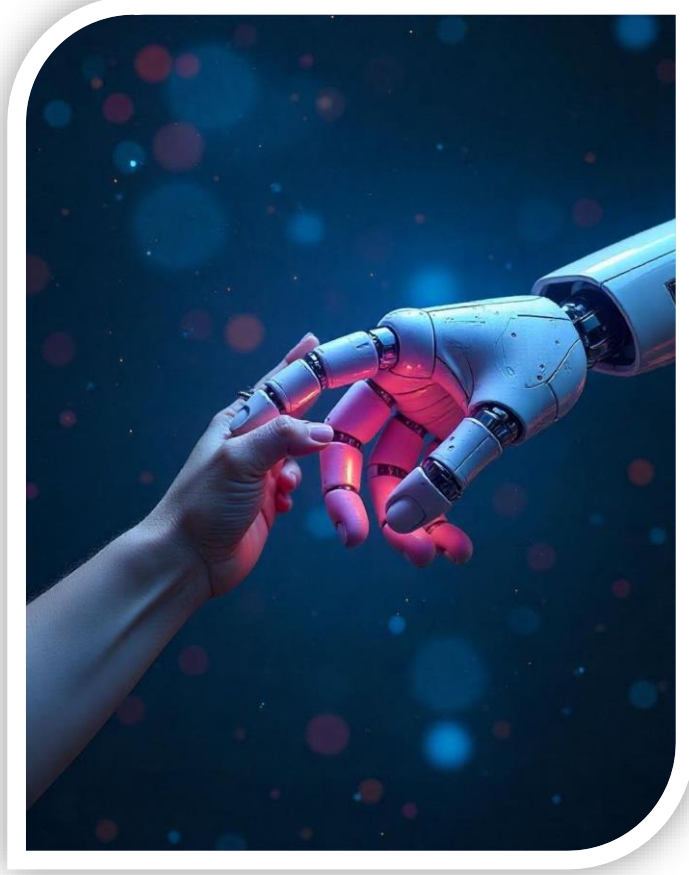


Human v2: Yapay Zekâ ve İnsanlığa Olan Etkisi



Human v2, bizlere yapay zekanın zaman içerisinde insanlığa olan etkisini anlatmakta. 2020 yılından 2025 yılına kadar uzanan, insanlığa olan etkisini, insanların bu durum karşısında gösterdiği davranışları incelemek üzere yazımıza başlamış bulunmaktayız. İnsanlar bu durum ile ilk defa karşılaşmıyor aslında. Bundan yaklaşık 10 - 15 yıl önce sosyal medya büyümeye başladığı zamanlar insanların gösterdiği davranış ve tepkiyi yalnızca günümüze uyarlanmış hali gibi düşünebilirsiniz.

O zamanlarda da düşünce yapımızı, davranışlarımızı, duygu durumumuzu, psikolojik dayanaklarımızı vs değiştirdi bu sosyal medyanın yükselmesi. Ve bu etki halen günümüzde bulunmakta, sadece o günlere nazaran biraz daha fark edilmiş ve farkındalık enjekte edilmiş. Şöyle düşünün; bu yazının daha burasına gelirken kaç defa telefona bakmak istediniz?

Kaç defa sosyal medyanızı kontrol ettiniz? Veya ilerleyen zamanlarda bakmamakta direndiniz, yazının sonuna kadar bakmamak için çırpınıyorsunuz; peki bu istek sonlara doğru daha da artacak mı sizce? Orası size kalmış. Tabii ki veya asla gibi tam olarak kesinliği olan

cevaplar vermek zordur. Bir gönderiniz az like ve yorum aldığında, attığınız story'ye az sayıda kalp (like) geldiğinde, az kişi izlediğinizde 10 dk önceki ruh haliniz bir anda değişir.

İşte yapay zekâ da bizlere tam olarak aynısını yapar. Bizleri mutlu eder, endişe yaşatır, anksiyeteye sebep olur, sinirlendirir vs. bu durum henüz bizlere çok çarpıcı gelmez. Fakat bu durumu bizlere enjekte etmek için senaristler bir hayli çalışır veya güncel medyayı takip edip, önceki olaylardan esinlenip sadece işlerini yapıyorlardır. Anlattığım iki durumu da anlatan, bizlere en azından anlayan, anlam çıkartan, ders alan kişilere bunu enjekte eden yapım: Black Mirror.

Her şey gözümüzün önünde aslında, sadece bakmayı pek bilmiyor, beceremiyoruz veya bakmak istemiyoruz. Bu durumun içinde olmak pek de dert değildir, çünkü gerçek bir insandan bazen alamadığımız sonuçları, davranışları, duyguları yapay zekadan alırız. Bir LLM ile konuştuğumuzda bizi yargılamayacağını, bize nazik davranacağını, mesajımıza görüldü atmayacağını, anında cevap alacağımızı, kızmayacağını vs biliriz.

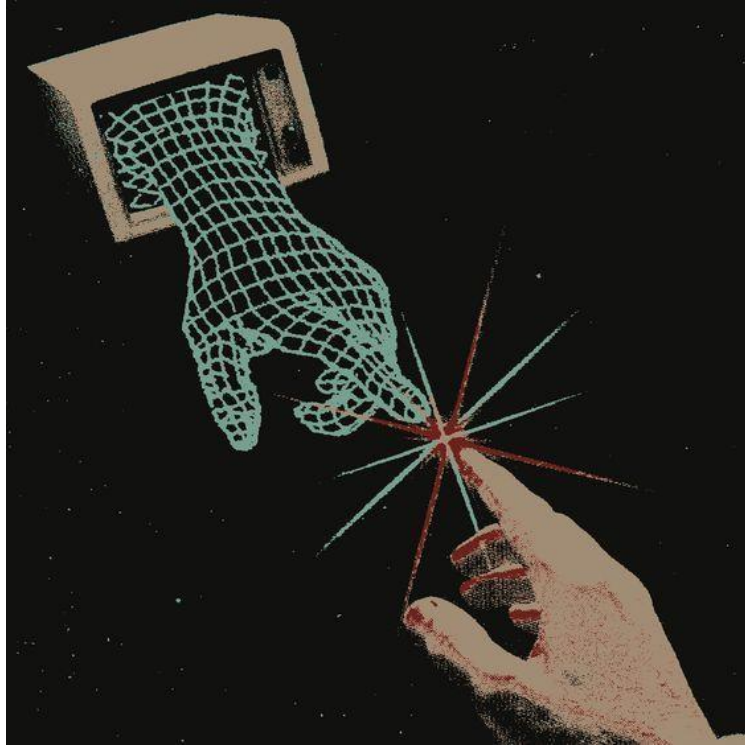
Bu durumda bizlerin hoşuna gider, bu durumun içinden çıkmak istemeyiz. Çünkü dışarıdan gelmeyen, alamadığımız dopamini alırız, karşı taraftan beklediğimiz davranışı bizlere sergiler, bir süreden sonra ona bir bireymiş gibi davranırız. Lakap takar, ona bir birey, bir insanmış gözü ile bakarız. Peki bu durum önceden de yok muydu?

Elbette vardı, sosyal medya hesabımıza, takipçi sayımıza, toplam izlenme ve beğeni sayımız bizleri mutlu etmez miydi? Yakınlarımızdan görmediğimiz davranışları, iltifatları hiç tanımadığımız insanlar edince mutlu olmaz mıydık? Olurduk. Sadece bu durum otonom bir hale geldi. Ve biz insanlığı da bu hale getiren şey yine biz insanlar. Çağın değişmesi ile birlikte gelen süreçler bizlerin delirmesine yol açtı.

10 - 15 yıl önce sosyal medya iken, bugün yapay zekâ, bundan bir 10 - 15 yıl sonra da nelerin olacağını bilemeyiz ama genel olarak mantığın değişmeyeceğini düşünüyorum. Çünkü bizlerin temeli böyle atıldı.

İlk önce insan ve makine ilişkisini ele almak istiyorum, zaten hali hazırda üstte bu konunun temelini atmıştık. Şimdi ise onu biraz daha anlayacağımız ve anlamlandıracağımız kısma gelmiş bulunmaktayız. Çünkü insanlar kendilerine yakın hissettikleri her şeyi kendileri ile özleştirirler. Örnek: daha geçenlerde karşımıza çıkan, sosyal medyayı kasıp kavuran: Nihilist Penguen.

Matrix serisinin hayranları, gerçekten nihilist olanlar, depresyonda olup depresyon sebebi ile oluşan anlamsızlık duygusunu ve kendini o penguene benzetenler, toplumun büyük bir çoğunluğunun yaptığı ve kendisine yaptırılması için dayatıldığı tüm bu şeyleri reddedip, kendi yolundan ilerleyen insanlarda bunu kendilerine benzetti. Çünkü duygusal olarak o penguen ile kendilerini özleştirdiler. Veya aynı şekilde bir düşünceyi kendileri ile özleştirmek gibi, Nietzsche'nin Üst İnsan kavramı ile kendilerini özleştirmeleri gibi.



Bu durumda neredeyse aynı, insanlar sohbet etmek için, fikir almak için, morali bozukken bir kişiyle konuşmak için yakınlarına ulaşmaya çalışırlar, fakat o an müsait olmayabilirler, konuşmak istemiyor olabilirler, morali bozuk olabilir, artık araları bozuktur ve artık konuşmuyorlardır vs vs. fakat yapay zekâ bizlere bunu yapmıyor, bir soru sorduğumuzda, konuşmak istediğimizde bizleri 3 - 4 saat bekletmiyor. Sorduğumuz sorulara "ne saçma salak sorular?", "bunun için mi zamanımı boşa harcadın?", "bu soruyu da çöz bir zahmet", "yazma bir daha..." tarzında şeyler söylemiyor.

İşte bizler bunu çok iyi bildiğimiz için hiçbir şekilde çekinmeden istediğimizi soruyor ve konuşuyoruz. Ve bir süreden sonra en ufak şeyi insanlara sormak yerine yapay zekaya sorar hale geliyoruz. Onun bizi yargılamayacağını, bizi aşağılamayacağını, dalga geçmeyeceğini, egolu olmayacağını, kendini beğenmiş bir tavır takınmayacağını biliyoruz...

Hatta şimdi konuşmadığımız bir kişinin geçmiş mesajlarını ona analiz ettirip tıpkı onun gibi konuşuyoruz. Hem gerçek hayat hem de bir dizide görmüştüm. İnsanlar ona zorluk çıkartanı değil, onun moralini bozanı değil, onun hevesini kaçıranı değil tam aksine destekleyici şeyler söyleyenlere karşı bir ilgi, sevgi, hayranlık beslerler. Peki hep iyi yanlarından bahsettik bunun hiç mi kötü yanı yok?

