

Generacija Z ne doživljava AI onako kako mislite: Izmeđ u svakodnevice i nepovjerenja

Index.hr

ZA PRIPADNIKE Generacije Z postoji uvriježeno mišljenje kako im se život svodi na skrolanje, algoritme i aplikacije, kao i da se u velikoj mjeri oslanjaju na umjetnu inteligenciju.

**80% PRIPADNIKA
GENERACIJE Z U HRVATSKOJ
DOPUŠTA DA [BAR] ODLUČUJE
ŠTO ĆE KUPOVATI.**

Tool, Toy, or Trojan Horse? Gen Z's View on AI
Dani Komunikacija | Hotel Lone, Rovinj
8.5.2026. | 11:15

**McCANN um | ama
GROUP**

ZA PRIPADNIKE Generacije Z postoji uvriježeno mišljenje kako 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% mladih koristi AI svakodnevno, tek mali postotak njih tvrdi da bi im ona zaista nedostajala kada bi odjednom nestala.

Ta napetost između intenzivne upotrebe AI alata i emocionalne distance mnogo 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 se održati na ovogodišnjim **Danima komunikacija** u Rovinju, u petak, 8. svibnja 2026. godine, u 11.15 sati. Tom prilikom premijerno će biti predstavljeni neki od nalaza prvog regionalnog istraživanja o odnosu Generacije Z prema umjetnoj inteligenciji u Adria regiji, koje su proveli McCann Beograd i UM Beograd, članice **AMA Group**.

Tekst se nastavlja ispod oglasa

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 povjerenje stiže pratiti.

Diskusiju zajednički moderiraju **Katarina Robeli**, Managing Director UM Zagreb i **Mate Šola**, Strategic Planner McCann Zagreb, oboje članovi **HURA** i **IAB Croatia**. U razgovoru sudjeluju **Filip**

Filković, direktor i producent, autor kulturnih nostalgичnih 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.

Znate li nešto više o temi ili želite prijaviti grešku u tekstu? Kliknite **ovdje**.

Ovo je .

Homepage nacije.

Imate važnu priču? Javite se na desk@index.hr ili klikom [ovdje](#). Atraktivne fotografije i videoe plaćamo.

Želite raditi na Indexu? Prijavite se [ovdje](#).

[#Dani komunikacija](#)

Index.hr