

算法厌恶视域下老年健康监测产品的接受障碍：一个整合性分析框架

李晨璐¹, 徐伟幸²

¹江苏大学管理学院, 江苏 镇江

²江苏大学能源与动力工程学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2026年1月29日; 录用日期: 2026年6月19日; 发布日期: 2026年6月29日

摘要

智慧养老产品在老年群体中的推广, 普遍遭遇“高期待、低采纳”的现实瓶颈。除“数字鸿沟”外, “算法厌恶”是阻碍老年用户接受健康监测等智能产品的深层心理障碍。本文旨在探究此障碍的构成, 并基于此为企业提出精准的市场定位策略。研究发现, 老年用户的算法厌恶源自三个层面: 心理层面, 认知层面, 和价值层面。这些因素共同削弱其采纳意愿。为破解此困局, 研究根据算法厌恶的强度与动因, 将老年市场细分为三类典型用户: “安全优先型”、“自主抗拒型”和“价值怀疑型”。针对不同用户, 本文提出差异化的产品定位策略: 对“安全优先型”定位为“隐形守护者”, 强调可靠与安心; 对“自主抗拒型”定位为“可控的助手”, 突出用户赋权与透明度; 对“价值怀疑型”定位为“可见的健康伙伴”, 以可验证的健康收益为核心价值主张。最后, 本文建议通过信任中介沟通、人性化服务触点设计来系统性地跨越信任鸿沟。本研究为智慧养老产业从“技术中心”转向“用户信任中心”提供了切实的理论依据与策略指引。

关键词

算法厌恶, 智慧养老, 老年用户接受, 产品定位策略, 银发经济

Acceptance Barriers of Elderly Health Monitoring Products from the Perspective of Algorithmic Aversion: An Integrated Analysis Framework

Chenlu Li¹, Weixing Xu²

¹School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

²School of Energy and Power Engineering, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Abstract

The promotion of smart elderly care products among the elderly population commonly encounters the practical bottleneck of “high expectations but low adoption”. Beyond the “digital divide”, “algorithm aversion” represents a deep-seated psychological barrier hindering elderly users from accepting intelligent products such as health monitors. This paper aims to explore the composition of this barrier and based on this, propose precise market positioning strategies for enterprises. The study finds that elderly users’ algorithm aversion stems from three dimensions: the psychological, the cognitive, and the valuational. These factors collectively weaken their adoption intention. To address this dilemma, the research segments the elderly market into three typical user types based on the intensity and drivers of algorithm aversion: “Safety-First”, “Autonomy-Resistant”, and “Value-Skeptical”. For different user types, this paper proposes differentiated product positioning strategies: positioning for the “Safety-First” type as an “Invisible Guardian”, emphasizing reliability and peace of mind; for the “Autonomy-Resistant” type as a “Controllable Assistant”, highlighting user empowerment and transparency; and for the “Value-Skeptical” type as a “Visible Health Partner,” with verifiable health benefits as the core value proposition. Finally, the paper recommends systematically bridging the trust gap through trusted intermediary communication and humanized service touchpoint design. This study provides a practical theoretical basis and strategic guidance for the smart elderly care industry to shift from a “technology-centric” to a “user-trust-centric” approach.

Keywords

Algorithm Aversion, Smart Elderly Care, Elderly User Acceptance, Product Positioning Strategy, Silver Economy

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

全球人口老龄化进程加速, 中国“十四五”时期已进入中度老龄化社会。在此背景下, “银发经济”与“智慧养老”被视为应对挑战的关键支柱。产业与政策层面热情高涨, 智能健康监测产品的市场规模持续扩大, 被寄予实现主动健康管理、缓解照护压力的厚望。然而, 一个鲜明的悖论已然浮现: 技术供给端如火如荼, 但用户需求端的采纳与黏性却普遍低迷。大量产品遭遇“购买即闲置”或“消极使用”的困境, 沦为“数字橱窗”中的摆设。因此, 阻碍智慧养老落地的, 远非技术本身的不成熟, 而在于技术逻辑与老年用户生活逻辑、心理逻辑之间的深层断裂。当老年人面对一个时刻监测自身、并通过“黑箱”算法发出指令的设备时, 其抵触情绪常常超越了简单的“不会用”, 更在于“不想用”甚至“不敢用”。厘清这层“不想用”或“不敢用”的心理机制, 已成为推动智慧养老从愿景走向普及的重要课题。

