

یادداشت مترجم

می‌گویند فناوری، کسب‌وکار را دموکراتیزه می‌کند. به این معنا که با ظهور و پیشرفت فناوری‌های کامپیوتری و اینترنتی، راه انداختن کسب‌وکار، دیگر نیازی به سرمایه و سابقه‌ی زیاد ندارد و در انحصار پول‌پارتنی دارها نیست. هر کسی ایده‌ای، تیمی و اندک سرمایه‌ای یا اندک‌توان جذب سرمایه‌ای داشته باشد، می‌تواند با یک لپ‌تاپ کسب‌وکار راه بیندازد. در دموکراسی استارت‌آپ‌ها، بازیگرهای کوچک چابک، بازار دیکتاتورها را خراب می‌کنند و بازاری نو می‌سازند. کلمه‌ی disrupt که در این کتاب بر آن تأکید شده معنایی دوجوهی را القا می‌کند برای اشاره‌ی همزمان به کسب‌وکارها و آدم‌هایی که زیر فشار فناوری نابود شده‌اند. راوی قصه یکی از همین آدم‌هاست که تصمیم گرفته به جای مقابله با موج تخریبگر استارت‌آپ‌ها، سوار آن شود و خودش را از نو بسازد.

نظرات ضدونقیضی درباره‌ی استارت‌آپ‌ها وجود دارد. برای اثبات یا رد همه‌ی این نظرها هم شواهد کافی داریم؛ چه در سلیکون‌ولی و چه در ایران. برخی

معتقدند استارت‌آپ‌ها «هياهوى بسيار براى هيچ» اند. برخى ديگر باور دارند كه بايد سهمى در «تولد يك افسانه» داشته باشند. برخى هم استارت‌آپ‌ها را راهكار خروج از «شرائط حساس كنونى» مى‌دانند. اما نکته‌ى عجيب و جالب ماجرا شباهت سيليكون‌ولى به فضاي استارت‌آپى ايران است. تقريباً همه‌ى استارت‌آپ‌هاى سيليكون‌ولى نمونه‌ى ايرانى هم دارند. حتى بعضى دنبال «ولى» كردن منطقه‌اى در تهران هستند و اميدوارند ماکتى از آن را در اين جا بسازند.

بيشتر كتاب‌هاى غربى درباره‌ى كسب‌وكار و سيليكون‌ولى مى‌كوشند رموزهاى موفقيت را به فرمول‌ها و مسيرهاى قابل تكرر تبديل كنند. اين آثار هم جهت با جريان آب شنا مى‌كنند. از كسب‌وكارها بت مى‌سازند و آدم‌ها را اسطوره جلوه مى‌دهند. تجربه‌هاى شخصى را به عنوان سبك مديريت و رهبرى تجويز مى‌كنند. از كارهاى نويسندگان شان درس اخلاقى و كسب‌وكارى استخراج مى‌كنند و با محتواى كتاب دوره‌ى آموزشى برگزار مى‌كنند. جاى تعجب هم نيست. وقتى تجربه‌اى به سود نشسته، كتابى خوب مى‌فروشد و مردم پشت در كارگاه‌هاى آموزشى كتاب صف بسته‌اند، چرا چنين نكنند؟

اما اين كتاب تلاشى براى تقديس سيليكون‌ولى نيست. برعكس، به گوشه‌هاى تاريخ كسب‌وكارها و آدم‌هاى سيليكون‌ولى نور مى‌تاباند. بدون تعارف حرف مى‌زند و با كنار هم گذاشتن اتفاق‌ها طنز تلخ ماجرا را برجسته مى‌كند. سعى نمى‌كند روش بهتري براى انجام كارى معرفى كند. گاهى غر مى‌زند و مسخره مى‌كند. گاهى با عدد و رقم حرف مى‌زند. گاهى اغراق مى‌كند. بعد به آدم يادآورى مى‌كند كه همين ماجرا را در زندگى خودش هم سراغ بگيرد. نكند خودمان هم از همان قماش باشيم. كسانى كه فضاي استارت‌آپ ايران را كمى بشناسند احتمالاً مى‌توانند عين همين داستان‌ها و موقعيت‌هاى عجيب و كميك را در ايران هم پيدا كنند.

درباره‌ى هاب اسپات

اگر اسم هاب اسپات را (حتى به فارسى) گوگل كنيد مى‌بينيد اصلاً شركت كوچك، ضعيف يا بدنامى نيست. برعكس، عشاق و مريدان بسيارى دارد. آدم‌ها به مطالبش استناد مى‌كنند، گواهينامه‌ى دوره‌ى آموزشى آنلاينش را روى چشم‌شان

می‌گذارند، وینار «بازاریابی محتوا به سبک هاب اسپات» برگزار می‌کنند و هاب اسپات را نماد بازاریابی محتوایی می‌دانند. هاب اسپات شرکت مهمی است. ارزشش در زمان نگارش این مطلب از ده میلیارد دلار فراتر رفته. تقریباً هر چیزی را که به انگلیسی در حوزه‌ی بازاریابی محتوا گوگل کنید، در رأس نتایج سایت هاب اسپات نشسته است. همین چند ماه پیش سایت گلس‌دُر هاب اسپات را «بهترین محیط کار آمریکا در سال ۲۰۲۰» معرفی کرده، در حالی که محیط کار گوگل در رتبه‌ی یازدهم است و مکنزی بیست و چهارم.

