

青少年

微社群集群行为 实证研究

董金权 高娇娇 著



中国出版集团 | 全国百佳图书
中国民主法制出版社 | 出版单位

教育部人文社会科学研究规划基金项目“青少年微社群集群行为实证研究”
(20YJA840003) 成果

青少年微社群集群行为实证研究

董金权 高娇娇 著

中国民主法制出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

青少年微社群集群行为实证研究 / 董金权, 高娇娇
著. —北京: 中国民主法制出版社, 2022. 11
ISBN 978-7-5162-2999-6

I. ①青… II. ①董… ②高… III. ①青少年-互联
网络-社会交往-研究 IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2022) 第 218322 号

图书出品人: 刘海涛

出版统筹: 石松

责任编辑: 张佳彬 刘险涛

书 名/青少年微社群集群行为实证研究

作 者/董金权 高娇娇 著

出版·发行/中国民主法制出版社

地址/北京市丰台区右安门外玉林里 7 号 (100069)

电话/(010) 63055259 (总编室) 63058068 63057714 (营销中心)

传真/(010) 63055259

http://www.npepub.com

E-mail: mzfa@npepub.com

经销/新华书店

开本/16 开 710 毫米 × 1000 毫米

印张/15.75 字数/242 千字

版本/2022 年 11 月第 1 版 2023 年 1 月第 1 次印刷

印刷/三河市龙大印装有限公司

书号/ISBN 978-7-5162-2999-6

定价/66.00 元

出版声明/版权所有, 侵权必究。

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

此为试读, 需要完整PDF请访问

第一章 导论	1
一、研究缘起.....	1
二、微社群集群行为概述.....	3
三、微社群发展历程.....	8
四、微社群的类型.....	9
五、青少年与微社群集群行为	10
六、学术史回顾	14
七、研究意义	21
第二章 微社群中流言传播特点与传播机制	23
一、引言	23
二、微社群中流言传播的特点	24
三、微社群中流言传播机制	25
四、小结	29
第三章 青少年在“微社群”中表达、追星、打赏，使用短视频与 弹幕状况	31
一、引言	31
二、研究方法	32
三、青少年微社群集群行为的特点	36
四、青少年微社群集群行为的问题	62
五、青少年微社群中集群行为的引导对策	71

六、小结	76
第四章 青少年“网络圈群”中的越轨行为研究	82
一、引言	82
二、研究方法	82
三、概念操作化	84
四、青少年“网络圈群”的类型及特征	85
五、青少年“网络圈群”中越轨行为的发生与演变	88
六、社会工作视角下的介入策略	99
七、小结	107
第五章 “情感”视角下的网络直播	109
一、引言	109
二、个体化进程中的情感陪伴：网络直播的内生机制	111
三、虚拟社群的情感行动：网络直播的打赏与交流	113
四、若即若离：网络直播社群的情感联结	118
五、小结	120
第六章 “微社群”中青少年表演式抗争研究	122
一、引言	122
二、概念操作化	123
三、研究方法	126
四、“微社群”中青少年表演式抗争基本形式与发生机制	127
五、增权视域下社会工作的介入探讨	134
六、小结	145
第七章 青少年微社群抗争性话语的建构与引导	147
一、引言	147
二、研究方法	148
三、概念操作化	149
四、青少年微社群抗争性话语的建构	151

五、社会工作视角下青少年微社群抗争性话语引导策略·····	157
六、小结·····	165
第八章 “微社群” 集群行为：动机、关系联结与演化逻辑 ·····	168
一、引言·····	168
二、研究方法·····	169
三、基本概貌扫描：集群度与活跃度·····	171
四、集群动机：从线上获取信息到线下推动事件发展·····	173
五、关系联结：基于人际信任的熟人纽带和“筑圈”·····	175
六、演化逻辑：从围观到行动的中介机制·····	176
七、小结·····	182
第九章 总结与建议 ·····	184
一、全书研究总结·····	184
二、微社群中话语特点·····	189
三、微社群中青少年集群行为的演化逻辑·····	191
四、措施与建议·····	198
参考文献 ·····	204
附录 1 关于青少年网络表达情况调查问卷 ·····	219
附录 2 网络社区中青少年追星行为调查问卷 ·····	223
附录 3 网络社区中青少年使用弹幕调查问卷 ·····	227
附录 4 关于青少年使用抖音短视频情况的调查 ·····	230
附录 5 关于青少年打赏行为调查问卷 ·····	235
附录 6 “227 事件” 访谈提纲 ·····	237
附录 7 大学生使用利益诉求型微信群情况调查问卷 ·····	239
后记 ·····	244

