

AI już niedługo ma być od nas lepsza we wszystkich pracach umysłowych. Dolina Krzemowa wskazuje, ile mamy czasu

FORBES, 01.12.2025, 11:10

© Jacek Kotarbiński

<https://www.forbes.pl/technologie/czas-pracownikow-umyslowych-sie-konczy-tyle-zostalo-nam-czasu/dr42f69>

Sam Altman twierdzi, że 95 proc. pracy agencji reklamowych da się zautomatyzować. Jeśli większość reklam będzie generowana, optymalizowana i oglądana przez boty..., to branża kreatywna naprawdę musi się zastanowić, za co chce pobierać opłaty. To nie jest koniec reklamy. To jest koniec reklamy w formie, w jakiej ją znamy. Hollywood? Już drży w posadach.

W chłodny poranek w Ciechanowie 18-letnia Zosia, córka zapracowanej pielęgniarki i kuriera-kierowcy, siedziała na podłodze małego mieszkania, wpatrzona w stary, rzeżący laptop. W domu pachniało ziemniakami ugotowanym przez matkę przed wyjściem na kolejną, dwunastogodzinną zmianę. Zosia wpisała do swojego ulubionego czatu: „Pokaż mi przyszłość, w której mogę coś zmienić”. AI odpowiedziała: „Przyszłość zaczyna się dokładnie tam, gdzie teraz siedzisz”.

Krok po kroku pokazała jej, jak stworzyć aplikację, która pomoże uczniom takim jak ona. Nie było w tym mentorów, prestiżowych szkół ani wielkich pieniędzy, tylko stare urządzenie, determinacja i słowa otuchy wygenerowane przez model. Dwa lata później Zosia stanęła na scenie prestiżowego konkursu technologicznego z działającym prototypem. Gdy powiedziała: „Nie wiedziałam, dokąd iść. AI pokazała mi pierwszy krok”, sala zamilkła, a potem wybuchła oklaskami. Dziś jej aplikacja działa w kilku szkołach, a ona sama powtarzała, że technologia, której tak się boimy, czasem jako pierwsza komunikuje nam, że mamy radę. Dziewczyna wygrała finansowanie seed capital, czyli środki, które inwestorzy wkładają na samym początku istnienia firmy, w tzw. fazie załążkowej (ang. seed stage), by pomóc firmie wystartować.

Jeszcze dekadę temu „cyfrowa rewolucja AI” była w biznesie frazesem. Owszem, platformy rosły, media społecznościowe zagarniały rynek, a algorytmy pomagały nam odkrywać muzykę, treści i okazje zakupowe. To jednak, co dzieje się dziś, nie jest ani

powtórką Web 2.0, ani kolejną fazą transformacji cyfrowej. Mamy eksplozję o prędkości, jakiej globalna gospodarka nie widziała od czasu rewolucji przemysłowej. Jak pisał „The Economist”, Silicon Valley twierdzi, że **„w ciągu kilku lat sztuczna inteligencja będzie lepsza od przeciętnego człowieka we wszystkich zadaniach poznawczych”**. To nie brzmi jak jedna z tych wizji futurologów w golfach, którzy są pewni, co będzie za sto lat. To prognoza, która zmienia ekonomię, politykę, modele biznesowe i układ sił na świecie. **Globalny rynek zaczyna przypominać ogromny plac budowy, gdzie buldożery AI wjechały bez ostrzeżenia**, ale nadal nikt nie wie, czy już budują pałac, czy właśnie wyburzają fundamenty istniejącego miasta.

AI jako nowa energia gospodarki

Gdy ekonomia próbowała mierzyć postęp technologiczny, zakładała, że wzrost ma limit i przyspieszenie odbywa się stopniowo, zgodnie z prawami demografii, produktywności i kapitału. Tymczasem według wielu analiz, modele pokazują, że **jeśli AI przejmie ok. 30 proc. zadań wykonywanych dziś przez ludzi, gospodarka może wejść na poziom wzrostu >20 proc. rocznie**. To już nie są wzrosty, tylko biznesowe tsunami. Wzrost o 20–30 proc. rocznie nie przypomina kapitalizmu, jaki znamy. To swoista logika wykładnicza, w której inwestycja w moc obliczeniową prowadzi do nowych modeli, te z kolei tworzą nowe odkrycia, które pozwalają budować mocniejsze modele... aż wydajność przestaje rosnąć liniowo, a staje się autorem własnego przyspieszenia. Sam Altman zapowiada, że **AI zacznie generować tzw. novel insights już w 2026 r. czyli odkrycia, których nie potrafiliśmy wcześniej przewidzieć ani wypracować**. Kiedy sama technologia zaczyna odkrywać technologię, historia rozwoju znacznie przyspiesza.

Kapitalizacja Nvidii sięgająca 4 bln dol. wydawała się absurdem, dopóki nie dotarło do nas, że to ona produkuje ropę XXI wieku. Moc obliczeniową dla modeli AI. Jej wycena nie jest więc oderwana od rzeczywistości i odzwierciedla nowe prawa ekonomiczne. 2/3 całego amerykańskiego venture capital w pierwszej połowie 2025 r. popłynęło do AI. Startupy nie chcą już być jednorożcami, one celują w status pierwszego „unicorn trillionaire”. Bańka? Zobaczymy, aczkolwiek zdania są podzielone. Kapitał przesiada się z firm, które używają technologii, do tych, które tworzą jej rdzeń. Tymczasem to dopiero początek.

