

Grafika i materiały wizualne z AI — jak robić to dobrze i bezpiecznie

Lekcja: 2.3 (Moduł 2 — Zastosowania) · Czas czytania: ~6 min · Dostęp:  darmowy

W skrócie

Generator obrazów to narzędzie z kategorii poznanej w lekcji 1.2. Świetnie sprawdza się przy ilustracjach, tłach i grafikach koncepcyjnych dopasowanych do kolorów Twojej marki. Nie zastąpi jednak prawdziwego zdjęcia Twojego produktu czy lokalu — tam lepiej sięgnąć po własne fotografie lub zdjęcia z banku na sprawdzonej licencji. Dobry obraz zaczyna się od dobrego opisu, a spójność z marką znaczy więcej niż pojedynczy efektowny obrazek. Po drodze trzeba uważać na prawa: wizerunek, znaki towarowe i prawa autorskie.



Właścicielka małej firmy dobiera grafikę do posta

Gdzie generator obrazów realnie pomaga

W małej firmie generator przydaje się przede wszystkim w czterech sytuacjach:

1. **Ilustracja na post** — gdy nie chcesz po raz kolejny używać tego samego zdjęcia.
2. **Prosta grafika promocyjna** — na przykład tło pod hasło o rabacie.
3. **Tło** — na stronę internetową lub do prezentacji.
4. **Wstępny pomysł na logo lub znak** — szkic, który i tak oddasz potem grafikowi do dopracowania.

Czego generator **nie zastąpi**: prawdziwego zdjęcia Twojego produktu, Twojego lokalu ani Ciebie. Tworzy wiarygodnie wyglądające obrazy, ale to nie jest dokument tego, co faktycznie sprzedajesz. Tam, gdzie klient ma zobaczyć rzeczywistość, używaj prawdziwych zdjęć.

Generator czy prawdziwe zdjęcie

Prosta zasada kciuka:

- **Generuj**, gdy potrzebujesz czegoś koncepcyjnego, ozdobnego albo bardzo dopasowanego do Twoich kolorów (tło, ilustracja, abstrakcyjna grafika). Masz pełną kontrolę i niczego nie musisz szukać.
- **Sięgnij po prawdziwe zdjęcie**, gdy w kadrze mają być realni ludzie albo konkretne produkty i sytuacje z życia. Generowani ludzie wciąż potrafią wyglądać sztucznie, a klient to wyczuwa. Pomagają tu darmowe banki zdjęć, np. Unsplash, Pexels czy Pixabay.

Licencje. Darmowe nie znaczy „rób z tym, co chcesz bez ograniczeń”. Zawsze sprawdź przy konkretnym pliku, czy wolno użyć go komercyjnie i czy trzeba podać autora. To samo dotyczy generatora – sprawdź w jego regulaminie, czy zezwala na użycie komercyjne.

Jak napisać dobry prompt do obrazu

Tak jak dobre polecenie do asystenta tekstowego (lekcja 1.3) ma strukturę, tak dobry opis obrazu ma cztery elementy:

- **Scena** – kto, co, gdzie.
- **Styl** – zdjęcie, ilustracja płaska, akwarela.
- **Kolory marki** – żeby grafika pasowała do Twojej identyfikacji.
- **Format** – proporcje (poziomy do slajdu, kwadrat na post).

Opisy do generatorów obrazów dają zwykle lepszy efekt **po angielsku**. Nie musisz znać języka biegle – wystarczy prosty, rzeczowy opis.



Cztery elementy opisu obrazu: scena, styl, kolory, format

Spójność z marką

Klient rzadko ogląda jedną grafikę w oderwaniu – widzi ciąg postów i slajdów. Jeśli każdy jest w innym stylu i kolorach, całość wygląda chaotycznie, nawet gdy każdy obrazek z osobna jest ładny. Dlatego:

- ustal **raz** stałą paletę kolorów i jeden styl (np. „ciepłe zdjęcia z naturalnym światłem” albo „proste płaskie ilustracje”) i trzymaj się go;
- myśl **zestawami**, nie pojedynczymi obrazkami – zamiast generować jedną ikonę dziś i drugą za tydzień w innym stylu, poproś od razu o komplet kilku ikon w jednym stylu.

