

Kontakt dla mediów:

email: media@parp.gov.pl

Informacja prasowa

Warszawa, 27.08.2026 r.

Polska firma wdraża rozwiązanie AI, które z 84 proc. skutecznością ocenia szczerść

Sztuczna inteligencja coraz mocniej wpływa na relację między kandydatem a pracodawcą. Według badania Equifax 73 proc. specjalistów HR zetknęło się z fałszywymi lub wprowadzającymi w błąd informacjami przekazywanymi przez kandydatów, a ponad jedna trzecia przyznaje, że treści tworzone przy użyciu AI utrudniają im podejmowanie decyzji rekrutacyjnych. Technologia może jednak działać również w przeciwnym kierunku – pomagając lepiej ocenić informacje, na których opierają się działy HR. Z takiego założenia wyszła firma BizYou, która rozwija Trulera – wykorzystującą modele AI platformę analizującą nie tylko treść odpowiedzi, ale także sposób, w jaki są udzielane. Projekt uzyskał ponad 2,5 mln zł dofinansowania z programu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) „Ścieżka SMART”, finansowanego z Funduszy Europejskich dla Nowoczesnej Gospodarki (FENG).

Firmy wiedzą o pracownikach coraz więcej, ale nie zawsze oznacza to, że gromadzone przez organizacje informacje są prawdziwe lub szczerze. Problem z autentycznością jest widoczny już na etapie rekrutacji. Według ankiety Equifax 73 proc. specjalistów HR zetknęło się z fałszywymi lub wprowadzającymi w błąd danymi przekazywanymi przez kandydatów, a 36 proc. przyznaje, że treści tworzone przy użyciu AI zmniejszają ich pewność przy podejmowaniu decyzji rekrutacyjnych¹. Na powszechność wykorzystywania sztucznej inteligencji do generowania CV wskazuje również badanie Novorésumé, które wykazało, że 42,6 proc. respondentów korzystało z AI podczas ostatniej aktualizacji CV. Co więcej, 37,3 proc. przyznało, że w ich życiorysie znalazła się przynajmniej jedna nieprawdziwa informacja².

– Od momentu upowszechnienia sztucznej inteligencji zaczęła mnie martwić podwójność komunikacji, którą zauważam wśród klientów. Mamy deklaracje, które później nie pokrywają się z rzeczywistością. To samo dotyczy tego, co ludzie mówią w różnego rodzaju badaniach i wywiadach, kiedy rozpoczynamy projekt. Z mojego doświadczenia wynika, że wielu HR-owców ma podobne odczucia: dostają uładzone, a przy tym nieszczerze informacje. W efekcie organizacje pozyskują coraz więcej danych, podejmują na ich podstawie działania i

¹ <https://investor.equifax.com/news-events/press-releases/detail/1415/equifax-survey-three-in-four-hr-professionals-report>

² <https://novoresume.com/career-blog/resume-report-2026>

decyzje, a te bywają kulą w płot, bo prawdziwe potrzeby nie zostały wyrażone – mówi Katarzyna Lorenc, CEO Bizyou.

Po zatrudnieniu mechanizm nie znika – zmienia tylko formę. W Polsce 71 proc. pracowników nie czuje pełnego bezpieczeństwa psychologicznego w miejscu pracy, co może sprzyjać przemilczaniu problemów, łagodzeniu opinii czy udzielaniu odpowiedzi zgodnych z oczekiwaniami otoczenia³.

– Znowu wracamy więc do podwójnej komunikacji. W ankietach satysfakcji czy zaangażowania pojawiają się sygnały w rodzaju: „potrzebujemy trochę więcej feedbacku”, ale są to drobiazgi, które nie oddają skali problemów widocznych na rynku. Szukałam rozwiązania, które pozwoliłoby dotrzeć bliżej rzeczywistości i zrozumieć, co kryje się pod deklaracjami. Okazało się, że przy odpowiednio zaprojektowanych badaniach możemy w głosie odróżniać komunikaty bardziej szczerze od mniej szczerych i później adaptować tę wiedzę do rzeczywistości organizacyjnej, żeby znajdować miejsca, gdzie bezpieczeństwo psychologiczne jest naruszone – dodaje Katarzyna Lorenc.

