

# AI jako prawa ręka człowieka

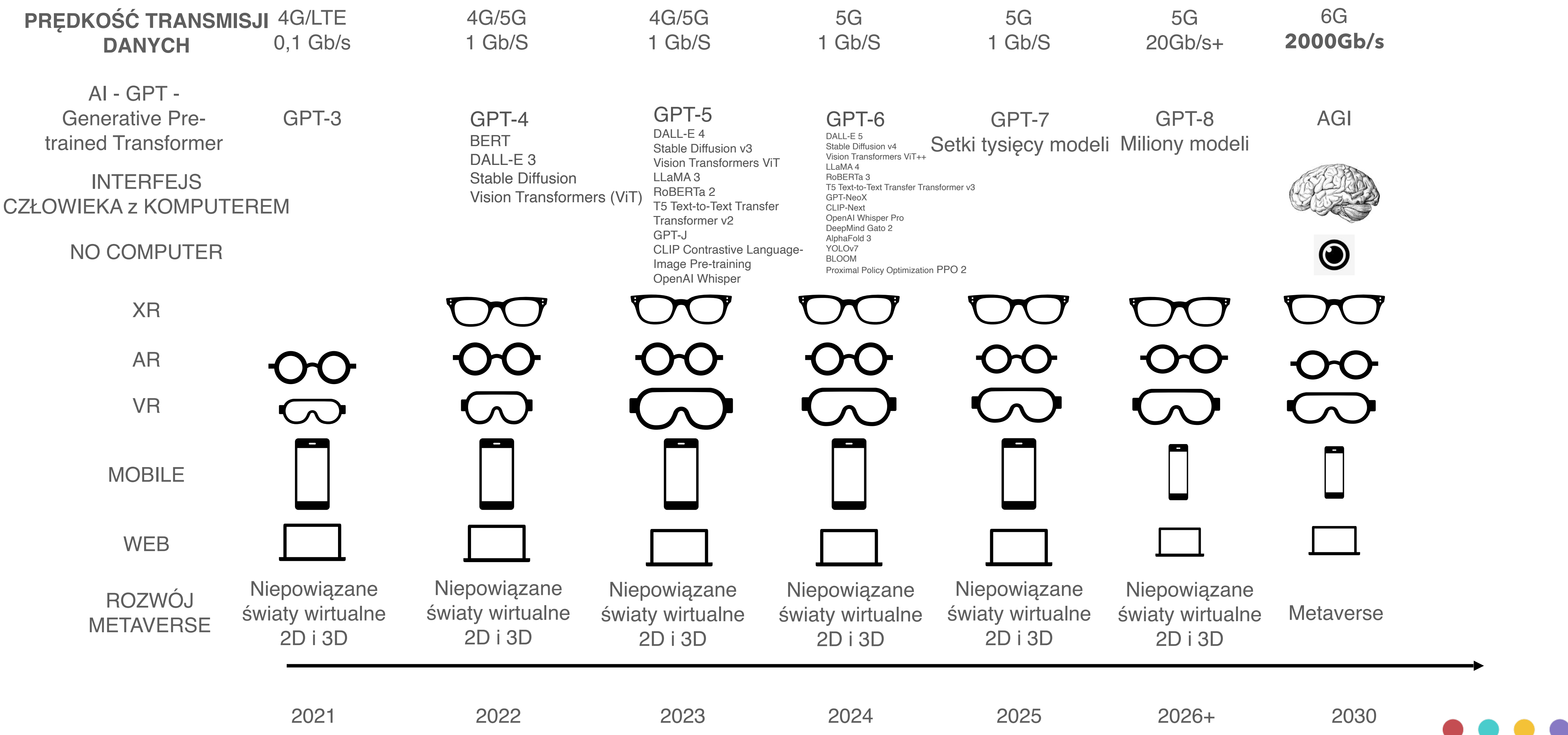
— Marcin Łunkiewicz, 01.03.2026



# Głęboka cyfryzacja



# Oś rozwoju technologii w czasie



**AI to nie magia, to wyłącznie matma.**

Reszta to interpretacja, którą nadaje temu człowiek.



1. Statystyka - Statistics
2. Prawdopodobieństwo - Probability
3. Losowanie - Sampling



# AI, a język naturalny

Język naturalny ponownie staje się interfejsem do świata.



# Text to ...

Text to code,  
Text to write a story,  
Text to write copy,  
Text to make a picture,  
Text to generate a face,  
Text to generate video,  
Text to generate answer,

To ostatnie — "text to answer" — zmienia jak ludzie szukają informacji.

I to jest temat dzisiejszego spotkania.