第一章 导论

一、研究缘起

研究青少年微社群集群行为这一课题，基于以下几个原因。

第一，近几年互联网取得了巨大发展，越来越多的人开始习惯使用互联网应用来联系好友，分享自己的动态，了解时事，寻找感兴趣的东西。随着生活水平的不断提高，我国人民使用互联网的比例也在不断增加。2022年2月25日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布的第49次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年12月，我国网民规模为10.32亿，较2020年12月新增网民4296万，互联网普及率达73.0%（见图1-1），较2020年12月提升2.6个百分点。截至2021年12月，我国手机网民规模为10.29亿，较2020年12月新增手机网民4298万，网民中使用手机上网的比例为99.7%。^①（见图1-2）可见，我国数字经济蓬勃发展，数字经济正在成为重组生产生活要素资源、重塑社会经济结构、改变全球竞争格局的关键力量，推进网民规模增长。网络为集群行为的发生提供了新的途径，网络集群行为也因此而兴起，然而，近些年来，网络集群行为呈现一个非常明显的发展趋势，那就是由传统的虚拟社群转向数量众多的小众化的“微社群”，“微社群”在青少年群体中流行起来。

^① 中国互联网络信息中心（CNNIC），第49次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2021-08) [2021-12-23].

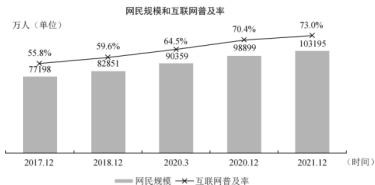


图 1-1 网民规模和互联网普及率

资料来源：CNNIC 第 49 次中国互联网络发展状况统计调查



图 1-2 手机网民规模及其占网民比例

资料来源：CNNIC 第 49 次中国互联网络发展状况统计调查

第二，社会现实类突发事件不断发生，如“江歌案”“徽州宴案”等，这些事件背后反映了目前国内外社会的焦点矛盾，能够在短时间内引起众多网民的经验认同和情感共鸣。微社群正是在这样的社会背景和技术环境之下于网络空间中悄然兴起的一种新型的社会群体，是人的“结社”需求在网络空间的实现，也是网络社会在微观层面的缩影和映照。马克思认为，“人

的本质不是单个人所固有的抽象物，在其事实上，它是一切社会关系的总和”。^① 基于马克思的观点，人是有社交需要的，网络技术的发展，克服了地缘、业缘、血缘及时间、空间等的限制，为人们提供了空前的集聚空间和表达空间的契机。

第三，对处于求学阶段或刚迈出校园进入社会，经济不独立的青少年而言，现实中的他们面临着学业压力、就业压力，工资低而物价、房价快速上涨，使他们这一相对弱势群体的兴趣爱好、利益诉求在现实生活中得不到满足，他们就在“微社群”中迅速集聚起来，将突发类事件转发到各类“微社群”并进行评论与回复；针对某一突发事件专门建立群，以此来表达自己的话语权。同时，“微社群”关系搭建具有便捷性和快速性，成员组合的自由度高、社群成员来源多样且异质性程度高、对于事件的反应比一般的网络社群也更具有即时性特点，能够在短时间内迅速集群。另外，微社群因既有网络空间的开放性特征，又有相对于其他社群和整个网络空间而言的内部封闭性，这样的社群“闭环”无形中又会将青少年“圈”于“群”中，群外人对群内人情况的不易知晓、不易介入、不易引导，一定程度上影响主流思想价值观念的有效传播，给社会、国家带来了新的挑战。

第四，青少年是最容易受到微社群中亚文化影响的群体，青少年处在价值观形成和确立的重要时期，青少年的价值取向决定了未来整个社会的价值取向。因此，有必要在网络环境下对青少年微社群集群行为进行研究，以便相关部门在网络信息阵地、内容、队伍、监管等方面切实采取有效举措，塑造青少年正确的价值观。

二、微社群集群行为概述

1. 微社群的概念

最早的“社群”研究起源于拉丁语，本意指非常友好和密切的合作关系，1993年，美国学者霍华德·莱茵戈德将“社群”定义为，多人、多时、多讨论、共情感，并在一定空间范围内集结成群，即是社会集群现象，简称

^① 马克思恩格斯选集，第1卷[M].北京：人民出版社，1995：135.

