

# 督学与陪伴：B站学习直播传播研究

严英杰

北京联合大学应用文理学院，北京

收稿日期：2025年3月13日；录用日期：2025年4月9日；发布日期：2025年4月18日

## 摘要

文章基于B站陪伴式学习直播繁荣现象，通过参与式观察法等研究方法对陪伴式学习直播进行了分析。经研究发现，陪伴式学习直播在其传播过程中仍存在诸多不足。因此，在B站陪伴式学习直播后续发展过程中应从B站平台方、用户自身以及全行业进行规范，共同维护晴朗的网络环境，让陪伴式学习直播发挥应有的作用。

## 关键词

B站，陪伴式学习直播，需求，仪式

# Supervisor and Companion: A Study on Live Broadcasting of Learning at Station B

Yingjie Yan

College of Applied Arts and Science, Beijing Union University, Beijing

Received: Mar. 13<sup>th</sup>, 2025; accepted: Apr. 9<sup>th</sup>, 2025; published: Apr. 18<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

Based on the flourishing phenomenon of live accompanying learning in B station, this paper analyzes live accompanying learning through participatory observation and other research methods. Through the research, it is found that there are still many shortcomings in the communication process of live accompanying learning. Therefore, in the follow-up development process of station B, the platform of Station B, the users themselves and the whole industry should be standardized, jointly maintain a clear network environment, and let the live accompanying learning play its due role.

## Keywords

Station B, Live Accompanying Learning, Demand, Rite



## 1. 引言

自 2016 “直播元年”起，教、娱、购等内容为直播发展带来了诸多方向，学界与业界纷纷开始聚焦于“直播 + 新形势”，关注直播与各内容领域结合后产生的影响。而“自习 + 直播”的这一新形势带来了陪伴式学习直播这一媒介产物。首先来说，陪伴式学习直播隶属于直播范畴，可以参考直播相关内容进行分析；其次，由于陪伴式学习直播在内容表达、互动要素等方面都与其他直播不同。因此，对陪伴式学习直播的传播要素进行探讨，有助于丰富直播领域的相关研究，同时也为陪伴式学习直播的后续发展提供参考。

## 2. B 站与陪伴式学习直播概况

### 2.1. B 站创办与发展：小众狂欢与大众围观

B 站英文名为 bilibili，创建于 2009 年 6 月 26 日，是中国年轻群体中十分活跃的视频平台，被用户称为 B 站。其最初是一家制作和分享 ACG 内容的视频网站。经过十余年的发展，该平台以用户、创作者、内容为中心，不断提供优质内容。目前，B 站拥有超过 7000 个兴趣圈层，曾获 Quest Mobile 研究院评选的“Z 世代偏爱泛娱乐 App”和“Z 世代偏爱 App”两项榜单第一名。

B 站初期主要目标受众是日本动画作品中的二次元读者和网络原住民。随着弹幕开始流行，大量非核心受众开始加入 B 站，B 站的性质也随之发生了变化，变成了一个大众化的泛娱乐网站。2013 年 B 站改版，将网页右侧列表及所有排行榜和推荐转变为分区排行榜，添加了影视剧以及音乐等新区。这一改革，吸引了更多用户加入。根据 B 站官方公布的 2021 年第四季度财报，截止 2021 年 12 月 31 日，B 站的月活跃用户数量为 2.717 亿，比 2020 年增长了 35%；移动端月均活跃用户 2.524 亿，比 2020 年增长了 35% [1]。B 站的粉丝数量不断增长，而这些持续增长的受众群体使内容生产者拥有了更庞大稳定的受众群，创作热情得到了激发。现如今 B 站已经进入到“大众围观”时代。

### 2.2. 陪伴式学习直播兴起：多重因素共同作用

所谓“陪伴式学习直播”就是指主播通过直播平台，向用户展示自己的学习过程，而观看直播的观众则可以通过屏幕与主播一起学习。

#### 2.2.1. 何以流行：社交媒体传播

陪伴式学习直播前身是 Study Account (简称 SA)，最初来源于国外社交软件 instagram。“SAer”用来指代那些在 SA 圈中活跃的人群，为了完成某个学习目标，他们聚集在一起，彼此在网络上分享经验，记录学习过程。