既有研究对老年人技术采纳障碍的探讨, 长期以来围绕“数字鸿沟”范式展开, 聚焦于接入设备的经济门槛(第一道鸿沟)与学习使用的能力门槛(第二道鸿沟) [1]。这一范式有效解释了“不能用”和“不会用”的问题, 并为普及培训和界面适老化设计提供了依据。然而, 当部分老年人跨越了基本的使用门槛后, 为何仍对许多智能产品敬而远之? 显然, 还存在一道影响“不愿用”的“第三道鸿沟”——一种

基于情感、信任与价值判断的“心理接纳鸿沟”。近年来,管理科学与心理学领域提出的“算法厌恶”理论,为理解这道鸿沟提供了关键透镜[2]。该理论指出,人类即使在明知算法客观性能更优的情况下,仍可能因其决策的不透明性、控制感的剥夺以及对非人格化决策的不信任而倾向于拒绝采纳。遗憾的是,现有关于算法厌恶的研究多集中于金融、招聘等商业决策领域,严重缺乏在“老龄化”这一特定生命阶段、“健康”这一高度敏感且私密的消费情境下,对老年用户算法厌恶的独特构成、影响因素及其对产品市场接受度的系统性探讨。这一理论缺口,导致产品设计往往停留在表面的“易用性”优化,而未能触及影响用户信任与价值认同的核心,亟待弥补。

为弥合上述现实困境与理论缺口,本文旨在构建一个贯通“用户心理-市场策略”的分析框架。全文遵循“障碍深度剖析→用户精准细分→策略系统响应”的逻辑展开。首先,本文将消费者行为学与老年学视角相结合,系统解构老年群体对智能健康产品的算法厌恶,提出一个包含心理、认知与价值三维度的障碍模型。继而,基于障碍的差异,推演出三类典型的老年用户画像,完成从理论到市场的关键过渡。最后,也是本文的实践落脚点,将针对每一类用户画像,提出具象化的产品定位、功能设计及信任构建策略,旨在为智慧养老产业提供一份以跨越“心理鸿沟”、实现有效市场触达为目标的行动指南。

2. 理论基础

2.1. 概念界定: 消费者行为视角下的算法厌恶

在智能健康产品的消费情境中,传统技术接受模型中的“感知有用性”与“感知易用性”已不足以充分解释老年用户的复杂抗拒行为[3]。因此,本文引入“算法厌恶”这一构念,并将其置于消费者行为学与老年技术接受研究的交叉点上重新界定。

广义的算法厌恶指个体对算法决策系统持有的消极态度及由此产生的回避或拒绝行为倾向[4]。将其迁移至本研究的核心场景,我们将其具体界定为:老年潜在消费者,在面对主要功能依赖自动化算法进行健康数据判读、风险预警及决策建议的智能产品时,所产生的一种基于不信任、失控感与价值质疑的综合性负面心理状态,这种状态构成其“感知风险”的核心来源,并显著削弱其采纳与持续使用意愿。

此界定强调三个关键转向:第一,从决策工具转向消费产品。算法不再是辅助商业或司法决策的远端工具,而是内嵌于日常健康消费品中的核心功能模块,其厌恶直接关联购买与使用行为。第二,从通用人群转向老年群体。老年人的认知特点、生命阶段特有的健康关切、对控制感与隐私的独特看重,使其算法厌恶的表现与强度具有特殊性。第三,从孤立心理转向风险感知。在技术接受框架下,算法厌恶主要作用于“感知风险”这一关键变量——它放大了对产品可靠性、安全性及隐私后果的担忧,从而在消费决策的起点上设置了更高的心理门槛。因此,理解老年用户的算法厌恶,实质上是解码其风险感知的黑箱,是预测和干预其采纳行为的前提。