درباره‌ی تجربه‌ی کاری ناخوشایند

شرایط کاری نامطلوب مال همسایه نیست. هر کسی ممکن است تجربه‌اش کند. همه هم دلایلی دارند که چرا شرایط نامطلوب فضای کار را پذیرفته‌اند و چرا زودتر ترکش نکرده‌اند. اما غصه خوردن، تأسف یا حسرت برای چنین تجربه‌ای چه سودی دارد؟ در عوض می‌شود مثل راوی همین کتاب از جنبه‌ی دیگری به موضوع نگاه کرد و قصه‌ای ساخت. به این معنی، شاید قصه‌راهی باشد برای نجات از ناکامی و شکست. بالاخره هر تجربه‌ای، خوب یا بد، قصه‌ای دارد که کافی‌ست خوب تعریف شود.

درباره‌ی حساب

رشد سریع استارت‌آپ‌ها و انتظار رشد سریع‌ترشان در آینده باعث شده استارت‌آپ‌ها با روش‌های سنتی قیمت‌گذاری نشوند. بالا رفتن سریع ارزش مادی استارت‌آپ‌ها فرضیه‌ی وجود حساب را تقویت کرده است. ترکیدن حساب دات‌کام در سال ۲۰۰۰ و بروز بعضی از نشانه‌های مشابه آن دوره، احتمال درستی این فرضیه را قوی‌تر کرده. اما کسی نمی‌داند چنین حسابی دوباره ایجاد شده یا نه.

همین دغدغه در ایران هم وجود دارد. اما فضای استارت‌آپ ایران حتی اگر حساب داشته باشد، فعلاً امکان ترکیدن ندارد، چون هنوز راه ورود استارت‌آپ‌ها به بورس هموار نشده. اخیراً زمزمه‌ی عرضه‌ی اولیه‌ی چند استارت‌آپ بزرگ در بازار بورس به گوش می‌رسد. باز شدن باب عرضه‌ی استارت‌آپ‌ها در بورس از

یک طرف خون تازه‌ای در رگ آن‌ها می‌ریزد و از طرف دیگر دغدغه‌ی ترکیدن حباب را جدی‌تر می‌کند. با این حساب شاید این کتاب قصه‌ای باشد مناسب آینده‌ی استارت‌آپ‌های ایران.

درباره‌ی نویسنده

دنیل لاینز خیرنگار طنزپرداز حوزه‌ی فناوری و به‌خصوص سیلیکون‌ولی‌ست که برای فوربس و نیوزویک کار کرده. با وبلاگ طنز «روزنوشت‌های مخفی استیو جابز» معروف شده. بعد از سال‌ها کار رسانه‌ای، به‌خاطر کم‌رونق شدن بازار روزنامه و مجله اخراجش کرده‌اند. بعد هوس کرده پای سفره‌ی یکی از این استارت‌آپ‌های تک شاخ بنشیند. عضو تیم نویسندگی سریال طنز «سیلیکون‌ولی» بوده و دو کتاب هم درباره‌ی سیلیکون‌ولی نوشته (همین کتاب و «موش‌های آزمایشگاهی») و حالا آدم معرفی شده که مطلب می‌نویسد و سخنرانی می‌کند.

درباره‌ی خواننده

این کتاب سفرنامه‌ی سیلیکون‌ولی است. شما که این کتاب را در دست گرفته‌اید قرار است از دریچه‌ی تجربه‌ی یکی از مسافران قبلی سیلیکون‌ولی به دنیای استارت‌آپ‌ها نگاه کنید. اگر چیزی از سیلیکون‌ولی می‌دانید، قصه‌ی تازه‌ای در انتظارتان است که احتمالاً با شنیده‌هایتان فرق دارد. اگر اولین بار است که اسم استارت‌آپ را می‌شنوید، خودتان را برای سفری جذاب و آشنایی با سرزمینی جدید آماده کنید. اگر هم در فضای استارت‌آپی کار می‌کنید و زیروم کار را می‌دانید، منظره‌ی تازه‌ای از سرزمینی آشنا در پیش دارید.

درباره‌ی این ترجمه

پیدا کردن این کتاب نتیجه‌ی تلاشم برای ترکیب دو حوزه‌ی موردعلاقه‌ام است: «داستان» و «کسب‌وکار». دنیای کسب‌وکار هم مثل دنیاها‌ی دیگر پراز قصه است. کافی بود بگردم و قصه‌گوی خوبی پیدا کنم. بالاخره به این کتاب رسیدم. داستانی با نثر ژورنالیستی پیراسته که برای آدم‌های ناآشنا به شرکت‌های فناوری هم جذاب است.