Elbette var, bu durum bizi kolay çözüm arayışına iter, hızlı cevap arayışına iter. Bir sorunun cevabını en az 2 dk kadar bir sürede alamadığımız vakit araştırma yeteneklerimizin körelmesi sebebi ile elimiz ayağımıza dolaşüyor, ne yapacağımızı bilemiyoruz, panikliyoruz, beynimiz sürekli olarak sinyaller gönderiyor, agresifleşiyoruz, yapay zekaya hakaret etmeye kadar uzanıyor tüm bu serüven.

Düşünme tembelliğine itiyor bizleri, artık pratik zekamızı, stratejik zekamızı, mantık kurma yeteneğimiz körelmiş durumda. Araştırma yapma yeteneğimiz körelmiş durumda. En ufak şeyi yapay zekaya yaptırıyoruz... Peki ya dopamin, üstte de sosyal medyanın üzerimizdeki dopamin etkisinden bahsetmiştik. Bu dopamin aynı şekilde yapay zekâ tarafı içinde geçerli.

Hızlı bir şekilde cevap vermesi, bizlere nazik davranması, bir arkadaşmış gibi bizlerle konuşması, problemimizi çözmesi tüm bunlar dopamin tetiklenmesine yol açıyor, hep daha fazlasını istiyoruz, sürekli istiyoruz, ilk defa tattığımız o yapay zekâ dopaminini tekrar tekrar istiyoruz, ilk defa hissettiklerimizi, o anlık ve keyif veren dopamini tekrar tekrar arıyor ve istiyoruz.

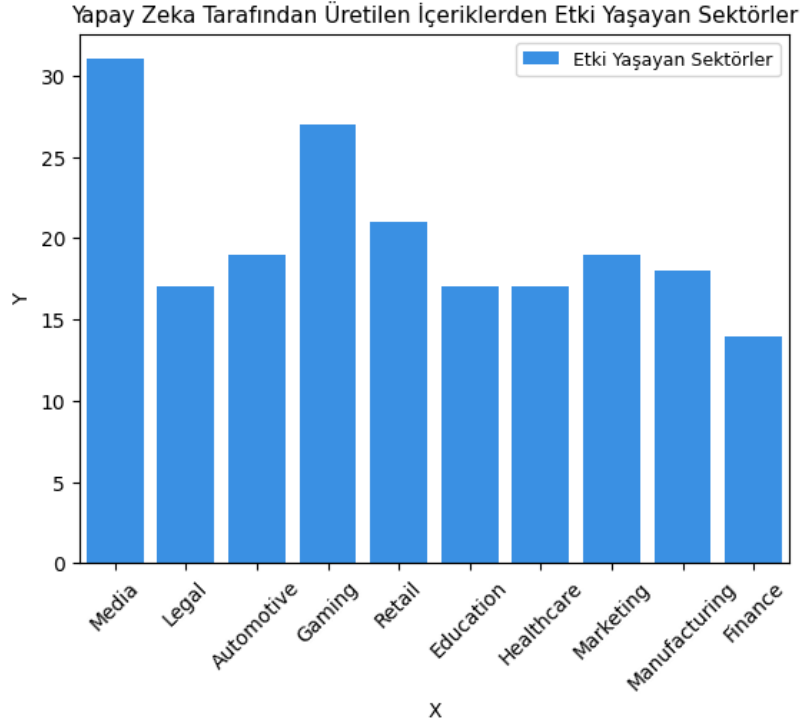
Peki bunun bir yoksunluğu yok mu? Elbette var, yoksunluk çekiyoruz. Tekrardan o eski hissettiklerimizi hissetmek istiyoruz. Yapay zekayı kullanırken keyif almak, mutlu olmak istiyoruz. En sık kullandığımız yapay zekâ bir süreliğine kapalı kaldığında bizi saran o panik yine sarıyor, yine agresifleşiyoruz anlık ulaştığımız o dopamine yine anlık olarak ulaşmak istiyoruz.

Peki bunun için ne yapıyoruz? Yeni yapay zekâ modelleri araştırıyoruz ve çalışan bir tanesini geçici bir süreliğine de olsa kullanıyoruz. Aklımızda belirlediğimiz kriterlere özgü bir model bulana kadar veya modeli o denli cevaplar verebilecek duruma gelene kadar deniyor ve araştırıyoruz. Önceden aldığımız, bağımlısı olduğumuz o dopamine yeniden ulaşmak için farklı farklı modeller deniyoruz.

Çünkü o aldığımız ilk zevk, ilk haz, ilk tutkuyu yeni bir model kullanırsam eğer yeniden bulabilirim, o hissi yeniden yaşayabilirim diye bir arayışa çıkıyoruz. Kısacası bize geri dönüşü hiç içinde olmak istemeyeceğimiz bir şekilde oluyor. Ve bunu çaktırmamaya çalışıyoruz.

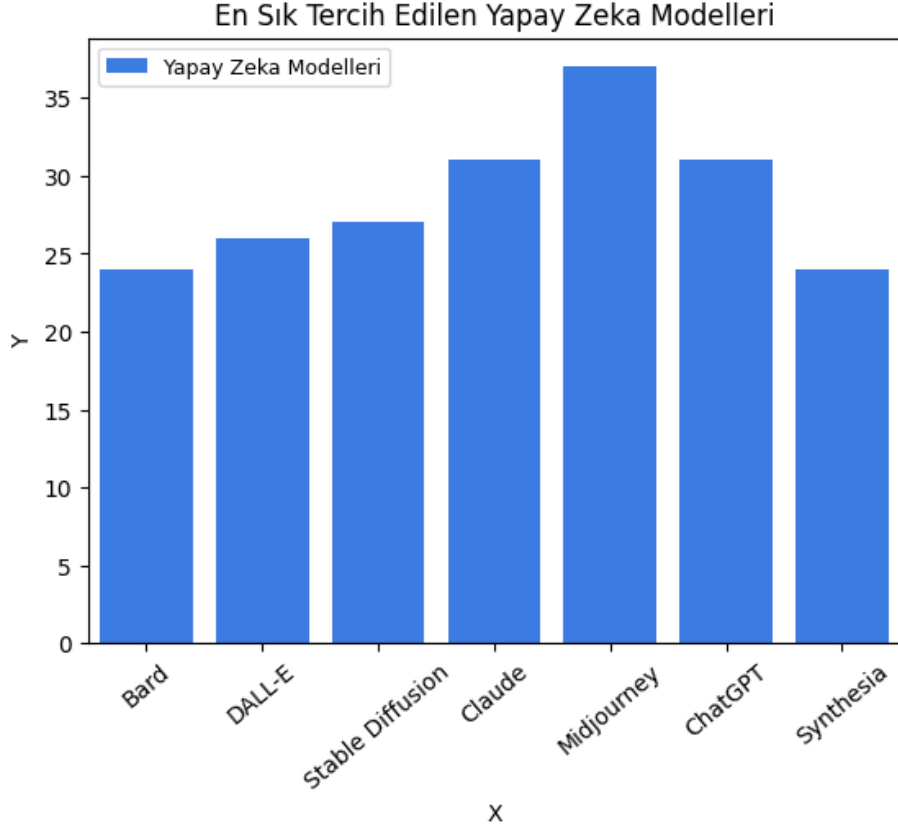
Çünkü insanlar kendilerini bağımlı olarak görmek istemezler, karşı tarafın ona bir bağımlı gözü ile bakmasını istemezler...

Şimdi ise bu etkiyi grafikler aracılığı ile, elimize ki ankete, 2020 - 2025 arasına değişen verilere göre inceleyelim. Öncelikle elimize ki anketi, katılımcıları, insanları, verileri anlamamız, tanımamız, anlamlandırmamız gerekiyor. Anketimiz yapay zekanın ürettiği, yapay zekâ ile üretilen içeriklerin insanlar üzerindeki etkisini anlatıyor. Bizlere de bunları anlamak ve anlamlandırmak düşüyor. İlk grafiğimizde ise yapay zekâ içeriklerinden etkilenen sektörler yer almaktadır.



Görüldüğü üzere 10 adet sektörümüz bulunmakta. Ve bu gruplar arasında en fazla ankete katılan medya ve oyun sektöründe çalışan insanlar oluyor. Gruplarımız bu yönde ilerleyen zamanlarda bu sektörler ve 2020 - 2025 zaman dilimleri bizler için çok daha önemli bir hale gelecek. Bunun endişe kısmı da bir hayli önemli insanlar için.

Şimdi ise inceleyeceğimiz grafik, bu 5 yıl içerisinde en sık tercih edilen yapay zekâ modelleri olacaktır. İnsanların yapay zekayı kullanma zevkleri bir hayli değişken, çünkü genel olarak insanlığın ilgilendikleri alan, hobileri, zevkleri, tutkuları vs aynı değildir, değişkendir. Kimisi görsel oluşturmayı sever, kimisi onunla sohbet etmeyi sever vs vs bu da zaman içerisinde değişen yapay zekâ kullanım oranlarını ortaya çıkarır.