2.2. 三维障碍模型: 智能健康产品算法厌恶的独特构成

老年用户对智能健康产品的算法厌恶,并非单一维度的排斥,而是一个由心理、认知与价值三重障碍交织而成的复杂结构。

2.2.1. 心理障碍

心理障碍是算法厌恶最直接的情感层面,涉及信任、控制与隐私三大核心冲突。

首先,信任缺失源于算法决策的代理性质与不透明性。健康决策关乎生命安全,老年人更倾向于信任具象的医生或亲属的经验判断。当算法作为“黑箱”替代了这些可信源,其决策权威性便受到根本性质疑[5]。一次误报、误判或难以理解的预警,足以摧毁脆弱的初始信任。其次,控制感剥夺尤为关键。

晚年生活往往伴随着因身体机能衰退带来的控制感流失, 维持对个人事务的自主权是重要的心理补偿。

智能健康产品的算法自动监测与干预, 在老年人感知中, 构成了一种对其身体数据乃至日常生活的“技术接管”, 剥夺了其“知情同意”与“自主选择”的权利, 引发强烈的心理抵触, 进而高度放大隐私忧虑[6]。持续的健康监测意味着最私密生理数据的全天候收集与上传。老年人对数据如何被使用、存储及可能带来的歧视抱有深切担忧, 这种“被窥视感”加剧了其对新技术的疏离与防御心态。这三者共同构成一道坚固的心理防线。

2.2.2. 认知障碍

认知障碍指向算法运作方式与老年人特有认知模式之间的不匹配。基于海量数据与复杂数学模型训练的算法, 其内在的运算逻辑对于开发者而言也存在难以完整阐释的部分, 具有显著的“黑箱”属性[7]。然而, 老年人的认知加工往往更倾向于经验化、具象化与因果化。他们习惯于基于长期生活经验形成的、有明确因果链条的判断模式。当智能手环仅给出一个“心率异常, 请注意”的抽象提示, 却无法像医生一样解释“为何异常、与何种行为相关”时, 老年人便无法将其纳入自己熟悉的认知框架。这种“知其然不知其所以然”的状态, 不仅无法带来掌控感, 反而会引发困惑与焦虑。此外, 老年人流体智力的自然衰退, 可能使其理解和学习这套全新“算法语言”的认知成本过高, 从而选择直接回避这套难以理解和预测的“游戏规则”[8]。

2.2.3. 价值障碍

价值障碍触及产品宣称价值与用户实际获得感之间的断层, 体现在工具价值与情感价值两个层面。

在工具价值层面, 产品宣称的“健康收益”常面临不确定性挑战。老年人是务实的消费者, 他们可能质疑: 这个设备真能预防中风吗? 它的预警准确吗? 相较于其不菲的价格和复杂的学习成本, 其收益是否清晰可见且值得? 当算法提供的仅是“风险概率”而非确定诊断, 这种模糊的工具价值承诺难以说服精于成本收益计算的老年用户。

更深层次的障碍在于情感价值的缺失乃至替代效应。传统照护蕴含着子女关心、邻里互助等人际温情, 这是老年人重要的情感支持来源。而冷冰冰的算法监测, 在感知上可能被解读为一种“去人性化”的照料替代, 仿佛用机器监督取代了人文关怀[9]。这不仅无法满足其情感需求, 甚至可能引发“我被机器监视, 子女是否就不管我了”的失落与抗拒。因此, 当算法驱动的产品无法在工具价值上提供确定回报, 又在情感价值上造成负面体验时, 其整体价值主张便显得苍白无力[10]。