国内学习直播是在 2016 年诞生的。B 站陪伴式学习直播真正进入爆发期是在 2018 年，陈睿在演讲中表示，B 站在这一年中直播时长最长的品类就是自习室学习直播，共产生了 146 万小时、103 万次直播[2]。开设陪伴式学习直播直播间在 B 站也成为了一个普遍现象，通过 B 站直播分区就能看到第三分区自习室，每天都有固定 up 主直播，直播间数量超千个。

#### 2.2.2. 何以发展：顺势而行

从 2016 年至 2018 年，陪伴式学习直播在国内被短接受并非偶然，文化、媒介环境、技术、平

台等多因素同时推动了其快速发展。

首先,陪伴式学习直播是由手帐文化发展而来的,在“SAer”微博上,他们的照片往往都是整洁的桌面、精美的装饰品或其他的电子设备[3]。通过使用各种不同的滤镜或者是修图来增加照片的美感,观看的人在感受他人高质量生活的同时也能激励自己提高工作效率、调整个人生活状态。而陪伴式学习直播则是以移动端为载体,以视频网站为平台,以直播的形式,纪录生活学习的一种方式,是对手帐文化的延续。

其次,可移动便携终端进一步推动了陪伴式学习直播发展,现在单靠一部手机就可以实时传输文字、图片等内容。由于直播采用了视频的形式,对于用户来说门槛设置低,因此直播可以更加简单地将与其他事物所要表达的内容表述清楚。随着移动终端的发展,传受双方的空间隔阂被打破,使用者可以随时随地生活在互联网上,同时拍摄和剪辑的难度也得到了降低,每个人都可以通过简单的工具,将自己的作品上传至互联网。

此外,当前社会正处于“Z世代”,所谓“Z世代”,通常指“95后~10后”,以00后为主,他们与网络和数字技术一同成长,被称为“数字原住民”[4]。住民擅长快速上手新技术,同时在学习方式、认知结构等方面也与上一代截然不同。国金证券的调查报告显示,95后大多孤独、焦虑,且多为独生子女,他们认为学习不只是为了获取知识,更重要的是学习氛围以及获取知识的方式[5]。因此,许多社交媒体软件变成了学习平台。除了这些,还衍生出了诸如种树的“Forrest”,虚拟自习室的Costudy等学习专注平台。

最后,B站作为一个新兴的社会学习平台,有着自身的独特优势。真正使B站迎来学习潮的是纪录片《我在故宫修文物》。在片中,年轻的一批人用弹幕向故宫的文物修缮工作者表示敬意。目前,B站拥有超7000个垂直兴趣圈,学习内容涵盖了所有的教育领域,涵盖了考试准备、学习经验分享等。与此同时,B站也为视频创作者提供了更大的创作空间,其核心流量由广大的内容创作者共同贡献。此外,B站也具有独特的先天优势除此之外,它的弹幕文化、Vlog等都是其得到巨大发展的原因。

### 3. B站陪伴式学习直播特点分析

陪伴式学习直播虽是伴随着直播新兴起的一种直播类别,但其同时也在多平台发展,抖音、快手、B站都可以看到它的身影,但是深究为何恰恰是B站成为了大家提到学习直播时第一时间想到的应用,主要是得益于其互动机制,无论是投币还是弹幕都是B站的“专利”,有付出也有收获的互动机制是B站无论是视频投稿区还是直播区都能不断发展繁荣的一个重要原因。

#### 3.1. B站互动:情感联结下的无形陪伴

柯林斯在“互动仪式链”中,提出四个互动仪式成立的必要条件:一是两个或多个人聚在同一场所,二是给局外人划定界线,让大家把焦点放在一个共同的物体或行为上,最终,每个人都要分享相同的感情或感情经历[6]。在陪伴式学习直播自习室内,主播选择“考研”、“冲top5高校”等为主题,直播自己的学习场景,观众可以自行选择进入相似主题的直播间,通过这种方式,二者学习行为产生连接,主播与观众之间分享共同的学习情感,形成一种陪伴的氛围感。霍斯曼的互动理论指出,社会交往往往发生在具有类似生活模式和社会经济特点的人身上。观众在选择进入相似主题的直播间后,往往会遇到相似的人,他们之间会更容易发生社会互动。

