

MATEMATIČKI FAKULTET

SEMINARSKI RAD
IZ TEHNIČKOG I NAUČNOG PISANJA

Teorija mrtvog interneta

Student

Nikola Rakita 175/24

Profesor

dr Jelena Graovac

Beograd, 5. januar 2026.

Sadržaj

1	Uvod	2
2	Šta je teorija mrtvog interneta?	2
3	Tehnološki aspekti	3
3.1	Uloga veštačke inteligencije i botova	3
3.2	Uticaj algoritama na internet sadržaj	3
3.3	Automatizacija i lažni korisnici	4
4	Društveni i psihološki aspekti	4
4.1	Manipulacija i polarizacija mišljenja	4
4.2	Uticaj na mentalno zdravlje	5
4.3	Gubitak poverenja u digitalne medije	5
4.4	Digitalna apatija i pretnja demokratiji	5
5	Kritike i moguća rešenja	5
5.1	Kritike teorije mrtvog interneta	5
5.2	Naučni dokazi protiv teorije	6
5.3	Prirodna evolucija interneta	6
5.4	Potencijalna rešenja	6
6	Zaključak	7
	Literatura	7

Sažetak

Ovaj seminarski rad analizira teoriju mrtvog interneta, koncept prema kojem veći deo internet sadržaja generišu automatizovani sistemi poput botova i veštačke inteligencije, a ne stvarni korisnici. U radu se objašnjava poreklo teorije, njene glavne tvrdnje i tehnološki aspekti, uključujući ulogu botova i algoritama u oblikovanju digitalnog sadržaja. Takođe, istražuju se društveni i psihološki efekti ove pojave, poput manipulacije informacijama i polarizacije mišljenja. Kroz analizu Impervinih izveštaja iz prethodnih par godina, ukazuje se na činjenicu da botovi čine značajan deo internet saobraćaja, što dodatno potkrepljuje ključne tvrdnje ove teorije.

1 Uvod

Internet, kao jedan od najvažnijih alata modernog društva, oblikovao je način na koji komuniciramo, delimo informacije i učimo. Međutim, s razvojem tehnologije i sve većom automatizacijom, postavljaju se pitanja o autentičnosti sadržaja koji konzumiramo. Jedna od intrigantnih i kontroverznih ideja koje su se pojavile u vezi sa ovim problemom je **teorija mrtvog interneta** (eng. *dead internet theory*).

Cilj ovog rada je da istraži ovu teoriju, analizira njene ključne tvrdnje i kritike, te razmotri njen značaj za naše razumevanje savremenog digitalnog sveta.

2 Šta je teorija mrtvog interneta?

Teorija mrtvog interneta nastala je 2021. godine, prvenstveno na društvenim mrežama i forumima poput Reddit-a. Prema ovoj teoriji, većina sadržaja na internetu nije rezultat aktivnosti stvarnih ljudi, već proizvod automatizovanih sistema, poput botova i veštačke inteligencije. [2]

Osnove teorije izgrađene su na opažanjima korisnika koji su verovali da internet više nije ono što je bio ranijih godina. Tvrdilo se da je globalna mreža postala pretežno kontrolisana od strane velikih korporacija, koje pomoću botova i veštačke inteligencije generišu većinu sadržaja, eliminišući autentične glasove pojedinaca.

Poreklo ove teorije je teško precizno odrediti. Početak joj se najčešće vezuje za objavu korisnika "IlluminatiPirate" na Agora Road forumu iz 2021-ve godine. [1] Teorija stiće popularnost nakon što sve više jutjuber (eng. *youtuber*) kreće da obrađuje ovu temu u svojim videima.

Glavne tvrdnje teorije mrtvog interneta uključuju:

- **Većina sadržaja na internetu nije autentična.** Automatizovani sistemi generišu tekstove, komentare, pa čak i slike ili video sadržaje.
- **Internet je preplavljen botovima.** Botovi se koriste za lažno povećanje popularnosti određenih ideja, proizvoda ili političkih stavova.
- **Kontrola putem algoritama.** Algoritmi ciljano plasiraju sadržaj kako bi manipulirali javnim mnijenjem ili promovirali određene interese.
- **Gubitak ljudske interakcije.** Zagovornici teorije tvrde da je internet izgubio svoju suštinu (da povezuje ljude) i da je postao alat za masovnu manipulaciju.