2.3. 影响路径

上述三维障碍并非孤立地发挥作用, 而是通过影响技术接受过程中的核心认知变量, 形成一条清晰的抑制采纳的因果路径。

首先, 算法厌恶直接并显著地提升感知风险。心理障碍中的不信任与隐私忧虑, 直接转化为对产品可靠性、安全性与隐私泄露的风险评估; 认知障碍带来的不可理解性, 则增加了误用或依赖错误信息的安全风险。高感知风险是阻止消费行为的关键屏障。

其次, 算法厌恶严重侵蚀感知有用性与感知易用性。价值障碍直接质疑产品的“有用性”——如果其健康收益模糊且情感体验负面, 何谈“有用”? 认知障碍则主要攻击“易用性”——一个无法理解、无法预测其行为的系统, 在用户心中是极度“不易用”的, 即便其物理界面可能很简单。心理障碍中的控制感剥夺, 则同时削弱了对“有用”(感觉不受自己控制, 故对我无用)和“易用”(需要对抗心理不适, 故不易用)的评价。

最终, 被强化的感知风险与弱化的感知有用性、感知易用性共同作用, 导致初始采纳意愿与持续使

用意愿大幅降低[11]。由此,算法厌恶构成了一个影响老年用户接受智能健康产品的核心前置变量与解释机制。

3. 策略构建

3.1. 针对“安全优先型”：“隐形守护者”定位与容错设计策略

(1) 定位内涵：“隐形守护者”不追求用户的主动交互与功能探索,其核心价值承诺是提供一种无感、可靠、最终能链接至人的安全保障。它像空气一样存在于生活背景中,只在真正的危机时刻显形并有效干预。这一定位直接回应了该群体“以安全换控制”的核心诉求,将其对算法的不适感降至最低。

(2) 技术可行性分析:必须正视并坦诚告知用户,当前任何健康监测算法都无法实现“零误报”。剧烈运动、传感器佩戴松动、电磁干扰等都可能触发假警报。根据行业数据,即便最先进的跌倒检测算法,误报率仍在5%~15%之间。因此,产品策略不应空谈“零漏报”,而应围绕“误报不可避免下的信任维护”进行系统性设计。核心思路是:承认算法会犯错,但通过交互设计让用户与系统共同“管理”这些错误,将误报从信任破坏因素转化为信任增强触点。

(3) 核心产品策略:① 极致可靠与容错缓冲:引入“误报确认缓冲机制”,算法判定高风险后进入30秒缓冲期,设备通过震动/语音提示(如“检测到可能跌倒,需要帮助吗?无需请轻按取消”)给予用户取消误报的机会。这既避免虚惊一场,又将决定权交还用户,在“误报不可避免”的技术现实下维护控制感。设备续航与网络稳定性通过基座+便携组合保障。② 无缝介入与误报反馈闭环:操作实现“开机即用”,高风险时全自动拨打预设联系人平台中心。建立误报反馈学习机制:用户取消误报后,系统记录事件用于算法优化。次日生成提示:“昨天有一次误报被您纠正,感谢反馈,我们正在优化。”将算法进化过程透明化,化信任危机为共建体验。③ 情感嫁接与透明沟通:设计“双向安心”功能,报警处理后自动向用户发送“已通知子女”等反馈,并生成记录供子女查看。沟通上坦诚告知误报可能性:“系统可能因剧烈动作误判,这是正常现象,轻按取消即可,您的反馈将帮助我们优化。”坦诚反而建立更稳固的信任基础。

3.2. 针对“自主抗拒型”：“可控型助手”定位与可解释设计策略

(1) 定位内涵:“可控型助手”明确承认用户的主导地位,算法扮演的是提供信息、辅助决策的“参谋”角色,而非“指挥官”。其价值承诺是“在充分知情与授权的前提下,为您提供专业的健康洞察与风险提醒,决策权始终在您手中”。这一定位直接尊重并满足了该群体对掌控感与尊严的强烈需求。

