

Raport z wdrożenia

Zastosowanie AI w promocji i komunikacji projektu

Przedsięwzięcie: „Głosy Lesznowoli”: warsztaty, koncert, nowe dzieła, wdrożenie rozwiązań cyfrowych i ekologicznych

Wnioskodawca / organizator: Gminny Ośrodek Kultury w Lesznowoli

Numer wniosku: 3377/KPO. GRANTY 2025

Umowa: nr 666/KPO. GRANTY/NIMiT/2025

Okres realizacji przedsięwzięcia: 01.08.2025–28.02.2026

Dokument powstał w ramach przedsięwzięcia „**Głosy Lesznowoli**”: **warsztaty, koncert, nowe dzieła, wdrożenie rozwiązań cyfrowych i ekologicznych**, realizowanego przez **Gminny Ośrodek Kultury w Lesznowoli** w ramach Programu **GRANTY. KPO/2025**, objętego wsparciem ze środków KPO, Inwestycja **A2.5.1**, na podstawie Umowy nr **666/KPO. GRANTY/NIMiT/2025** zawartej z **Narodowym Instytutem Muzyki i Tańca**.

1. Cel raportu

Celem niniejszego raportu jest opisanie sposobu wykorzystania narzędzi opartych na sztucznej inteligencji w działaniach promocyjnych i komunikacyjnych realizowanych w ramach przedsięwzięcia „**Głosy Lesznowoli**”: **warsztaty, koncert, nowe dzieła, wdrożenie rozwiązań cyfrowych i ekologicznych**.

Raport stanowi dokumentację potwierdzającą realizację wskaźnika dotyczącego **zastosowania AI w promocji i komunikacji projektu**.

2. Cel wdrożenia AI

Zastosowanie narzędzi AI miało na celu usprawnienie i uatrakcyjnienie komunikacji projektu, zwiększenie widoczności działań realizowanych przez Gminny Ośrodek Kultury w Lesznowoli oraz wsparcie promocji lokalnych zespołów muzycznych uczestniczących w przedsięwzięciu.

AI wykorzystano jako narzędzie wspierające pracę promocyjną, redakcyjną, wizualną i organizacyjną. Celem nie było zastąpienie pracy zespołu, ale usprawnienie procesu przygotowywania materiałów, generowania pomysłów, tworzenia wariantów komunikatów oraz opracowywania spójnych treści do wykorzystania w kanałach internetowych.

3. Zakres zastosowania AI

W ramach projektu narzędzia AI wspierały następujące obszary:

1. przygotowanie koncepcji komunikacji projektu;
 2. opracowywanie roboczych treści promocyjnych;
 3. przygotowywanie wariantów postów do mediów społecznościowych;
 4. tworzenie i rozwijanie pomysłów na materiały graficzne;
 5. opracowywanie krótkich komunikatów promujących działania projektowe;
 6. wsparcie przy tworzeniu opisów zespołów i materiałów na stronę internetową;
 7. wsparcie przy promocji koncertu finałowego „**Muzyczna Lesznowola LIVE**”;
 8. wsparcie komunikacji dotyczącej warsztatów, podcastu, poradnika, utworu i teledysku;
 9. porządkowanie informacji o cyfrowych rezultatach projektu;
 10. tworzenie spójnych opisów działań i materiałów udostępnianych online.
-

4. Obszary komunikacji objęte wdrożeniem

4.1. Promocja projektu jako całości



Rzeczpospolita
Polska

Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU



AI wykorzystano do wsparcia komunikacji dotyczącej głównych założeń projektu, w tym:

- rozwoju lokalnej sceny muzycznej;
- pracy warsztatowej z zespołami GOK;
- połączenia muzyki, nowych technologii i ekologii;
- wykorzystania narzędzi cyfrowych w działaniach twórczych;
- publikacji materiałów online;
- cyfrowego udostępnienia efektów projektu.

Narzędzia AI pomagały w tworzeniu różnych wariantów komunikatów, które następnie były redagowane i dostosowywane do charakteru Gminnego Ośrodka Kultury w Lesznowoli oraz odbiorców projektu.

4.2. Promocja koncertu „Muzyczna Lesznowola LIVE”

Jednym z kluczowych działań promocyjnych była komunikacja dotycząca koncertu finałowego „**Muzyczna Lesznowola LIVE**”.

AI mogło wspierać:

- przygotowanie zapowiedzi koncertu;
- opracowanie krótkich tekstów promocyjnych;
- przygotowanie propozycji haseł i opisów wydarzenia;
- dostosowanie treści do mediów społecznościowych;
- tworzenie wersji komunikatów pod różne kanały;
- opracowanie informacji o transmisji online i późniejszym udostępnieniu nagrania.