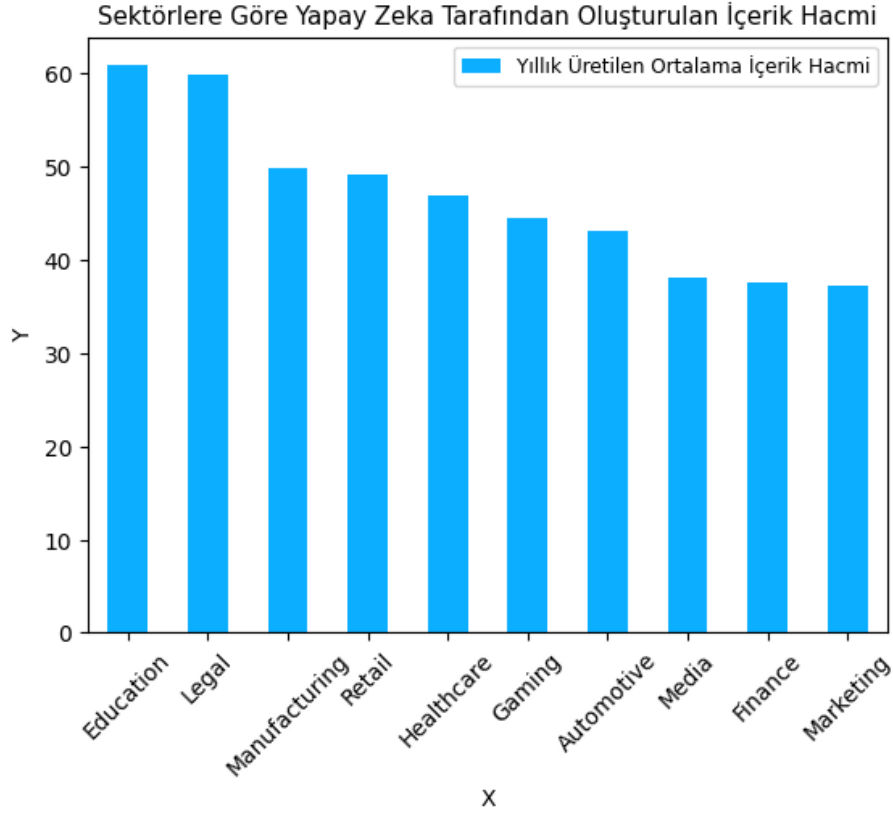
Görüldüğü üzere 7 adet yapay zekâ modelimiz bulunmakta. Ve bunların arasında zaman içerisinde de en sık kullanılan modelimiz Midjourney oluyor, ardından ise beraberliği birlikte paylaşılan Claude ve ChatGPT modelleri yer alıyor. Elimizdeki veriler, anketi yanıtlayan, dolduran insanları da bir nebze de olsa anlamak mümkün bu çıktı ile.

Görüldüğü üzere görsel üreten yapay zekalar da bulunuyor veya aynı şirketin görsel üretme modeli vs de bulunmakta. Peki tüketiciler neden çoğunlukla görsel üreten modelleri sevip tercih ediyor? Ressam ve Sanat sever tayfa ile bunu açıklamak mümkündür aslında. Resim çizemeyen insanlar güzel resimler çizebilen insanların çıkarttığı eserleri her zaman incelemiştir.

Onlara özenmiştir, işte yapay zekâ tam da bunu isteyen insanların isteklerini bastırmak için kullanılmıştır. İnsanlar yapay zekâ ile oluşturulan yaratıcı resimlere bakmayı her zaman sevmiştir, her zaman özenmiştir, hissettikleri sanatsal dürtüleri bastıramayıp yapay zekâ kullanmışlardır, bir boşluğu doldurdu diyebiliriz. Sanatı seven, sanat çatısı altında bir şeyler üretmek isteyen ama yeterli tecrübesi olmayan, yeteneği olduğunu düşünmeyen insanların hissettiği boşluğu doldurdu.

Şimdi ise ele alacağımız konu, yapay zekanın ürettiği içerikler ve bu içeriğin hacmi (TB cinsinden) ve en çok içerik oluşturan sektörleri inceleyeceğiz. Çünkü yapay zekalar bir bakıma

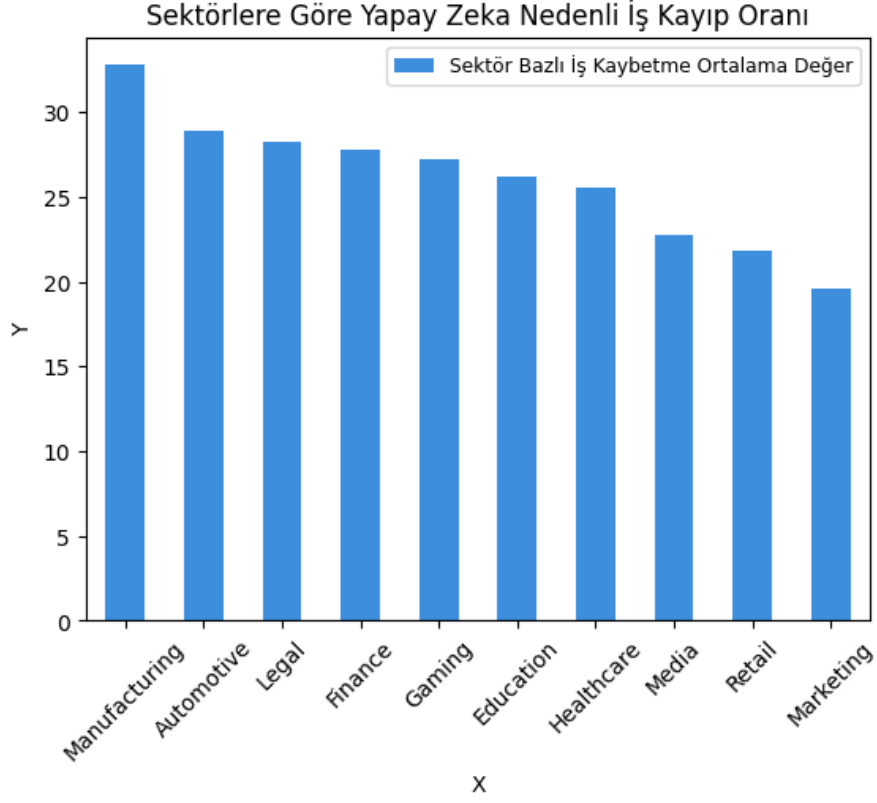
artık insanların "aa neymiş ya" bu demekten çıkıp işlerin birer parçası olduğu kıvama geldi.
Sektörler, insanlar, tüketiciler bundan nasibini almış durumda.



Evet, görüldüğü üzere en fazla ortalama 60.8 TB ile Eğitim sektörü oluyor. Bunu yalnızca öğrencilerin ürettiği içerik olarak düşünmeyin, evet onların payı çok çok daha fazladır. Fakat çağı takip etmiş, modern dediğimiz öğretmenlerimizde yapay zekayı ders anlatışında, ödev ve soru olarak kullanıyor olabilir. ve daha niceleri... En az ise 37.1 TB ile Marketing sektörü yani pazarlama sektörü oluyor.

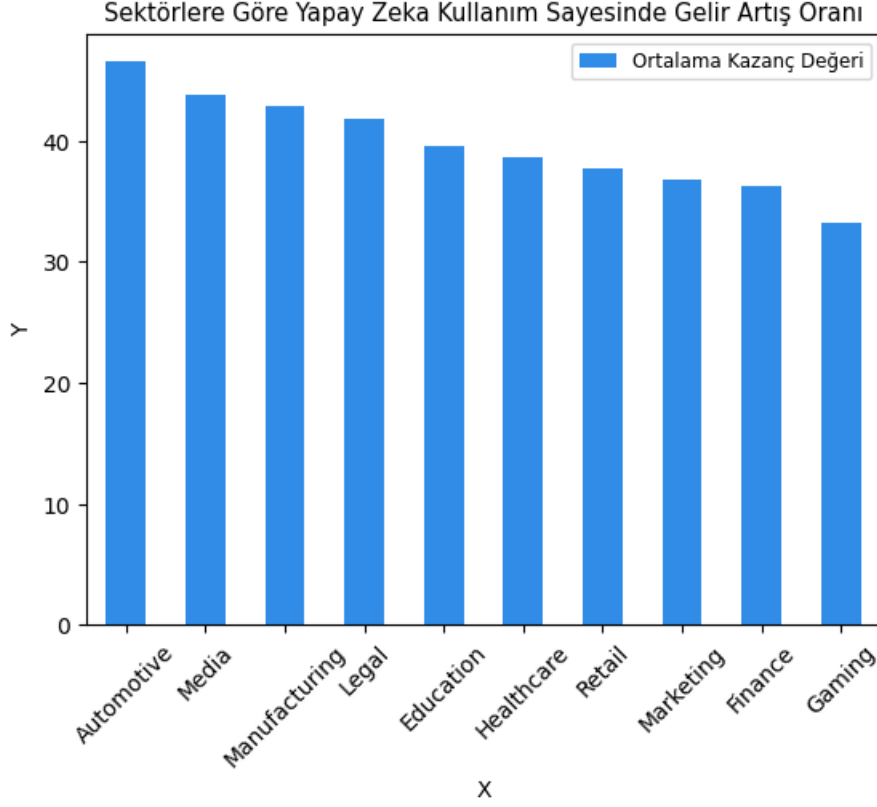
Şimdi ise bakacağımız konu iş kaybı konusu, yapay zekanın hayatımıza girmesi ile birlikte bazı insanların işlerinden olduğu bir gerçek. Fakat bu yalnızca yapay zekaya özgü bir şey değil.

Örneğin sosyal medyanın artışı ile birlikte artık neredeyse tüm tanıtım sosyal medyaya kaymış durumda. O dönemlerde de sosyal medya ve dijital çağın yükselmesi ile beraber tanıtım ile uğraşan insanların bir kısmı işlerinden olmuş olma ihtimali var. Ve bizlerde bunu sektörler olarak ele alacağız. Sektör bazlı inceleyeceğiz.



Görüldüğü üzere sonuçlar karşımızda, en fazla Manufacturing oluyor ortalama 32.7 oran ile. İş kayıp oranları üretim sektöründe her zaman bir risk olarak kalmaya ve büyümeye devam edecek. Çünkü üretim sektörü artık otonom bir hale geldi, sosyal medya için bir tanıtım afiş tasarlanacak bunun tasarımını yapay zekaya yaptırılıyor. Bir müşteri web sitesi üretmenizi istedi kodlar yapay zekaya yazdırılıyor. Hatta sitenin tasarımı da yapay zekâ tarafından üretiliyor. En az ise ortalama 19.5 oranla pazarlama sektörü oluyor.

