



28. travnja 14:04:30

Generacija Z ne doživljava AI onako kako mislite

PROMO

*Odnos mladih prema AI-ju stavlja se u fokus na **Danima komunikacija** na panelu 'Alat, igračka ili trojanski konj? Pogled Generacije Z na AI'*

Generacija Z ne doživljava AI onako kako mislite

Odnos mladih prema AI-ju stavlja se u fokus na **Danima komunikacija** na panelu 'Alat, igračka ili trojanski konj? Pogled Generacije Z na AI'

Za pripadnike Generacije Z postoji uvriježeno mišljenje da im se život svodi na skrolanje, algoritme i aplikacije, kao i da se u velikoj mjeri oslanjaju na umjetnu inteligenciju. Međutim, paradoksalno je da, iako gotovo 80 posto mladih koristi AI svakodnevno, tek mali postotak njih tvrdi da bi im ona zaista nedostajala kad bi odjednom nestala.

Ta napetost između intenzivne upotrebe AI alata i emocionalne distance puno govori o generaciji koja tehnologiju prihvaća, ali joj ne poklanja bezrezervno povjerenje.

Upravo taj složeni odnos mladih prema umjetnoj inteligenciji bit će glavna tema panel diskusije '**Alat, igračka ili trojanski konj? Pogled Generacije Z na AI**', koja će biti održana na ovogodišnjim **Danima komunikacija** u Rovinju, u petak, 8. svibnja 2026. godine, u 11.15 sati. Tom prilikom bit će premijerno predstavljene neki od nalaza prvog regionalnog istraživanja o odnosu Generacije Z prema umjetnoj inteligenciji u Adria regiji, koje su sproveli McCann Beograd i UM Beograd, članice [AMA Group](#).

Panel ne polazi od tehnologije kao trenda, već od pitanja što odnos mladih prema njoj govori o budućnosti komunikacije, brendova i autentičnosti u svijetu koji se automatizira brže nego što ga povjerenje stiže pratiti.

Diskusiju zajednički moderiraju **Katarina Robeli**, Managing Director UM Zagreb, i **Mate Šola**, Strategic Planner McCann Zagreb, oboje članovi **HURA** i **LAB Croatia**. U razgovoru sudjeluju **Filip Filković**, direktor i producent, autor kulturnih [nostalgičnih videa](#), **Renata Geld**, osnivačica Centra za kognitivne znanosti Sveučilišta u Zagrebu, i **Ana Lakić**, izvršna direktorica marketinga i sektora za istraživanje i razvoj Grupe pića Jamnica Plus.

Oni će zajedno pokušati razložiti stereotipe i pokazati kako Generacija Z zapravo koristi umjetnu inteligenciju – gdje eksperimentira, kako postaje skeptična i kad povlači granicu povjerenja. Istovremeno, panel će pokazati na koji način ovi podaci mogu biti relevantni i korisni za brendove.

PROMO