

Naziv projekta / Project title	HR: Povjerenje u umjetnu inteligenciju u digitalnom turizmu: Percepcija, autentičnost i odluke korisnika EN: Trust in artificial intelligence in digital tourism: User perception, authenticity and decision-making
Šifra projekta / Project code	uniri-iz-25-232
Znanstveno područje, polje i grana / Scientific area, field and branch	Društvene znanosti/ interdisciplinarne društvene znanosti Social science/ Interdisciplinary social sciences
Vrsta istraživanja / Type of research	Znanstveno istraživanje Scientific research
Vrijeme trajanja istraživanja / Duration of the research	1.10.2025. – 1.10.2029.
Vrijednost projekta / Project value	39.399,94 EUR
Izvor financiranja / Source of funding	Europska unija – NextGenerationEU European union – NextGenerationEU
Ključne riječi / Keywords	povjerenje, umjetna inteligencija, percepcija, autentičnost, odlučivanje trust, artificial intelligence, perception, authenticity, decision-making
Sažetak	HR: Projekt istražuje korisničku percepciju, povjerenje i donošenje odluka u kontekstu turističkih sadržaja koje generira umjetna inteligencija (engl. artificial intelligence, skraćeno - AI), u usporedbi sa sadržajima stvarnih korisnika. Usprkos sve većoj prisutnosti AI alata u digitalnom turizmu – uključujući generiranje preporuka, itinerera i personalizirane komunikacije – još uvijek nedostaje dublje razumijevanje psiholoških mehanizama koji oblikuju korisničko povjerenje, percepciju autentičnosti i spremnost na korištenje takvih sadržaja. Projekt se temelji na mješovitom metodološkom pristupu i provodi se kroz tri istraživačke faze. U prvoj fazi planiran je eksperiment u kontroliranom okruženju uz primjenu tehnologije praćenja pogleda (engl. eye tracking), u kojem se ispituje pažnja i izbor korisnika prilikom usporedbe parova sadržaja (AI sadržaj nasuprot sadržaju stvarnih korisnika). Druga faza uključuje mrežno istraživanje sa simuliranim scenarijima (vignette studija) putem platforme Prolific, u kojem sudionici prolaze kroz različite faze planiranja putovanja, uz ispitivanje razine povjerenja, percipirane kontrole i namjere korištenja. Treća faza uključuje simulaciju tekstualne komunikacije s putničkim virtualnim asistentom temeljenim na umjetnoj inteligenciji (engl. AI travel assistant), s fokusom na prihvatanje preporuka i emocionalne reakcije korisnika. Projekt okuplja interdisciplinarni i međunarodni tim te koristi napredne alate digitalnog istraživanja, uključujući Qualtrics, Prolific, generatore tekstualnog sadržaja temeljenog na AI-u i tehnologiju praćenja pogleda. Rezultati će doprinijeti razvoju teorijskog modela digitalnog povjerenja u turizmu, unaprijediti razumijevanje korisničkog iskustva te ponuditi konkretne preporuke digitalnim platformama i pružateljima usluga. Projekt ujedno doprinosi prioritetima otvorene znanosti, digitalne tranzicije i jačanja međunarodne znanstvene suradnje.
Summary	EN: The project explores user perception, trust, and decision-making in the context of tourism-related content generated by artificial intelligence (AI), compared to content created by real users. Despite the growing presence of AI tools in digital tourism – including the generation of recommendations, itineraries, and personalized communication – there remains a lack of deeper understanding of the psychological mechanisms that shape user trust, perceived authenticity, and willingness to engage with such content.

The project is based on a mixed-method approach and will be conducted in three research phases. The first phase involves an experiment in a controlled environment using eye-tracking technology to examine user attention and content selection when comparing AI-generated versus user-generated content. The second phase consists of an online vignette study conducted via the Prolific platform, in which participants will engage in simulated travel planning scenarios across different stages of the journey, focusing on trust, perceived control, and intention to use. The third phase includes a simulation of text-based communication with an AI-powered travel assistant, analysing users' acceptance of recommendations and emotional reactions. The project brings together an interdisciplinary and international research team and leverages advanced digital research tools, including Qualtrics, Prolific, AI-based text generators, and eye-tracking technology. The findings will contribute to the development of a theoretical model of digital trust in tourism, enhance the understanding of user experience, and offer concrete recommendations for digital platforms and service providers. The project also supports the priorities of open science, digital transition, and the strengthening of international scientific collaboration.

ISTRAŽIVAČKI TIM / RESEARCH TEAM

Voditelj/ica projekta / Project leader	dr. sc. Jelena Dorčić, docentica Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Jelena Dorčić, PhD, Assistant Professor University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
Članovi tima / Team members	dr. sc. Jelena Mušanović, docentica Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Jelena Mušanović, PhD, Assistant Professor University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management Katarzyna Minor, PhD, Associate Professor International University of Monaco Katerina Berezina, PhD, Associate Professor University of Mississippi, USA Katerina Volchek, PhD, Full Professor Deggendorf Institute of Technology, Germany