从B站的自习室里的互动模式可以看出,在一定的时间里,主播和观众之间不会有任何交流,有的观众会在弹幕上发问,而主播则会在休息时间解释弹幕问题,还有一些主播,会在特定的时间和观众们交流,增强彼此之间的联系。

观众给 UP 主打赏也是一种交流方式。除了“签到”的奖励,还有“电池”和“银瓜子”之类的“游戏币”,一块钱可以兑换十个“电池”,而“银瓜子”则可以通过观看视频来获得。根据奖励的方式,粉丝们可以得到类似于“舰长”的徽章。相比抖音和快手的巨额打赏,这样的打赏方式更加的合理,同时观众与直播者在学习的同时也能满足自己内心的情感。因此,B 站作为新型社交平台,已经成为了当前在线教育中发展最好的一块。

### 3.2. B 站直播:多向的改变

陪伴式学习直播在 B 站的不断繁荣发展,将从前个人化、私密化的学习环境置于镜头之前,实现了多人在镜头前的互联,这种学习方式的变化带来了极大的便利。以下将从离身与在场、内容与仪式、个人与公开三个方面对其特点进行论述。

#### 3.2.1. 即时的陪伴实现了缺席的在场

学习直播用技术的手段,打破了物理空间的隔阂,将人们聚集在“虚拟教室”中,形成了一个全新的学习场所[7]。Up 主们通过提供部分身体或者是身体的画面充当在场证明,观众以弹幕发言等作为他们参与直播的证据。陪伴式学习直播以直播的开放机制来允许多人跨时空、跨地点相聚,使观众们同时在场。

#### 3.2.2. 从内容供应到仪式创造

随着移动通信技术的发展和运用,以及手机等通讯设备的普及,我们步入了“全民皆记”时代。在今天,传统媒体的垄断地位已经被打破,每个人都能在网上自由发言[8]。新浪微博在 2009 年 11 月正式开通,目前已有几十亿的注册用户,每天活跃人数也达到了几百万。在微博上,用户既可以创造信息,也可以生产信息。由传者供应多种传播形态的信息,受众对信息进行点赞、转发和评论。在整场传播过程中,微博平台都不是内容的供应商,信息的生产者和消费者成为了大众自身,而媒介只是一个引导人。

在陪伴式学习直播中 B 站只是为主播们提供了平台,为粉丝们提供支持,比如给粉丝颁发勋章等。观众可以发言、打赏、领取粉丝勋章等来对 UP 主进行回复。在主播与观众能够即时进行沟通与交互的情况下,对于平台来说,内容的制作已经不那么重要了,而更多的问题在于如何推动传播者与观众之间的沟通,开发新的功能,打造大众认同的沟通方式。

#### 3.2.3. 从个人化到公开化

在传播渠道上,陪伴式学习直播直接体现出传受双方隐私观的转变,个人媒介社交网络逐步被公开化媒介所渗透。互联网深入个人生活,个人媒介素养随之提高,个体越来越重视隐私,隐私悖论现象出现[9]。

隐私悖论是指个体在观念上越来越重视隐私权,但在互联网实践中却主动公开个人隐私。随着社交媒介扮演愈发重要的作用,个人对线上线下交流行为都有强烈的需求,个人会有选择的将隐私让渡给媒介。陪伴式学习直播的使用从个人隐私层面来看是一种战略性的隐私让渡行为,传播者以牺牲个人隐私为代价换取其他利益。除此之外,UP 主还会在个人空间里更新自己的学习经验,其关注者便会在下方评论,传受双方从而产生交流。

## 4. 陪伴式学习直播传受者分析

### 4.1. 观看者:窥私与审视

陪伴式学习直播将个人生活空间置于摄像头前,前台与后台的界限被打破,由于每个人都有猎奇心理和窥私欲,在观看他人的直播时会令自己感受到学习的快乐,并通过进行自我审视完善个人品格。

#### 4.1.1. 猎奇心与窥私欲下的情感宣泄

猎奇与窥私作为一种普遍的心理现象，在陪伴式学习直播中也得到了充分体现。点进陪伴式学习直播间后，就能发现卧室等私人空间变成了展台，学习活动变成了公开行为，学习目标、学习方向等个人问题也会在直播间里被观众所看到。