“社群”^①。国内学者把“社群”定义为，“社群是在一定地域聚合在一起，进行生活资料共享、情感利益互通的群体”^②。21世纪互联网的广泛应用，使得“网络社群”迅速成长，原欣伟（2020年4月）将“网络社群”定义为，“一群具有共同兴趣和价值观的人，通过互联网平台进行交流和互动，最终聚集在一起形成的整体的群体关系，并认为社群有五大特点，信息技术、网络空间、共同话题、社区人际关系、成员之间互动”^③。邢征宇（2018年5月）在其论文《网络社群中意见领袖的商业价值研究》中指出，“‘网络社群’是用户在以趣味为纽带，以知识分享和情感交流作为主要功能的虚拟空间”^④。

随着手机移动端的普及，“微社群”概念出现，“微社群”是指基于共同的兴趣爱好或共同的临时事务，通过微信、微博等社会化微媒体平台而进行关系搭建的，具有共同目标的，数量众多的，小众化的，成员兴趣爱好、思想倾向同质性高的网络社群，具有小众、封闭的特性，有明显的“圈子文化”，与一般的网络社群相比而言，其成员认同感和排他性更强。它一部分是直接集群结社的；还有一部分是从一般的网络社群层层“筑圈”形成。前者如微博“微话题”圈、“饭圈”等；后者典型代表如从“B站”筑圈出来的19个社区和7000余个垂直兴趣社群。微社群呈现出“壁垒”和“部落化”现象，存在唯我独尊、排斥异见、审美固化、党同伐异等问题和“群体盲思”的短板，其集群行为更可能“极化”或“恶化”；微社群蕴藏着重要的结构性因素，把同一代的青少年区隔在不同的“圈层”和“折叠空间”里。本书所涉及微社群包括网络社区、弹幕、短视频、网络直播间、微信群等。

2. 集群行为

美国学者波普诺对集群行为作出的界定为：“集群行为（Collective Be-

① HOWARD RHEINGOLD. *The virtual community: Home-steading on the electronic frontier* [M]. Cambridge: MIT Press, 2000.

② 张东进. 微博群体性事件的抗争性话语研究 [D] (硕士论文). 陕西师范大学, 2014: 14.

③ 原欣伟, 李延, 窦天苗, 李雨萌. 消费者虚拟社区参与对创新产品采用意愿的影响研究 [J]. 生产力研究, 2018 (05): 109—114.

④ 邢征宇. 网络社群中意见领袖的商业价值研究 [D] (硕士论文). 江西财经大学, 2020: 6.

havior/Action), 又称为群体行为、集体行动。集群行为是社会公众在无组织的、相对自发和不稳定的情境下, 受到某种普遍的影响和鼓舞而发生的行为”^①。

3. 青少年微社群集群行为

本书将“微社群”中青少年集群行为定义为一群具有共同兴趣爱好、利益诉求的青少年, 在“微社群”中聚集、发言、互动等, 通过在线的或离线的方式共同参与的集体行动。

4. 青少年微社群的主要特征

微社群本身的特征: 去个性化、隐匿性、虚拟性, 同质性强, 闭环性等特征对集群行为的发生是一种催化剂, 推动微社群内青少年集群行为的发生、发展。

(1) 去个性化、隐匿性、虚拟性

微社群最大的特点就是隐匿性、虚拟性, 现实生活的约束不能扮演的角色在微社群中可以扮演, 因此每个成员的身份真假难辨。虽然在微社群中是实名认证的, 但每位成员在群里的身份都有一定的迷惑性, 只要事后迅速删帖, 删评论, 注销账号, 就可以做到销声匿迹。美国社会心理学家费斯廷格提出去个性化(指在群体活动中个体的性别、年龄、职业、社会地位等身份特征消失, 个体淹没在群体之中丧失个性自觉的现象)^②。缺失现实情境的监督, 个人在群体中隐藏自己的真实身份, 个体特征在群体中被淹没, 在群体的掩护下, 个体责任意识被淡化, 成为青少年在微社群中集群行为产生的温床。

(2) 同质性强

微社群的建立就是基于共同的信念、兴趣爱好、利益、目标。每个人都自觉把自己归属于群体, 个体对群体互为镜像, 群体像我, 我像群体。群内保持高度一致性, 具有强大的凝聚力而且这种凝聚力完全不用在群内号召。

^① [美] 戴维·波普诺, 社会学(第10版)[M], 李强, 等, 译, 北京: 中国人民大学出版社, 1999: 566—566.