# TEMPO ZMIANY



**Na przełomie 2023/2024**



MAXON FORTE

AKADEMIA  
MAXON



Max  
trener uwodzenia

# Początek 2025



MAXON FORTE



Dotarliśmy do momentu, w którym **nie jesteśmy** w stanie odróżnić,  
co jest wygenerowane.



AHOJ Z TYM!



MOBILE VIKINGS



# LUDZIE, ODBIORCY



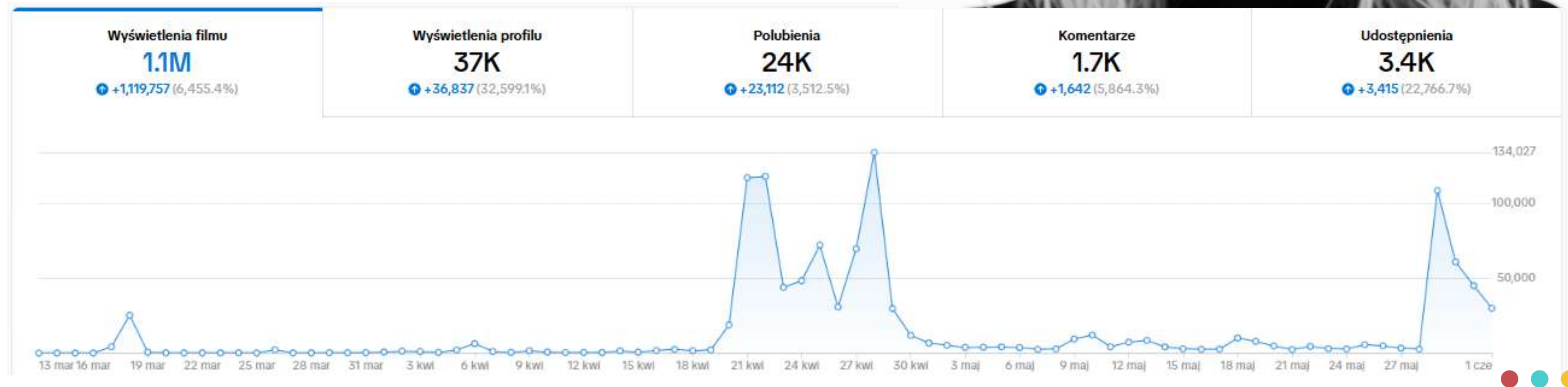
AIVA

# Wirtualna Influencerka, którą oglądają miliony widzów

Aiva Harmony została powołana do życia w ramach mimo lab. Budujemy jej profil niezmiennie od początku 2025 roku. Obecnie Aiva posiada miliony odtworzeń i tysiące komentarzy. Użytkownicy traktują Aivę jako autentyczną osobowość.



[Odwiedź TikTok](#)



A woman with long, wavy blonde hair and blue eyes is looking directly at the camera. She is wearing a black turtleneck top. The background is a plain, light color. Overlaid on the image is the text 'FAKE CZY FAKT?' in a bright pink, outlined font. The text is repeated twice, once above the other, and is centered horizontally.

**FAKE CZY FAKT?**  
**FAKE CZY FAKT?**

Nie używamy AI  
Wchodzimy z nim w relację

AI przestaje być narzędziem  
Staje się partnerem interakcji



**SKALA**

30% Polaków miało kontakt z AI  
10% korzysta z niej codziennie

AI staje się filtrem rzeczywistości

# **Modele AI, a prezentacja świata**

AI nie pokazuje świata  
AI pokazuje jego fragment

Modele wybierają 3–5 odpowiedzi  
reszta przestaje istnieć

# Which brands does AI actually recommend?

A data-driven ranking of brand visibility across leading AI models.  
Updated weekly. Fully transparent methodology.