4.3. Promocja warsztatów i działań edukacyjnych

W projekcie realizowano warsztaty dla zespołów GOK oraz warsztaty „**24 godziny dla dźwięku, AI i planety**”. AI wykorzystano jako wsparcie przy przygotowywaniu komunikatów promujących te działania.

Zakres obejmował:

- robocze opisy warsztatów;
- propozycje postów informacyjnych;
- krótkie komunikaty zachęcające do udziału;
- uporządkowanie informacji o celach warsztatów;
- dopasowanie języka komunikacji do lokalnych odbiorców;
- podkreślenie połączenia muzyki, technologii, AI i ekologii.

4.4. Promocja utworu i teledysku „Głos Lesznowoli”

AI wspierało również komunikację dotyczącą wspólnego utworu „**Głos Lesznowoli**” oraz towarzyszącego mu teledysku.

W tym zakresie narzędzia cyfrowe i AI mogły być wykorzystywane do:

- przygotowania opisów publikacji utworu;
- opracowania tekstów promujących teledysk;
- tworzenia krótkich komunikatów do mediów społecznościowych;
- przygotowania opisów pod publikację online;
- wskazania najważniejszych elementów procesu twórczego;
- podkreślenia udziału lokalnych zespołów i wykorzystania nowych technologii.

4.5. Identyfikacja wizualna i widoczność zespołów

Projekt zakładał przygotowanie indywidualnej identyfikacji wizualnej zespołów muzycznych GOK oraz zwiększenie ich widoczności w przestrzeni cyfrowej.

AI wspierało działania związane z:

- tworzeniem pomysłów na materiały wizualne;
- opracowywaniem propozycji grafik;
- tworzeniem inspiracji do krótkich materiałów promocyjnych;
- przygotowaniem opisów zespołów;
- porządkowaniem informacji do wizytówek zespołów;
- wzmacnianiem spójności komunikacji wizualnej.

Efektom było wsparcie promocji zespołów działających przy GOK Lesznowola oraz przygotowanie materiałów możliwych do dalszego wykorzystania w komunikacji internetowej.

4.6. Strona internetowa projektu

W ramach projektu uruchomiono stronę internetową poświęconą przedsięwzięciu i powstałym materiałom.

AI mogło wspierać przygotowanie treści na stronę, w tym:

- opisów projektu;
- opisów zespołów;
- zapowiedzi materiałów;
- tekstów dotyczących podcastu;
- opisów poradnika PDF;

- komunikatów o dostępności materiałów online;
- porządkowania struktury informacji.

Strona internetowa pełniła funkcję repozytorium i archiwum projektu, a także narzędzia promocji rezultatów.

5. Procedura wdrożenia AI w komunikacji projektu

Etap 1 — identyfikacja potrzeb komunikacyjnych

Na początku określono, jakie działania wymagają wsparcia promocyjnego i komunikacyjnego. Były to przede wszystkim:

- koncert finałowy;
 - warsztaty dla zespołów;
 - warsztaty dla młodzieży i dorosłych;
 - wspólny utwór;
 - teledysk;
 - podcast;
 - poradnik;
 - strona WWW;
 - identyfikacja wizualna zespołów;
 - cyfrowe rezultaty projektu.
-

Etap 2 — przygotowanie roboczych treści i koncepcji

Narzędzia AI wykorzystywano do przygotowywania roboczych wersji tekstów oraz pomysłów komunikacyjnych.

Powstawały m.in.:

- propozycje postów;
- skrócone opisy działań;
- warianty haseł promocyjnych;
- teksty informacyjne;
- propozycje opisów materiałów online;
- pomysły na komunikację wizualną.

Wszystkie treści miały charakter roboczy i były następnie weryfikowane oraz redagowane przez osoby odpowiedzialne za projekt.

Etap 3 — redakcja i dostosowanie treści

Materiały wygenerowane lub wspierane przez AI były sprawdzane pod względem:

- zgodności z założeniami projektu;
- poprawności językowej;
- zgodności z komunikacją GOK Lesznowola;
- czytelności dla odbiorców;
- zgodności z wymogami informacyjnymi projektu;
- przydatności w konkretnych kanałach komunikacji.

Na tym etapie eliminowano treści zbyt ogólne, nieadekwatne lub wymagające doprecyzowania.

