, ki strankam ponuja širok spekter storitev za nego in estetsko dodelavo nohtov. Ekipa uporablja najnovejše tehnike in kakovostne materiale, da doseže vrhunske rezultate.

V studiu-BEKA verjamejo, da so nohti pomemben del osebnega sloga, zato se osredotočajo na individualni pristop. Vsaka stranka je edinstvena, zato se trudijo, da vsakokrat ustvarijo unikatne in personalizirane dizajne, ki odražajo osebnost in želje strank.

Ponudba vključuje klasične manikire s permanentnim lakom, gel nohte, akril-gel nohte ter različne tehnike poslikave, vključno z nail artom. S strokovnim znanjem in strastjo do umetnosti nohtov skrbijo za to, da so naši postopki ne le estetsko prijetni, temveč tudi varni in zdravi za nohte.

Studio-BEKA se nahaja v prijetnem in sproščujočem okolju, kjer lahko stranke uživajo v procesu preobrazbe. Poslanstvo studia je, da vsak obisk stranke postane poseben trenutek, ki ga bodo z veseljem ponovile.

5.2 Uvod v projekt

V praktičnem delu diplomske naloge bomo raziskovali, kako se bo umetna inteligenca uporabila kot orodje pri oblikovanju logotipa in katere možnosti bo ponudila v primerjavi s klasičnim oblikovalskim procesom. Osredotočili se bomo na oblikovanje logotipa za kozmetični salon studio-BEKA, pri čemer bomo ustvarili dve različici logotipa. Prva bo zasnovana z uporabo umetne inteligence, druga pa s pomočjo tradicionalnega oblikovalskega pristopa. Zanima nas bo, kako se bosta ti dve poti razlikovali glede na potek dela, ustvarjalno svobodo, časovno učinkovitost in končni vizualni rezultat.

Za izvedbo projekta bomo uporabili generator slik, s katerim bomo preverjali odzive sistema na besedne opise in referenčne slike, ter Adobe Illustrator, kjer bomo izvedli končne oblikovalske posege in dodelave. Verzija brez umetne inteligence bo nastajala preko lastnega

kreativnega procesa, ki bo vključeval skiciranje, razvoj tipografije, uporabo mreže in definiranje barvne sheme. Na ta način bomo lahko primerjali, kako različni pristopi vplivajo na kakovost rešitve in vtis, ki ga logotip pusti.

V nadaljevanju bomo raziskali tudi, ali bo umetna inteligenca prispevala k večji hitrosti in učinkovitosti oblikovalskega procesa ter ali bo omogočila dovolj inovativnosti in prilagodljivosti za potrebe sodobnega trga. Posebej nas bo zanimalo, kako bodo uporabniki zaznali oba logotipa, in kateremu bodo pripisali večjo profesionalnost, skladnost z dejavnostjo in prepoznavnost. S tem bomo želeli pridobiti boljše razumevanje, kako lahko umetna inteligenca vpliva na sodobno grafično oblikovanje in ali lahko postane dejansko uporabno orodje v rokah oblikovalca, ki še vedno ohranja nadzor nad končno oblikovalsko rešitvijo.

5.3 Izbor orodij in aplikacij

Uporabili bomo orodje DALL-E, ki ga je razvila organizacija OpenAI in predstavlja enega izmed najbolj naprednih modelov za generiranje slik na osnovi besedilnih opisov. DALL-E združuje tehnike globokega učenja in umetne inteligence za pretvorbo vhodnih naravnih jezikovnih opisov v vizualne predstavitve. S tem omogoča ustvarjanje unikatnih slik, ki ustrezajo danemu besedilnemu vnosu, kar odpira nove možnosti tako na področju kreativne umetnosti kot tudi pri vizualni predstavitvi raziskovalnih konceptov. Za potrebe tega projekta bomo uporabili plačljivo verzijo DALL-E, kar omogoča dostop do naprednejših funkcionalnosti in večje število generiranih slik.

Glede na generirane rezultate bomo proces zaključili oziroma popravili v Adobe Illustratorju, kjer bomo združili in izpopolnili vse elemente, ki so bili prvotno ustvarjeni s pomočjo DALL-E. S tem bomo zagotovili natančnost, prilagodljivost in profesionalno izvedbo končnega dizajna.

5.4 Oblikovalski proces

5.4.1 Idejna zasnova

Ustvarili bomo dizajn, ki bo prikazoval eleganco, preprostost, prefinjenost in lepoto, ki so tudi ene izmed vrednot za katerimi stoji studio-BEKA. Cilj je ustvariti vizualno identiteto s katero z logotipom ciljnemu občinstvu sporočamo, da je to mesto kjer se izvajajo kakovostne in zanesljive kozmetične storitve. Želimo, da je dizajn minimalističen, preprost in čist, saj s tem omogoča tudi enostavno prepoznavnost in zapomnljivost. Pri oblikovanju bomo najprej analizirali obstoječe logotipe, ki jih bomo iskali na spletu in uporabili kot referenco ter navdih. Najprej bomo poskušali doseči optimalne rezultate s točno oblikovanimi ukazi, nato pa bomo DALL-E dodatno usmerili z vizualnimi referencami. Na ta način bomo lahko prilagodili navodila in izboljšali končni rezultat, da bo logotip ustrezno upodobil želene oblikovne lastnosti.



Slika 4: Referenčni logo 1

Vir: lasten arhiv



Slika 5: Referenčni logo 2

Vir: lasten arhiv



Slika 6: Referenčni logo 3

Vir: lasten arhiv



Slika 7: Referenčni logo 4

Vir: lasten arhiv

5.4.2 Skica

Ker raziskujemo vpliv umetne inteligence na grafično oblikovanje, se nismo lotili ročnega risanja skic, saj smo želeli preizkusiti in analizirati, kako lahko UI orodja, kot je DALL-E, nadomestijo ali dopolnijo tradicionalne oblikovalske metode. Cilj raziskave je bil raziskati, kako umetna inteligenca obravnava proces vizualnega konceptiranja brez človeškega posega v zgodnjih fazah oblikovanja.

Namesto ročnega skiciranja bomo uporabili besedne in slikovne ukaze, ki jih bomo vnesli v UI generator, in s tem preizkusili, kako natančno lahko UI interpretira kompleksne zahteve glede kompozicije, linije, tipografije in simbolike. To nam bo omogočilo primerjavo različnih rezultatov ter analize, kako umetna inteligenca generira dizajn glede na specifične parametre.

Poleg tega želimo raziskati učinkovitost in časovno optimizacijo procesa oblikovanja logotipa z uporabo uporabniškega vmesnika, ali lahko takšen pristop nadomesti začetne faze ročnega skiciranja in pospeši celoten oblikovalski proces. Na ta način smo ostali zvesti tematiki naloge in testirali praktične zmožnosti UI v kontekstu profesionalnega grafičnega oblikovanja. Ugotovitve oziroma rezultati so zbrani v poglavju 8.

5.4.3 Tipografija

Za tipografijo smo izbrali serifno pisavo, saj ta izraža prefinjenost, eleganco in občutek zanesljivosti. Eksperimentirali smo z različnimi variacijami, da bi dosegli optimalno berljivost in estetsko skladnost logotipa. Osredotočili smo se predvsem na sodobne serifne stile, ki

vključujejo retro oziroma nostalgičen pridih. Takšna estetika združuje klasično bogat značaj s sodobno svežino, kar logotipu doda tako brezčasnost kot prepoznavno vizualno identiteto.



Slika 8: Primer serifnih pisav

Vir: Lasten arhiv

5.4.4 Barvna paleta

Za to barvno paleto smo se odločili, ker odraža vrednote in estetiko blagovne znamke, ki so osredotočene na eleganco, preprostost in prefinjenost. Izbrane barve vključujejo bež, rjave, črne, bele in zlato rumene tone, kar ustvarja harmonično in sofisticirano vizualno podobno.

Kombinacija teh barv omogoča blagovni znamki, da zagovarja ciljno občinstvo, ki ceni estetsko, prestižne in kakovostne kozmetične storitve. Hkrati pa barvna shema omogoča enostavno uporabo na različnih medijih, od embalaže do digitalnih promocijskih materialov, saj je vsestranska in vizualno privlačna.



Slika 9: Barvna paleta logotipa ustvarjenega z UI

Vir: lasten arhiv

5.4.5 Uporaba UI orodij za generiranje različic logotipa

V tem kontekstu je bilo izbrano področje oblikovanja logotipa, da bi preučili, kako DALL-E združuje simbolične in abstraktne elemente dizajnov logotipov, ustvarjenih za vizualno predstavitev identitete in vrednot blagovne znamke z namenom da bi raziskali njegovo sposobnost ustvarjanja izvirnih in pomenljivih simbolov. Ta proces zahteva kombinacijo ustvarjalnih in tehničnih veščin za učinkovito posredovanje lastnosti izdelka, identitete blagovne znamke in informacij o uporabi potrošnikom. Menimo, da bodo rezultati, pridobljeni v tej nalogi, pomagali razumeti uspešnost podjetja DALL-E na področju grafičnega oblikovanja v smeri oblikovanja logotipa in kako je mogoče tehnologije umetne inteligence vključiti v procese oblikovanja.

Ustvarjali smo logotipe za podjetje studio-BEKA, katero predstavlja kozmetično industrijo v negi rok in nohtov. V skladu z željami podjetja smo izbrali 4 različne pristope, ki so minimalistični, sodobni, nepozabni in elegantni. Vse značilnosti, ki jih želijo, da jih logotip vsebuje, kot je pisava, barva, ilustracija in ostale lastnosti bodo tako zahtevane pri pozivih v generatorju. Za generator DALL-E bomo prikazali 4 različne primere logotipa po napisanih navodilih, ter po 4 slikovnih vstavljenih idejnih zasnovah, ki se ujemajo z napisanimi navodili. S tem bomo prav tako raziskali kako se bo generator boljše odzival, na besedne ali slikovne ukaze. Pripravili smo pregled danih logotipov in navodil, ki smo jih zapisali v generator.