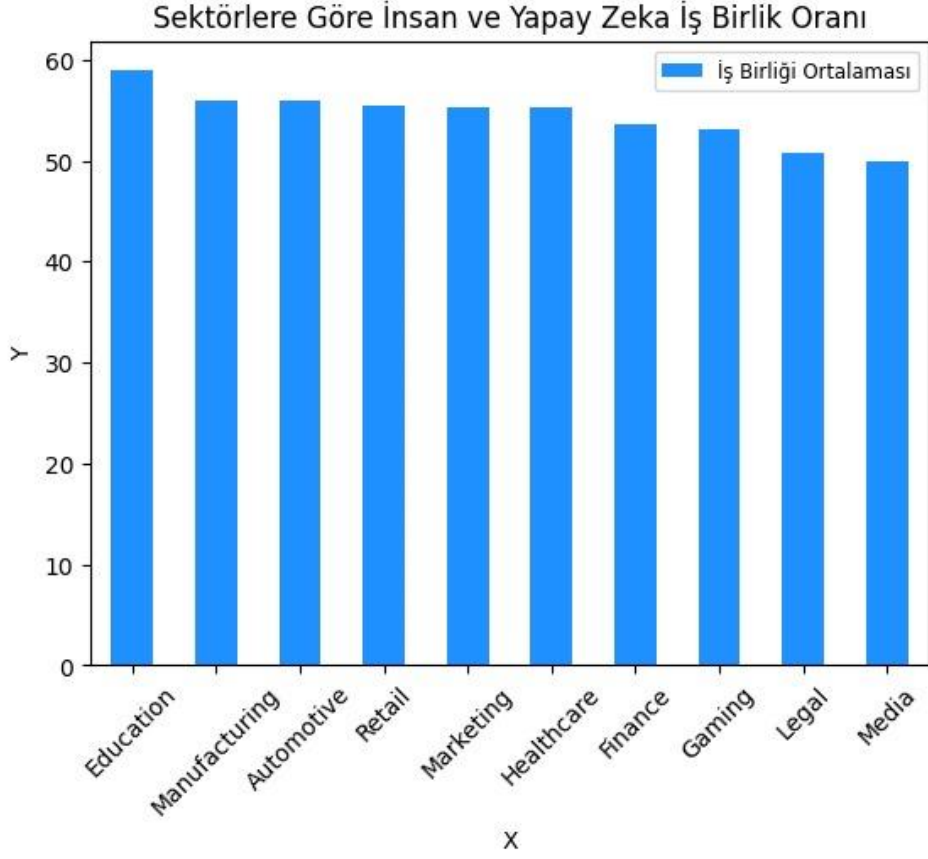
Peki üstte o kadar bahsettik, hayatımıza girdi, otonom hale getirdi, işleri hızlandırdı vs vs diye. Peki aynı şekilde bu durum bizler için hiç mi yararlı olmadı? Elbette oldu, yapay zekâ sayesinde, otonom sayesinde gelir artışı yaşayan sektörlerde elbette mevcuttur. Şimdi ise onu inceleyeceğiz.



Evet, görüldüğü üzere karşımızda yapay zekâ ile birlikte gelişen, yapay zekâ kullanımı ile birlikte gelen ve gelirlerini artıran sektörler mevcut. İlk sırada en fazla gelirini artıran sektörümüz otomotiv sektörü oluyor. Gelirlerini yaklaşık olarak ortalama 46.4 oranında artırmışlar, en az ise oyun sektörü bulunmakta, fakat yine ortalama 33.2 oranlık bir artış mevcut.

İşlerin bir parçası olup oyun içeriklerini, oyun tasarımı, oyun geliştirme sürecine dahil olarak beklenen çıkış tarihinden daha erken çıkararak birkaç rakip elemiş oluyor, buna ek olarak ise bu durum en çok indie dediğimiz bağımsız geliştiricilere yaradı. Çünkü bağımsız demek 1 - 3 kişi arasında yapılan oyun demektir diyebiliriz. Ve çok az kişi ile tüm oyun geliştirme konseptlerine, tekniklerine hâkim olamayabiliyor geliştiriciler. O zaman ise devreye yapay zekâ giriyor.

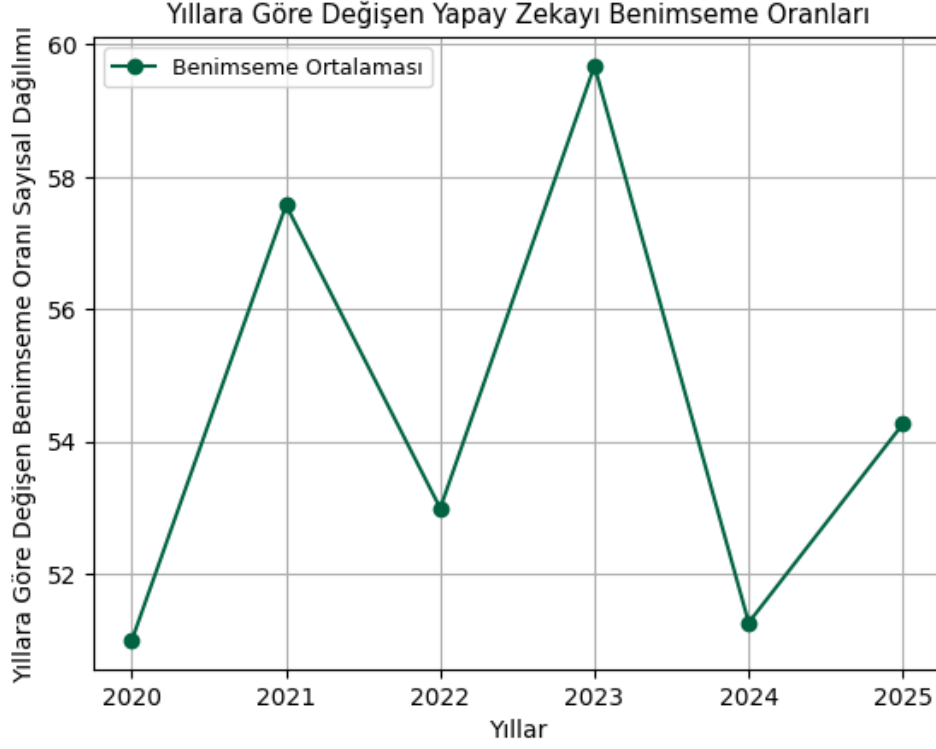
Şimdi ise ele alacağımız konu, iş birlik konusu. Yapay zekâyı kabul eden, işlerimde bana yardımcı olur diyerekten kullanan, yeni ve modern çağı takip etmeliyiz diyen insanlar ve sektörlerde çalışan insanlar bulunmakta. Ve bizler onu inceleyeceğiz. Yapay zekâ ve insan iş birliği gerçekleştirmiş ve sıklıkla kullanan sektörleri inceleyeceğiz.



Görüldüğü üzere sektörler karşımızda, en fazla iş birliği yapan eğitim sektörü oluyor ortalama 58.8 oran ile. Fakat üstte de bahsettiğimiz gibi yalnızca hem öğrenciler hem de öğretmenler olarak düşünülmemesi gerek. Online da tonla eğitim videosu var ve bu içeriklerin üretiminde, öğrencilerin eğitiminde, ders sonunda verilen ödevin yapılmasında, sınava çalışırken kullanımda gibi gibi sonu olmayan bir şey ile karşılaşıyoruz. En az ise ortama 49.9 oran ile medya sektörü oluyor. Fakat bu oranda bir hayli yüksek.

Şimdi ise zaman serisine geçeceğiz. Yıllara göre değişen işleyişleri inceleyeceğiz. Bu yıllar ise 2020 ile 2025 yılları arasında olacak. Çünkü insanı, sektörü, davranışı, duyguyu vs değiştiren şey zamandır. Zaman ilerledikçe fark ettirmeden çok şey değiştirir, fakat biz bunun farkında olmayız. Geçmiş zaman şimdiki, şimdiki zaman ise gelecek zamanı şekillendirir. Çünkü geçmiş zaman şimdiki zamanın gelecek zamanıydı, şimdiki zaman ise gelecek zamanın geçmiş zamanı.

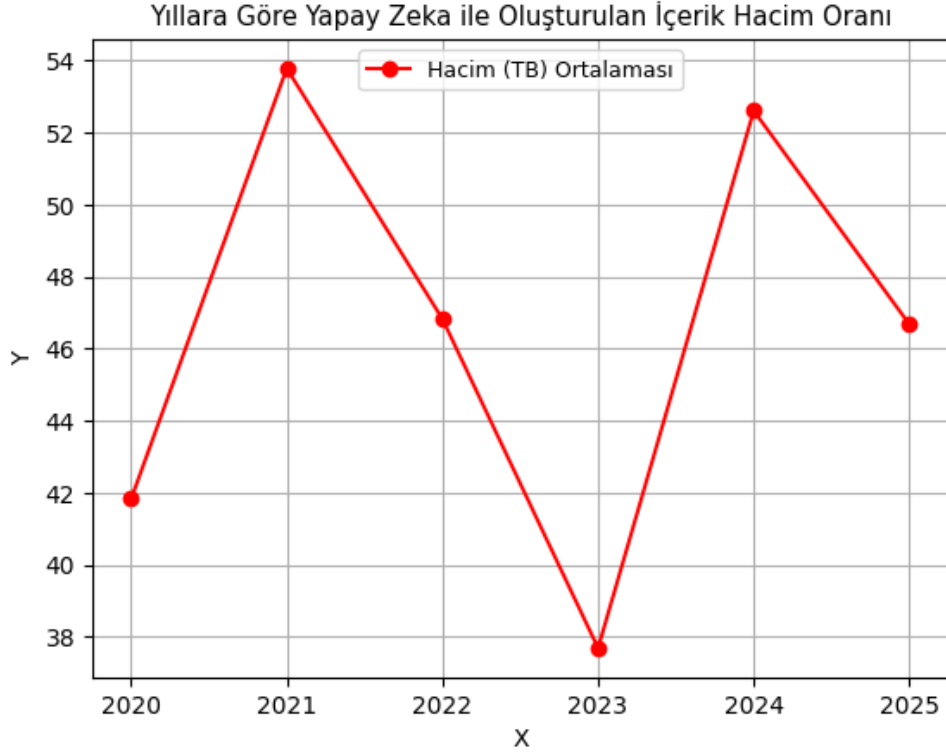
Şimdi ise inceleyeceğimiz grafik bizlere yıllara göre değişen yapay zekayı benimseme oranını anlatıyor. Çünkü dediğimiz gibi insanı, düşünceyi, davranışı değiştiren şey, şekillendiren şey zamandır



Görüldüğü üzere grafik bizlerle, 2020 yılında başlayan artış ki ben bu artışa tanışma artışı diyorum, herkes tanımak amacı ile, anlamak amacı ile kullandı yapay zekâları ve ardından benimsemeye doğru evrildi olay. 2021 yılına kadar devam etmiş, ardından 2022 yılında bir düşüş yaşanmış, ardından ise 2023 yılında büyük bir yükseliş kaydetmiş.

Ve 2024 yılında bir düşüşe geçmiş ve 2025 yılında ise bir kalkınma yaşamış. Bana göre bu kalkışın devamı gelecek, ilerleyen zamanlarda bu benimseme oranı daha da artacak. Çünkü bu durumu yazının başlarında anlatmıştık. Benimseme - Özleştirme - Dopamin döngüsü burada bizleri karşılıyor.