Etap 4 — wykorzystanie w komunikacji internetowej

Po redakcji materiały były wykorzystywane w komunikacji internetowej projektu, w szczególności:

- na stronie internetowej projektu lub organizatora;
 - w mediach społecznościowych;
 - w zapowiedziach wydarzeń;
 - w opisach materiałów cyfrowych;
 - w komunikacji dotyczącej rezultatów projektu;
 - w materiałach informujących o dostępności efektów online.
-

Etap 5 — dokumentacja wdrożenia

Realizację działania dokumentowano poprzez:

- zrzuty ekranu materiałów promocyjnych;
 - zrzuty ekranu postów i publikacji;
 - zrzuty ekranu strony internetowej;
 - przykłady grafik;
 - przykłady opisów i treści promocyjnych;
 - materiały wideo i graficzne;
 - niniejszy raport z wdrożenia.
-

6. Rodzaje materiałów przygotowanych z wykorzystaniem AI

W projekcie AI mogło wspierać przygotowanie następujących typów materiałów:

1. teksty promocyjne;
 2. zapowiedzi wydarzeń;
 3. opisy warsztatów;
 4. opisy publikacji cyfrowych;
 5. propozycje postów do mediów społecznościowych;
 6. pomysły na grafiki;
 7. elementy komunikacji wizualnej;
 8. opisy zespołów;
 9. krótkie komunikaty do publikacji online;
 10. materiały informacyjne o projekcie;
 11. teksty do strony internetowej;
 12. opisy utworu, teledysku, podcastu i poradnika.
-

7. Rola człowieka w procesie

Narzędzia AI były wykorzystywane pomocniczo. Ostateczna decyzja dotycząca publikacji materiałów należała do zespołu projektu.

Zespół odpowiadał za:

- wybór treści do publikacji;
- redakcję materiałów;
- sprawdzenie poprawności informacji;
- dopasowanie języka do odbiorców;
- zachowanie spójności z identyfikacją GOK;
- kontrolę zgodności z celami projektu;
- weryfikację materiałów przed publikacją.

AI pełniło funkcję narzędzia wspierającego, a nie samodzielnego autora komunikacji projektu.

8. Efekty wdrożenia

Zastosowanie AI w promocji i komunikacji projektu przyniosło następujące efekty:

1. usprawnienie przygotowywania roboczych treści promocyjnych;
2. zwiększenie liczby wariantów komunikatów możliwych do wykorzystania;
3. ułatwienie tworzenia opisów działań projektowych;
4. wsparcie promocji koncertu, warsztatów, utworu, teledysku, podcastu i poradnika;
5. zwiększenie spójności komunikacji internetowej;
6. wsparcie widoczności zespołów muzycznych GOK;
7. ułatwienie przygotowania treści na stronę internetową;
8. przyspieszenie procesu redakcji materiałów;

9. rozwój kompetencji cyfrowych zespołu;
 10. wzmocnienie innowacyjnego charakteru projektu.
-

9. Znaczenie wdrożenia dla projektu

Wdrożenie AI w promocji i komunikacji projektu było ważnym elementem przedsięwzięcia, ponieważ projekt zakładał rozwój kompetencji cyfrowych oraz wykorzystanie nowych technologii w sektorze kultury.

Dzięki zastosowaniu AI komunikacja projektu mogła być prowadzona sprawniej, bardziej różnorodnie i w sposób lepiej dopasowany do charakteru poszczególnych działań. Narzędzia AI wspierały zarówno komunikację dotyczącą wydarzeń stacjonarnych, jak i promocję cyfrowych rezultatów projektu.

Wdrożenie miało również znaczenie edukacyjne dla zespołu GOK Lesznowola, ponieważ pozwalało praktycznie sprawdzić możliwości wykorzystania narzędzi AI w codziennej pracy instytucji kultury.

10. Podsumowanie

W ramach przedsięwzięcia „**Głosy Lesznowoli**”: **warsztaty, koncert, nowe dzieła, wdrożenie rozwiązań cyfrowych i ekologicznych** zastosowano narzędzia AI w promocji i komunikacji projektu.

AI wspierało przygotowanie treści promocyjnych, opisów działań, materiałów graficznych, komunikatów do mediów społecznościowych, materiałów na stronę internetową oraz komunikacji dotyczącej rezultatów projektu.

Wdrożenie AI pozwoliło usprawnić działania promocyjne, zwiększyć widoczność projektu i zespołów muzycznych GOK Lesznowola oraz rozwinąć kompetencje cyfrowe organizatora. Działanie potwierdza realizację wskaźnika innowacyjnego dotyczącego **zastosowania AI w promocji i komunikacji projektu**.