^② 参见祝建均, 青少年学生参与网络集群行为的社会心理机制和风险管控[J], 当代青少年研究, 2018(5): 81.

如，以“粉丝群”为代表的兴趣爱好群，偶像的海报、代言的产品，成员都会抢着买，抢到偶像的海报，买到偶像代言的产品，会欣喜若狂，而另外一边，没有抢到海报，没有买到偶像代言产品的粉丝则灰心丧气。成员之间相互讨论偶像，做数据分析已成为在群内生存的最基本准则，不积极讨论偶像，不进行数据分析，就面临着被清离群聊的危险。基于群内的“优胜劣汰”，留下来的都是兴趣爱好高度一致的——忠粉，这些人也会使群内同质性更强。利益诉求型群内成员为了自己或他人的利益会在群中主动发声，而群内也是百口同声，借助其他网络平台（抖音、知乎、微博、快手等）扩大事情的影响力，更有甚者组织线下活动，现实生活中的集体行动，以引起政府或有关部门的关注。同样的兴趣、爱好、偶像（粉丝群）、目标（利益诉求群）使人们聚集在微社群中，同质性强是微社群与生俱来的特征，与一般的网络社群相比，它最显著的特点就是同质性更强，因为高度一致的爱好、利益、目标，人们会心有灵犀地从网络社群中分化出来组建目标更为一致的微社群。

（3）闭环性

微社群具有明显的“圈子文化”，形成闭环效应。当新成员想要入群聊时，群内成员保持高度的警觉性与排他性。比如，粉丝群会检测、核对你是否是忠粉，你为偶像做出了哪些贡献，一系列的审核通过后，才有资格进入群聊，成为合格的成员。对于利益群更是如此，群内的百口同声抵制外面不一致的“声音”，要想入群，就必须承认群内的文化，并内化于心，外化于行。成功进群之后，群内有严格的规章制度，必须保守群内“秘密”。在这种制度与文化氛围的影响下，形成了他人难进入、难了解，信息交流仅限于“群内圈子”。对于关键信息必须严格保密，与群外成员禁止交流关键信息。因此，微社群的闭环性、排他性比一般的网络社群更强。

（4）从意见领袖到全民狂欢

微社群中每位成员都有“麦克风”，每个成员都有平等发表言论的权利，但每位成员在发声之前都不谋而合地观察其他人的言论，而群内有些成员思想敏锐，知识面广，对问题发表意见也能直击“要害”，又是网民身边人，使网民更愿意相信与自己身份相似者的言行，意见领袖的观点得以产生

并像快速扩散和传播。短时间内，“意见领袖”观点汇成“羊群效应”，形成以“意见领袖”为中心的群体意见。

(5) 负面信息更能在微社群中快速传播

传统媒体坚持主流意识形态灌输理论，其议题的选择、产生直至最终呈现到大众面前都有严格的把关。相对传统媒体而言的微媒体，突破了时间、空间的限制，人们可以随时随地地发表议题、评论和回复。借助网络快捷的特点，议题生成的自发性，人们对负面信息关注的心理偏好，在微社群中对负面信息加上引人注目的标题，吸引人们关注（特别是青少年群体的关注），影响更多人意见的形成。在传统媒体发声之前，给网民营造一种先入为主（社会不公等）的错觉，沉醉在自己的群体信息里面，并不断向自己拥有的其他类微社群传播，形成强大的网络舆论场。在传统媒体发声之后，网民却发现和自己之前接受的观点存在偏差，而之前的观点已刻骨铭心地印在自己的脑海里，在真相的扑朔迷离中进一步激发了网民的好奇心。

(6) “多对一”的传播方式

一群体对个体的影响比一个人对个体的影响要强很多，通过“多对一”的说服方式，人们的判断会受到影响，并最终产生共识。在微社群中成员因利益、兴趣聚集在一起，彼此之间是相互信任的。马克思认为，“一个人的发展取决于和他直接或间接进行交往的其他一切人的发展”^①。基于马克思的观点，人是有社交需要的，对偏离的恐惧，合群似乎成为微社群中每个成员必须遵守的最基本原则。大学生以兴趣爱好、思想观念的相似性而聚集在各类微社群里，根据“群体极化”理论（指“当想法相似的人聚在一起的时候，他们最后得出的结论会比交谈之前的想法更加极端”），^②在群体极化的同时，“沉默的螺旋”^③也在发挥着作用。势单力薄的劣势“声音”，会使赞同此声音的部分成员保持沉默，声音越来越弱，直至消失；而处于优势的声音，会使他们的声音比交流之前更强，成为主导言论。大家都“报团