Bu grafiğimizde bizlere anlatılan şey ise, yıllara göre değişen içeriğin hacmi. Zaman içeriği oluşturur, içerik ise bize anlatılmak istenen tarzı yansıtır.

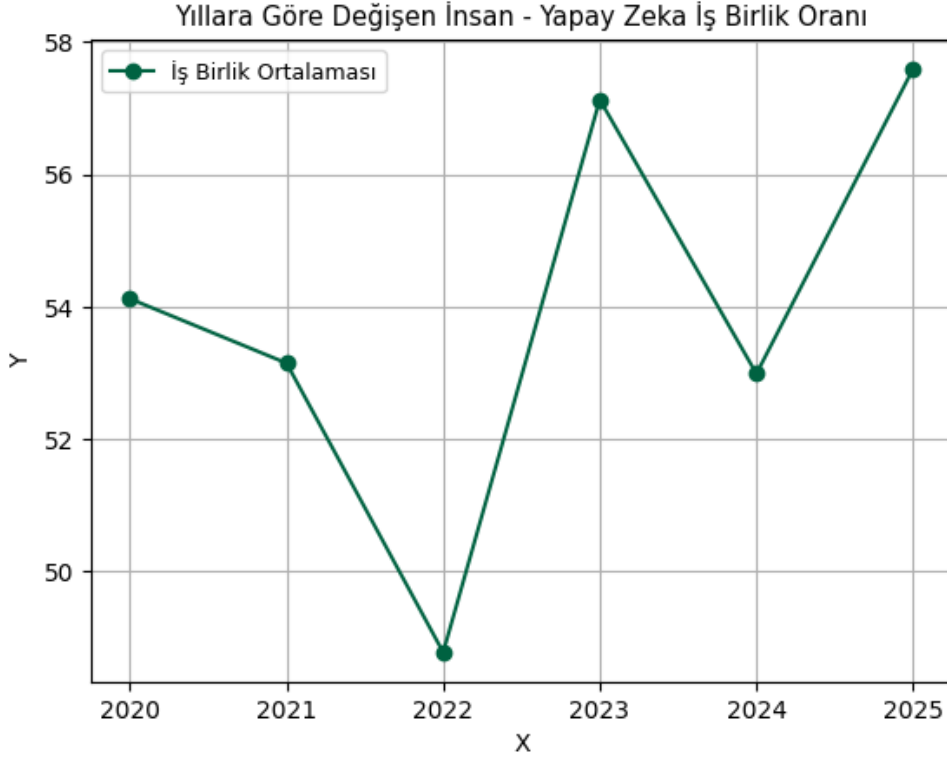


Görüldüğü üzere aynı şekilde bir tanışma yükselişi ve ona eşlik eden sonraki yıl düşüşü bizleri karşılamış durumda. Sonrasında 2022 yılında başlayan düşüş 2023 beraberinde devam etmiş ve 2024 yılında ise bu düşüş yerini yükselişe bırakmış. Ardından ise 2025 yılında tekrardan bir düşüş moduna girmiş. Bana kalırsa bu düşüş yaşanmaya, krizlerin yaşanmaya devam edecek.

Çünkü artık bu durum bir nevi kendi neslimizi de düşünmemiz gerektiğini düşündürüyor, iyi bir bilgisayar toplamak isteyen bir kişi yapay zekâ sonraki ram krizine denk geliyor ve belirli olamayan bir süre planlarını erteliyor, yapay zekaya çok su harcanması. Burada ise aktivistler devreye giriyor, harcanan suya karşı çıkarak yapay zekâ kullanan insanlara nefret kusmaları olsun, yapay zekâ kullanmaması adına afişler tasarlayıp insanların gözüne sokmaları olsun, kendilerinin de kullanmamaları olsun bu düşüşe sebep verebilir.

Ve bu düşüş belki insanlığı bile kurtarabilir, en azından öyle düşünülmesine sebep olabilir. İnsanların artık kolay çözüm arayışı biter, yoksunluk sendromu çekmez, var olan bağımlılıklar son bulur vs vs. fakat bunlar yeni oluşan şeyler değiller, sadece şekil değiştirmiş şeyler. Bu durum ilerleyen zamanlarda da devam edecek.

Şimdi ise yıllara göre değişen insan - yapay zeka iş birliği grafiğini inceleyelim.



Bu durum tıpkı yeni biriyle tanışırız ama onunla beraber iş yapacak yeterlilikte güvenmeyiz henüz, bu durumda ilk başlarda bunun gibi. İnsanlar henüz yeni çıkan bir şeye kendilerini, işlerini, projelerini vs emanet etmek istemez. Zamanla eğer bir güven artışı var ise kullanım sıklığı artar, onsu olmaz bir hal alır durum. Bizler ise bu durumu inceleyeceğiz.

Dediğimiz gibi, duygularımız, hareketlerimiz, davranışlarımız, bağımlılıklarımız, zevklerimiz zaman göre şekillenir. Burada da bunun tam olarak bir örneği ile karşılaşyoruz. Aynı şekilde bir tanışma yükselişi veya başlangıcı bizleri karşılıyor, 2021 yılında ise bir düşüş başlıyor, bizlere gelecekte bir sinyal gönderiyormuş gibi, bir şeyi fark etmemizi bekliyormuş gibi.

Ardından 2022 yılında o düşüş yaşanmış, sonrasında ise 2023 yılında muazzam bir yükseliş sıçraması yaşanmış. 2024 yılında ufak bir düşüş yaşanmış ve o düşüşü 2025 yılı telafi etmiş. Burada bana kalırsa bu yükseliş geleceğin birer parlaması, tıpkı bizlere gelecekte insanlar ile yapay zekâ daha çok iş yapacak, onları artık sürünün bir parçası olarak göreceğiz gibi...

Onu kendimizden biriymiş gibi kabul edeceğiz ve bir süreden sonra bu yaşam tarzı bizleri hiç ama hiç rahatsız etmeyecek. Çünkü denildiği gibi artık onları kabul edeceğiz, kendimizden biriymiş gibi davranacağız. Evet bunu üstte anlatmıştık, o durum geleceğe atılmış birer temel yalnızca. Bizlerden sonraki neslinde başına büyük bir şey gelmediği sürece, tükenmediği sürece, nesli hayatta tutacak bu durumu, ilerletecek düzeyde kişi var olmazsa bu durum yok olur. Fakat tam tersi olursa bu sefer bu neslin sonraki nesilleri bu durumu devam ettirecek.

Doğal seçilimin yapay zekâ çağı versiyonu gibi bir şey...

Bu durum aslında hep var olan ve var olacak bir durum. Çağ değişiyor, fakat davranışlarımız, değişen çağa karşı beslediğimiz duygular hep aynı kalıyor, birkaç yıl önce attığınız story'yi beğenilmesinden mutlu olan biz, şimdi yapay zekanın proje, blog yazısı, makale fikrimizi beğendiği zaman, öneride bulunduğu zaman, erken cevap verdiği zaman mutlu oluyoruz.

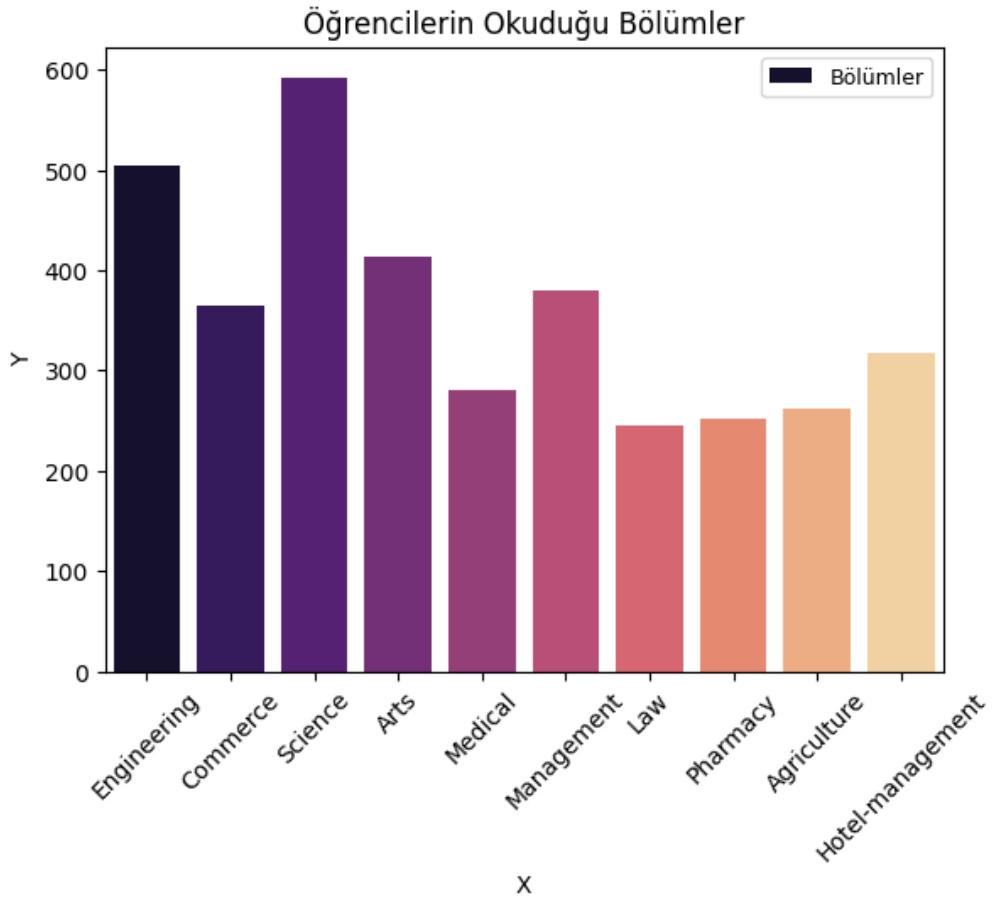
Tam tersi olan durumda ise moralimiz bozuluyor ve bizi tekrardan mutlu eden şeyleri aramaya yelteniyoruz, farklı bir sosyal medya hesabı açıyoruz, farklı içerikler üretiyor ve tüketiyoruz, farklı model arayışına çıkıyoruz, aklımızda belirlediğimiz kriterlere uygun model arayışına çıkıyoruz, istediğimiz olmayınca agresifleşiyoruz, modele hakaret ediyoruz.