(2) 技术可行性分析:当前可解释人工智能(XAI)技术的发展,已能在一定程度上实现算法决策原因的可视化与简化表达。但需注意,向老年用户提供的“解释”必须是经过简化的因果关联,而非技术细节。例如,展示“今天步数比昨天少30%”比展示“基于随机森林模型的步数分类结果”更有意义。同时,算法的不确定性是固有属性,设计需帮助用户建立对算法概率思维的合理预期——算法提供的是“可能性建议”,而非“确定性结论”。

(3) 核心产品策略:① 解释权与置信度表达:提供可理解的算法解释并附带置信度提示。例如“过去2小时内,您的心率高于日常平均值15%(置信度85%),可能与活动量增加有关”,而非简单提示“心率异常”。采用可视化图表对比历史区间,帮助理解异常由来。置信度低于70%的判断设为“仅供参考”级别,避免不必要干扰。② 自定义权与误报标记:允许用户调整敏感度阈值(提供“敏感/标准/宽松”等预设)、报警时段与方式。核心是“误报标记”功能:用户可一键标记不准确提醒,数据进入算法训练集用于个性化调优。系统定期生成“学习进度报告”,如“近30天您标记8次误报,同类误报减少50%”,让用户感知参与价值。③ 否决权与透明决策:自动化行动前提供确认/否决选项。如跌倒检测后弹出“需

要帮您呼叫女儿吗? [10 秒倒计时]取消”。常设“一键转人工”入口。数据隐私透明化: 提供清晰隐私控制面板, 用户可随时管理数据分享范围、查看“数据使用日志”, 了解数据访问记录。

3.3. 针对“价值怀疑型”: “可见的健康伙伴”定位与实证价值策略

(1) 定位内涵: “可见的健康伙伴”定位强调产品的工具性与可证实的投资回报。其价值承诺是“成为您主动管理健康、提升生活质量的得力工具, 让每一分投入都看到清晰的效果”。它不渲染情感关怀, 而是突出其作为专业、实用健康管理方案的属性。

(2) 技术可行性分析: 数据可视化的技术已非常成熟, 但关键在于将原始数据转化为符合老年认知的健康叙事。同时, 个体健康改善归因复杂(受饮食、运动、药物等多因素影响), 产品需在设计中避免作出“因果关系”的误导性承诺, 而应以“相关关系”和“趋势洞察”为主要呈现方式。算法提供的应是“观察工具”, 而非“诊断工具”, 这一边界必须在沟通中清晰界定。

(3) 核心产品策略: ① 数据可视化与预期管理: 将原始数据转化为“本周活动趋势”“睡眠评分变化”等聚合指标, 采用鲜明色彩与趋势箭头呈现。引入“正常波动范围”提示, 告知用户“持续 3 天以上异常趋势才需关注”, 避免对单次波动产生不必要的焦虑, 帮助建立合理的健康预期。② 效果实证化与合理归因: 恪守“相关而非因果”原则, 通过“用户故事”展示真实使用案例, 如“李叔叔发现睡眠评分低于 70 时次日血压偏高, 开始主动调整作息”——呈现产品作为“观察工具”的价值, 而非宣称“改善”健康。提供“30 天步数达标”等目标挑战, 完成后生成指标对比, 让进步可衡量。③ 服务整合化与第三方验证: 打通线上监测与线下服务闭环。用户可将异常趋势报告一键发送给合作医生付费咨询, 获得专业建议——这是对算法洞察的第三方验证, 既增强可信度, 又规避算法直接提供医疗建议的风险。连续良好数据可获合作保险公司保费优惠, 将健康数据转化为实际经济利益。

3.4. 信任构建与沟通优化策略

3.4.1. 渠道策略: 嵌入既有信任网络

直击老年用户对商业信息的不信任, 必须将产品推广嵌入其天然信任的社会关系中。首要渠道是子女, 营销材料应直面中青年, 以“给父母一份看得见的安心”为核心诉求, 提供详细的“孝心礼盒”和设置教程, 将子女转化为产品的“首席体验官”和“终身客服”。特别需要向子女说明“误报是正常现象”, 并教会他们如何帮助父母理解和管理误报。

