

Raport z wdrożenia AI w działaniach promocyjnych

Przedsięwzięcie: „40-lecie zespołu „Tęcza”: tradycja, nowe technologie, transformacja cyfrowa i ekologiczna”

Wnioskodawca / organizator: Gminny Ośrodek Kultury w Lesznowoli

Numer wniosku: 3379/KPO. GRANTY 2025

Umowa: nr 681/KPO. GRANTY/NIMiT/2025

Data opracowania raportu: 28.02.2026 r.

Raport dotyczy działania zrealizowanego w ramach przedsięwzięcia „40-lecie zespołu „Tęcza”: tradycja, nowe technologie, transformacja cyfrowa i ekologiczna”, objętego wsparciem ze środków KPO, Inwestycja A2.5.1, na podstawie Umowy nr 681/KPO. GRANTY/NIMiT/2025 zawartej z Narodowym Instytutem Muzyki i Tańca.

1. Cel raportu

Celem niniejszego raportu jest opisanie wdrożenia narzędzi sztucznej inteligencji w działaniach promocyjnych realizowanych w ramach przedsięwzięcia „40-lecie zespołu „Tęcza”: tradycja, nowe technologie, transformacja cyfrowa i ekologiczna”.

Wdrożenie AI miało na celu wsparcie komunikacji projektu, usprawnienie przygotowywania materiałów promocyjnych oraz pokazanie możliwości wykorzystania nowoczesnych narzędzi cyfrowych w promocji lokalnego dziedzictwa kulturowego.

Działanie było elementem innowacyjnym projektu, ponieważ łączyło tradycyjną kulturę ludową, historię zespołu „Tęcza” oraz dziedzictwo Urzecza z nowoczesnymi metodami tworzenia i dystrybucji treści promocyjnych.

2. Zakres wdrożenia AI

W ramach działań promocyjnych AI została wykorzystana pomocniczo w trzech głównych obszarach:

1. przygotowywanie i opracowywanie materiałów graficznych;
2. tworzenie, redagowanie i porządkowanie tekstów promocyjnych;
3. wsparcie organizacji i automatyzacji kampanii informacyjno-promocyjnej.

Narzędzia AI nie zastępowały decyzji organizatora ani zespołu odpowiedzialnego za promocję. Były wykorzystywane jako wsparcie w procesie twórczym, redakcyjnym i organizacyjnym.

Ostateczna selekcja treści, zatwierdzanie materiałów oraz decyzje dotyczące publikacji pozostawały po stronie osób odpowiedzialnych za realizację projektu.

3. Wykorzystanie AI przy przygotowywaniu grafik

AI została wykorzystana jako narzędzie pomocnicze przy przygotowywaniu materiałów wizualnych i promocyjnych związanych z projektem.

Zakres wykorzystania obejmował między innymi:

- opracowywanie inspiracji wizualnych;
- tworzenie wariantów graficznych;
- dopasowywanie estetyki materiałów do charakteru projektu;
- pracę nad materiałami inspirowanymi kulturą ludową i estetyką Urzecza;
- przygotowywanie materiałów do publikacji w internecie;

- wsparcie przy opracowywaniu oprawy promocyjnej wydarzeń i rezultatów projektu.

Wykorzystanie AI pozwoliło sprawniej przygotować materiały promujące koncert jubileuszowy, działania edukacyjne, publikacje cyfrowe oraz efekty projektu udostępniane online.

Grafiki i materiały wizualne pełniły funkcję promocyjną, informacyjną i dokumentacyjną. Ich celem było zwiększenie rozpoznawalności projektu oraz ułatwienie odbiorcom dostępu do informacji o działaniach realizowanych w ramach przedsięwzięcia.

4. Wykorzystanie AI przy tworzeniu tekstów promocyjnych

AI została wykorzystana także jako wsparcie przy opracowywaniu tekstów promocyjnych i informacyjnych.

Zakres prac obejmował:

1. przygotowywanie roboczych wersji komunikatów;
2. redagowanie opisów wydarzeń;
3. porządkowanie informacji o projekcie;
4. dopasowywanie tekstów do publikacji internetowych;
5. skracanie i upraszczanie treści na potrzeby mediów społecznościowych;
6. tworzenie wariantów tekstów promocyjnych;
7. dostosowywanie języka komunikacji do różnych grup odbiorców.

AI pomagała przyspieszyć etap roboczego przygotowywania treści. Materiały były następnie weryfikowane i redagowane przez osoby odpowiedzialne za projekt, tak aby zachować zgodność z charakterem przedsięwzięcia, informacjami projektowymi oraz zasadami komunikacji KPO.

5. Wsparcie automatyzacji kampanii promocyjnej

Elementem wdrożenia AI było również wsparcie organizacji kampanii promocyjnej.

W praktyce oznaczało to wykorzystanie narzędzi cyfrowych i AI do:

- planowania komunikacji;
- porządkowania tematów publikacji;
- przygotowywania propozycji harmonogramu działań;
- tworzenia wariantów komunikatów;
- dopasowywania treści do różnych kanałów;
- usprawnienia pracy nad materiałami promocyjnymi;

- ograniczenia czasu potrzebnego na przygotowanie powtarzalnych treści.