Fakat bunun bir sonu var mı? Bana kalırsa hayır, çünkü bizler artık bu döngünün içine girmiş bulunmaktayız, temelimiz atıldı, yalnızca çağ değişecek. Çağ ile değişen, gelişen ve şekillenen şeyler olacak fakat hal ve hareketlerimiz, davranışlarımız, düşünce yapılarımız hep aynı kalacak. Teknolojik olarak yaptıklarımızı tekrar tekrar yapıyoruz. Çünkü 10 - 15 yıl önceki döngü şu an tekrar ediyor ve bir 10 veya 15 yıl sonra da aynı şeyleri yaşarsak 10 - 15 yıl döngüsü içerisinde olduğumuz anlamına geliyor (teori)

Peki bu yapay zekanın insanlığa olan etkisi yalnızca sektörlere veya zamana yayılmış davranış, düşünce ve benimsemeye mi? Elbette değil, günümüzde neredeyse her alan ile entegre olup veya insanlar tarafından oldurup kullanılmakta.

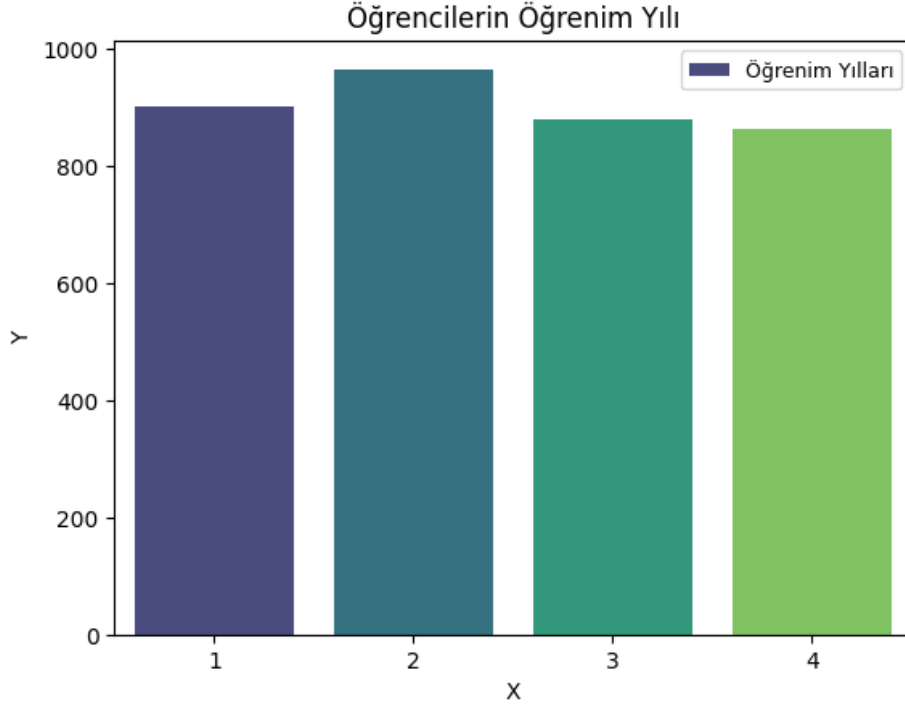
Bir başka diğer güzel örneği de öğrenciler üzerindeki etkisi, şimdi ise bizler bu durumu inceleyeceğiz. Öğrenciler yapay zekayı genel olarak kaynak olarak kullanır, bu bir gerçek. Hatta çoğu insan yapay zekayı birer kaynak olarak kullanır bu kaçınılmazdır.

Önce analiz edeceğimiz veriyi tanımamız, bilmemiz gerekiyor o sebepten önceliğimiz öğrencileri tanımak ve bilmek olacaktır. İlk olarak öğrencilerin okudukları bölümlerden başlayacağız.



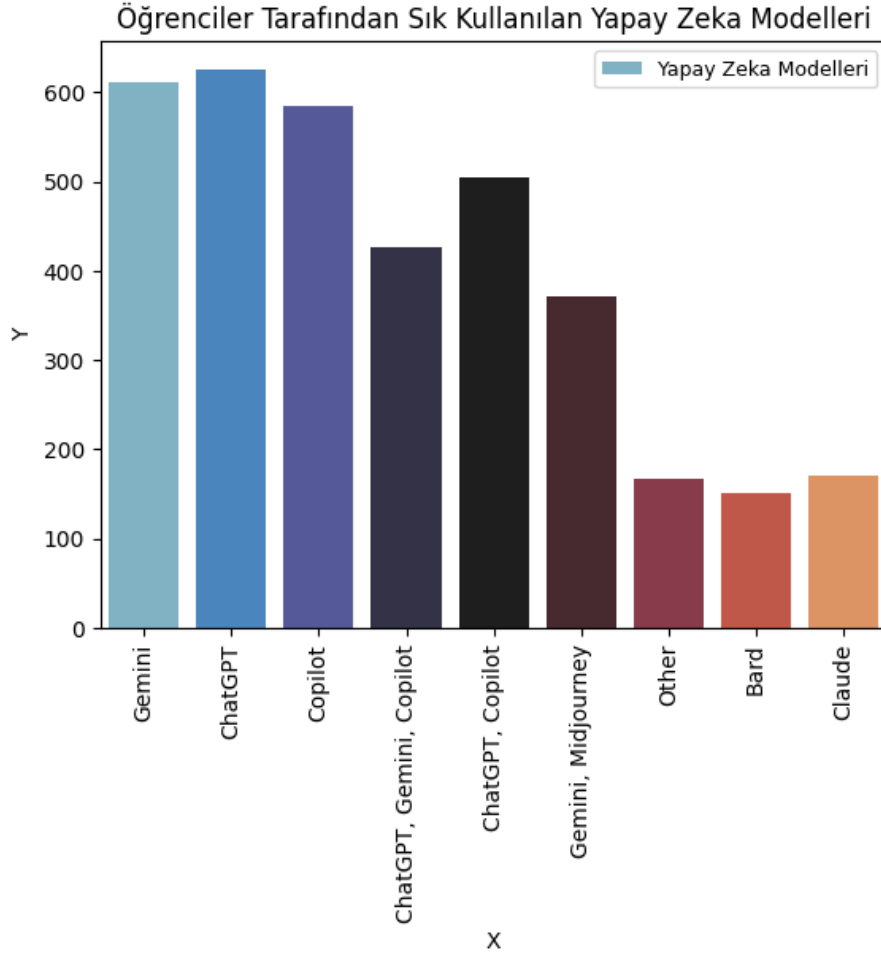
Görüldüğü üzere 10 adet bölüm grubumuz mevcut, bu gruplar arasından en fazla öğrenciye sahip bölüm Science yani bilim bölümü ardından ise Engineering yani mühendislik bölümü bizleri karşılıyor.

Şimdi ise öğrencilerin öğrenim yıllarına bakalım, yani öğrencilerin o bölümdeki kaçınıcı yılı, kaçınıcı sınıflar ona göz atalım. Çünkü başlamadan şöyle bir hipotez ortaya atılabilir, sınıf seviyesi ne kadar düşüksek o kadar bir yapay zekâ kullanım oranı oluşabilir. Yani daha fazla kaynak arayışına çıkılabilir.



Görüldüğü üzere 1’den 4’e kadar bir sınıf grubumuz mevcut. Bizleri en çok 2. sınıf öğrenci grubu karşılıyor. Ardından 1. sınıf grubu karşılıyor. Bu da bizleri veri setimizdeki öğrencilerin henüz üniversiteye yeni başlamış olduğunu, ankete katılanların ise çoğunlukla genç insanlardan oluştuğunu gösteriyor.

Şimdi, üstte hali hazırda zaten sınıf seviyesi düşük olan öğrencilerin kaynak için yapay zekaya başvurabilirler hipotezini ortaya atmıştık, peki bunu genele uyarlarsak ortaya ne çıkar? Şu an ise bizler tam olarak buna bakacağız. Öğrencilerin geneli hangi yapay zekâ modelini / modellerini kullanıyor.



Görüldüğü üzere yaklaşık olarak 6 – 7 kadar farklı modeller mevcut. Aralarında en sık kullanılan model ChatGPT. Ardından Gemini hemen arkasından da Copilot geliyor. Fakat şunu fark ediyoruz. Burada öğrenciler yalnızca tek bir model kullanmıyorlar.

2 veya 3 farklı modeli aynı anda kullanım mevcut. Bu da otomatik olarak şöyle bir hipotezi doğruyor: öğrencilerin birçoğu kaynak erişimi kullandıktan sonra bir bağımlılık geliştirmişler.

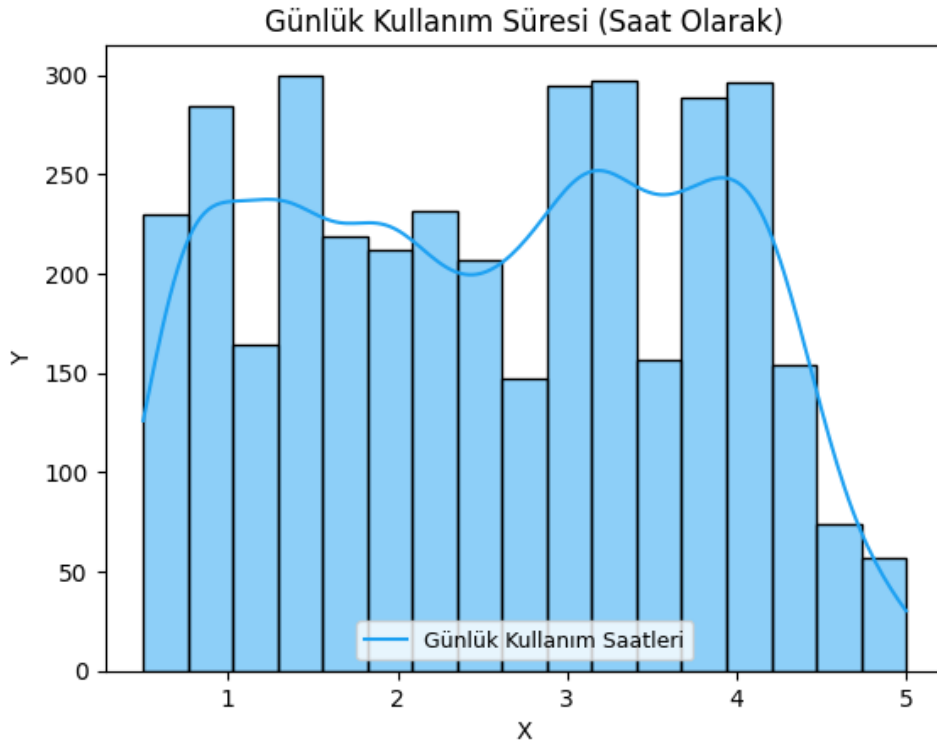
Bu durumu hali hazırda üst sayfalarda bahsetmiştik, kolay çözüm arayışı ve düşünme tembelliğine bizi itiyor diye. Aynı zamanda üstte bahsettiğimiz farklı modeller kullanarak hissettiğimiz dopamini yeniden hissetmek istiyoruz.