6 OBLIKOVANJE LOGOTIPA Z DALL-E

6.1 Oblikovanje logotipa 1 z DALL-E

Zapisan ukaz:

»Prosim oblikuj mi ploščat vektorski logotip za studio-BEKA po teh navodilih: Oblika in postavitev logotipa je sestavljena iz dveh glavnih delov: ilustracije v zgornjem delu in tipografije v spodnjem delu. Ilustracija je umeščena v okvir v obliki zaobljenega pravokotnika (podoben okencu- oboku). Pod ilustracijo je napis v unikatni, elegantni, tanki serifni tipografiji, katera je malce stilizirana s prepletenimi elementi, kar daje logotipu umetniški in ekskluziven videz. Tipografija naj bo zapisana z malimi tiskanimi črkami. Nekatere črke imajo podaljšane poteze, ki dodajajo pridih ročno risane kaligrafije. Barva tipografije je črna, kar ustreza minimalistični estetiki celotnega logotipa. Ilustracija naj prikazuje stiliziran obraz ženske brez poteze z eno roko, ki jo elegantno izpostavlja, kar prikazuje kozmetični salon za nego rok in nohtov, zato naj lasje ne bodo preveč v ospredju, lasje naj bodo čim bolj preprosto upodobljeni. Sama ilustracija ženske naj bo prikazana kot prazna ovalna oblika brez dodelanih detajlov oči, nosu ali ust. Lasje so upodobljeni v ravni liniji in gredo po okvirju oziroma oboku, ustvarja umetniški, sofisticiran vtis. Celotni lasje se naj zlijejo z okvirjem v obliki oboka, kot zaobljenega pravokotnika. Lasje naj bodo ravni in naj tvorijo obok. Celotna ilustracija je minimalistična, črna, narisana s tankimi linijami in ne vsebuje ničesar razen tanke preproste linije. Barvna shema je črno-bela. Stil je minimalističen, luksuzen in sofisticiran, s poudarkom na umetniškem izrazu. Celotna podoba logotipa spominja na kombinacijo klasične elegance in sodobnega oblikovanja.«

Na podlagi zgornjega navodila, je bil kreiran logotip:



Slika 10: logo UI 1 z besednim ukazom

Vir: korespondenca UI



Slika 11: DALL-E korespondenca

Vir: korespondenca UI

Rezultat oblikovanega logotipa 1 z referenčno sliko:



Slika 12: logo UI s slikovnim ukazom

Vir: korespondenca UI

6.2 Oblikovanje logotipa 2 z DALL-E

Zapisan ukaz:

»Prosim oblikuj mi vektorski logotip za kozmetični salon za nego rok in nohtov: Oblika in postavitev logotipa sestavljata dva glavna elementa: monogram v zgornjem delu in tipografija v spodnjem delu. Celotna podoba je minimalistična, prefinjena in luksuzna, s sodobnim pridihom. Monogram (zgornji simbol) je sestavljen iz dveh prepletenih črk »S« in »B«, kar ustvari eleganten in prepoznaven simbol. Črke so oblikovane s tanjšimi, minimalističnimi, natančnimi linijami, kar ustvarja prefinjen in uravnotežen videz. Stil pisave monograma je serifen, z rahlo zaobljenimi in tekočimi potezami, vendar brez kompleksnih elementov. Samo linije. Barva monograma je zlata, kar poudarja sofisticiranost. Tipografija (spodnji del logotipa) Glavni napis je »STUDIO BEKA«, napisan z velikimi tiskanimi črkami. Tipografija je tanka, v serifnem stilu, kateri deluje klasično in elegantno. Barva tipografije je črna. Barvna shema in ozadje logotipa je predstavljen na mehkem, elegantnem bež ali svetlo kremnem ozadju. Barve so nevtralne in sofisticirane, brez močnih kontrastov. Poudarek je na luksuznem in nežnem videzu. Celoten logotip izraža minimalizem, luksuz in prefinjenost. V tipografiji je upodobljena

klasika in modernost, kar jo naredi brezčasno in elegantno. Dizajn je simetričen in uravnotežen, kjer monogram in tipografija ustvarja harmonično celoto.«



Slika 13: DALL-E korespondenca

Slika 14: korespondenca UI

Na podlagi danega navodila, je bil kreiran spodnji logotip:



Slika 15: logo UI 2 z besednim ukazom

Vir: korespondenca UI

Rezultat oblikovanega logotipa 2 z referenčno sliko:



Slika 16: logo UI 2 s slikovnim ukazom

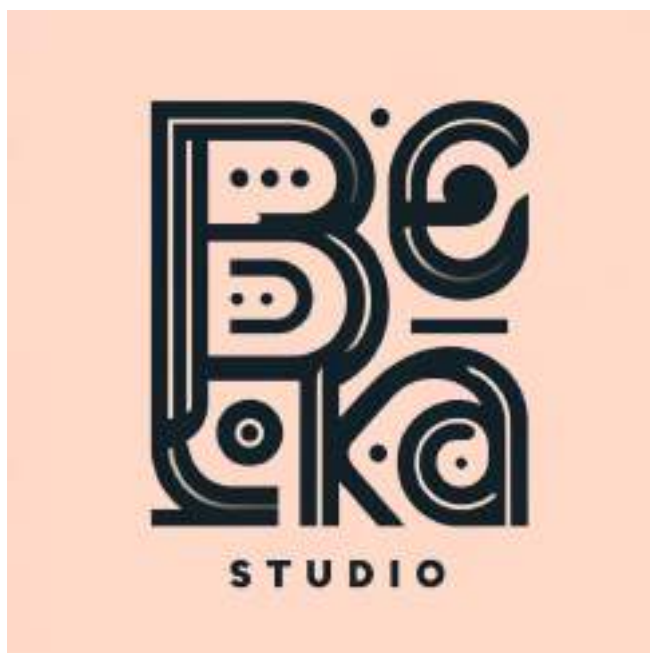
Vir: korespondenca UI

6.3 Oblikovanje logotipa 3 z DALL-E

Zapisan ukaz:

»Prosim oblikuj mi ploščat vektorski logotip za kozmetični studio-BEKA, za nego rok in nohtov po navodilih: Glavna beseda »Beka« je poudarjena, edinstveno oblikovana tipografija. Podnapis »STUDIO« naj bo manjša, čista, enostavna tipografija, z velikimi tiskanimi črkami. Celoten dizajn je moderen, eleganten in luksuzen, s prepoznavno tipografijo, ki ustvarja vrhunski občutek. Tipografija glavnega napisa z malimi tiskanimi črkami (»Beka«) so v sodobnem debelem, serifnem slogu s kreativnimi minimalističnimi izrezi v črkah in so kljub temu v elegantnem serifnem stilu. Tipografija ima mehke zaobljene robove, vendar z nekaterimi ostrejšimi rezanimi detajli, ki dodajo sodoben in dinamičen videz. Nekateri deli črk so debelejši, medtem, ko so drugi tanjši, kar ustvarja umetniški in igriv videz. Črka »B« je lahko oblikovana s poudarjenimi zaobljenimi detajli zgoraj in spodaj, z veliko tiskano začetnico. Črka, mala tiskana »e« ima lahko rahlo stilizirane poteze, da se sklada s celotnim videzom. Črka, mala tiskana »k« ima lahko podaljšane, elegantne linije za vizualno uravnoveženost. Črka, mala tiskana »a« ima lahko ukrivljene detajle, ki se ujamejo z ostalimi črkami. Barva tipografije je črna, kar ustvarja močan kontrast in minimalističen videz. Barvna shema in ozadje logotipa je v črno in svetlo roza barvni shemi. Ozadje je svetlo roza, tipografija pa črna, kar ustvarja močan kontrast in čist, prefinjen videz. Logotip izraža luksuz, modernost in prefinjenost. Kombinacija debele, umetniško prilagojene tipografije z minimalističnim, elegantno spremljevalnim pisanjem ustvarja uravnotežen in estetsko dovršen videz. Sodoben in hkrati brezčasen dizajn, ki bo prepoznaven in unikatno oblikovan za blagovno znamko.«

Na podlagi danega navodila, je bil kreiran logotip:



Slika 17: logo UI 3 z besednim ukazom

Vir: korespondenca UI

Rezultat oblikovanega logotipa 3 z referenčno sliko:



Slika 18: logo UI 3 s slikovnim ukazom

Vir: korespondenca UI

6.4 Oblikovanje logotipa 4 z DALL-E

Zapisan ukaz:

»Prosim oblikuj mi logotip-monogram, oziroma stilizirano črko »B«. Logotip temelji na abstraktni, stilizirani različici črke »B«, ki je sestavljena iz dveh zaobljenih, minimalističnih potez. Upodobljene so čiste linije. Brez nepotrebnih podrobnosti ali serifnih tipografij. Celoten znak je gladek in tekoč. Oblikovanje je sodobno, saj uporablja negativni prostor, kar ustvarja estetsko uravnotežen videz. Simetrija in ravnovesje: Zgornji in spodnji del črke »B« sta v popolnem ravnovesju, kar daje občutek elegance in modernosti. Tipografija, katera predstavlja ime blagovne znamke je preprosta, elegantna sans-serif tipografija, ki se popolnoma ujema z minimalističnim monogramom. Vse velike črke: Besedilo »STUDIO BEKA« je v kapitalkah, kar dodaja občutek strokovnosti in luksuza. Besede imajo široko razmaknjene črke, kar ustvarja luksuzen, zračen učinek. Besedilo je centrirano pod monogramom, kar zagotavlja harmonično vizualno ravnovesje. Barvna paleta in ozadje so nevtralni, zemeljski toni, peščeni, kar daje občutek umirjenosti, naravnosti in luksuza. Barva tipografije: Glavni logotip je v beli barvi, kar ustvarja močan, a nežen kontrast proti nevtralnemu ozadju. Stil: Brez nepotrebnih senc, gradientov ali efektov, upodobljen je čist in prefinjen dizajn. Monogram naj bo abstrakten, z mehko ukrivljenimi linijami in uporabo negativnega prostora, naj izraža luksuz, minimalizem in sodobno estetiko.«

Na podlagi zgornjega navodila, je bil kreiran logotip:



Slika 19: Logo 4 UI z besedilnim ukazom

Vir: korespondenca UI

Rezultat oblikovanega logotipa 4 z referenčno sliko:



Slika 20: Logo UI 4 s slikovnim ukazom

Vir: korespondenca UI

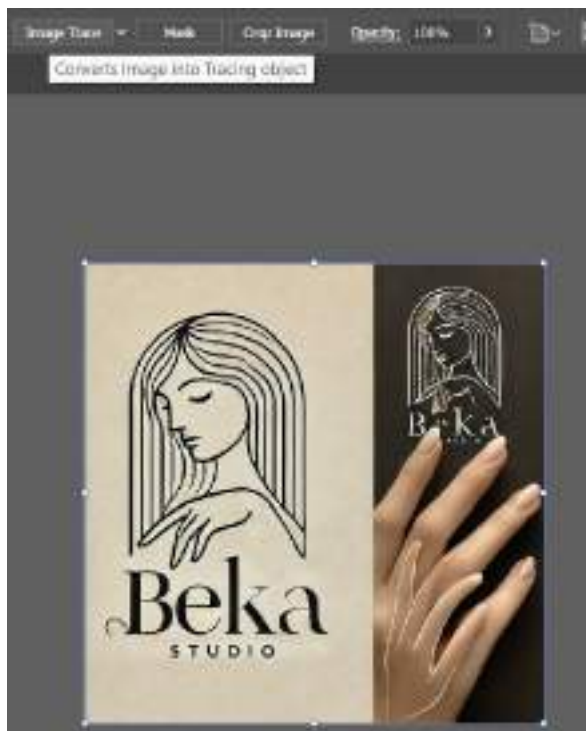
7 NADGRADNJA LOGOTIPA OBLIKOVANEGA Z UMETNO INTELIGENCO

7.1 Začetna zasnova in izbor logotipa

Najprej smo določili osnovne oblikovne smernice za logotip studio BEKA , pri čemer je bil cilj ustvariti minimalističen in eleganten dizajn, ki odraža prefinjenost in sodoben videz. Po štirih različnih stilih oblikovanja logotipa s pomočjo DALL-E smo ugotovili, da je prvi stil logotipa najbolj potencialen za nadgradnjo in s tem posledično najbolj usklajen z našimi smernicami. Za nadaljnjo oblikovanje smo izbrali logotip, katerega je DALL-E generiral po ukazu zapisu in dodatni dodani referenčni sliki. Nastala ilustracija nam je vizualno ustrezala, čeprav sama natančnost linij še ni popolnoma izpolnila naših pričakovanj.

7.2 Finalizacija dizajna in zaključek v Adobe Illustratorju

Na podlagi vseh prejšnjih iteracij smo izbrali najboljšo različico logotipa in jo prenesli v Adobe Illustrator kjer smo izvedli končne popravke. Sprva smo fotografijo iz DALL-E morali spremeniti v vektorsko obliko, da smo lahko začeli s prilagajanjem. Poskrbeli smo, da je ilustracija bolj simetrična, uredili smo linije in s tem postopoma izboljšali zasnovo logotipa, pri čemer smo se osredotočili na odpravljanje pomanjkljivosti in optimizacijo oblikovnih elementov.



Slika 21: Vstavljena slika iz DALL-E

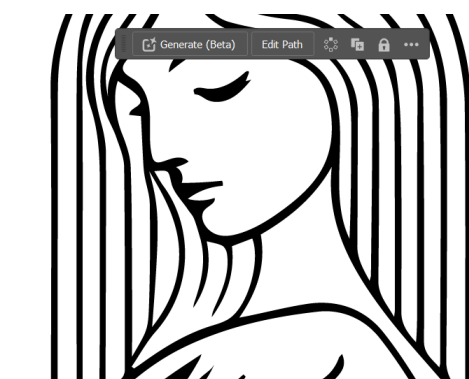
Vir: lasten arhiv



Slika 22: Pretvorba slike v vektorsko obliko

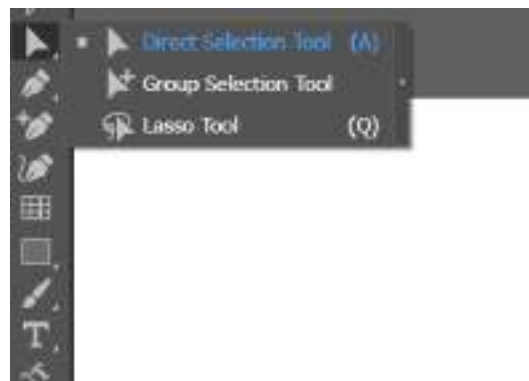
Vir: lasten arhiv

Slika logotipa, ustvarjeno z umetno inteligenco, smo uvozili v Adobe Illustrator. Uporabili smo funkcijo *Image Trace* za pretvorbo rastrske slike v vektorsko obliko. Nastavili smo višjo natančnost poti in odstranili šum. S klikom na *Expand* smo razdelili vektorske poti. Tako smo ustvarili osnovo za nadaljnje oblikovanje v vektorski obliki.



Slika 23: Urejanje linij s Smooth Tool

Vir: lasten arhiv



Slika 24: Urejanje linij z Direct Selection Tool

Vir: lasten arhiv



Slika 25: Urejanje linij

Vir: lasten arhiv

Po vektorizaciji smo začeli urejati linije, da bi bile bolj čiste in tekoče. Za glajenje neravnih ali lomljenih linij smo uporabili *Smooth Tool*. Z nežnim vlečenjem po obrisih smo zgladili robove in odstranili nepravilnosti. Za natančne popravke smo uporabili *Direct Selection Tool*, s katerim smo ročno premikali posamezne sidriščne točke in prilagajali krivulje ter kote, da smo dosegli bolj usklajen in profesionalen videz linij.



Slika 26: Ponovna vektorizacija slike za besedilo

Vir: lasten arhiv



Slika 27: Izbrana tipografija

Vir: lasten arhiv

V Adobe Illustratorju smo ponovno uvozili sliko logotipa, ustvarjenega z umetno inteligenco. Uporabili smo orodje *Image Trace* in prilagodili nastavitve tako, da smo lahko ločeno obdelali tipografske elemente. Za celotno sliko smo dvignili vrednost *Threshold*, da smo zajeli več detajlov v linijah tipografije, ter prilagodili parametre za poti in kote, da smo ohranili čim večjo definicijo oblike. Po izvedbi ukaza *Expand* smo ugotovili, da zaradi omejene kakovosti izvirne slike, generirane z umetno inteligenco, je bilo ločeno vektoriziranje tipografije oteženo. Kljub uporabi prilagojenih nastavitvev v orodju *Image Trace* ni bilo mogoče doseči zadovoljivega rezultata za besedilni del. Zato smo sprejeli odločitev, da neuporabno tipografijo odstranimo in

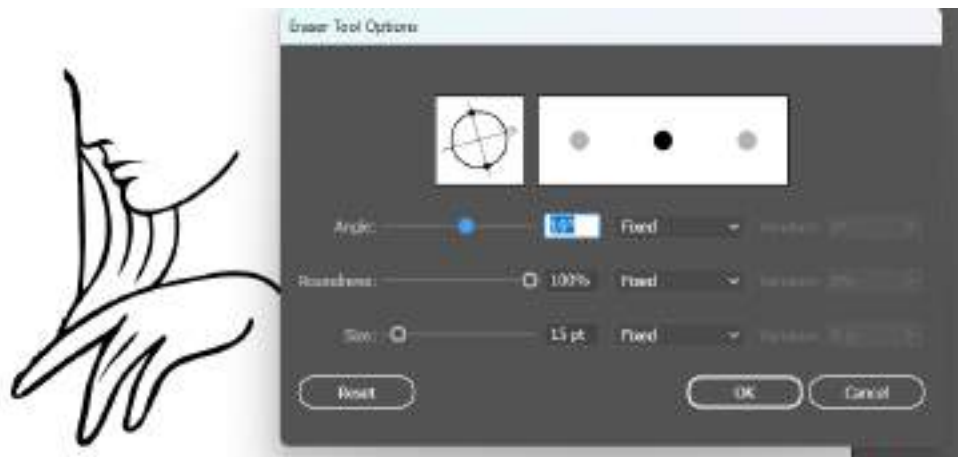
besedilo nadomestimo z lastno izbrano pisavo, prilagojeno oblikovalskim standardom. Poiskali smo tipografijo, ki ustrezata lastnostim, ki smo jih želeli doseči že v zasnovi z DALL-E. Za glavni napis smo izbrali tipografijo *Laisha* ter za dopolnilni napis *Europa-Bold*.



Slika 28: Vektorizirana in popravljena ilustracija

Vir: lasten arhiv

Po ureditvi ilustracije in odstranitvi neustrezne tipografije smo nadaljevali z oblikovanjem končne različice logotipa. Ker še s samo podobo nismo bili zadovoljni, smo se odločili, da ilustracijo spremenimo v bolj čisto in minimalistično, hkrati pa smo želeli, da izstopa bolj roka, katera nakazuje na storitve studia.



Slika 29: Brisanje linij z Eraser Tool

Vir: Lasten arhiv

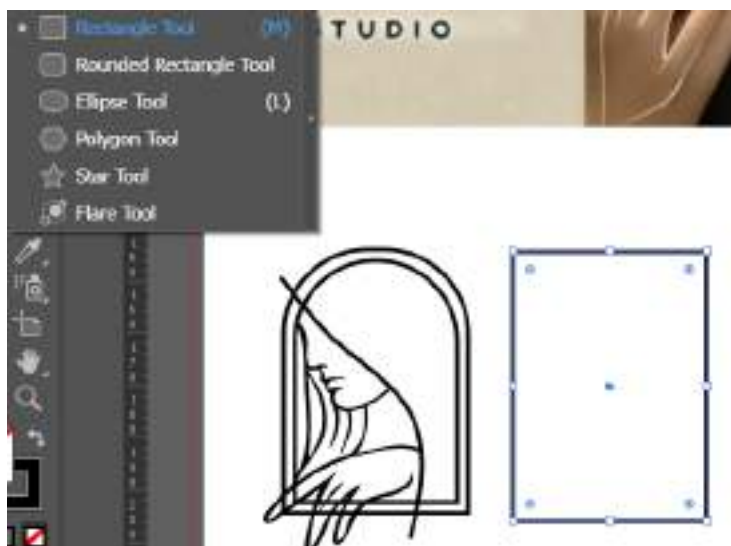
Pri ilustraciji smo ohranili glavni del obraza, nekaj detajlov las ter roko, preostale elemente pa smo odstranili z orodjem *Eraser Tool*. To orodje omogoča brisanje delov vektorskih oblik ali poti na podoben način kot radirka pri risanju, pri čemer ohrani vektorsko kakovost. Deluje lahko na posameznih objektih ali skupinah in pri tem obliko dejansko razdeli na več delov, ki jih nato lahko dodatno urejamo. V nastavitvah smo prilagodili velikost radirke, da smo lahko natančno izbrisali le neželene dele, ne da bi poškodovali pomembne linije in oblikovne elemente.