戈夫曼在《日常生活的自我呈现》一书中指出，个体之间的交往是一种表演，而这种表演的地点就可以看作舞台，这个舞台又可以分成前台和后台。陪伴式学习直播内容大多以日常生活为主，主播们为了突破平台与后台之间的隔阂，将日常生活和学习的场所转化为舞台，将原本应该是后台的场景和人物呈现在了B站的舞台上。比如UP主“醒醒啦”，每天都会在B站上14个小时的直播，为即将到来的国考做准备。除此之外，他还提供了一些关于自己学习情况的视频，以及观众们在看直播时的提问，这些问题都是以学校、家庭等隐私的地方进行的，这让观众们的好奇心得到了极大的满足。与传统明星相比，陪伴式学习直播的UP主们更像是一群准备考试的普通学生，更加真实可信，更能迎合网络时代的受众。在观看直播的过程中，观众们可以通过弹幕、打赏等方式与UP主等人进行互动，缓解了他们内心的孤独和空虚。

#### 4.1.2. 现实对比下的自我审视与模仿

通过观察B站学习区热门直播，可以发现他们有许多共同点——其中大部分都有学霸或者名校标签，这就意味着所有人都倾向于看比自己更努力、更优秀、更努力、更优秀的UP主。在养成某种固定的观看习惯后，使用者会对UP主产生信任和情感依赖，从而内省，然后开始模仿UP主的学习模式，以“同款”的方式来实现自己的理想。

大多数人在观看学习类UP的直播时，他们的终极目标是：“我也能成为他们”，“我可以和他们一样生活、学习、工作等等。”UP主们通过直播所表现出的积极、乐观、的精神，正是许多观众所不具备的。所以，在这种陪伴学习的过程中，观看视频的人会根据自己和UP主的学习状态、学习过程来学习，从而产生学习的动力，从而模仿UP主的学习方式。

#### 4.2. 直播者：督促与陪伴

对于很多人来说，学习是一件很无聊的事，更别说自律学习。但是在任何一个阶段，都会有许多学习任务，这就导致了很多人自制力较差的人，经常会陷入“玩也玩不好，学也学不会”的困境之中。Z世代群体多没有兄弟姐妹，都是在缺少陪伴的情况下一步步成长的，他们相较其他人来说更容易产生孤独感，因此他们会想尽各种办法来减轻寂寞。在学习过程中，UP主会用弹幕和评论来缓解自己的寂寞。如“阿雯今天要加油”的直播，她搭建直播间是为了满足观众们的在线学习需要，虽然大家都不认识，但这个时候，直播间就像是一个“线上班级”，而她从直播过程中得到了陪伴。

### 5. 陪伴式学习直播传播过程反思

数字化转型浪潮中，元宇宙概念、虚拟偶像热潮等曾引发全民关注的数字文化现象逐渐回归理性，但陪伴式学习直播却展现出持续生命力。这种以共享学习场景为核心的新型网络文化形态，不仅映射着Z世代群体对沉浸式学习体验的深度需求，更揭示了数字原住民重构学习社交模式的创新实践。当前亟需以建设性视角审视其发展路径，在规范与引导中释放其正向价值，同时也仍需警惕流量逻辑对学习本质的异化风险。

#### 5.1. 虚拟互动加剧人际关系疏离

就处在学习阶段的青少年来说，他们更喜欢于私密的学习空间，并擅长利用身边的移动设备进行学

习，长时间观看直播会使他们逃避人与人的面对面交流。陪伴式学习直播作为一个私密的空间，一方面可以为不善言谈的用户提供自由空间，另一方面也会使人们对于现实生活的交流更加淡漠。例如那些长期直播学习的 UP 主，每天在镜头下学习 10+h，很少与他人进行交流，但他们直播的原因也是寻求虚拟陪伴，在这种虚拟陪伴得到满足后便会愈发的逃离人际关系互动，长此以往发展便会进入恶性循环，变得更加孤独。

## 5.2. 追求仪式感脱离学习本意

在陪伴式学习直播过程中，直播者与观看者都在追求一种仪式感，这种仪式感可以促进知识的传递，但过度仪式化也会使双方脱离学习的本意。陪伴式学习直播的诞生的初衷是为了监督双方的学习，但也会有部分 UP 主将更多的注意力分散于放置于学习场景的布置等方面，虽然这是直播必不可免的一个环境，但过度的仪式化难免会令人觉得在“作秀”，而没有足够的事件和精力去学习。另一方面，一些 UP 主之所以拥有固定的直播时间，也不是为了完成学习任务，而是为了“声誉经济”，他们需要在一定时间内进行直播，这又导致了部分 UP 主脱离了学习内核。