第二渠道是专业权威, 与社区卫生服务中心、老年病科合作, 开展“智慧助老”义诊, 由医生结合诊断建议推荐合适的监测设备。医生的背书能有效缓解用户对算法可靠性的担忧, 医生可解释“算法是辅助工具, 不能替代专业诊断, 但能帮助您更早发现变化”。

第三渠道是熟人社群, 在养老社区、老年大学设立体验点, 培育“银发体验官”, 通过同龄人的真实分享和互助学习, 实现口碑扩散。体验官可以分享自己如何应对误报的经历, 这种“过来人”的经验最能缓解新用户的焦虑。

3.4.2. 沟通策略: 翻译技术, 管理预期

沟通的核心是将抽象的技术语言“翻译”成老年人熟悉的生活语言, 并坦诚地管理预期。在解释算法时, 采用生动的比喻而非术语。例如, 将睡眠监测算法比作“晚上的睡眠管家”, 它通过感知翻身和心率, “看”出你睡得深不深、梦多不多, 第二天给你一份“睡眠成绩单”。坦诚说明算法会犯错: 可以比喻为“就像人偶尔会听错话一样, 算法偶尔也会判断失误, 但我们会一起让它越来越准”。

在触及敏感的数据隐私问题时, 必须执行“阳光协议”。设计一份极简的图文版《数据使用明白纸》, 用大图标清晰说明: 数据用于什么(仅健康分析)、存在哪里(加云端)、谁能看(您和您授权的人)、能删

吗？(随时一键清空)。专门设立“误报数据说明”板块：向用户解释，误报记录会被用于算法的自我学习和优化，就像“老师批改作业”，帮助系统变得更聪明，但绝不会作为评价用户健康状况的依据。在设备首次激活时，以语音或大字流引导用户完成这些设置，将控制感和知情权在第一时间交还用户。

3.4.3. 服务策略：人机协同，传递温度

纯算法的服务是信任的“腐蚀剂”，必须在关键环节注入确定性的“人的温度”。设计分级响应的混合服务流程：对于算法判定的高风险警报，系统在自动通知应急联系人的同时，平台人工座席必须在60秒内尝试通过设备双向通话功能直接联系用户，进行紧急确认与安抚。这是对“误报可能”的最后一道防线——即便算法出错，人的介入也能及时纠正。

对于用户通过“误报确认机制”取消的警报，系统可在次日生成一条友好的提示：“昨天有一次跌倒误报被您及时纠正，感谢您的反馈。您已连续3次纠正同类误报，系统正在学习您的动作特征。”这既肯定了用户的判断，又让算法的自我进化过程变得透明可见。

对于中低风险趋势提示，则在24小时内由健康顾问进行电话或视频回访，提供专业生活建议。这种“机器预警、人工确认关怀”的模式，向所有用户传递了一个至关重要的信号：您从未被机器独自对待，技术的尽头是人的守护。这不仅是安全兜底，更是情感价值的终极体现。

4. 结论与展望

4.1. 研究结论总结

本文系统论证了算法厌恶是阻碍老年群体接纳智能健康产品的深层心理机制。研究构建了一个包含心理、认知与价值的三维障碍模型，揭示了其复杂构成。基于此，研究将异质化的老年市场细分为安全优先型、自主抗拒型与价值怀疑型三类典型画像，他们因算法厌恶的强度与主导类型不同，而表现出迥异的诉求与行为逻辑。最终，本文的核心论点是：克服这一障碍无法依赖技术单点突破，关键在于实施一次从“技术功能导向”到“用户信任与价值导向”的彻底范式转变，并据此执行精准的差异化定位与系统的信任构建策略。这是智慧养老产品跨越“心理鸿沟”、实现市场成功的关键破局点。