Yeni modeller deneyerek dopamini daha farklı bir şekilde almak istiyoruz. Ve bu durum bir süreden sonra bizleri sabit olarak kullandığımız yapay zekâyı daha dağılgan bir kullanım şekline itiyor. Çünkü sosyal medya ve yapay zekâ etkisine artı olarak bağımlılıklarımız sebebinde odağımız bir hayli kırılğan oluyor.

Şimdi ise bakacağımız grafik bizlere öğrencilerin yapay zekayı kaç saat kullandıklarını anlatıyor. Burada da bağımlılık ve kaynak arayış düzenine göre düşüş veya yükseliş yaşanacağı anlamına gelen bir düşüncüyü söylemek gayet olası. Öncelikle genel olarak öğrencilerin ortalama kaç saat kullandıklarına bakalım ortalamamız: 2.5 saat.

Öğrencilerin geneli yapay zekayı ortalama 2.5 saat kullandıklarını öğrendik.

Peki en çok hangi saatler arası kullanılıyorymuş? Peki bir şeyi uzun sürelerce kullanmak bizlerde bağımlılık olasılığını artırır mı?



Görüldüğü üzere öğrencilerin yapay zekayı kullanma saatleri bir hayli yüksek, bu durum ise bizlere bağımlılık, düşünme tembelliği, kolay çözüm arayışı, mantık kurma, pratik düşünme, stratejik düşünme yeteneğimizin körelmesi olarak geri dönüyor.

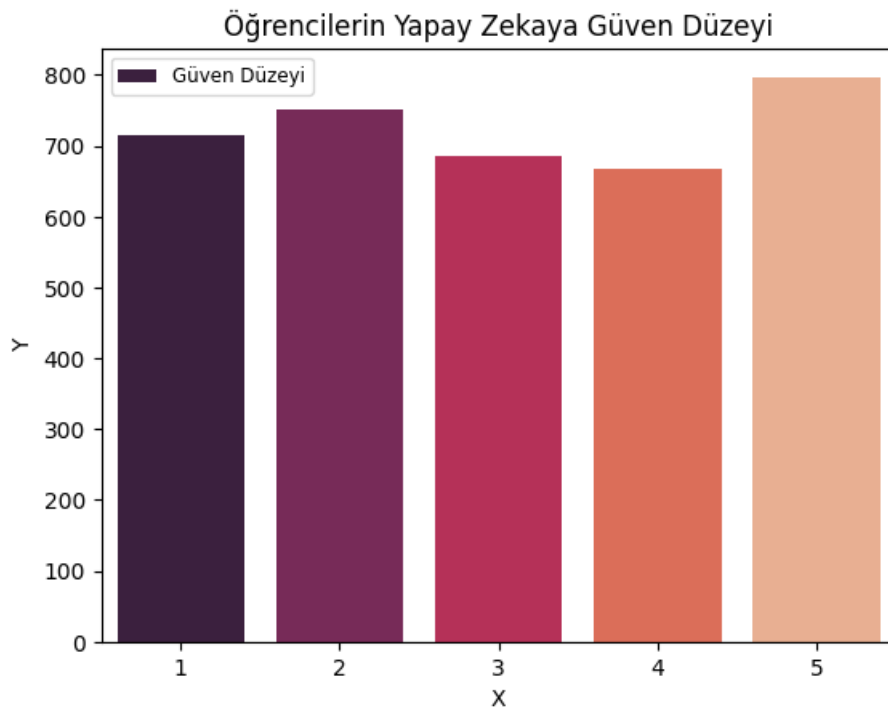
Peki uzun sürelerce kullanmak bizlerde bağımlılık oluşturur mu? Aslında bir şeye bağımlı olmadan önce yaptığımız şey bizlere keyif vermeli, bizler bağımlı olduğumuz şeyi istemeyiz, o anki aldığımız keyfi, hazzı, dopamini isteriz. Veya farklı şeyler deneyerek ilk defa hissettiklerimizi tekrar tekrar hissetmek, hatırlamak isteriz.

Asıl bağımlı olduğumuz konu budur. Eğer şu an bağımlısı olduğunuz bir şey varsa zamanında yaparken keyif aldığınız anlamına geliyor.

Güven konusunu hali hazırda üst sayfalarda anlatmıştık, şimdi ise o konuyu biraz da olsa öğrencilere göre uyarlayalım. Öğrenciler yapay zekaya ne kadar güveniyor? Burası önemli bir konu, çünkü yapay zekayı bir kaynak olarak kullanıyorlarsa ona duyulan bir güven var demektir.

Kullanılmıyorsa bir güven yok demektir hali ile. Çünkü dersini yapay zekâ ile çalışıyor, sınavlara yapay zekâ ile hazırlanıyor, projesini yapay zekâ yardımı ile yapıyor, fikir alış - verişini yapay zekâ ile yapıyor.

Bu durumda da eğer bu denli ciddi bir kullanım varsa ortada duyulan bir güveninde var olması gerektiğini gösterir. Şimdi ise ona bakacağız.



Görüldüğü üzere güven puanı olarak 5 adet grubumuz mevcut. Ve güven puanı olarak en fazla olan grup ise 5 puan. Yani öğrencilerin birçoğu yapay zekaya güveniyor. Şunu atlamamak gerek; güven oranının yüksek olduğu kadar bir güvensizlik oranı da mevcut.

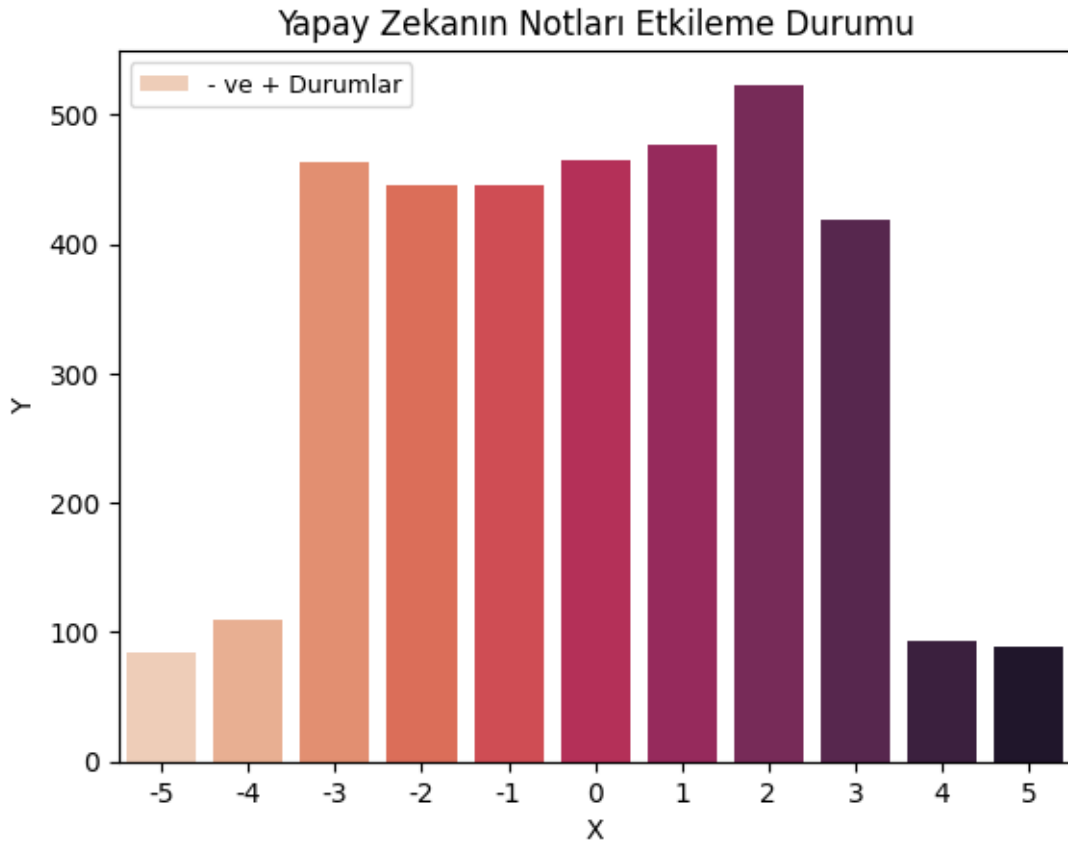
Ve bu değerler birbirlerine çok yakın çünkü güvenip kaynak olarak baz almak demek, proje fikri danışmak demek, ödevleri birlikte yapmak demek risk altında olmak demek. Çünkü bizler tamamen kendi isteğimiz ile yapay zekaya çoğu şeyimizi emanet ediyoruz.

Eğer yapay zekanın bir hatası olursa ve bizler de bu hatayı görmezsek bunun sonucu bizlere de dayanıyor. Tüm bu sorunları bizler çekiyoruz.

Ve bu kendi rızamız ile kendimizi yapay zekaya emanet etmek demek hiç var olmayan bir yapay zekâ bağımlılığının başlangıcı demek. Genel olarak bir şeyden keyif aldığımız zaman, hoşumuza gittiği zaman bir süre sonra kendimizi artık ona emanet ediyoruz çünkü artık o şeye güvenir hale geliyoruz. İçimizdeki o tekinsizlik, stres gitmiş durumda.

Ve bir süreden sonra bu durum bizleri kendi içine alan bir bağımlılık döngüsüne döndürür. Çıkmak ise imkansıza yakındır, çünkü zaman tekrar eden bir şeydir, bugün kurtulduğunuz bağımlılığınızdan bir zaman sonra yeniden karşılaşp hasret gidermeyeceğinizin bir garantisi yok. Zaman kurtulduğunuz şey ile yeniden karşılaşmanız için elinden geleni yapar. Ve bir döngünün içerisinde olduğunuzu anlamanız çok da uzun sürmez.

Öğrenciler bu yapay zekâ modellerini ders çalışmak, kaynak olarak almak, proje, fikir vs almak için kullanıyorlar. Yani burada bir kullanmışlık ve ileride gelecek kullanma durumları da mevcut. Peki bu kullanmışlık öğrencinin işine yarıyor mu? Gerçekten bir verim alabiliyorlar mı? Şimdi ise bunu inceleyeceğiz.