بخش عمده‌ی متن را در قرنطینه‌ی خانگی ناشی از همه‌گیری ویروس کرونا ترجمه کردم و وقت زیادی صرف جست‌وجوی ارجاعات و تهیه‌ی پانویس‌ها شد و البته ویراستاری خانم شوشتری زاده هم در نهایی شدن لحن کتاب کمک بزرگی بود.

درباره‌ی من

به خاطر رتبه‌ی کنکور، مهندسی برق خواندم و به خاطر رفقای خوب در دانشکده‌ی برق، ام‌بی‌ای خواندم و وارد دنیای کسب‌وکار شدم. بیشتر هم‌کلاسی‌هایم مهاجرت کرده‌اند و بعضاً در همین سیلیکون‌ولی کار می‌کنند. (نسخه‌ی چاپی این کتاب را دوستم که در اینتل کار می‌کند برایم آورده). از سال ۹۴ به‌طور حرفه‌ای ترجمه می‌کنم. مسیر شغلی‌ام را در شرکت‌های فناوری اطلاعات گذرانده‌ام و در ترجمه‌ی این کتاب از همفکری همسرم که در یک شرکت مشاور سرمایه‌گذاری به‌طور تخصصی روی عرضه‌ی اولیه‌ی سهام استارت‌آپ‌ها و پذیرش آن‌ها در بورس کار می‌کند هم بهره برده‌ام.

به نظرم نواختن و شنیدن ساز مخالف بخشی از فرایند بلوغ استارت‌آپ‌هاست. اگر قرار است استارت‌آپ‌ها وارد بورس شوند و سهام‌شان به عموم مردم عرضه شود، چرا قصه‌شان به عموم مردم عرضه نشود؟ اصلاً یک وجه دموکراسی در کسب‌وکار همین است که قصه‌ی کسب‌وکارها فقط در گوش اطرافیان همان صنعت نچرخد. شاید روزی فرا برسد که وقتی والدینم از شغلم می‌پرسند، مجبور نباشم سر بسته بگویم کارمند «یک شرکت کامپیوتری».

یادداشت مؤلف

دهه‌ی اخیر زندگی‌ام را صرف هجونویسی درباره‌ی صنعت فناوری کرده‌ام. اول در وبلاگ، بعد در رمان و تازگی‌ها برای یک برنامه‌ی سرگرم‌کننده‌ی تلویزیونی. اما هیچ‌یک از خیال‌بافی‌هایم در آن قصه‌های ساختگی به گرد پای مسخرگی چیزی که خودم در فضای کاری واقعی یک شرکت فناور-شرکت نرم‌افزاری هاب اسپات- تجربه کردم نمی‌رسد. این کتاب شرح وقایع دوره‌ی کارم در این شرکت است و هجو هم نیست. همه‌ی وقایع کتاب واقعاً اتفاق افتاده‌اند. اسم حقیقی بعضی افراد را آورده‌ام اما در بیشتر موارد از نام مستعار استفاده کرده‌ام. بعضی از هاب اسپاتی‌های فعلی و پیشین قبول کردند برای این کتاب با آن‌ها مصاحبه کنم اما فقط به این شرط که حرف بین خودمان بماند و اسم‌شان منتشر نشود. بعضی‌ها هم ترسیدند با من حرف بزنند. آن موقع فکر می‌کردم بی‌خود نگران‌اند اما بعداً فهمیدم شاید حق داشتند.

درباره‌ی واژگان: وقتی از اصطلاح سیلیکون ولی استفاده می‌کنم، منظورم یک منطقه‌ی جغرافیایی خاص-شبه جزیره‌ای بین سن فرانسیسکو و سن خوزه، محل

تولد اولین شرکت‌های فناوری نیست. بلکه مثل هالیوود یا وال استریت، سیلیکون ولی هم استعاره‌ای است برای یک صنعت که در لس آنجلس، سیاتل، نیویورک، بوستون و شهرهای بی‌شمار دیگر و البته در خلیج سن‌فرانسیسکو وجود دارد. اصطلاح حساب را هم برای اشاره به حساب اقتصادی ارزش‌گذاری دیوانه‌وار بعضی از استارت‌آپ‌های فناوری و هم برای اشاره به ذهنیت کارکنان شرکت‌های فناوری استفاده کرده‌ام؛ خوش‌خیال‌ها و کول‌ایدخورها، کسانی که در حساب خیالی خودشان زندگی می‌کنند، لبریز از اعتماد به نفس و خودبینی‌اند، گوش به انتقاد و چشم به واقعیت بسته‌اند و حواس‌شان نیست که در دنیای بیرونی چه مضحک به نظر می‌رسند.