① 马克思恩格斯全集，第3卷[M]。北京：人民出版社，1960：515。

② 董金权，潘昕。微社群中流言传播特点与传播机制[J]。内蒙古农业大学学报（社会科学版），2020（3）：80。

③ [美]卡斯·R·桑斯坦。谣言[M]。张楠，迪扬，译。北京：中信出版社，2010：3—8。

取暖”在短时间内产生巨大的“蝴蝶效应”，从而较容易形成强者越强、弱者越弱（马太效应）的两极分化。

三、微社群发展历程

1. 网络社群的发展历程

网络社群的发展历程大致可以分为以下三个阶段。

第一，虚拟社群（2000—2005年）

这一时期，作为新媒体的发展初期而形成的虚拟社群，具有明显的中心化特征，社群成员多是现实生活中有着共同目标或兴趣的好友在网络上聚集，其中，互动形式多为文本、语言。

第二，网络社会（2005—2014年）

这一时期，虚拟社群冲破了原本以地理区域为界限的社群形式，在互联网上打造了更大的虚拟空间，这改变了原有的互动传播模式，具有去中心化的特征。同时因不受限于户籍、身份等的制约，社群成员只需要在相应的网站或应用内注册成为用户即可，融入社群变得更加便捷，个体有着极强的自主选择权，个体可以同时加入多个不同类别的社群，也可以因自身对某一事物失去兴趣而离开社群，弱化了社群归属感，其中，互动形式多为文本、语言、图片。不同于以地缘、业缘、血缘而构成的现实社群，虚拟社群因网缘而聚集，网络中个体可以选择隐藏自己的现实身份、坐标、年龄等涉及隐私的问题，只是对某一问题进行发表自我意见，因而虚拟社群的成员多积极参与社区的建设，信息的流动性更强，同时也满足了成员的自我成就感和满足感。随着各路新媒体平台的快速发展，步入21世纪移动互联网时代以后，网络社群呈爆发式的成长。《新媒体和权力》中认为，“每个时代新媒介的出现能够带来权利的转移”^①。2017年，《中华人民共和国网络安全法》正式实施并提出“构建和平、安全、开放、合作的网络空间，建立多边、民主、透明的网络治理体系”。随之，网络后台实名制也已悄然开展。

^① 转引自沈怀勇. 网络群体的生成机制 [D] (硕士学位论文). 浙江师范大学, 2019: 10—15.

第三、网络社群（2015 年至今）

2015 年以后，网络社群呈现出再中心化的倾向，网络社群类型更加参与与多元，个体也更愿意加入网络社群，相信社群，在网络社群内倾诉自己的观点，其中，互动形式更加多样化，包括文本、语言、静态图片、动态图片、视频、音频、直播等呈现方式。其社群类型、内容对社群文化产生影响，网络社群文化更加丰富和多元化，而网络社群文化是吸引个体加入的中心点，文化带来情感上的共鸣，使个体产生群体归属感。

2. 网络社群的进化版——微社群

微社群是网络社群的进化版，近年来，网络社群呈现出一个非常明显的发展趋势，那就是已由传统的网络社群转向数量众多的小众化的“微社群”。如，微信中的“朋友圈”、各类微信群、QQ 群、QQ 讨论组、微博中的“微话题”圈、数量众多的各类微应用（App 程序）等。“微社群”外部既相互区隔又通过节点相互连接，在“微社群”内部，其成员以兴趣相投而聚集，身份地位上有较大的异质性，而兴趣爱好、思想观念等具有更大的同质性，因而更容易产生“群体盲思”的短板，其集群行为更具“极化”和“恶化”的可能性。梳理近年来，尤其是 2010 年以来，网络集群行为恶化为网络群体性事件的典型案例，会发现其中大多数是通过“微社群”集群结社并发展为线下群体性事件的。

四、微社群的类型

随着微社群使用人群和范围的广泛与普及，出现以下三大类微社群：兴趣型微社群、利益诉求型微社群与事务型微社群（见表 1-1）。

表 1-1 微社群的种类与形态

种类	形态
兴趣型微社群	游戏群、购物旅游群、摄影群、粉丝群、跑步健身群等
利益诉求型微社群	为了自己利益的小团体群、为了他人利益的维权群
事务型微社群	班级群、学生会群、干部群