## 5.3. 吃瓜群众的非理性围观

陪伴式学习直播受到越来越多人关注，主流媒体的报道也为其带来了巨大的流量，使得它逐渐走入主流视线，受到广泛的探讨和审视。陪伴式学习直播 UP 主选择将自己的生活暴露在摄像头前，那么他就会受到观众的关注，但被算法或其他方式推荐而来的不相关用户，带着猎奇心参与到直播中，大多数人对 UP 主都是激励或者是不发表言论的态度，但由于披着匿名发言的外衣，部分人会对 UP 主进行审视，讽刺其虚假学习。直播间的真实学习者有更强的包容性，能够让学习者暂时摆脱学霸与学渣的桎梏。专注的人可以成为学习上的榜样，缺乏自律的用户也可以在主播的帮助下实现学习效果的强化，但猎奇的用户还需要更多更长的时间来了解和接受这一媒介实践方式。

## 6. 结语

陪伴式学习直播功能已经从最初的获取知识发展到了扩展社交圈。但陪伴式学习直播的建立初衷仍是提高获取知识的效度，但在如今的发展情况下，其社交属性将远大于其学习功能。因此，目前来看，应当对陪伴式学习直播加以完善，让其更好地为学习服务。

陪伴式学习直播从仪式上来看，传受双方都应时刻谨记参与直播的初心。从 B 站来说，应该为陪伴式学习直播打造更多个性化的功能。首先，平台应该适当改良相关功能，更好地为用户服务。比如说，将直播过程分为前中后三阶段，直播前 B 站可以为 UP 主准备好封面模板，减少直播前准备过程所耗费的时间。直播中也可以增加暂时离开功能，直播后可以像腾讯会议一样提供直播回放或者开发一键剪辑功能，减少在不必要环节的时间浪费。对于观众而言，B 站应该建立一定的准入机制并为观看者和 UP 主之间提供简便的交流通道，以便于学习社群的长期维系。

在当前“直播 + 学习”快速发展的情况下，陪伴式学习直播的出现极大程度满足了部分自制力较差但想要通过学习改变自身的用户的需要。伴随着仪式观与学习两者的不断融合，不管是之前出现的朋友圈打卡还是现在爆火的陪伴式学习直播，其实都是仪式观的具体表现。所以，无论之后是否还会出现新的学习方式，我们都应该先坚守学习的初心，运用媒介工具来提升自己的学习效能而不是被其“牵着鼻子走”。

## 参考文献

- [1] B 站 2021 年第四季度业绩报告[EB/OL].  
<https://ir.bilibili.com/media/dmshmbrr/2021q4-press-release-cn.pdf>, 2022-03-03.

- 
- [2] 直播榜. 别说 B 站鬼畜了, B 站一直都是个学习网站好吗[EB/OL]. [https://www.sohu.com/a/309132812\\_696911](https://www.sohu.com/a/309132812_696911), 2022-04-03.
  - [3] 贾亚男. 使用与满足理论下的陪伴式学播受众心理分析——以 bilibili 的陪伴学播为例[J]. 视听, 2021(6): 167-168.
  - [4] 曹培杰, 余胜泉. 数字原住民的提出、研究现状及未来发展[J]. 电化教育研究, 2012, 33(4): 21-27.
  - [5] 界面新闻. 知道吗?这届年轻人爱上在 B 站搞学习[EB/OL]. <https://www.jiemian.com/article/3053169.html>, 2019-04-17.
  - [6] [美]兰德尔·柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽君, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2012: 54-55.
  - [7] 袁爱清, 孙强. 回归与超越: 视觉文化心理下的网络直播[J]. 新闻界, 2016(16): 54-58.
  - [8] 戴斯敏, 曲天谣, 杜子程. 全民直播的隐喻: 后现代视角下青年重建社群的尝试[J]. 青年探索, 2017(3): 5-15.
  - [9] 彭兰. 视频化生存: 移动时代日常生活的媒介化[J]. 中国编辑, 2020(4): 34-40+53.