هاب اسپات، محل کار من از آوریل ۲۰۱۳ تا دسامبر ۲۰۱۴، بخشی از این حساب بود. عرضه‌ی اولیه‌ی سهام هاب اسپات در نوامبر ۲۰۱۴ موفقیت‌آمیز بود و حالا شرکت حدود دو میلیارد دلار می‌ارزد. اما این کتاب فقط درباره‌ی هاب اسپات نیست؛ داستان تلاش برای بازآفرینی خود و شروع مسیر شغلی تازه‌ای در پنجاه و چندسالگی است، آن هم در صنعتی که روی هم رفته در مواجهه با کارکنان مسن، رحم و مروت ندارد. این داستانی است درباره‌ی این‌که خود کار چگونه تغییر کرده و این‌که چگونه بعضی از شرکت‌هایی که ادعای «بهبتر کردن دنیا» را دارند در واقع برعکس این کار را می‌کنند. اسطوره و اسطوره‌سازی در سیلیکون ولی خیلی رایج است. این کتاب را نوشتم تا تصویر واقع‌بینانه‌تری از زندگی درون یک استارت‌آپ «تک شاخ»^۱ ارائه دهم و بساط اسطوره‌های عامه‌پسند درباره‌ی کارآفرین‌های قهرمان را بر هم بزنم. رهبران هاب اسپات قهرمان نبودند، بلکه یک مشت فروشنده و بازاریاب شارلاتان بودند که قصه‌ی خوبی درباره‌ی یک فناوری تحول‌آفرین جادویی سرهم کردند و با فروش سهام شرکتی که هنوز هم هیچ سودی ندارد ثروتمند شدند.

لابه‌لای صفحات کتاب از مسیر گاه دردناک و خردکننده‌ی خودشناسی‌ام

۱. کول‌اید نوعی پودر نوشیدنی طعم‌دار است اما اصطلاح کول‌اید خوری به معنی پیروی چشم‌وگوش‌بسته استفاده می‌شود. (همه‌ی پانویس‌ها از مترجم است.)

۲. استارت‌آپ‌های خصوصی‌ای را که بیش از یک میلیارد دلار ارزش دارند عموماً تک‌شاخ می‌نامند. این استارت‌آپ‌ها از لحاظ آماری چنان نادرند که به اسب تک‌شاخ شباهت دارند.

می‌گوییم که طی آن تلاش کردم خودم را از روزنامه‌نگار به بازاریابِ حرفه‌ایِ یک استارت‌آپ نرم‌افزاری تبدیل کنم. امیدوارم تصویری - گرچه دیر هنگام - از پشت‌صحنه‌ی زندگی استارت‌آپی ارائه کند؛ آن‌هم در دوره‌ای که صنعت فناوری موقتاً عقلش را از دست داده بود و من هم، خوب یا بد، وضع بهتری نداشتم.



به کارخانه‌ی محتوا خوش آمدید

اگر فیلمی درباره‌ی مرد پنجاه و چندساله‌ی فلک زده و بیکارشده‌ای می‌ساختید که فرصتی بزرگ برای از سر گرفتن مسیر شغلی نصیبش شده، صحنه‌ی اول فیلم ممکن بود این باشد: صبح اول هفته‌ای در ماه آوریل، خنک و آفتابی. نسیم روح‌بخشی از رودخانه‌ی چارلز در کمبریج ماساچوست می‌وزد. مرد - با مویی جوگندمی که خوب کوتاه نشده، عینک کائوچویی، پیراهن مردانه - سوپاروی اوتبک خودش را در پارکینگ پارک می‌کند و با دست‌های عرق‌کرده کوله‌پشتی لپ‌تاپی ساده‌اش را برمی‌دارد و به سمت در ورودی ساختمان قدیمی آجرقرمز بازسازی‌شده‌ی پرزرق و وبرقی راه می‌افتد. پانزدهم آوریل سال ۲۰۱۳ است و آن مرد من هستم. می‌روم که اولین روز کاری‌ام در هاب اسپات را شروع کنم؛ اولین بار در عمرم که قرار است جایی غیر از تحریریه‌ی مجله کار کنم.

هاب اسپات چند طبقه از این ساختمان قرن نوزدهمی را اشغال کرده. ساختمان یک‌وقتی کارخانه‌ی مبلمان‌سازی بوده و حالا مطابق کلیشه‌ی محیط کاری

استارت‌آپ‌های فناوری بازسازی شده: تیرک‌های بی‌پوشش سقف، شیشه‌های مات، تالاری بزرگ و آثار هنری مدرن آویخته به دیوارهای لابی. آسانسور که به طبقه‌ی سوم نزدیک می‌شود، فشار عصبی و آدرنالین را حس می‌کنم. بخشی از من هنوز باورش نمی‌شود خودم را تا این جا رسانده باشم. نه ماه پیش بدون هیچ تشریفاتی از کارم در مجله‌ی نیوزویک^۱ نیویورک برکنار شدم. می‌ترسیدم دیگر هیچ وقت کار پیدا نکنم. اما حالا قرار است نیروی بازاریابی یکی از بهترین استارت‌آپ‌های فناوری ساحل شرقی آمریکا شوم. فقط یک مشکل جزئی وجود دارد: هیچ سررشته‌ای از بازاریابی ندارم. موقع مصاحبه، این موضوع چندان مهم به نظر نمی‌رسید اما الان که وقت کار شده کمی دودل شده‌ام.

یادم می‌آید هاب اسپات از جذب من ذوق زده به نظر می‌رسید و از این یادآوری کمی قوت قلب می‌گیرم. کرانیوم، مدیر ارشد بازاریابی، در وبلاگ هاب اسپات مطلبی نوشت و اعلام کرد استخدام کرده است. وبلاگ‌های فناوری پر شدند از قصه‌ی خبرنگار پنجاه و دو ساله‌ی نیوزویک که رسانه را رها کرده و می‌خواهد برای یک شرکت نرم‌افزاری کار کند.