Slika 30: Risanje s Pen Tool orodjem

Vir: Lasten arhiv

Kot lahko vidimo na sliki zgoraj, smo z orodjem *Pen Tool* narisali linijo, ki teče čez obraz in roko. Vse elemente zunaj desne strani linije smo v naslednjem koraku odstranili z *Eraser Tool* orodjem. Namen tega koraka je bil vzpostaviti čist in profesionalen linijski slog, ki ga bomo kasneje združili z ostalimi elementi ilustracije.



Slika 31: Risanje okvirja z Rectangle Tool

Vir: Lasten arhiv



Slika 32: Izbris linij

Vir: Lasten arhiv

Za izdelavo značilnega oboka, ki zaokroža ilustracijo in deluje kot simbolni okvir logotipa, smo uporabili *Rectangle Tool*. Najprej smo narisali pokončen pravokotnik v zeleni višini in širini, ki bo služil kot osnovna oblika. Zatem smo s pomočjo *Live Corners* ročno prilagodili zgornja dva kota, da smo dobili enakomerno zaobljen lok. To smo naredili tako, da smo kliknili na pravokotnik, nato pa v zgornji vrstici ali neposredno na sidrnih točkah povlekli krogle zaobljenosti navznoter. Na ta način smo dobili elegantno obokano obliko, ki poudarja nežnost. Nato smo za vse dodatno narisane elemente uporabili funkcijo *Expand*. To funkcijo smo uporabili zato, da smo pretvorili poteze (strokes) v polne oblike (fills), kar nam je omogočilo nadaljnje natančno urejanje in prilagajanje posameznih delov. Ko so bile vse linije expandane, smo jih lahko brez težav rezali in brisali z uporabo orodja *Eraser Tool*.



Slika 33: Urejanje linij prej in potem

Vir: Lasten arhiv



Slika 34: Stroke Panel

Vir: Lasten arhiv

Na sliki zgoraj imamo na levi sliki prikazane še ostre linije z manj tekočimi robovi, katere smo spremenili v sliko na desni strani. Najprej smo se posvetili nastavitvam v *Stroke panelu*, kjer smo prilagodili debelino potez, zaobljenost zaključkov in kotov. S tem smo zagotovili, da linije delujejo bolj mehko, tekoče in vizualno usklajeno.

Ko smo dosegli ustrezno nastavitvev potez, smo uporabili *Smooth Tool*, s katerim smo dodatno zgladili posamezne dele linij. To orodje nam je omogočilo, da smo zmehčali ostre kote in popravili neenakomerne ali preveč lomljene dele vektorskih poti. Na ta način smo linije še bolj približali želeni končni obliki, ki je delovala naravno, tekoče in profesionalno. Kombinacija obeh korakov je bila ključna za čisto, uravnoteženo in estetsko dovršeno ilustracijo.



Slika 35: Urejanje besedila

Vir: Lasten arhiv

Nato smo besedo »BEKA« ter »STUDIO« umestili v kompozicijo ter prilagodili velikost in razmike med elementi in med samimi črkami med sabo, Nastavitve v *Character panelu* smo uporabili za osnovno poravnavo, velikost in razmik med znaki.



Slika 36: Končen logotip

Vir: Lasten arhiv

Končni logotip združuje ročno izdelano ilustracijo in prilagojeno tipografijo, s čimer smo dosegli unikaten in profesionalen vizualni znak. Ilustracija prikazuje ženski profil z dolgimi linijami las in iztegnjeno roko, ki poudarja storitve salona. Celotna ilustracija je skupaj uokvirjena z obokom, ki deluje kot simbol nežnosti, elegance in občutka varnosti. Vse linije so bile ročno obdelane, glajene in prilagojene, da delujejo čim bolj tekoče, mehko in estetsko skladno med seboj.

Tipografija temelji na pisavi *Laisha*. Črki B in A imata poudarjene poteze, ki logotipu dodajo značaj, medtem ko je beseda STUDIO zapisana v preprosti *Europa-Bold* pisavi, ki uravnoteži celotno sestavo. Z izbiro temno rjave barve na bež ozadju smo želeli ustvariti občutek topline, naravnosti in prefinjenosti, kar se lepo povezuje z dejavnostjo studia. Končni logotip je tehnično dodelan, pripravljen za uporabo v različnih formatih, od tiska do digitala, in dobro deluje tudi v enobarvni verziji.

8 UČINKOVITOST OBLIKOVANJA Z UPORABO UPORABNIŠKEGA VMESNIKA

8.1 Hitrost in optimizacija procesa

Umetna inteligenca je omogočila hitro generiranje več variacij logotipa na osnovi podobnih vhodnih podatkov. V eni seji je bilo mogoče ustvariti 4-6 različnih interpretacij, kar v klasičnem ročnem procesu običajno zahteva več dni dela. S tem se je bistveno povečalo število ustvarjenih konceptov v krajšem času, kar omogoča hitrejše testiranje in izbiro optimalne smeri nadaljnjega razvoja.

8.2 Pisanje ukazov in vloga oblikovalca

Pisanje natančnih ukazov umetni inteligenci se je izkazalo kot ključen in časovno zahteven del procesa. Za uspešno oblikovanje je bilo potrebno jasno in natančno definirati vse ključne elemente dizajna, uporabljati specifičen besedni zaklad ter razumeti logiko delovanja UI. Čeprav umetna inteligenca avtomatizira tehnični del ustvarjanja, vloga oblikovalca kot kreativnega vodje ostaja nepogrešljiva.

8.3 Kakovost in omejitve rezultatov

Kljub hitrosti ustvarjanja so se pokazale omejitve UI, zlasti pri tipografskih elementih. Generirane črke so bile pogosto nejasne, nepravilno oblikovane in z neustreznimi razmiki. Prav tako je UI imela težave z upoštevanjem zahtev za minimalistično, ravno zasnovano brez tridimenzionalnih učinkov. Nekateri logotipi so bili preveč standardizirani, drugi preveč abstraktni.

8.4 Inovativnost umetne inteligence

DALL-E se je izkazal kot uporaben pripomoček pri razvijanju začetnih idej, predvsem v primerih, ko so bile zahteve enostavnejše in bolj minimalistične. UI lahko v zgodnjih fazah kreativnega procesa pomembno razširi nabor možnih rešitev in pospeši idejno zasnovano.

8.5 Zaključna ocena učinkovitosti

Rezultati raziskave potrjujejo, da umetna inteligenca še ne more samostojno ustvariti popolnoma profesionalnega logotipa, ki zahteva visoko raven natančnosti in oblikovalske subtilnosti. Kljub temu pa predstavlja močno orodje za podporo v začetnih fazah oblikovanja, kjer lahko oblikovalec generirane ideje nadalje razvija in prilagodi zahtevam naročnika. Z uporabo ročnega dopolnjevanja v Adobe Illustratorju je bilo mogoče doseči profesionalno končno izvedbo logotipa. Pričakovati je, da se bodo z nadaljnjim razvojem tehnologij sposobnosti umetne inteligence na področju grafičnega oblikovanja še izboljšale.

9 SAMOSTOJNO OBLIKOVANJE LOGOTIPA BREZ UMETNE INTELIGENCE

9.1 Idejna zasnova in skiciranje

Z namenom, da oblikujemo profesionalen logotip kot del celostne grafične podobe za kozmetični salon, smo se odločili za samostojno razvojno pot brez uporabe umetne inteligence. Ta korak neposredno izhaja iz cilja diplomske naloge, ki vključuje preverjanje prednosti in slabosti uporabe UI v grafičnem oblikovanju ter zagotavljanje višje ravni nadzora nad oblikovalskim procesom.

Pri samostojnem oblikovanju logotipa smo si pomagali z vizualnim moodboardom, kjer smo zbrali različne sodobne primere logotipov iz lepote in kozmetične industrije. Izbrani primeri so nam služili kot navdih zaradi igrive tipografije, mehkih oblik in svežih barvnih kombinacij, ki izražajo lahkotnost, ženstvenost in toplino. Zanimalo nas je, kako lahko s preprostimi, a izraznimi rešitvami ustvarimo logotip, ki bo hkrati estetsko privlačen in jasno komuniciral vrednote blagovne znamke. Posebej smo bili pozorni na logotipe, kjer tipografija prevzame osrednjo vlogo in z drobnimi detajli (npr. ročno napisani elementi, geometrijske oblike, simboli) doda značaj celotni podobi. Moodboard nam je pomagal določiti smernice za nadaljnje oblikovanje, s katerimi smo želeli ustvariti logotip, ki bo sodoben, prepoznaven in usklajen z dejavnostjo studia.



Slika 37: Moodboard

Vir: Lasten arhiv

Nato smo začeli z ročnim skiciranjem idej na papir, pri čemer smo se osredotočili na oblikovanje znaka, ki odraža vrednote blagovne znamke: estetiko, profesionalnost, ženstvenost, nežnost, osebni pristop ter sodobnost. S to fazo smo želeli dokazati, kako lahko ročno ustvarjanje omogoča večjo svobodo v raziskovanju različnih kompozicij, tipografskih rešitev in simbolnih povezav. Želeli smo ustvariti vizualno identiteto, ki bo obenem topla in sodobna, z jasnim občutkom za detajl in estetiko, ki odraža storitve salona. Prve ideje smo začeli razvijati na papirju. S hitrimi ročnimi skicami smo raziskovali postavitve, razmerja med črkami in možnosti tipografskega izraza. Osredotočili smo se na to, kako lahko že sama oblika črk komunicira mehko in povezovanje.



Slika 38: Skice za logotip

Vir: Lasten arhiv

9.2 Izbira tipografije in barv

Pri oblikovanju logotipa in grafične podobe smo želeli ustvariti mehko, estetsko in ženstveno vizualno identiteto, ki izraža toplino, nežnost, a hkrati tudi profesionalnost. Glavni napis »BEKA« je bil ročno oblikovan, saj smo vsako črko narisali posebej z uporabo grafične tablice.

Kot kontrast mehki, organski tipografiji v logotipu smo za besedo »STUDIO« uporabili sodobno brezserifsko pisavo *Europa-Light*, ki s svojo zračnostjo in preprostostjo uravnoteža celoten znak. Za podporna besedila in tiskovine v CGP-ju smo uporabili pisavi *Europa-Bold* za poudarke ter *Europa-Light* za opisna besedila, s čimer smo ohranili čisto tipografsko hierarhijo in celostno usklajenost.