Ograniczenia i prawa — na co uważać

Słabe strony techniczne: generatory kiepsko radzą sobie z tekstem na obrazku (napisy dodawaj osobno, poza generatorem), bywają problemy z dłońmi i twarzami. Unikaj ogranych klisz typu „świecący mózg” czy robot z filmu science fiction – wyglądają tanio.

Prawa (praktyczne przedłużenie lekcji 1.4):

- **Wizerunek** – nie generuj obrazów udających konkretne, prawdziwe osoby, zwłaszcza znane.
- **Znaki towarowe** – nie umieszczaj cudzego logo ani opakowań znanych marek.
- **Prawa autorskie i cudzy styl** – nie proś o obraz „w stylu konkretnego, żyjącego artysty”.
- **Licencje banków** – sprawdzaj zawsze przy konkretnym pliku.

To skrót, nie porada prawna. W razie wątpliwości przy materiałach reklamowych skonsultuj się ze specjalistą.

Prosty proces — krok po kroku

1. **Pomysł** — zapisz w jednym zdaniu, do czego obraz ma służyć i gdzie się pojawi.
2. **Prompt** — opisz scenę, styl, kolory i format.
3. **Kilka wersji** — wygeneruj parę wariantów, nie zadowolaj się pierwszym.
4. **Wybór** — wybierz ten, który najlepiej pasuje do marki, nie po prostu najładniejszy.
5. **Drobna obróbka** — przytnij kadr, popraw jasność, dodaj tekst już poza generatorem. Wystarczą darmowe narzędzia do prostej obróbki i dodawania napisów.

Checklista jakości grafiki

- ☐ Grafika pasuje do **stałej palety i stylu** mojej marki.
- ☐ Brak tekstu wtopionego w obraz (napisy dodaję osobno).
- ☐ Dłonie i twarze wyglądają naturalnie (lub używam prawdziwego zdjęcia).
- ☐ Brak klisz („świeący mózg”, robot sci-fi).
- ☐ Format/proporcje pasują do miejsca publikacji (post, slajd, strona).
- ☐ Nie ma cudzego logo, znaku towarowego ani wizerunku realnej osoby.
- ☐ Przy zdjęciu ze stocka: sprawdziłam(em) licencję i ewentualną atrybucję.
- ☐ Przy generatorze: regulamin pozwala na użycie komercyjne.

Szablon promptu obrazu (do skopiowania)

[Scena: kto / co / gdzie]
[Styl: zdjęcie / ilustracja płaska / akwarela]
[Światło i nastrój: np. ciepłe naturalne światło, spokojny]
[Kolory marki:]
[Czego unikać (negatyw): tekst, logo, zniekształcone dłonie,
świeący mózg, robot sci-fi, neonowy błękit]
[Format / proporcje: 16:9 do slajdu · 1:1 na post · 3:2 do handoutu]

Przykład wypełnienia (po angielsku, dla lepszego efektu): „Warm, natural photo of a seasonal flower bouquet on a wooden table, soft daylight, muted warm colours, no text, 3:2 landscape aspect ratio.”

Podsumowanie

Generator obrazów to wygodne narzędzie do ilustracji, teł i grafik koncepcyjnych pod Twoje kolory. Do prawdziwych ludzi i produktów lepsze są zdjęcia. Dobry obraz zaczyna się od dobrego opisu, spójność z marką jest ważniejsza niż pojedynczy efektowny obrazek, a o prawa (wizerunek, znaki, prawa autorskie, licencje) trzeba zadbać świadomie.

Dalej

- Następna lekcja: **Pierwsza automatyzacja krok po kroku (2.4)**
- Strona: inteligentnatransformacja.org.pl