پشت میز پذیرش هاب اسپات که می‌رسم، اتفاق عجیبی می‌افتد: کسی منتظم نیست. مسئول پذیرش که اسمش پنی ست و شبیه دختر دبیرستانی‌ها به نظر می‌رسد روحش هم خبر ندارد من که هستم و این جا چه می‌کنم. ابرو درهم می‌کشد و اسمم را در رایانه اش جستجو می‌کند: هیچی. عجیب است. انتظار بادکنک‌های رنگی و مارش استقبال نداشتم اما پیش خودم فکر می‌کردم روز اول کاری بالاخره کسی، احتمالاً رئیس، منتظم خواهد بود.

به پنی می‌گویم «قراره برای کرانیوم کار کنم.»

کرانیوم مرد هیکلی حدوداً چهل ساله‌ای است که صورتی بچه‌گانه دارد. مهاجم تیم فوتبال آمریکایی دانشگاه بوده و هنوز هم همان هیبت را دارد. در عکس رسمی اش در تیم مدیریتی هاب اسپات، روی تی شرت سفیدش پیراهن آکسفورد یقه‌باز پوشیده، درست مثل پسرهای گوش‌تالوی انجمن‌های برادری دانشگاه. روی کاغذ، کرانیوم من را استخدام کرده اما تصمیم اصلی را بنیانگذاران هاب اسپات گرفتند: برایان

۱. چون اسامی نشریات در متن این کتاب زیاد تکرار می‌شوند به جهت خوش خوانی متن ایرانیک نشده‌اند.

هالیگان مدیرعامل و دارمش شاه که مدیر ارشد فناوری ست. هالیگان و شاه من را پیدا نکردند؛ من آن‌ها را پیدا کردم. هاب اسپات را از روی آگهی استخدامی در سایت لینکدین پیدا کردم، دو بار مصاحبه رفتم و در نهایت با هالیگان و شاه دیدار کردم که شغل «همکار بازاریابی» را به من پیشنهاد دادند. عنوان شغلی عجیب اما خوشایندی بود که طینی شبه‌دانشگاهی داشت و نشان می‌داد قرار است به نوعی عالیجناب خاکستری پوش^۱ شرکت باشم. شرح وظایف مبهمی داشتم، تصور می‌کردم قرار است برای وبلاگ هاب اسپات مطلب بنویسم، به مدیران ارشد درباره‌ی راهبرد رسانه‌ای مشاوره بدهم، سخنرانی‌های مدیرعامل را بنویسم و در همایش‌های مختلف به عنوان سفیر برند هاب اسپات حضور داشته باشم.

پنی چند جا زنگ می‌زند و سرآخر می‌گوید کرانیوم امروز در دفتر نیست. تقویم کاری‌ام را روی موبایلم بررسی می‌کنم و نگاهی به ایمیل‌هایم می‌اندازم تا مطمئن شوم امروز باید می‌آمدم. تا جایی که می‌دانم قرارمان امروز بوده.

می‌پرسم «وینگمن چطور؟» وینگمن دست راست کرانیوم است. مرد سی‌ویک‌ساله‌ای که نمی‌دانم مدیر چه بخشی است. وینگمن را قبلاً دیده‌ام و می‌دانم آدم خوبی است. درست نمی‌دانم چه می‌کند اما به نظر می‌رسد نسخه‌ی کوچک‌تر کرانیوم باشد. واقعاً شبیه کرانیوم هم هست - صورت گرد با موی کوتاه - و شبیه او هم لباس می‌پوشد: یونیفرم «خودمانی کسب‌وکار» که متشکل است از شلوار جین، کت اسپرت، پیراهن آکسفورد یقه‌باز و تی شرت سفید.

پنی به چند جای دیگر زنگ می‌زند. وینگمن هم آب شده و رفته توی زمین.

پنی می‌گوید «شاید بهتر باشه بشینید.»

روی مبل نارنجی‌رنگی می‌نشینم و نگاهم را به تلویزیون صفحه‌تخت بزرگی می‌دوزم که یک سره سخنرانی‌تد پخش می‌کند. نارنجی‌رنگ رسمی هاب اسپات است و همه جا به چشم می‌خورد: دیوارهای نارنجی، کانال‌های تهویه‌ی نارنجی، میزهای نارنجی. هاب اسپاتی‌ها کفش‌های نارنجی و تی شرت‌های نارنجی می‌پوشند و عینک‌های خنده‌دار نارنجی می‌زنند. همه دفترچه‌ی نارنجی دست‌شان است و با خودکار نارنجی در این دفترچه‌ها می‌نویسند. برجسب‌های نارنجی به لپ‌تاپ‌شان

۱. اصطلاح «عالیجناب خاکستری پوش» یعنی کسی که قدرت واقعی پشت پرده در دست اوست.