3 Tehnološki aspekti

3.1 Uloga veštačke inteligencije i botova

Veštačka inteligencija (eng. *AI*, *Artificial Intelligence*) je ključni element u razvoju automatizovanih sistema koji generišu sadržaj na internetu. Napredak u algoritmima obrade prirodnog jezika, poput onih koje koriste GPT (eng. *Generative pre-trained transformer*) modeli, omogućava stvaranje tekstova, slika (slika 1), videa, odgovora u četetu, pa čak i celokupnih veb-stranica, bez direktnog učešća ljudi. Ovi sistemi se sve više koriste za kreiranje članaka, vođenje korisničkih usluga i upravljanje društvenim mrežama. Na primer:

- **Generisanje sadržaja:** Botovi mogu napisati recenzije, blog postove ili komentare koji izgledaju kao da ih je kreirao stvarni korisnik.
- **Podrška korisnicima:** AI čat-botovi (eng. *chat-bot*) se često koriste u sektorima poput e-trgovine ili finansija, simulirajući ljudsku komunikaciju.
- **Manipulacija informacijama:** Algoritmi mogu plasirati lažne vesti ili ideološki obojen sadržaj kako bi uticali na javno mnjenje. [6]

Botske mreže (eng. *botnets*) koriste se za masovno postavljanje komentara, lajkova i deljenja, često kako bi se veštački povećala popularnost određenog sadržaja ili ideje. Ovi sistemi omogućavaju plasiranje dezinformacija i kontrolisanje javnog mnjenja. [7]



Slika 1: Slika psa napravljena pomoću veštačke inteligencije

3.2 Uticaj algoritama na internet sadržaj

Algoritmi igraju presudnu ulogu u formiranju digitalnog ekosistema. Oni određuju koje će informacije korisnici videti, zasnivajući preporuke na analizi ponašanja i interesovanja korisnika. Međutim, algoritmi takođe podržavaju aktivnosti botova tako što:

- Povećavaju vidljivost lažnog sadržaja, npr. veštački generisanih recenzija ili komentara.
- Manipulišu rangiranjem u pretragama kako bi favorizovali određene teme ili kompanije [5].

Ovi aspekti jasno ukazuju na to kako tehnološki faktori mogu podržavati argumente teorije mrtvog interneta, sugerišući da većinu interakcija na internetu zapravo kontrolišu automatizovani sistemi, a ne ljudi.

3.3 Automatizacija i lažni korisnici

Teorija mrtvog interneta sugerise da su mnogi korisnici na internetu, zapravo, lažni. Procene ukazuju da značajan deo saobraćaja na internetu dolazi od botova, a ne od ljudi. U 2023. godini, izveštaji su ukazivali da botovi čine i do skoro 40% globalnog internet saobraćaja, a izveštaji iz 2025. ukazuju na to da se taj broj popeo na preko 50%. [3] [4]

Karakteristika	Ljudski korisnici	Botovi
Svrha aktivnosti	Komunikacija, zabava, istraživanje	Automatizacija zadataka, manipulacija
Autentičnost sadržaja	Sadržaj baziran na ličnim iskustvima i interesima	Generisani ili kopirani sadržaji
Vreme aktivnosti	Ograničeno (zavisno od dnevne rutine)	Neprekidna aktivnost (24/7)
Prepoznavanje identiteta	Imaju profile sa autentičnim podacima	Često koriste lažne ili generičke profile

Tabela 1: Razlika između aktivnosti botova i stvarnih korisnika

Veliki problem sa botovima predstavlja to što postaje sve teže razlikovati ih od ljudi. Na primer, na popularnom forumu Reddit postoji podforum (r/SubSimulatorGPT2) na kome samo botovi mogu da postavljaju objave, komentare i da glasaju. Taj podforum je eksperimentalan, i na njemu se čak i bez poznavanja konteksta relativno jednostavno vidi da se radi o botovima, jer svima na kraju korisničkog imena piše Bot. Ali, ako bismo zanemarili taj očigledan znak i samo čitali sadržaj postova, ne bi bilo tako lako zaključiti da se radi o botovima. Ako to uparimo sa činjenicom da su najnoviji postovi stari preko dve godine, sigurno je da su botovi od tad dosta uznapredovali, tako da je maliciozne botove, koji aktivno pokušavaju da se sakriju i prikažu kao ljudski korisnici mnogo teže primetiti. Tako danas na Reddit-u postoje grupe korisnika koje su posvećene nalaženju malicioznih botova (r/RedditBotHunters).

Naravno, ovo nije vezano isključivo za Reddit, koji je uzet samo kao primer. Sve ovo se u manjoj ili većoj meri dešava i na ostalim popularnim sajtovima i društvenim mrežama koje beleže veliki broj korisnika.

4 Društveni i psihološki aspekti

4.1 Manipulacija i polarizacija mišljenja

Jedan od ključnih aspekata teorije mrtvog interneta je tvrdnja da automatizovani sistemi, posebno botovi i algoritmi, igraju značajnu ulogu u oblikovanju mišljenja i ponašanja korisnika na internetu. Ovi sistemi mogu manipulirati javnim mnjenjem na nekoliko načina. Na primer, algoritmi društvenih mreža, poput Facebook-a i Twitter-a, često favorizuju sadržaj koji izaziva emotivne reakcije [5], kao što su bes, strah ili šok, dok ignorišu umirujuće ili konstruktivne poruke. Ovaj fenomen dovodi do stvaranja “filter mehura”, gde korisnici vide samo sadržaj koji je u skladu sa njihovim postojećim uverenjima, što dodatno polarizuje društvo.