V podpisni različici logotipa, kjer je besedna zveza »studio beka« predstavljena v bolj klasični, elegantni obliki, smo uporabili pisavo *Soria Soria*. Gre za serifno tipografijo z dekorativnimi linijami, ki v logotipu deluje prefinjeno, a še vedno sodobno. Njena uporaba v tej različici logotipa dodatno poudari občutek luksuza in estetike, primerne za kozmetično industrijo



Slika 39: Izbrana tipografija

Vir: Lasten arhiv

Pri izbiri barvne palete smo izhajali iz vizualnih referenc, ki združujejo svežino, igrivost in estetsko privlačnost. Moodboard prikazuje različne barvne kombinacije, povezane s toplimi oranžnimi in rumenimi odtenki, nežnimi rožnatimi ter kontrastnimi vijoličnimi poudarki. Všeč nam je kontrast med tako imenovanimi »candy« barvami in pastelnimi ozadji, saj skupaj ustvarjajo občutek lahkotnosti, pozitivnosti in sodobne energije.

Barvne palete temeljijo na naravnih in sladkih asociacijah, kot so citrusi in bonboni, kar se lepo povezuje z dejavnostjo studia, ki temelji na estetiki, pozornosti do detajlov in prijetni uporabniški izkušnji. Te barve so nam služile kot izhodišče pri oblikovanju celostne grafične podobe, kjer smo želeli ustvariti usklajen, prepoznaven in vizualno prijeten vtis.

Končna barvna paleta vključuje vedre, tople in prefinjene odtenke, kot so bela, pastelno rožnata, temno rožnata, umirjeno rumenkasto ter kontrastno temno vijolično. Skupaj te barve ustvarjajo občutek nežne nege, ženstvenosti in elegance. Svetlejši toni ponazarjajo subtilnost in svežino, temnejši pa dodajajo občutek stabilnosti in kontrasta. Barve smo dosledno uporabili tudi v aplikacijah CGP, kot so tiskovine, embalaža in vizualni materiali studia.



Slika 40: Inspiracija slik za barvno paleto

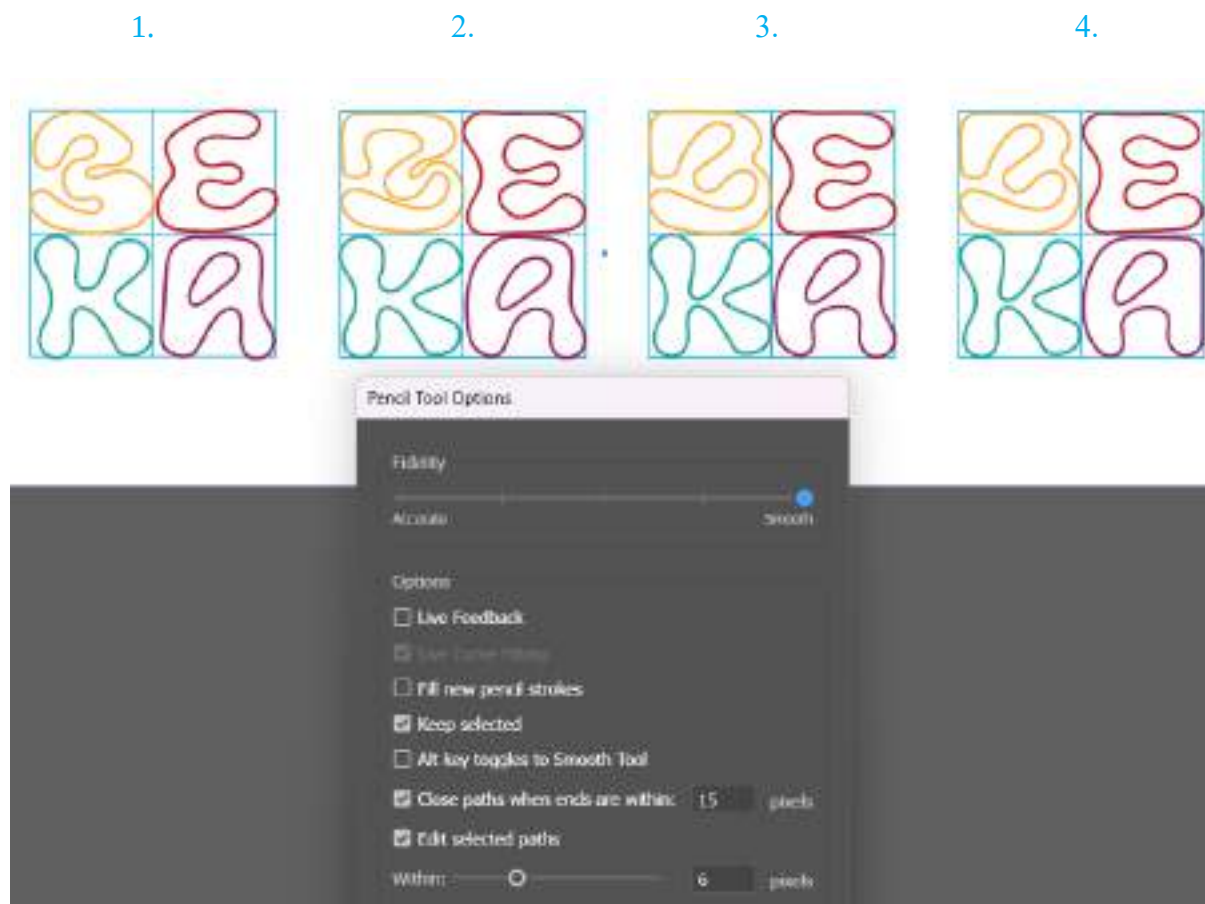
Vir: Lasten arhiv



Slika 41: Barvna paleta logotipa

Vir: Lasten arhiv

9.3 Oblikovanje logotipa



Slika 42: Postopki risanja logotipa

Vir: Lasten arhiv

Glavni logotip z napisom »BEKA« smo ročno narisali z uporabo grafične tablice v kombinaciji s programsko opremo za vektorsko risanje *Adobe Illustrator*. Proces se je začel s funkcijo *Pencil Tool*, ki omogoča prosto risanje vektorskih poti. S pomočjo grafične tablice smo vsako črko (B, E, K in A) narisali ročno, kar nam je omogočilo ustvarjanje mehkih, tekočih linij in naravne, organske estetike. Za večjo natančnost in doslednost pri oblikovanju črk smo uporabili tehniko *Edit Selected Paths*, ki omogoča večkratno urejanje že obstoječih potez brez izgube njihove prvotne strukture. S tem pristopom smo lahko posamezne oblike postopoma nadgrajevali, gladili in vizualno usklajevali.

Vse črke smo zasnovali znotraj enotnega kvadrata, razdeljenega na štiri enake dele. Ta osnovna mreža nam je služila kot pomoč pri ohranjanju enotne višine, širine in vizualnega ritma znakov. Čeprav smo se pri oblikovanju oprli na skladno zasnovo za dosego ravnovesja, nobena oblika

ni povsem identična drugi, saj smo vsak element ročno prilagodili, s čimer smo ohranili naravno dinamiko in občutek unikatnosti.

Posebno pozornost smo namenili notranjim povezavam med črkami, ki logotipu dodajo skrito logiko in vizualno skladnost. Levo zgornjo stran črke »B« smo zrcalili na desno stran črke »A«, prav tako smo luknjo črke »A« postavili v zgornjo luknjo črke »B«, kar ustvarja simetrično ravnovesje med prvo in zadnjo črko v logotipu. Podobno smo zadnji vertikalni del črke »E« prenesli v vertikalni zadnji del črke »K«. Ti elementi so bili sicer kopirani oziroma zrcaljeni, združeni s *Shape Builder* orodjem in dodatno ročno obdelali z orodjem *Pencil Tool-Edit Selected Paths*, kar je omogočilo subtilne razlike in ohranilo individualnost vsake oblike. Po končanem risanju, smo vse linije še popravili z *Smooth Tool* orodjem.

S takšnim načinom oblikovanja smo dosegli občutek skladne forme in notranje enotnosti, pri čemer logotip vseeno izraža ročno toplino in estetsko kompleksnost. Po zaključeni risbi vseh štirih črk smo izvedli še optično prilagajanje razmerij, da logotip kot celota deluje uravnoteženo in vizualno enakomerno v dveh vrsticah. Pod osnovni logotip smo nato digitalno dodali napis »STUDIO« v preprosti *Europa-Light* pisavi, ki dopolnjuje organsko oblikovan glavni napis in vzpostavlja jasen tipografski kontrast. Končni rezultat je logotip, ki združuje igrivost, mehko estetiko, hkrati pa izraža avtentičnost, ročno delo in občutek za detajl.



Slika 43: Primarni logotip

Vir: Lasten arhiv

Tipografijo *Soria Soria* smo uporabili za podpisno različico logotipa, ki je namenjena predvsem situacijam, kjer je potreben bolj diskreten ali prostorsko prilagodljiv znak, kot na primer pri tiskovinah manjših dimenzij, kjer polni logotip morda ne bi bil berljiv ali vizualno ustrezen. Zaradi svoje podolgovate oblike in čiste tipografske zasnove ta različica deluje elegantno in subtilno, hkrati pa ohranja prepoznavnost blagovne znamke. Pisava *Soria Soria* dodatno prispeva občutek klasične estetike in nežne prefinjenosti, kar lepo zaokroži vizualno identiteto salona.

Tipografijo smo v tej različici tudi rahlo prilagodili. Črke »S« in »B« ter »U« in »K« smo oblikovno povezali med seboj, da besedi delujeta bolj povezano in tekoče. Pisavo smo pretvorili v obliko (outline), nato pa s pomočjo orodja *Shape Builder Tool* črke združili v enotno formo.



Slika 44: Shape Builder Tool združevanje

Vir: Lasten arhiv

Slika 45: podpisne različice logotipa

Vir: Lasten arhiv

Krožno različico logotipa smo zasnovali kot vizualno bogatejšo in bolj dekorativno interpretacijo osnovnega znaka. Najprej smo ustvarili zgornjo polovico krožnega napisa s pomočjo orodja *Type on a Path Tool* in vnesli besedilo. Ko smo bili z razmikom, orientacijo in poravnavo zadovoljni, smo celoten lok zrcalili z orodjem *Reflect Tool*, da smo ustvarili popolno, simetrično krožno kompozicijo z enakomerno ponavljajočim se besedilom.