می‌چسبانند. لوگوی هاب اسپات چرخ‌دنده‌ای نارنجی است، دایره‌ای با سه بازوی کوچک بیرون‌زده که انتهای هر کدام زائده‌ای دارد. گاهی در کلمه‌ی هاب اسپات، به جای حرف ا، همان چرخ‌دنده را می‌گذارند. اصلاً نمی‌دانم این چرخ‌دنده قرار است چه معنایی بدهد. حتی نمی‌دانم کسی فهمیده که سه بازوی بیرون‌زده‌ی سریبازی شبیه چیز دیگری هم شده یا نه. این زائده‌های نارنجی همه جا به چشم می‌خورند. روی هودی‌ها، کلاه‌ها و هر خرده‌ریز هاب اسپاتی دیگری که آن اطراف می‌بینید. همه‌ی این‌ها را می‌توانید حضوری یا از فروشگاه آنلاین شرکت که اسمش «هاب شاپ» است، بخرید.

هنوز روی مبل منتظرم. ساعت ۹ صبح دوشنبه است و هاب اسپاتی‌ها پشت سرهم وارد می‌شوند. خیلی‌ها لباس‌های هاب اسپات به تن دارند، مثل بازیکن‌های تیم‌های ورزشی. بیشترشان بیست و چندساله‌اند. بیشتر مردها لباس‌های راحت پوشیده‌اند: شلوارک و دمپایی ابری، پیراهن آکسفورد دکمه‌دار روی شلوار و کلاه بیسبال برعکس. ظاهر زن‌ها هم به قول یکی از دوستانم مثل «دخترهای دانشجوی نیوانگلندی سرقرار» است، یعنی شلوار جین، چکمه و ژاکت.

سروکله‌ی زنی پیدا می‌شود و سراغ میز پذیرش می‌رود. کت و شلوار پوشیده. حتماً برای مصاحبه آمده. پنی به او می‌گوید که بنشینند. زن کنار من می‌نشیند اما یک دقیقه بعد صدایش می‌کنند و سر جلسه‌اش می‌رود. من هنوز نشسته‌ام. همچنان نشسته‌ام. پنی نگاهی به من می‌اندازد و می‌گوید «هنوز دارم بررسی می‌کنم.» لبخند می‌زنم و می‌گویم «مشکلی نیست.» پنی چند تماس دیگر هم می‌گیرد. هر از چندی نگاهی دزدکی به من می‌کند. لابد با خودش فکر می‌کند با این مرد موجودی چه کند که ناگهانی ظاهر شده و ادعا می‌کند کارمند این جاست.

بعد از چند تماس دیگر، بالاخره شخصی به اسم زک سر می‌رسد. عذرخواهی می‌کند که وینگمن و کرانیم امروز در دفتر نیستند اما می‌خواهد دفتر کار را نشانم بدهد. زک بیست و چندساله است. لبخند دوستانه‌ای به لب دارد و به موهایش ژل زده. مرا یاد کارآموزهای نیوزویک می‌اندازد، تازه فارغ‌التحصیل‌هایی که برای نویسنده‌ها پژوهش مقدماتی می‌کردند. پیش خودم فکر می‌کنم زک باید دستگیری، چیزی باشد.

ساختمانی که در آن هستیم یک سرمایه‌گذار خطرپذیر و چند شرکت کوچک دیگر را هم در خود جا داده. یکی از این شرکت‌های کوچک سونوس است که تجهیزات صوتی بی‌سیم خانگی تولید می‌کند. اما هاب اسپات در حال رشد و گسترش است و بیشتر فضای ساختمان را اشغال کرده. مهندس‌ها در یک طبقه‌اند، بازاریاب‌ها در طبقه‌ای دیگر و تیم فروش هم در طبقه‌ای دیگر. هاب اسپات پانصد کارمند دارد و دیوانه‌وار هم نیروی جدید استخدام می‌کند. این جا را یکی از بهترین محیط‌های کاری بوستون می‌دانند، با مزایایی مثل مرخصی نامحدود و بیمه‌ی درمانی صلیب آبی که تمام هزینه‌اش را شرکت پرداخت می‌کند.

دفترهای هاب اسپات شباهت خیره‌کننده‌ای به مهد کودک مونته‌سوری^۱ بچه‌هایم دارند: پر از از رنگ‌های اصلی تند، اسباب‌بازی‌های زیاد و اتاق چُرت بعد از ظهر با نانو و نخل‌های آرامش‌بخشی که روی دیوار نقاشی شده‌اند. تبِ دفترهای شیشه‌ی اتاق بازی از گوگل شروع شد اما حالا مثل عفونت به همه‌ی شرکت‌های فناوری سرایت کرده است. نمی‌شود کار فقط کار باشد؛ سرِ کار باید خوش بگذرد. هاب اسپات به چند «محلّه» تقسیم شده و روی هر کدام اسم یکی از مناطق بوستون را گذاشته‌اند: نورث‌اند، ساوت‌اند و چارلز‌تاون. یکی از محلّه‌ها همه‌جور سازی دارد تا اگر کسی خواست، بتواند جلسه‌ی بداهه‌نوازی برگزار کند. زک می‌گوید تا به حال کسی هوای ساز زدن وسط کار به سرش نیفتاده و سازها خیلی وقت است همان جا خاک می‌خورند. هر محلّه چند آشپزخانه‌ی کوچک با اسپرسوسازهای خودکار دارد. لم‌کده‌های مبله هم هستند که روی دیوارهای تخته‌سیاه مانندشان چیزهایی مثل «هاب اسپات = باحال» نوشته‌اند یا جمله‌های حکیمانانه‌ای مثل «بی‌دلیل نیست که دو گوش داریم و یک دهان. باید دو برابر آن چه می‌گوییم، گوش بدهیم.»