Izveštaji i istraživanja pokazuju da je ovakva manipulacija sadržajem postala dominantna strategija za povećanje angažovanja korisnika, ali i alat za političke manipulacije i širenje dezinformacija. Na primer, tokom

političkih kampanja, [7] botovi su korišćeni za širenje lažnih informacija i stvaranje utiska da određene ideje ili političke opcije imaju veću podršku nego što je to zaista slučaj. Ovo može dovesti do erozije poverenja u institucije i potkopavanja demokratskih procesa.

4.2 Uticaj na mentalno zdravlje

S obzirom na sve veću automatizaciju sadržaja na internetu, korisnici često nisu svesni da su izloženi sadržaju koji je kreiran ili plasiran od strane botova, a ne stvarnih ljudi. Ovo može imati ozbiljan uticaj na mentalno zdravlje [6], jer se korisnici mogu osećati izolovano ili zbunjeno kada shvate da su im informacije manipulisane. Na primer, ako se veliki broj ljudi na internetu ponaša na sličan način (zbog uticaja botova), to može stvoriti lažnu sliku o stvarnom društvenom konsenzusu. Ovaj fenomen može izazvati stres, anksioznost, pa čak i depresiju kod korisnika koji osećaju da nisu u skladu sa ostatkom društva.

4.3 Gubitak poverenja u digitalne medije

Sveprisutnost botova i automatizovanih sistema stvorila je atmosferu nesigurnosti na internetu, posebno u kontekstu vesti i informacija. Prema istraživanjima [7], veliki broj korisnika više ne veruje u izvore informacija sa interneta, s obzirom na to da je teško razlikovati stvarne ljude od automatizovanih sistema. Na primer, istraživanja sprovedena od strane Pew Research Center [8] pokazuju da se poverenje u vesti sa društvenih mreža drastično smanjilo, jer korisnici postaju svesni da mnoge od tih vesti mogu biti plasirane sa ciljem manipulacije ili postizanja političkih ciljeva. Ovaj gubitak poverenja dodatno pogoršava polarizaciju društva i usmerava korisnike prema manje objektivnim izvorima informacija.

4.4 Digitalna apatija i pretnja demokratiji

Sve veći broj botova koji učestvuju u kreiranju umetničkog sadržaja i manipulaciji javnim mnjenjem može dovesti do apatije među stvarnim korisnicima. Kroz konstantno bombardovanje automatizovanim sadržajem, korisnici mogu postati sve manje motivisani da aktivno učestvuju u digitalnom prostoru, što smanjuje slobodu izražavanja i kvalitet dijaloga na internetu. Ovaj fenomen poznat je kao **digitalna apatija** [6], koja može negativno uticati na demokratske procese, jer pravi dijalog između ljudi postaje sve teži zbog uticaja automatizovanih sistema.

5 Kritike i moguća rešenja

5.1 Kritike teorije mrtvog interneta

Teorija mrtvog interneta naišla je na brojne kritike, kako od strane stručnjaka, tako i od šire javnosti. Najčešće kritike uključuju [9]:

- **Nedostatak empirijskih dokaza:** Mnogi tvrde da teorija mrtvog interneta nema dovoljno čvrstih dokaza koji bi potvrdili tvrdnje o dominaciji automatizovanog sadržaja nad stvarnim korisnicima. Iako postoje podaci o velikom udelu botova u internet saobraćaju, oni ne dokazuju nužno da su ljudi marginalizovani.

- **Konspirativni ton:** Teorija često ima ton sličan teorijama zavere, što umanjuje njenu ozbiljnost u očima naučne i tehnološke zajednice. Na primer, tvrdnje da “većina interneta nije stvarna” mnogi vide kao preuveličane ili nerealne.
- **Tehnološki determinizam:** Kritičari navode da teorija previše pojednostavljuje kompleksnost interneta i ignoriše ulogu ljudi u kreiranju sadržaja. Iako su algoritmi i botovi prisutni, ljudi i dalje čine veliki deo aktivnosti na internetu, posebno u kreativnim i društvenim sferama.

5.2 Naučni dokazi protiv teorije

Istraživanja pokazuju da je većina sadržaja na internetu ipak rezultat ljudske aktivnosti. Na primer, društvene mreže beleže milione stvarnih interakcija dnevno [4], a ogromna popularnost platformi poput TikTok-a ukazuje na autentične korisnike.