1. 兴趣型微社群

这类微社群是成员基于共同的兴趣、爱好而组建的微信群。例如，游戏

群、购物旅游群、摄影群、粉丝群、跑步健身群等。

2. 利益诉求型微信群

这类微社群是成员为了争取某种利益而组建的微社群，一般有以下两种，第一种为了自己的利益诉求；比如，部分学生因学校评选奖学金感到不公而聚集起来组建的微社群，宿舍发生矛盾几个人单独建立的小群而排挤一个人的群等；第二种针对某事件为维护事件某一相关利益方的权益或自己的潜在利益而聚焦组建微社群。实际上，他人的利益同时也是自身的潜在利益。如，留学生江歌被害，网民为请愿而组建的各类微社群。

3. 事务型微社群

这类微社群是成员基于一定事务需要而组建起来的，某些活动需要而临时建立的群。如，班级群、学生会群、干部群等。

然而，这些微社群在给大学生提供便利的同时，也容易成为集群行为发生的“温床”。微社群作为一个少则拥有几十人多则几百人的群组，群内任何成员的消息一经发出，其群内的其他成员只要在有互联网触及的地方都能看到、转发，传播效果不断放大，甚至组织线下的活动，尤其是利益诉求型微信群集群行为发生所导致的后果远远超过传统的传播方式所导致的危害。

五、青少年与微社群集群行为

1. 青少年的概念界定

关于青少年的年龄范围目前学界没有统一的界定，“不同社会、不同时期对青少年现象的关注焦点不同，导致青少年概念的内涵不同，因而所划定的年龄标准自然也有所不同”^①。

中国封建社会较少有对新生代年龄的具体界定。孔子在《论语·为政篇》中将人生划分为学习、而立、不惑、知天命、耳顺、从心等几个不同的发展阶段。清末梁启超曾参照当时日本的教育制度，拟定了以年龄区分阶

^① 风笑天，从青少年社会学的视角认识青少年与研究青少年 [J]，广东青少年研究，2022，36（01）：30—45。

段的教育方案：5岁以下为幼儿期，接受家庭教育或幼稚园教育；6—13岁为儿童期，接受小学教育；14—21岁为少年期，接受中学教育或寻常师范及各种实业教育；22—25岁为成人期，接受大学教育。^①

在现代中文辞书中，大都设有“青年”“少年”等条目，但“青少年”的条目几乎没有，对青少年年龄的界定也极不一致。如，1991年出版的《张氏心理学辞典》中关于“青少年期”的解释是：“由青春期开始到身心渐臻成熟的发展时期，女性自12岁到21岁之间，男性约13岁至22岁之间，儿童后期到成年期之间的大约十年期称为青少年期。”在上海辞书出版社2022年出版的《辞海》（第7版）中，“青年”是“指18—25岁由青春期过渡到成人的阶段”；“少年”是“年轻男子”；而在“少年儿童人口系数”条目中，“亦称‘少年儿童人口比重’。一国（或地区）少年儿童人口占总人口的百分率。是按人口年龄构成反映人口年龄结构类型的指标之一。计算时必须确定少年儿童的年龄界限，世界各国的规定不尽一致。国际上通常指14岁及以下各年龄组人口为少年儿童人口。以此为标准时，计算公式为：少年儿童人口系数=14岁及以下人口数/人口总数*100%，计算结果大于40%为年轻型人口，处于30%—40%为壮年型人口，小于30%为老年型人口。在少年儿童的年龄组别死亡率基本不变时，出生率水平较高，少年儿童人口系数就高；反之则低”。“青少年越轨”条目的解释为：“一般指年龄在12—20岁或14—25岁的青少年，因违背当地重要的社会行为规范而发生偏差行为”^②。

在学术界，有学者认为，青少年的起始年龄约为12—13岁，终止年龄为25—30岁。^③ 陆士楨、王玥编著的《青少年社会工作》（第3版）中则将青少年的年龄界定为14—30岁。

现实中，各领域对青少年的年龄界定同样出现了不一致的现象，如，共青团组织确定共青团员的年龄为14—28岁，全国青联将青年的年龄上限定为40岁，“中国五四青年奖章”等青年奖项将获得奖项的青年人的年龄定

① 刘秀生，杨雨青. 中国清代教育史 [M]. 北京：人民出版社，1994：234.

② 上海辞书出版社. 辞海（第7版）[M]. 上海：上海辞书出版社，2020：11.

③ 王思斌. 社会工作概论 [M]. 北京：高等教育出版社，2004：168.