V sredino kroga smo postavili logotip v treh različnih barvnih izvedbah, s pomočjo funkcije *Offset Path* smo ustvarili enakomerno obrobo okoli črk. Ta funkcija nam omogoča, da določimo natančno razdaljo obrobe, ki celoti dajejo bolj izrazit in igriv značaj. Zaradi združenih grafičnih elementov ta različica deluje bolj »kičasto« kot osnovni znak, a je prav zato odlična za uporabo v promocijskih kontekstih: na nalepkah, embalaži, digitalnih vsebinah ali kot žig, kjer želimo doseči večjo vizualno prepoznavnost in poudarek.



Slika 46: Krožna različica logotipa

Vir: Lasten arhiv

9.4 Predstavitev končnega logotipa



Slika 47: Identiteta logotipa v CGP

Vir: Lasten arhiv

Primarni logotip predstavlja osnovni prepoznavni znak blagovne znamke in je zasnovan z namenom čiste in uravnotežene identifikacije. Njegova oblika je kompaktna, ročno oblikovana, s poudarkom na mehki, organski estetiki, ki izraža toplino, ženstvenost in osebni pristop. Uporablja se v večini primerov, kot na primer socialnih omrežij in tiskovin do vizitk, kjer je potrebna jasna in profesionalna predstavitev salona.

Podporne logotipske različice, kot so *podpisna različica* in *krožna različica*, imajo bolj specifično vlogo. Podpisna različica je primerna za elegantne, umirjene sloge, kjer se uporablja bolj diskreten zapis in je potrebna jasna berljivost, kot na primer na poslovnih listih, medtem ko je krožni logotip bolj vizualno bogat, večji in dekorativen, zato je primeren za promocijske materiale, nalepke, žige ali manj formalne komunikacijske kanale. Ti različici ne nadomeščata primarnega logotipa, temveč ga dopolnjujeta in širita možnosti uporabe v različnih kontekstih.

Za potrebe dodatne vizualne podpore smo razvili tudi *ozadja z vzorcem*, ki temeljita na značilni tipografiji glavnega logotipa. Ta elementa služita predvsem za dopolnitev osnovne grafične identitete in ponujata možnosti za bolj igrivo, dinamično ali dekorativno uporabo. Oba vzorca sta sestavljena iz primarnega logotipa in tvorita organsko ozadje. Vzorca sta primerna za uporabo na tiskovinah, družbenih omrežjih, embalaži ali kot subtilna tekstura na podlagi.

V sredini je prikazana tudi *samostojna ikona*, ki izhaja iz stilizirane črke »B«, umeščene v zaobljen pravokotnik, katerega oblika spominja na noht, kar subtilno nakazuje dejavnost salona. Ikona je preprosta, a zaradi značilne forme takoj prepoznavna, zato je lahko uporabna kot simbol za podporno grafično označevanje blagovne znamke v najmanjših formatih ali tiskovinah, kjer ni veliko prostora.



Slika 48: Vizitka

Vir: Lasten arhiv



Slika 49: Kartica terminov

Vir: Lasten arhiv



Slika 50: Majica

Vir: Lasten arhiv



Slika 51: Darilni bon

Vir: Lasten arhiv



Slika 52: Nalepka za kuverto

Vir: Lasten arhiv



Slika 53: Logotip

Vir: Lasten arhiv

	
GEL KOREKTURA	
S/M	40€
L	45€
GEL PODALJŠEVANJE	
S/M	45€
L	50€
XL	60-70€
NAIL ART	
GRAJEN BOOMER	10€/SET
GRAJEN FRENCH	15€/SET
DOUBLE/MARBLE F	5€/v
PREP.ROST N.ART	2€/SET
KOMPLEKS. N.ART	5€/SET
N.ART 2 URE+	10€/URA
BIAB	
XS	35€
S/M	40€
PERMANENTNI LAK	
XS/S	33€
ODSTRANJEVANJE	
PERMA. LAK	10€
GEL	10€
+ ZAŠČITA	5€
NEGA	
QBN KOŽICA+NOHTI	10€
PILING	10€
POPRAVILO NOHTA	5€/n.
*Cenik je sestavljen iz promernih cen, odprti so tudi popusti, kar pomeni, da pridružimo posebno pozornost pri izbiri pravega izdelka za vašo uporabo. Cenik je veljaven od 1.6.2019. Pridržujem si pravico do spremembe cen. DDV ni obratovan v skladu s to dodatkom VA, z dne 2009-1.	

Slika 54: Cenik

Vir: Lasten arhiv

10 ANKETNA RAZISKAVA

10.1 Namen in potek ankete

Namen ankete je bil raziskati zaznavanje in primerjavo med različnimi logotipi za kozmetični salon studio BEKA. Enimi, ki so bili oblikovani s pomočjo umetne inteligence (DALL-E), in drugim, ki je bil izdelan ročno, brez uporabe umetne inteligence, s klasičnim oblikovalskim pristopom v programu Adobe Illustrator. Z anketo smo želeli ugotoviti, kako ciljna skupina dojema estetiko, profesionalnost ter splošno primernost posameznih logotipov za uporabo v oblikovalski industriji.

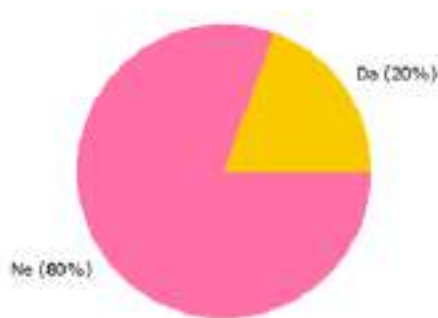
Poleg primerjalne analize smo anketirance tudi povprašali o njihovem mnenju glede uporabe umetne inteligence v grafičnem oblikovanju.

V anketi je sodelovalo 41 anketirancev. Anketa je bila izvedena digitalni obliki, odgovarjali pa so posamezniki stari med 18 – 55+ let, različnih ozadij, pri čemer smo zajeli tako splošne uporabnike kot tudi osebe z izkušnjami v oblikovanju. Udeleženci so odgovarjali anonimno.

Zbrani podatki so predstavljeni s pomočjo grafikonov in interpretirani v nadaljevanju raziskovalnega poglavja.

10.2 Analiza rezultatov

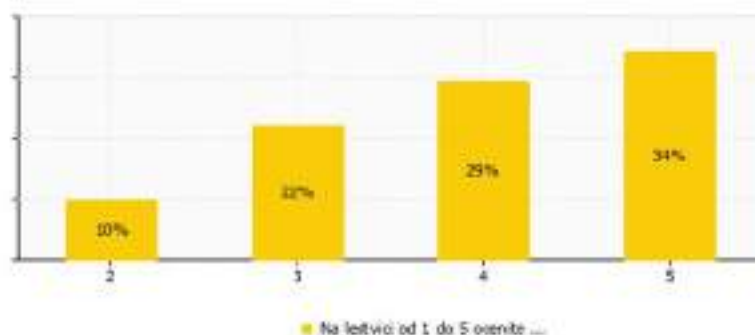
Ali delate/študirate na področju dizajna?



VPRAŠANJE 1: Z začetnim vprašanjem smo želeli preveriti, kakšen delež sodelujočih prihaja iz oblikovalskega področja, saj to pomembno vpliva na njihovo zaznavanje logotipov. Strokovnjaki z oblikovalskim ozadjem bodo morda bolj pozorni na tehnične, tipografske in

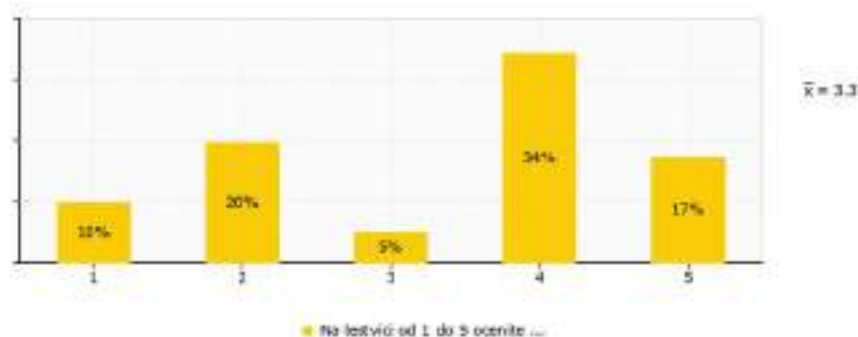
kompozicijske elemente, medtem ko bodo drugi bolj sledili prvemu vtisu ali estetskemu okusu. Ta podatek nam omogoča boljše razumevanje ozadja odgovorov pri nadaljnjih vprašanjih.

Na lestvici od 1 do 5 ocenite vizualno privlačnost logotipa 1



VPRAŠANJE 2: Z vprašanjem smo raziskovali, kako vizualno privlačen se anketirancem zdi prvi logotip (to je bil logotip za studio-BEKA, oblikovan brez uporabe umetne inteligence). Ocene na lestvici od 1 do 5 so pokazale, kako dobro so ljudje sprejeli grafično rešitev neodvisno od informacij o njenem nastanku. Vizualna privlačnost je ključen dejavnik pri vzpostavljanju prvega vtisa o blagovni znamki. Ugotovili smo, da je večina anketirancev logotip 1 ocenila kot estetsko všečnega, saj so prevladovali ocene 4 in 5. To kaže, da je bil logotip opažen kot prijeten in vizualno uravnotežen.