Drugstore Chains

Competitive Cluster

Low confidence — limited data available, interpret with caution

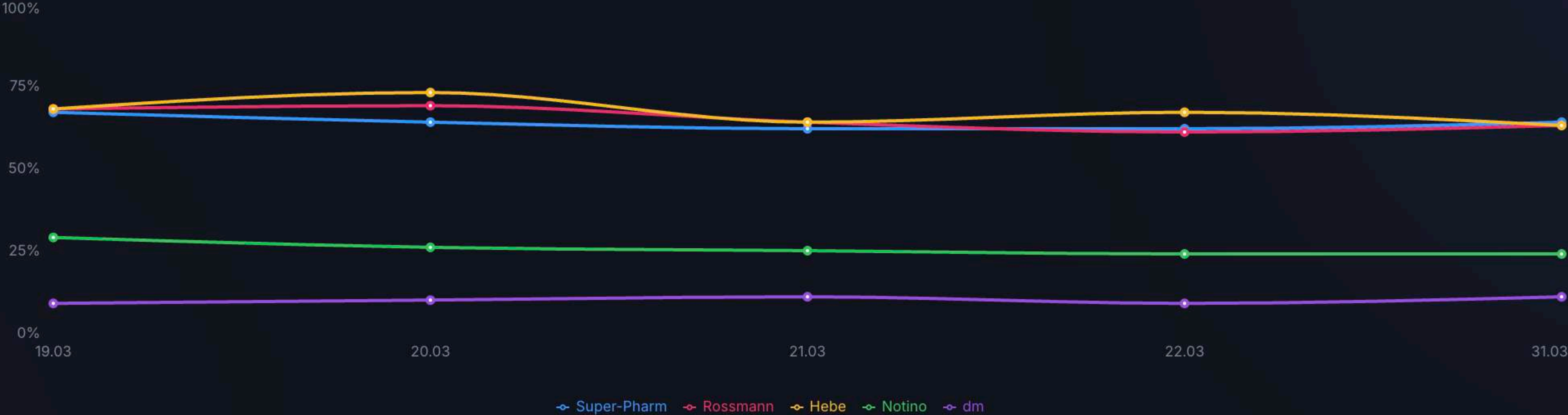
## Live Ranking

Updated 31.03.2026 · 5 studies

1	Super-Pharm	64%	↑2pp
2	Rossmann	63%	↑3pp
3	Hebe	63%	↓5pp
4	Notino	24%	→ 0pp
5	dm	11%	↑2pp

# AF Trend — Top 5

Appearance Frequency across recent studies



AI recommendations in Drugstore Chains are closely contested — Super-Pharm leads at 64%.

## **Atrybuty - co jest „naturalne” dla modeli**

Modele typu GPT-4 czy Gemini:

- budują **wewnętrzne reprezentacje semantyczne**
- kojarzą markę z kontekstem (np. „premium”, „tania”, „innovacyjna”)
- generują odpowiedzi na podstawie tych skojarzeń

**atrybuty istnieją jako rozproszony wektor znaczeń, nie jako struktura danych**

**Nowa warstwa wyszukiwania**

## **Przez dekady odpowiedzią był link.**

Użytkownik pytał — wyszukiwarka zwracała listę źródeł.

Decyzja, co przeczytać, należała do niego.

Dziś coraz częściej odpowiedzią jest zdanie.

ChatGPT, Gemini, Perplexity i inne narzędzia AI syntetyzują wiedzę i podają gotową odpowiedź — bez kroków pośrednich.

## **Skąd AI bierze te odpowiedzi?**

Z tych samych miejsc, z których korzystają ludzie:

Artykuły naukowe i popularnonaukowe i nie tylko.

Witryny instytucji i ekspertów.

Wywiady, wypowiedzi publiczne, materiały wideo.

Bazy wiedzy, Wikipedia, repozytoria.

Różnica jest jedna: człowiek ocenia źródło.

Model syntetyzuje je w jedno zdanie.

**Trzy rzeczy, które warto wiedzieć**

## **Obserwacja 1.**

**AI uczy się z tego, co istnieje w sieci.**

Nie ma osobnej ścieżki do modeli językowych.

Jeśli o jakimś temacie napisano dużo — model to wie.

Jeśli napisano mało lub tylko po polsku — model ma lukę.

**To dotyczy też wiedzy, którą przekazujesz uczniom, czy studentom.**

## **Obserwacja 2.**

**Model nie myśli. Oblicza najbardziej prawdopodobną odpowiedź.**

Jedna odpowiedź to nie jedna prawda.

To wynik na konkretne pytanie, w konkretnym kontekście.

Zmień pytanie — dostaniesz inną odpowiedź.

**Dlatego umiejętność pytania jest dziś ważniejsza niż znajomość odpowiedzi.**

## **Obserwacja 3.**

### **Błędy AI nie są złośliwe. Są statystyczne.**

Model „halucynuje” — podaje fałszywe informacje z pewnością siebie.

To nie wina złej woli. To skutek mechaniki probabilistycznej.

Uczeń, który tego nie rozumie, nie ma narzędzi do weryfikacji.

**Nauczyciel, który to rozumie, ma przewagę.**

# AI pokazuje fragment świata.

Nasz fragment zależy od tego, jak pytamy.

I kto nas tego nauczył pytać.

Dziękuję za uwagę.



Marcin Łunkiewicz

CEO, Strategy Lead

mimo.ooo

marcin.lunkiewicz@mimo.ooo

m. 502 228 171