Prawda w uszy kole

Na stojące przed branżą HR wyzwania odpowiada Truler – oparta na sztucznej inteligencji platforma mająca za zadanie uzupełniać klasyczne badania HR poprzez ocenę szczerości odpowiedzi. Zamiast ograniczać uczestnika do wyboru odpowiedzi na skali lub wpisania komentarza, pozwala mu również odpowiadać głosowo na pytania otwarte. Następnie kilka współpracujących ze sobą modeli AI analizuje zarówno treść wypowiedzi, jak i sposób, w jaki została udzielona.

Według BizYou system bierze pod uwagę ponad 500 wskaźników, z czego ponad 400 związanych z głosem, a ponad 100 z tekstem. Analizowane są m.in. zmiany wysokości głosu, jego drżenie czy cechy widma akustycznego. Równocześnie modele szukają określonych wzorców językowych. Na tej podstawie przy poszczególnych odpowiedziach powstaje wskaźnik zaufania oraz informacja o tym, na ile różne modele AI są zgodne w swojej ocenie. Deklarowana przez firmę trafność wskazań wynosi obecnie 84 proc.

– W trakcie prac naukowych obserwowaliśmy, jak zachowuje się mózg podczas mówienia prawdy i podczas kłamania – są to odmienne wzorce aktywności. To, co obserwowaliśmy w dźwięku, znajdowało odpowiedniki w aktywności mózgu, co było dla nas bardzo ważne, bo pozwalało sprawdzić, czy nie mamy do czynienia z przypadkowymi zależnościami – tłumaczy Katarzyna Lorenc.

Truler nie służy jednak do określania, czy pracownik „kłamie” albo „mówi prawdę”. Zmiana sposobu mówienia może wynikać również ze stresu, zmęczenia czy większego obciążenia poznawczego. Dlatego wynik badania ma być dla specjalisty HR przede wszystkim sygnałem:

³ <https://www.pap.pl/aktualnosci/badanie-71-proc-pracownikow-nie-czuje-bezpieczenstwa-psychologicznego-w-pracy>

pokazywać, na których odpowiedziach można pewniej oprzeć dalsze działania, a gdzie warto pogłębić temat.

– Jednym z moich motywatorów do opracowania Trulera było działanie przeciw mobbingowi. Zdarzają się sytuacje, w których ktoś tak sterroryzował otoczenie, że podczas badań ludzie przestają korzystać ze skali i odpowiadają schematycznie, jakby byli przestraszeni. Jeśli mam tylko wysokie oceny, trudno powiedzieć klientowi, że coś jest nie tak. Jeżeli natomiast w głosie pojawia się silne wahanie czy napięcie, dostajemy sygnał: „zwróć uwagę, te dane mogą nie odzwierciedlać całej rzeczywistości”. W toksycznych sytuacjach organizacja i bez danych jest na straconej pozycji – mówi Katarzyna Lorenc.

Możliwości rozwiązania znacznie wykraczają jednak poza rynek HR. Firma dostrzega opcje wykorzystania Trulera także w badaniach naukowych, społecznych czy marketingowych.

– W badaniach deklaratywnych, zwłaszcza dotyczących tematów społecznych czy tabu, widzimy czasem margines błędu rzędu 30, 40, a nawet 60 proc. W ten sposób możemy przeoczyć część rzeczywistości – np. grupę, która się boi albo maskuje część siebie, bo nie czuje się bezpiecznie w sytuacji, w której została postawiona. Badanie szczerości mogłoby zmniejszyć ów margines – podkreśla Katarzyna Lorenc.

Fundusze Europejskie wspierają innowację

Potencjał budowanego przez Bizyou rozwiązania został wyróżniony poprzez dotację przyznaną w ramach Ścieżki SMART – działania Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), finansowanego z Funduszy Europejskich dla Nowoczesnej Gospodarki (FENG). Wysokość dofinansowania wyniosła ponad 2,5 mln zł.

– Projekt pozwolił nam wnieść wkład zarówno do badań podstawowych, ważnych dla naukowców, jak i do praktyki pomiaru. Udało się więc osiągnąć coś w rodzaju win-win między nauką a biznesem. Bez finansowania skala, rzetelność i jakość badań byłyby inne – biznesowo pewnie skończylibyśmy na proof of concept. Doceniłam także sam proces przygotowania wniosku. Po jego złożeniu miałam poczucie, że jako osoba zaangażowana w przygotowanie projektu jestem też lepiej przygotowana do zarządzania nim – mówi Katarzyna Lorenc.



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