در طبقه‌ی همکف، یک سالن همایش بزرگ کارِ اتاق بازی را هم می‌کند و میز فوتبال دستی، میز پینگ‌پنگ، میز بلیارد و بازی‌های رایانه‌ای دارد. کافه‌تریای کنارش چند یخچال صنعتی پر از نوشیدنی ردیف کرده. چند قفسه هم پر از شیرینی و گندمک است. به یکی از دیوارهایش چند ظرف شیشه‌ای پر از انواع

۱. مونته‌سوری یک روش آموزشی تربیتی است که ماریا مونته‌سوری ابداعش کرده است.

واقسام آجیل و آب‌نیات نصب کرده‌اند. اسمش را «دیوار آب‌نیات» گذاشته‌اند و آن‌طور که زک می‌گوید هاب‌اسپاتی‌ها خیلی به آن افتخار می‌کنند. این دیوار جزو اولین چیزهایی است که به رخ بازدیدکنندگان می‌کشند. به‌نوعی نماد فرهنگ شادی‌پسندی است که هاب‌اسپات را منحصر به فرد کرده. محیط جوان و سرشار از انرژی است. تیم‌ها خوش می‌گذرانند و روی ترامپولین وسطی بازی می‌کنند و با ماشین‌های کوچک مسابقه می‌دهند و با تفنگ‌های لیزری با هم می‌جنگند.

راهروهای هاب‌اسپات پر از سگ است چون سگ هم، درست مثل دکور مهدکودکی، از ضروریات استارت‌آپ‌های فناور شده است. زک می‌گوید ظهرها گروهی از بچه‌ها در لابی طبقه‌ی دوم جمع می‌شوند تا دور هم شنای سوئدی بزنند. در طبقه‌ی بالا جایی هست که می‌توانی لباس‌هایت را برای خشک‌شویی بدهی. گاهی هم چند نفر را برای ماساژدرمانی می‌آورند. در طبقه‌ی دوم دوش هم هست که برای دوچرخه‌سوارها و کسانی که ظهرها می‌دوند در نظر گرفته شده اما چند باری که «ساعت خوش» جمعه‌ها از کنترل خارج شده استفاده‌های دیگر هم از آن‌ها کرده‌اند. بعدتر (از پنی، همان مسئول پذیرش، که شایعه‌بازِ کاردرستی است) می‌شنوم یک بار اوضاع جوری از کنترل خارج شده که تیم مدیریت مجبور شده تذکر علنی بدهد. پنی می‌گوید «کار بچه‌های فروشه. حال آدم رو به هم می‌زنن.»

نظافتچی‌ها از این وضعیت دل خوشی نداشتند. اما ناراحتی‌شان وقتی بیشتر شد که یک روز صبح یکی از بچه‌های بیست و چندساله‌ی واحد بازاریابی مست و پاتیل سر رسید و معلوم نیست چرا چرخ‌دستی یکی از نظافتچی‌ها را آتش زد.

اعضا همه در فضاهای باز و وسیع کار می‌کنند و مثل خیاط‌های پیراهن‌دوزی‌های بنگلادشی کنار هم به ردیف چپانده شده‌اند، با این فرق که جای چرخ خیاطی روی لپ‌تاپ قوز کرده‌اند. نبرد تفنگ‌های اسباب‌بازی بالا می‌گیرد و آدم‌ها از پشت نمایشگرهای گول‌بیکر صفحه‌تخت شلیک می‌کنند و زیر میزها پناه می‌گیرند و می‌غلطند. میزهای ایستاده مُد جدید شرکت‌های فناور است و هاب‌اسپات هر جا توانسته یکی از این میزها گذاشته. آدم‌ها جلسات ایستاده و حتی در حال پیاده‌روی برگزار می‌کنند، یعنی تمام گروه کنار هم قدم می‌زنند و همین‌طور که راه می‌روند جلسه را هم برگزار می‌کنند.

هیچ کس برای خودش دفتری ندارد، حتی مدیرعامل. قانونی هم برای جای نشستن دارند؛ هر سه ماه همه باید جایشان را عوض کنند، چیزی شبیه صندلی بازی شرکتی. هاب اسپات اسمش را گذاشته «شکار صندلی» و می‌گوید این کار برای یادآوریِ همیشگی بودن تغییر است. اگر بخواهی خلوت کنی، باید یکی از اتاق‌های جلسه‌ی دورتادور فضای کاری را رزرو کنی. روی بعضی از این اتاق‌ها اسم بازیکن‌های تیم بیسبال ردساکس را گذاشته‌اند و چندتایشان هم به نام بازاریاب‌های معروف‌اند. کمی طول می‌کشد تا این موضوع را هضم کنم. در بعضی اتاق‌ها به جای میز و صندلی واقعی، صندلی بادی راحتی گذاشته‌اند و آدم‌ها لپ‌تاپ برزانو روی راحتی‌ها ولو شده‌اند.