AI wspierała proces kampanii, ale nie zastępowała pracy organizacyjnej. Publikacje były przygotowywane i zatwierdzane przez osoby odpowiedzialne za realizację projektu.

6. Kanały promocyjne objęte działaniem

Działania promocyjne z wykorzystaniem AI dotyczyły przede wszystkim komunikacji prowadzonej w przestrzeni cyfrowej.

Materiały były przygotowywane z myślą o wykorzystaniu w takich kanałach jak:

- strona internetowa projektu lub Wnioskodawcy;
- media społecznościowe;
- publikacje internetowe;
- materiały promujące koncert jubileuszowy;
- komunikaty dotyczące reportażu filmowego;
- informacje o cyfrowym albumie muzycznym;
- informacje o działaniach edukacyjnych i eksperckich;
- komunikacja dotycząca rezultatów projektu.

Promocja cyfrowa była szczególnie istotna, ponieważ projekt zakładał transformację cyfrową oraz udostępnianie efektów przedsięwzięcia online.

7. Związek AI z tematyką projektu

Projekt „40-lecie zespołu „Tęcza”: tradycja, nowe technologie, transformacja cyfrowa i ekologiczna” zakładał połączenie tradycji z nowoczesnymi narzędziami cyfrowymi.

Wdrożenie AI w działaniach promocyjnych było zgodne z tą ideą, ponieważ pozwoliło przedstawić lokalne dziedzictwo kulturowe w nowoczesnej formie komunikacji.

AI została wykorzystana nie jako cel sam w sobie, ale jako narzędzie wspierające promocję:

- zespołu „Tęcza”;
- jubileuszu 40-lecia;
- kultury ludowej i tradycyjnej;
- dziedzictwa Urzecza;
- koncertu jubileuszowego;
- materiałów cyfrowych powstałych w projekcie;
- działań edukacyjnych i proekologicznych.

Dzięki temu projekt wzmacniał przekaz o możliwości łączenia kultury tradycyjnej z nowymi technologiami.

8. Zasady odpowiedzialnego wykorzystania AI

Podczas wdrożenia AI przyjęto zasadę odpowiedzialnego i pomocniczego wykorzystania narzędzi cyfrowych.

Oznaczało to, że:

1. AI była narzędziem wspierającym, a nie samodzielny autorem komunikacji;
2. treści generowane lub wspierane przez AI były weryfikowane przez człowieka;
3. materiały promocyjne były dostosowywane do realnych założeń projektu;
4. nie publikowano treści przypadkowych lub niezwyfikowanych;
5. ostateczna odpowiedzialność za komunikację pozostawała po stronie organizatora;
6. AI wykorzystywano w sposób zgodny z celem projektu i charakterem instytucji kultury.

Takie podejście pozwoliło połączyć sprawność narzędzi cyfrowych z kontrolą merytoryczną i organizacyjną.

9. Efekty wdrożenia AI

Wdrożenie AI w działaniach promocyjnych przyniosło następujące efekty:

1. usprawniono przygotowywanie materiałów promocyjnych;
 2. przyspieszono tworzenie roboczych wersji tekstów;
 3. przygotowano warianty komunikatów do różnych kanałów;
 4. wsparto opracowywanie materiałów graficznych;
 5. ułatwiono porządkowanie informacji o projekcie;
 6. wzmocniono komunikację internetową;
 7. zwiększono spójność materiałów promocyjnych;
 8. rozwinęto kompetencje cyfrowe osób zaangażowanych w projekt;
 9. pokazano praktyczne zastosowanie AI w instytucji kultury;
 10. potwierdzono realizację działania innowacyjnego przewidzianego we wskaźniku.
-

10. Znaczenie innowacyjne

Działanie miało charakter innowacyjny, ponieważ wprowadzało narzędzia AI do praktyki promocyjnej związanej z kulturą ludową i tradycyjną.

Innowacyjność polegała na:

- wykorzystaniu AI w promocji dziedzictwa kulturowego;
- zastosowaniu narzędzi cyfrowych do tworzenia grafik i tekstów;
- usprawnieniu kampanii informacyjnej;
- połączeniu lokalnej tradycji z nowoczesnymi formami komunikacji;
- rozwijaniu kompetencji cyfrowych organizatora;
- zwiększeniu atrakcyjności materiałów promocyjnych w przestrzeni internetowej.

Wdrożenie AI pokazało, że nowe technologie mogą wspierać nie tylko duże projekty multimedialne, ale także lokalne działania kulturalne, edukacyjne i promocyjne.

11. Podsumowanie

W ramach przedsięwzięcia „40-lecie zespołu „Tęcza”: tradycja, nowe technologie, transformacja cyfrowa i ekologiczna” wdrożono AI w działaniach promocyjnych.

Narzędzia AI zostały wykorzystane pomocniczo do przygotowywania grafik, tekstów promocyjnych oraz wsparcia organizacji kampanii informacyjnej. Działanie pozwoliło usprawnić komunikację projektu, zwiększyć spójność materiałów promocyjnych oraz pokazać praktyczne zastosowanie nowych technologii w promocji kultury tradycyjnej.

Wdrożenie AI w działaniach promocyjnych potwierdza realizację działania innowacyjnego przewidzianego w projekcie.