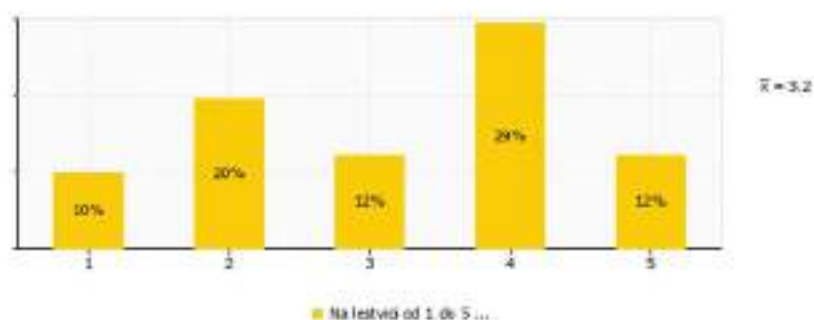
Na lestvici od 1 do 5 ocenite vizualno privlačnost logotipa 2



VPRAŠANJE 3: Tudi za drugi logotip smo želeli oceniti, kako vizualno učinkovit se zdi uporabnikom (šlo je za 4. generirani logotip, oblikovan z umetno inteligenco). Rezultati so

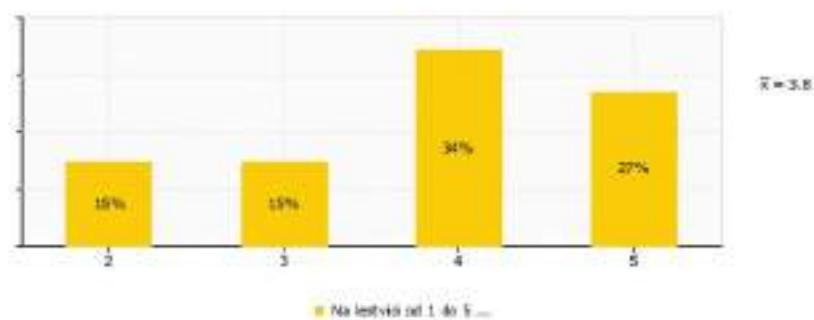
nekoliko nižji kot pri prvem logotipu, kar pomeni, da drugi logotip ni dosegel enakega estetskega učinka. Nekateri anketiranci so ga vseeno ocenili pozitivno, a v splošnem je prejel nekoliko nižjo povprečno oceno, kar kaže na to, da je bil morda bolj preprost ali manj izstopajoč v primerjavi s prvim.

Na lestvici od 1 do 5 ocenite, ocenite profesionalnost logotipa 1



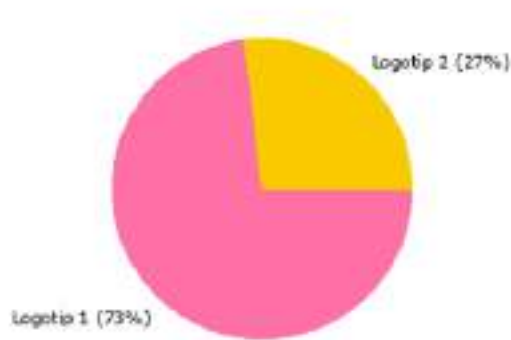
VPRAŠANJE 4: Logotip 1 smo ocenjevali glede na njegovo profesionalnost (šlo je za 3. generirani logotip, oblikovan z umetno inteligenco). V primerjavi z logotipom 2 je prejel nekoliko nižje ocene, čeprav razlika ni bila zelo velika. Kljub temu rezultati kažejo, da so ga nekateri zaznali kot manj zanesljivega ali manj primerneza za poslovno rabo. To bi lahko bilo zato, ker je bil grafično manj prepoznaven ali premalo dodelan. Vidimo, da pri profesionalnosti logotipa ni dovolj, da je samo lep, ampak je pomembno, da deluje usklajeno in jasno predstavlja vizualno identiteto.

Na lestvici od 1 do 5 ocenite, ocenite profesionalnost logotipa 2



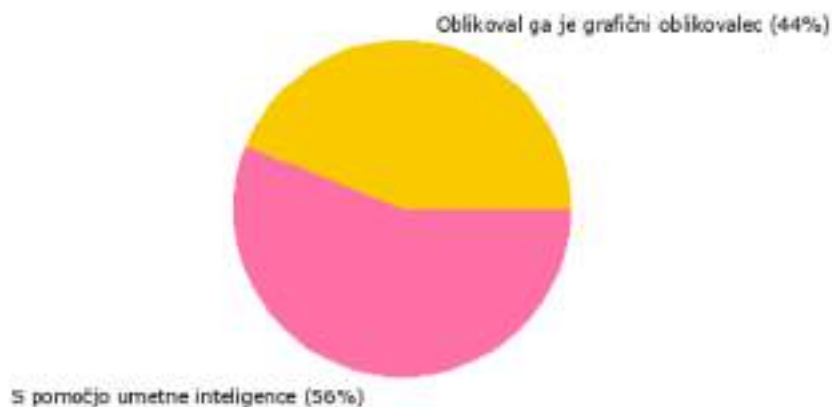
Vprašanje 5: Prav tako smo želeli izvedeti, kako profesionalno deluje logotip 2 (to je bil logotip za studio BEKA, oblikovan brez uporabe umetne inteligence). Profesionalen logotip naj bi izražal zanesljivost, kakovost in bil primeren za poslovno uporabo. Večina anketirancev je logotip 2 ocenila kot profesionalen, kar se ujema tudi z ocenami o vizualni privlačnosti. To pomeni, da logotip ni bil všeč samo zaradi izgleda, ampak tudi zato, ker je deloval usklajeno in premišljeno oblikovan.

Kateri logotip bi izbrali za kozmetični studio?



VPRAŠANJE 6: Z vprašanjem smo želeli preveriti končno odločitev anketirancev glede izbire med obema predstavljenima logotipoma. Odgovor je bil neposreden pokazatelj preferenc in se navezuje na prejšnji oceni vizualne privlačnosti in profesionalnosti. Rezultati so pokazali, da bi kar 73 % sodelujočih izbralo logotip 1 (slika logotipa studio-BEKA, brez UI), medtem ko bi logotip 2 (slika logotipa oblikovanega z UI, št.3) izbralo 27 %. To potrjuje, da je logotip 1 ne le vizualno bolj privlačen in profesionalen, temveč tudi bolj primeren za dejansko uporabo v kontekstu kozmetičnega studia.

**Ocenite, ali je spodnji logotip št. 1 ustvarjen
s pomočjo umetne inteligence?**



VPRAŠANJE 7: Pri tem vprašanju smo želeli ugotoviti, kako uspešno sodelujoči prepoznajo, ali je logotip nastal s pomočjo umetne inteligence ali ne (šlo je za 1. generirani logotip, oblikovan z umetno inteligenco). Rezultati so zanimivi, saj je 56 % sodelujočih menilo, da je bil logotip 1 ustvarjen z umetno inteligenco, medtem ko jih je 44 % menilo, da ga je ustvaril grafični oblikovalec. To kaže na to, da je bila percepcija ustvarjalnega procesa precej razdeljena, kar pomeni, da UI in človeški pristop nista več tako jasno ločljiva v očeh gledalcev, kar je pomembna ugotovitev za področje sodobnega oblikovanja.

**Ocenite, ali je spodnji logotip št. 2 ustvarjen
s pomočjo umetne inteligence?**



VPRAŠANJE 8: V tem primeru smo postavili isto vprašanje kot zgoraj, a za drugi logotip (šlo je za logotip studio-BEKA oblikovan brez umetne inteligence). Tokrat je 59 % sodelujočih menilo, da je logotip 2 ustvaril oblikovalec, medtem ko je 41 % menilo, da je bil rezultat umetne inteligence. Rezultati nakazujejo, da so anketiranci drugi logotip zaznali kot nekoliko bolj »človeško« oblikovan. Razlika v dojemanju obeh logotipov v tem kontekstu potrjuje, da način izvedbe vpliva na domneve o tem, kdo je avtor.

Bi raje izbrali logotip, ki ga je ustvaril oblikovalec ali umetna inteligenca?



VPRAŠANJE 9: S tem vprašanjem smo želeli preveriti splošno zaupanje v umetno inteligenco v primerjavi z oblikovalci. Večina sodelujočih se je odločila za oblikovalca (68 %), kar nakazuje na še vedno prisotno zaupanje v človeško ustvarjalnost in izkušnje. 33 % anketirancev je odgovorilo, da jim ni pomembno, kdo je avtor, kar pa je pomemben podatek, saj kaže, da vse več ljudi pri izbiri daje prednost rezultatu pred procesom nastanka.

Ocenite stopnjo strinjanja z naslednjimi trditvami, ki se navezujejo na oblikovanje logotipa z umetno inteligenco.



VPRAŠANJE 10: V tem delu smo analizirali, kaj si anketiranci mislijo o uporabi umetne inteligence pri grafičnem oblikovanju. Večina se jih je strinjala, da UI pomaga pri hitrejšem delu in nižjih stroških, kar kaže na njene praktične prednosti. Po drugi strani pa jih veliko meni, da so logotipi, ki jih ustvari UI, manj ustvarjalni kot tisti, ki jih oblikujejo ljudje. Nekateri so izrazili tudi nezaupanje do UI pri ustvarjanju profesionalnega logotipa. Bilo pa je tudi nekaj takih, ki so rekli, da jim ni pomembno, kdo je logotip naredil, važno jim je, da je lep. To pomeni, da imajo ljudje zelo različna mnenja glede UI, odvisno od tega, kako gledajo na kreativnost in končni izdelek.

Ocenite stopnjo strinjanja z naslednjimi trditvami, ki se navezujejo na vizualno podobo logotipa.



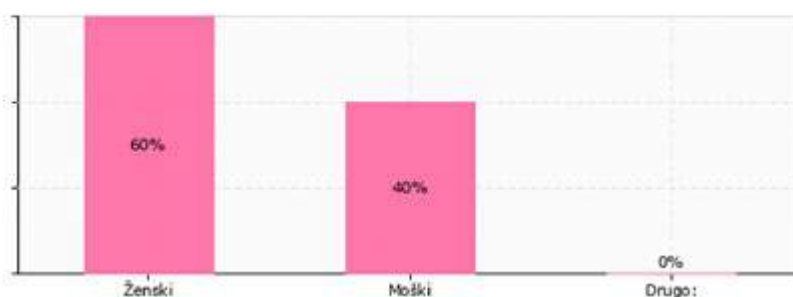
VPRAŠANJE 11: S tem delom vprašanj smo želeli ugotoviti, kateri vizualni elementi logotipa so anketirancem najbolj pomembni. Večina jih je povedala, da jim je pomembno, da ima logotip sodoben videz, da je prepoznaven tudi v majhni velikosti in da celoten izgled vpliva na to, kako dojemajo blagovno znamko. To potrjuje, da je oblikovanje res pomembno in ne samo kot dekoracija, ampak kot nekaj, kar vpliva na to, ali bodo ljudje izdelek sploh opazili in mu zaupali.

Kako pomembne so vam navedene značilnosti pri elementu logotipa kot grafične podobe?