4.2. 实践启示

对企业与产品开发者：必须依据三类用户画像进行战略性产品线布局，将研发重心从算法精度竞赛，转向“可信交互设计”：即可解释性、用户赋权与人性化服务融合。市场沟通应从功能宣讲转向价值叙事与信任中介传递。

对养老服务集成方与推荐者：在选型时，应评估服务对象的主体画像，进行精准匹配。自身应积极扮演“信任桥梁”与“使用教练”的角色，通过组织体验、提供辅导，降低用户的初始认知门槛与心理恐惧。

对政策制定与行业监管者：应着力推动建立“适老化智能产品信任标准”，在数据隐私保护、算法透明度要求、人工服务备份等方面设立基础规范。可通过政府采购、示范项目等方式，鼓励和牵引企业向“信任驱动”范式发展，培育健康可持续的市场生态。

4.3. 研究局限与未来展望

本研究作为一项理论构建与策略推演，其提出的模型与画像有待实证研究的严格检验与修正。主要局限在于尚未通过大规模问卷调查与数据建模对三维障碍的测量量表及影响路径进行量化验证。未来研究可在三个方向深化：一是开发并验证适用于中国老年群体的智能健康产品算法厌恶测量工具，为实证研究奠定基础；二是开展纵向追踪研究，探究用户从接触到长期使用过程中，算法厌恶的动态演化规律

及干预措施的有效性;三是进行细分画像的实证识别与验证,利用实际用户数据聚类分析,检验并丰富本文提出的理论画像,使其更具实践指导意义。

基金项目

本研究得到江苏省研究生科研与实践创新计划(项目编号:KYCX24_3909)的资助。

参考文献

- [1] 王景圣, 孔令鹏. 数字鸿沟还是普惠红利?——数字普惠金融对家庭资产配置的影响与群体差异[J]. 统计研究, 2026, 43(1): 98-109.
- [2] 罗映宇, 朱国玮, 钱无忌, 等. 人工智能时代的算法厌恶: 研究框架与未来展望[J]. 管理世界, 2023, 39(10): 205-233.
- [3] 陈丽君, 张诗敏. 新一代人工智能技术与公共人力资源管理: 一个跨学科的综合框架[J]. 公共行政评论, 2026, 19(1): 26-45+196.
- [4] 吴志鹏, 文军. 算法厌恶抑或算法欣赏——人工智能时代的个体算法认知及其反思[J]. 理论与改革, 2025(5): 84-99+170-171.
- [5] 任世辉. 技术冲击与社会缓冲: 农村老年群体数字适应的微观机制及整合性框架——一项界面民族志研究[J/OL]. 电子政务, 2026: 1-12. <https://link.cnki.net/urlid/11.5181.TP.20260123.0034.004>, 2026-06-03.
- [6] 何志武, 张民阳. 窥见隐私: 智能家居用户隐私忧虑的多维影响因素分析[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2025, 39(5): 117-129.
- [7] 吴焯. 证券业数字化服务中算法歧视的法律规制[J]. 湖北社会科学, 2026(2): 131-143.
- [8] 侯建明, 李淞. 社区嵌入式养老服务可及性对老年人生活满意度的影响[J/OL]. 西北人口, 2026: 1-15. <https://link.cnki.net/urlid/62.1019.C.20260127.1749.002>, 2026-06-03.
- [9] 崔健, 曹梦圆. 算法亲密: 智能情感的温情幻象与警思[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2025(5): 136-144+171-172.
- [10] 陈靖远. 迈向程序正义: 平台用工场景中算法自动化决策的人工控制[J]. 法制与社会发展, 2026, 32(1): 180-202.
- [11] 彭丽徽, 谭小艳, 毛太田. 智能媒体用户算法悖论行为: 核心诱因、组态路径与治理启示[J/OL]. 情报科学, 2025: 1-18. <https://link.cnki.net/urlid/22.1264.g2.20251223.1425.018>, 2026-06-03.