Reklama to branża, którą AI bierze za fraki

W Cannes wciąż leją się drinki, rozdaje się nagrody, a dyrektorzy kreatywni w eleganckich garniturach udają, że AI ich nie dotyczy. Tymczasem **najbardziej dochodowy model kreatywny świata właśnie się sypie**. Meta wprowadza systemy,

które zwiększają ROI kampanii o 22 proc. Google chwali się, że jego narzędzie podnosi sprzedaż o ponad 10 proc. A to tylko preludium. W Cannes ogłoszono generatory pełnych spotów wideo, dostępnych z poziomu telefonu, gotowych w 48 godzin i za 2 tysiące dol. Sam Altman twierdzi, że 95 proc. pracy agencji reklamowych da się zautomatyzować. Jeśli większość reklam będzie generowana, optymalizowana i oglądana przez boty..., to branża kreatywna naprawdę musi się zastanowić, za co chce pobierać opłaty. To nie jest koniec reklamy. To jest koniec reklamy w formie, w jakiej ją znamy. Hollywood? Już drży w posadach. W sieci krąży ciekawy filmik i wizja kina za dekadę. Czy wybierzemy film z żywymi aktorami, czy AI? Łatwo się domyślić, który bilet będzie tańszy. Pod warunkiem że klasyczne kina będą jeszcze istnieć.

Klasyczny Internet umiera, ale nikt jeszcze nie pisze nekrologu

Poważny problem dotyka cały internet. AI nie tylko zmienia sposób wyszukiwania informacji, lecz właśnie go unicestwia. Użytkownik nie klika w linki. Użytkownik otrzymuje odpowiedź. Similarweb szacuje, że udział zapytań, które nie prowadzą do żadnych kliknięć, w kategorii newsów wzrósł z 56 do 69 proc. od momentu wprowadzenia AI Overviews w Google. Cloudflare raportuje, że duże media zaczęły zgłaszać „alarmujące spadki ruchu”, bo chatboty zjadają to, co wcześniej generowało kliknięcia i przychody reklamowe. Stack Overflow mówi wprost: „AI dusi ruch i aktywność użytkowników”. **Wikipedia ostrzega, że ludzie przestają trafiać do źródeł.**

Problem jest fundamentalny. Modele AI zużywają treści jako paliwo. Jeśli twórcy treści przestaną być wynagradzani, paliwo się skończy. **Internet jako ekosystem ekonomiczny pęka w szwach**, a nikt jeszcze nie wymyślił nowego modelu.

Cała Unia Europejska staje wobec presji politycznej ze strony USA i gigantów technologicznych, którzy próbują obejść regulacje dotyczące danych, AI i konkurencji. Jednocześnie kraje unijne nie mają własnych gigantów technologicznych, którzy mogliby być równorzędnym partnerem rozmów. Regulacje, które były dumą Europy, stają się geopolitycznym ciężarem.

Do tego wszystkiego AI wymaga gigantycznej mocy obliczeniowej. Jak wskazuje „Technology Quarterly”, moc potrzebna do trenowania modeli podwaja się co sześć miesięcy, czyli znacznie szybciej niż przewidywały to Prawo Moora (empiryczne prawo, które w 1965 r. sformułował Gordon Moore, współzałożyciel Intela. Mówi ono, że liczba tranzystorów w układzie scalonym podwaja się mniej więcej co dwa lata, co prowadzi do wykładniczego wzrostu mocy obliczeniowej przy jednoczesnym obniżaniu kosztów). 90

proc. światowej produkcji chipów odbywa się na poziomach technologicznych niewystarczających dla najbardziej zaawansowanej AI. To oznacza, że same chipy stają się nową ropą, a ich produkcja, nową geopolityką.

Chaos i dziki zachód jest cechą wszystkich galopujących innowacji. Tutaj nie ma jednej puenty. To bieg na orientację. Niemniej ludzkość może znaleźć się w świecie, gdzie jej inteligencja zostanie wprawdzie przewyższona, ale wciąż będzie potrzebować mądrości i humanizmu. Technologia może przejąć zadania. Może przejąć procesy. Może przyspieszyć postęp. Nie może i nie powinna przejmować odpowiedzialności za podejmowane decyzje.

Czego uczy się od Stanisława Lema?

W opowiadaniu Stanisława Lema „Przyjaciel Automateusza” z 1964 r. bohater kupuje miniaturowego elektroprzyjaciela Wucha, który ma służyć mu radą i towarzyszyć w podróży. Gdy jednak po katastrofie statku Automateusz ląduje na bezludnej wyspie, jego nadzieję na przetrwanie pozostaje tylko ten sztuczny doradca. Prosi więc Wucha o pomoc. Ten po wykonaniu chłodnych obliczeń orzeka, że szanse na ratunek wynoszą zero i „z uprzejmą życzliwością” radzi, aby... odebrać sobie życie.

Precyzyjny, lecz pozbawiony wyobraźni i empatii Wuch staje się symbolem **technologii, która potrafi liczyć, ale nie rozumie wartości życia**. Lem już wtedy przestrzegał, że maszyna bez człowieczeństwa może prowadzić nas w miejsca, w których nigdy nie chcielibyśmy się znaleźć.

Dziś, w epoce przyspieszającej sztucznej inteligencji, największym wyzwaniem nie jest tempo technologii, lecz to, czy my sami potrafimy się zatrzymać, aby zrozumieć, co właściwie budujemy. I czy ten nowy świat będzie służył takim dziewczynom jak Zosia, czy tylko tym, którzy trzymają w rękach stery transformacji.

Źródło: Forbes