



# 吴晓波回应“精英”和 “无用论”：它被刻意放大， 我很无奈



意见领袖 | 吴晓波

人生苦短，当做有价值的事，做让自己喜欢的人，当与坚定而性感的思想、文字、音乐和人同行。

“前后语境都被省略了，这是碎片化时代的代价，你忍忍。” 上周二，张鸿在微信里回复我。

4月下旬，《财新视听》的总编辑张鸿来杭州拍一个视频访谈，几天前播出，引发了一场关于“精英”和“大多数人无用论”的争议。



我请张鸿调出原始的听打稿。

引发争议的内容，是我们在讨论“碎片化时间里能否学习知识”这个话题时的部分对话——讨论碎片化，最终却被碎片化所撕咬，想想也是挺



反讽的。

我把前后文本原录如下：

主持人：现在确实是有这样的需求。需求端希望有快节奏的知识，迅速来填补。但是反过来它会不会对知识的供给也产生影响？

吴晓波：我认为不会。你仔细想，有一件事情很难被改变，就是人被手机占有的时间还在增加。你就算算看，从早上起来看手机，一天平均 5 到 6 个小时，你就量化分析一下看，这 5 到 6 个小时是怎么分配的，很多人可能是看抖音，打游戏，发朋友圈，聊天。如果小时的长度是不可被改变的话，那就剩下来一个问题：在 5 到 6 个小时里，你能不能拿出 10 分钟来听知识付费呢？



如果他学习之后，就可能会去寻找图书，我有蛮多读者就是这么过来的，他就是听了音频，或者听了知识付费产品以后，去反向购买图书，它是个路径问题。

其实你想想，人本质上就是个碎片动物，只有很少的时间处在结构性思考的状态，我们每个人都一样。人对自我的要求慢慢会结构化，但这个结构化的路径可能会不一样，像我们可能不需要通过知识付费这个路径完成自己内容的结构化，但可能有些人对他来讲就是一个好的路径，你想他如果 10 分钟不看知识付费，你认为他会去读书吗？

主持人：那也不会。

吴晓波：刷抖音还不如看知识付费，我觉得是这样。

主持人：所以你其实是利用了人的习惯性的这样一个东西，或者是现在这样一个习惯，然后把它作为一个切入点。但是对受众来说，我已经听了 5 分钟了，我听清楚了，我就不会再去去看一段一段文章了。

吴晓波：也可能，也可能还会去看，文章内容还是不一样。

主持人：这是令人担忧的吗？

吴晓波：不令人担忧。

主持人：就是越来越多的人通过听，通过看视频，然后改变了他看传统文字的这样的一个习惯，你不担忧这个？

吴晓波：不担忧，因为我觉得人大部分都是无用的人，我是个挺精英主义者的，对，我认为这个世界不需要那么多人去同时思考那么多问题。

主持人：所以从你的角度来说，你的定位其实也非常精准的，就那部分人。所以你对你的用户分层是特别自信的，就是这些人嘛，就是喜欢你的，无论是音频还是作品。

吴晓波：对，我认为可能还是蛮少数的人，肯定全国一年就几十万人吧。

主持人：所以你服务的对象就是在这几十万人里。

吴晓波：对，所以你问我破圈，我就懒得破圈，我这几十万人服务好就挺好的。然后你愿意来你就进圈，我也就不出去了，这是我对圈的想法。





主持人：如果你这个圈严谨地给它一个定义的话，这个圈大概是一个什么圈？

吴晓波：就是我们讲的崇尚商业之美，乐于奉献共享，反对屌丝文化，就我们早年定的那个价值观，只要你认同这部分人，你认为商业是件肮脏的事情，赚钱这件事情是一件侮辱我的事，你赶快走，千万别来；你认为我就是个屌丝，你也别来，对，我们认为不需要这样的人。

主持人：你能不能意识到，如果你下沉的话，你的市场会更大。

吴晓波：我不需要，我下沉它干吗呢？

主持人：即使它的市场会更大，是吗？

吴晓波：也未必会更大，就跟人喝茅台一样的，20多岁的人，跟他喝茅台喝不了，40多岁的人，自己就会喝。人到一定的时候，对自我有更高的要求以后，他就可能说我对商业感兴趣了，或者我愿意进入到这样一个社群了，他自然就会进来。



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_33309](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33309)