Görüldüğü üzere öğrencinin notlarını etkilenme durumlarını anlatan negatif ve pozitif durumlar mevcut.

Eksi değerler notlarının etkilendiğini yani yarardan çok zarar olduğunu belirtirken artı değer ise yararlı değer anlamına gelir, yani yapay zekâ kullanarak notlarında bir artış, bir yükselme görülmüş. Fakat bu negatif ve pozitif değerlerin bir de derecelendirmesi mevcut.

Akıllara şu soru geliyor otomatik olarak. Derecelendirmesi varsa zararlı çıkan ne ne derecede bir değer almış, yararlı çıkan ne derecede bir değer almış. Şimdi ise onu inceleyeceğiz.

Hem negatif değerden hem de pozitif değerden 5 puan değerinde bir derecelendirme sistemi mevcut. Zararlı çıkanların değeri puan grubu olarak -3 ve bu puan da 5'e yakın bir değer olduğundan yapay zekâ kullanımından etkilenen öğrencilerin bir hayli yüksek olduğunu söylemek zor değil.

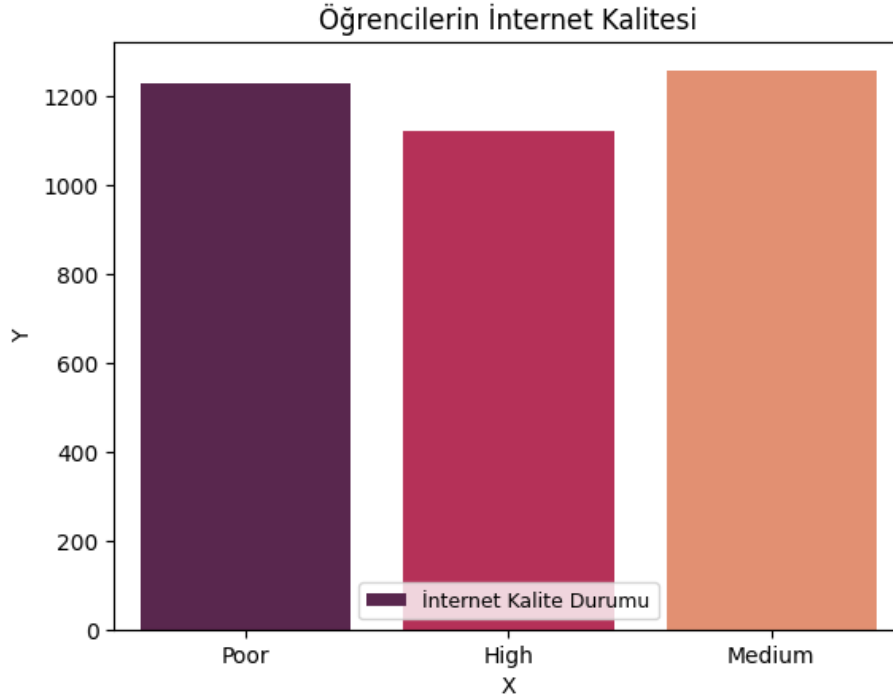
Burada ise konu üstte bahsettiğimiz olaya geliyor, güvenip kendi rızamız ile kendimizi emanet etme durumu. Şimdi bir şeye güvenmemiz o şeyin doğru veya zararsız olduğu anlamına gelmez. Bu da onun büyük bir örneği.

Şöyle bir hipotez ortaya atabiliriz, yapay zekâ anlattığı konularda yanlışlar yapıyor. Ve bu yanlışları o kadar yüksek bir özgüven ile anlatıyor ki konu hakkında bilgi sahibi olmayan insanlar bu özgüvenden etkilenip tamamen güvenebiliyor, bu durumda güvenen kişiler için zararlı bir sonuç olarak geri dönmesi demek.

Peki biraz da o zaman yararlı çıkan gruba bakalım. Yararlı çıkan grubun puanı 2, 5'ten uzak bir sayı, yani evet bir fayda var ama çok da değil, yani bu bize yarardan çok zararı olduğu konusu ile tanıştıyor.

Fakat bu fayda da tamamen öğrencinin öğrenme biçimine, konu hakkındaki teorik bilgisine, zekasına, probleme nasıl yaklaştığına, pratik ve stratejik zekasını ne denli kullandığına, öğrenme metodolojisine bağlıdır. Burada yapay zekâ yalnızca bir öğrenme aracıdır. Önemli olan konu metodoloji ile doğru kaynaktan öğrenmektir.

Şimdi ise ele alacağımız konu internet, öğrencilerin internete olan erişimlerini konu alacağız. Çünkü yapay zekayı kullanmak için bir internet bağlantısı gerekiyor. İnternet bağlantısı ne kadar zayıfsa o kadar bir yapay zekâ erişim engeli var demektir.

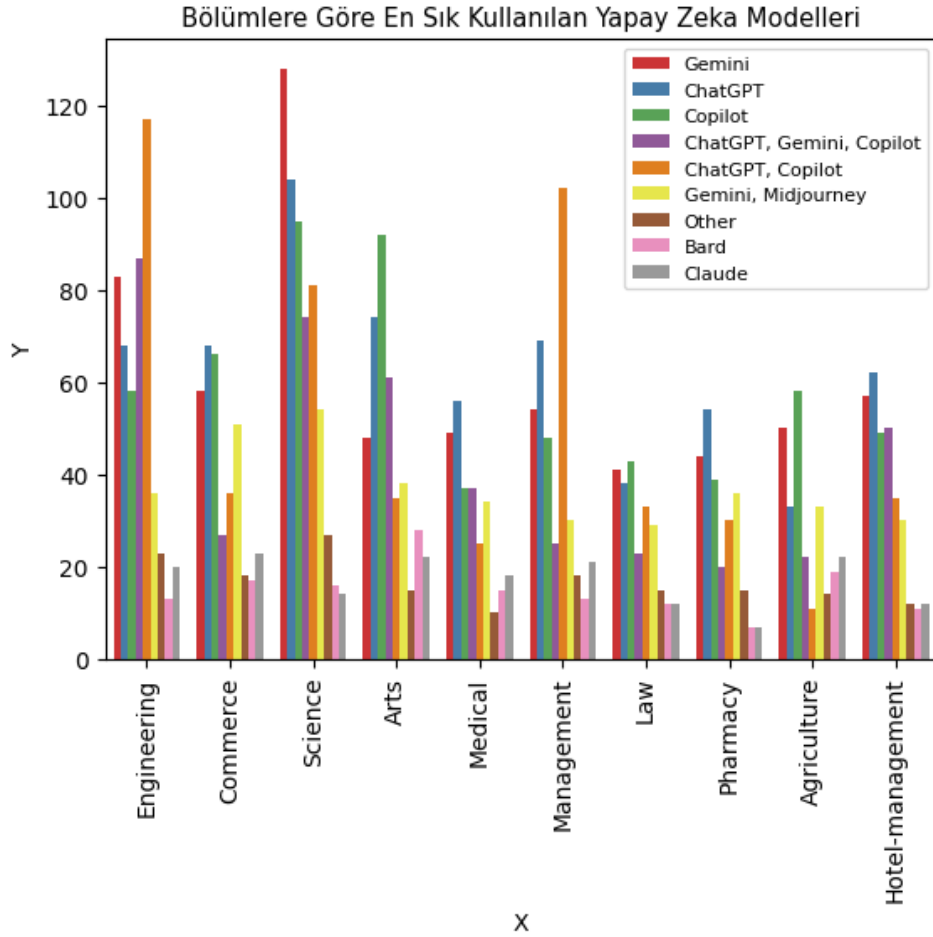


Görüldüğü üzere internete olan erişim durum grafiği karşımızda. Zayıf ile ortalama bir internet durumuna sahip öğrenciler yüksek kalitede internete sahip öğrencilerden daha fazla. Bu durumda bizlere aslında yapay zekaya olan erişimi de açıklıyor.

Çünkü internet olmadığı zaman bir yapay zekâ sunucusuna request atamazsınız, sunucu da sizin request'inize bir cevap veremez (http & status code konusu) bu durumda da yapay zekaya erişiminiz mümkün olamaz.

Ve bu durumda ise bir bakıma iyi bir durum, çünkü ortada gelişmekte olan bir bağımlılığın ister istemez önüne geçiyor. Fakat bağımlılık konusunun ilk başlarda duygusal bir bağ ile oluştuğunu anlatmıştık.

Şimdi ise ele alacağımız konu, belli başlı bölümlerde okuyan öğrencilerin sıklıkla hangi yapay zekâ araçlarını kullandıkları olacak. Bu durumda bizlere aslında her türden öğrencinin / kişinin yapay zekâ kullandığını gösteriyor.



Görüldüğü üzere belli başlı bölümlerde okuyan öğrencilerin sıklıkla kullandığı yapay zekâ modelleri. Sıklıkla kullanılanlar bizlere aslında hangi öğrenci grubunun daha bağımlı olduğunu veya bağımlı olmaya yatkın olduğunu gösteriyor.

Çünkü bu durum bizlere bir defa kullan bırak etkisini anlatmıyor, ilerleyen süreçte bu durum daha da artacak ve öğrenciler artık anlayamadıklarını, yapamadıklarını söyleyecekler. Gerçek hayatta da karşılığı çokça olan bir şey bu.

İnsanlar yapay zekâ kullanırken kendileri için faydalı olduklarını zannederler, ama henüz kendini göstermemiş, henüz o kadarda dert etmediğimiz, aksine hoşumuza giden bir bağımlılık yavaş yavaş büyüyor. Bizleri, düşünme tarzımızı, pratik zekamızı, stratejik zekamızı köreltiyor. İşte Human v2 yani insanın 2. versiyonu da burada devreye giriyor,

yavaştan bu bağımlılık bizleri farklı bir evrim sürecine sokuyor. Bizleri düşünme açısından, problem çözme açısından tembel birer varlığa dönüştürüyor.

Ve bu durumdaki zaman döngüsü bizden sonraki nesillerde de tekrar edecek. Yani bizden sonraki nesillerinde başlarına bir şey bela olacak ve bizlerin konumuna düşecekler. Sadece çağ değışmiş olacak. Üst sayfalarda bahsedilen 10 - 15 yıl döngüsü burada devreye gidiyor. Çünkü çağ çok hızlı bir şekilde değışiyor ve şekilleniyor...