Uprkos tome, i dalje ostaje pitanje da li je većina interakcija sa tim sadržajem autentična, to jest da li je proizvod ljudske aktivnosti, ili dolazi od strane botova. Takođe, pojavljuje se sve više i više sadržaja za čije generisanje ljudi u svakoj fazi koriste alate veštačke inteligencije. Tako, na primer, na platformama za deljenje videa poput YouTube-a i TikTok-a, sve češće se nailazi na klipove koji se bave različitim temama u kojima je za glas koji govori iskorišćen jedan alat veštačke inteligencije, za tekst koji taj glas čita drugi, za slike koje se prikazuju treći... Problem sa time je što su ti alati danas dostupni svakome, i većina ljudi koji ih koristi ih ne koristi samo kao pomoć pri pravljenju sadržaja sa ciljem unapređenja, već kao alate za brzo “štancovanje” sadržaja sa ciljem brze zarade, što dovodi do čestog iznošenja kontradiktornih ili pogrešnih informacija, jer, kako su ovo sve relativno nove pojave, još uvek nema odgovarajuće regulacije.

5.3 Prirodna evolucija interneta

Neki stručnjaci smatraju da ono što teorija naziva “mrtvim internetom” nije ništa drugo do prirodna evolucija digitalnog prostora [9]. Automatizacija i algoritmi ne moraju nužno značiti gubitak autentičnosti, već efikasniji način organizacije i distribucije sadržaja.

5.4 Potencijalna rešenja

Iako su problemi koje teorija mrtvog interneta ističe izazovni, postoje načini za njihovo rešavanje. Ključni koraci uključuju:

- **Regulaciju automatizacije:** Regulacija upotrebe botova i automatizovanog sadržaja može pomoći u vraćanju poverenja u internet. Platforme bi morale jasno označiti sadržaj generisan od strane automatizovanih sistema. Vlade i međunarodne organizacije mogu usvojiti propise koji ograničavaju zloupotrebu botova, poput upotrebe u političkim kampanjama ili širenju dezinformacija.
- **Poboljšanje algoritama:** Algoritmi koji upravljaju internet sadržajem moraju biti osmišljeni tako da favorizuju autentičan i kvalitetan sadržaj. Potrebno je razviti algoritme koji smanjuju vidljivost lažnog i manipulativnog sadržaja i promovisati transparentne sisteme rangiranja koji omogućavaju korisnicima uvid u to kako su informacije plasirane.

- **Edukaciju korisnika:** Ljudi moraju biti svesni kako funkcionišu automatizovani sistemi i kako da ih prepoznaju. To uključuje digitalnu pismenost i kampanje javne svesti.
- **Tehnološke inovacije:** Razvoj novih alata za detekciju botova može pomoći u rešavanju problema. Na primer, veštačka inteligencija se može koristiti za identifikaciju neautentičnog sadržaja i smanjenje njegovog širenja.

6 Zaključak

Teorija mrtvog interneta osvetljava važno pitanje: koliko je internet koji koristimo autentičan? Iako je u vreme kada se pojavila delovala prilično neosnovano, u trenutku pisanja ovog rada ona deluje relevantnije nego ikad. Takođe, iako ova teorija ima zaverenički ton i na prvi pogled možda deluje apsurdno, ona zapravo skreće pažnju na neka veoma važna pitanja - na probleme automatizacije sadržaja, algoritamske pristrasnosti i manipulacije javnim mnjenjem.

Važno je da korisnici razviju kritički pristup prema sadržaju koji konzumiraju na internetu i da budu svesni potencijalnih opasnosti digitalnog sveta. U budućnosti, dalja istraživanja treba da se fokusiraju na razumevanje balansa između tehnologije i ljudskog učešća u kreiranju sadržaja.

Literatura

- [1] IlluminatiPirate. *Dead Internet Theory: Most of the Internet is fake*. Agora Road's Macintosh Cafe.
- [2] Di Placido, Dani. *The Dead Internet Theory, Explained*. Forbes Magazine.
- [3] Imperva Research Team. *2023 Imperva Bad Bot Report*. Imperva.
- [4] Imperva Research Team. *2025 Imperva Bad Bot Report*. Imperva.
- [5] Walter, Yoshija. *Artificial influencers and the dead internet theory*.
- [6] Steyerl, Hito. *Too much world: Is the Internet dead?*. E-flux journal. AI & SOCIETY, Springer.
- [7] Burkhardt, Joanna M. *Social media bots: How they spread misinformation*. American Libraries. American Library Association.
- [8] Holcomb, Jesse. *Media Mistrust Has Been Growing for Decades—Does It Matter?*. Pew Research Center.
- [9] Sins, Johnny. *Holes of the Dead Internet Theory*. Genesis. Reality Kings.