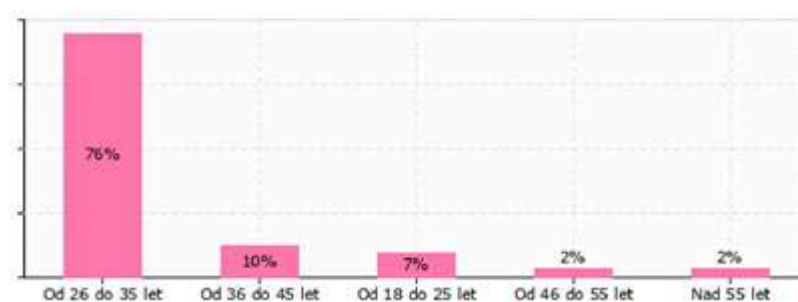
VPRAŠANJE 12: S tem vprašanjem smo želeli ugotoviti, katere lastnosti pri logotipih so anketirancem najbolj pomembne. Največ poudarka so dali na to, da je logotip prilagodljiv za različne medije, da je unikaten in da je prilagojen ciljni skupini, kar so tudi ključni elementi dobre grafične identitete. Cena in hitrost izdelave sta bili prav tako pomembni, a vseeno nekoliko manj kot prej omenjene lastnosti. To kaže, da si ljudje najbolj želijo premišljenih, prepoznavnih in praktičnih logotipov.

Spol



Med sodelujočimi je bila večina ženskega spola, kar je smiselno glede na kontekst ankete, ki se navezuje na oblikovanje na področju kozmetike. To lahko vpliva na interpretacijo estetskih preferenc in zaznavanja profesionalnosti logotipov.

Starost



Največji delež anketirancev je bil v starostnih skupinah od 18 do 25 let ter od 26 do 35 let, kar pomeni, da je večina sodelujočih v starosti, ko so pogosto tudi sami v stiku z oblikovanjem, trgom dela ali študijem. To daje dodatno težo odgovorom, saj gre za demografsko skupino, ki pogosto uporablja in ocenjuje vizualno podobo blagovnih znamk v vsakdanjem življenju.

11 SKLEP

V diplomskem delu smo raziskovali, kako umetna inteligenca vpliva na grafično oblikovanje, predvsem na ustvarjanje logotipa kot ključnega elementa celostne grafične podobe za kozmetični salon. Zanimalo nas je, kako uporabna je umetna inteligenca kot orodje za oblikovalce, katere prednosti in slabosti prinaša in kako se njeni rezultati primerjajo z ročnim delom. V teoretičnem delu smo najprej predstavili osnovne pojme, preučili primere dobre prakse iz kozmetične industrije in opisali sodobna orodja, kot je DALL-E. V praktičnem delu smo nato zasnovali dva logotipa, enega z uporabo umetne inteligence in drugega brez nje, ter ju testirali z anketo med uporabniki.

Pri raziskavi smo potrdili vse štiri hipoteze. Prva hipoteza, da umetna inteligenca spodbuja inovacije, se je pokazala kot resnična že v začetni fazi dela. S pomočjo preprostih opisov smo v DALL-E ustvarili širok nabor zanimivih logotipskih rešitev, ki bi jih sami težje oblikovali v tako kratkem času. Enega iz med rezultatov smo nato dodatno obdelali v Illustratorju, kjer smo s svojim znanjem poskrbeli za natančnost, prilagojenost in ravnotežje.

Drugo hipotezo, da umetna inteligenca izboljšuje proces, a odpira tudi etična vprašanja, smo potrdili v trenutku, ko smo se začeli spraševati o tem, kdo ima pravzaprav avtorstvo nad takšno vizualno podobo in kaj to pomeni za profesionalnost oblikovalskega procesa. Čeprav nam je umetna inteligenca pomagala do idejne zasnove, je bilo za končni izdelek ključnega pomena, da smo vključili človeško presojo, osebni stil in razumevanje naročnika.

Tretja hipoteza, da umetna inteligenca omogoča bolj personalizirano oblikovanje, se je potrdila pri iskanju različnih vizualnih slogov, kjer smo z uporabo prilagojenih opisov hitro prišli do rezultatov, ki so se lepo ujemali s pričakovanji ciljne skupine. V kombinaciji z nadaljnjo obdelavo v profesionalnem programu smo dobili rešitev, ki je bila estetsko dovršena.

Četrto hipotezo, da uporaba umetne inteligence zmanjša stroške in čas ter poveča učinkovitost, smo potrdili skozi lastno izkušnjo. Logotip, ustvarjen z vključenim UI orodjem, je bil zasnovan hitreje in z manj vloženega dela v začetni fazi, kar bi v realnih projektih pomenilo prihranek časa in finančnih sredstev.

Z anketo smo preverili tudi, kako uporabniki vidijo razlike med logotipoma. Večina je za bolj profesionalnega izbrala logotip, ki ni bil narejen z UI, čeprav niso vsi pravilno prepoznali izvora. To pomeni, da vizualno razlike niso več tako očitne, a ljudje še vedno bolj zaupajo rešitvam, za katerimi stoji človek. Pri tem so jim bili pomembni predvsem estetika, prepoznavnost in občutek za detajle.

Na podlagi vsega lahko zaključimo, da je umetna inteligenca postala zelo uporabno orodje, ki nam v oblikovanju ponuja ogromno uporabnih možnosti. Vendar še vedno ni dovolj, če jo pustimo delovati samo. Pomembno je, da jo znamo pravilno usmeriti, prilagoditi rezultate in vključiti svoje znanje, izkušnje in občutek. UI je lahko super orodje, a prava kakovost pride šele, ko jo povežemo s človeško kreativnostjo. Prav tako je pomembno, da znamo umetno inteligenco uporabiti kot podporo in ne kot zamenjavo, ter da jo znamo kritično ovrednotiti in jo uporabiti v skladu z vizijo blagovne znamke.

12 VIRI, LITERATURA

Artificial Intelligence in Graphic Design; Ivana Tomić, Ivana Jurič, Sandra Dedijer, Savka Adamović, University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences, Department of Graphic Engineering and Design, Serbia

Rouse, M. (n.d.). ChatGPT. TechTarget. Pridobljeno 11. septembra 2024, iz <https://www.techtarget.com/whatis/definition/ChatGPT>

Litmus Branding. (n.d.). Impact of AI in graphic design: Will AI replace graphic designers? Pridobljeno 11. septembra 2024, iz <https://www.litmusbranding.com/blog/impact-of-ai-in-graphic-design/>

SAAS Genius. (n.d.). FounderPal. Pridobljeno 11. septembra 2024, iz <https://www.saasgenius.com/new-tools/founderpal/>

Şekerli, T. & Tüker, Ç. (2024). A Qualitative Study on the Effectiveness of Generative Artificial Intelligence in Graphic Design Practice. *JCoDe: Journal of Computational Design*, 5(1), 105-138. <https://doi.org/10.53710/jcode.1420146>

Siripurapu P. Sindhura, Ashu Abdul, *Virtues and Shortcomings of Artificial Intelligence in Graphic Design Arena, International Journal of Advanced Research Engineering and Technology (IJARET) in* , 12(3), 2021

Philip B. Meggs, Alston W. Privus (2006), *History of Graphic Design*. Založba: Wiley

Danqing Huang, Jiaqi Guo, Shizhao Sun, Hanling Tian, Jieru Lin, Zheng Hu, Chin-Yew Lin, Jian-Guang Lou. Dongmei Zhang, *A Survey for Graphic Design Intelligence*, Microsoft Xi'an Jiaotong University Harbin Institute of Technology Central South University (2023) str.2

HubSpot, *How AI is transforming graphic design*, Pridobljeno 11. septembra 2024 z <https://blog.hubspot.com/marketing/ai-for-graphic-design>

M. Filimowicz, *Higher Neurons, The history and evolution of AI-generated art*, Pridobljeno 11. septembra 2024 z <https://medium.com/higher-neurons/the-history-and-evolution-of-ai-generated-art-e5ccca5a8e83>

Russell, S., & Norvig, P. (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson.

Agarwal, R., & Bali, K. (2008). *Automating design processes: The role of artificial intelligence in design*.

Debergh, P., Duflou, J., & De Meyer, R. (2019). *The impact of artificial intelligence on creative processes in graphic design*.

Microsoft. (n.d.). *What is Azure AI? Microsoft Azure*. Pridobljeno 28. septembra 2024 z <https://azure.microsoft.com/en-us/overview/ai-platform/>

Microsoft. (n.d.). *Cortana: Your personal productivity assistant*. Microsoft. Pridobljeno 28. septembra 2024 z <https://www.microsoft.com/en-us/cortana>

Microsoft. (n.d.). *Microsoft 365: Productivity cloud for work and life*. Microsoft. Pridobljeno 28. septembra 2024 z <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365>

Microsoft. (n.d.). *What is Dynamics 365? Microsoft Dynamics 365*. Pridobljeno 28. septembra 2024 z <https://dynamics.microsoft.com/en-us/>

Microsoft. (n.d.). *What is Power Platform? Microsoft Power Platform*. Pridobljeno 28. septembra 2024 z <https://powerplatform.microsoft.com/en-us/>

Microsoft Research. (n.d.). *Microsoft Research*. Pridobljeno 28. septembra 2024 z <https://www.microsoft.com/en-us/research/>

OpenAI. (2023). *Introducing DALL·E 3*. OpenAI. Pridobljeno 11. oktobra 2024 z <https://openai.com/dall-e-3>

DataCamp. (2023). *What is DALL-E?*. Retrieved from <https://www.datacamp.com/community/tutorials/what-is-dall-e>

TextCortex. "Midjourney vs Stable Diffusion: An In-Depth Comparison." TextCortex. Pridobljeno 3. novembra 2024 z <https://textcortex.com/post/midjourney-vs-stable-diffusion#6>

L'Oréal. "L'Oréal and ModiFace: An Artificial Intelligence-Powered Skin Diagnostic." Pridobljeno 3. novembra 2024 z <https://www.loreal.com/en/news/research-innovation/loreal-and-modiface-an-artificial-intelligencepowered-skin-diagnostic/>.

Sephora. (n.d.). *Virtual Artist*. Sephora Singapore. Pridobljeno 3. novembra 2024 z <https://www.sephora.sg/pages/virtual-artist>

Mikulić Gazdović, K. (2024, 15. november). Estée Lauder uvaja umetno inteligenco v vse svoje lepotne znamke. Vogue Adria. Pridobljeno 26. aprila 2025 z <https://vogueadria.com/sl/estee-lauder-ai-beauty/>