اوضاع مسخره‌ای است و همه چیز کمی مصنوعی به نظر می‌رسد، انگار همه سخت در تلاش‌اند به خودشان بقبولانند کارشان باحال است و بهشان خوش می‌گذرد. اما بی‌خیال. روز اول کاری‌ام است. ذوق زده‌ام که این‌جا هستم. فکر می‌کنم با مزه است. این چند سال اخیر از ده‌ها جا مثل این بازدید کرده‌ام و همیشه دوست داشتم بدانم کار کردن در چنین جایی چه مزه‌ای دارد.

همین‌طور که در ساختمان می‌چرخیم، زک کمی از خودش می‌گوید. او هم مثل من در هاب اسپات تازه‌وارد است. تازه یک ماه پیش استخدام شده. در دانشگاه زبان انگلیسی خوانده و می‌خواسته ورزشی نویس شود. اما بعد از فارغ‌التحصیلی دیده روزنامه‌نگاری شغل جان‌داری نیست و در گوگل مشغول کار شده. به او می‌گویم کار درستی کرده. نشریات دارند دست‌وپای می‌زنند و خبرنگارها دسته‌دسته بیکار می‌شوند. برای همین سروکله‌ی آدم‌هایی مثل من در جاهایی مثل هاب اسپات پیدا می‌شود و سعی می‌کنیم با کار در واحد روابط عمومی یا بازاریابی «شروعی تازه» داشته باشیم. تصور می‌شود این جور شغل‌ها به همان مهارت‌هایی نیاز دارند که خبرنگارها به دست می‌آورند، یعنی توانایی نوشتن و توانایی تحویل به موقع کار. راستش را هم بخواهید، با توجه به تراز مالی غول‌های آمریکایی، ما آدم‌های ارزان‌قیمتی هستیم.

زک فکر می‌کند بد نیست ساختار واحد بازاریابی را توضیح دهد. به یکی از اتاق‌های جلسه می‌رویم و نمودار سازمان را روی تخته سفید می‌کشد. بعداً متوجه

می‌شوم که زک عاشق نوشتن روی تخته سفید است. کرانیوم را که مدیر ارشد بازاریابی است در رأس واحد بازاریابی قرار می‌دهد. پایین کرانیوم، وینگمن و سه نفر دیگرند. هر کدام از این‌ها یک یا چند تیم زیردست دارند. زک همین‌طور می‌نویسد و می‌نویسد. ساختار درختی سازمان مدام شاخ و برگ پیدا می‌کند و خیلی زود تمام تخته را پر می‌کند: بازاریابی محصول، بازاریابی اینترنتی، بازاریابی ایمیلی، بازاریابی شبکه‌های اجتماعی، بازاریابی مشتری و بازاریابی نرخ تبدیل^۱. بعضی‌ها کارشان تحریک تقاضا است و گروهی دیگر حافظ منافع مشتری‌اند. گروهی تقویت فروش و تقویت سرنخ‌ها^۲ را بر عهده دارند. چیزی هم دارند به اسم تیم قیف فروش^۳. تیم دیگری هم هست به اسم «برند و آوازه» که بر کار تیم روابط عمومی نظارت دارد و همایش سالانه‌ی مشتریان را برگزار می‌کند.

بالاخره در گوشه‌ای از ساختار سازمانی، سروکله‌ی تیم محتوا پیدا می‌شود. این تیم تشکیل شده از کسانی که برای وبلاگ می‌نویسند و گروه دیگری که کتاب دیجیتال تألیف می‌کنند. من قرار است در این گروه کار کنم.

چیزی توجهم را جلب می‌کند: در نمودار سازمانی، اسم زک بالای تیم محتوا و درست زیر وینگمن نوشته شده. من زیاد از ساختار سازمانی شرکت‌ها سر در نمی‌آورم اما بر اساس این نمودار، فکر می‌کنم یا بهتر بگویم، می‌ترسم—همین پسر که فکر می‌کردم باید دستیار اجرایی یا چیزی شبیه این باشد رئیس من از کار دربیاید.

می‌گویم «وایسا ببینم. من گیج شدم.»

به زک نگاه می‌کنم.

می‌گویم «زک، تو این جا چکار می‌کنی؟ شغلت چیه؟»

زک می‌گوید «آها. من تیم محتوا رو اداره می‌کنم.»

با صدای بریده بریده می‌گویم «پس آگه تو مدیر تیم محتوایی، یعنی تو رئیس منی؟» سعی می‌کنم مضطرب به نظر نرسم. می‌پرسم «من برای تو کار می‌کنم؟» زک می‌گوید مطمئن نیست که بخواهد خودش را رئیس من بداند. به عبارت

۱. اقداماتی که با هدف افزایش نرخ تبدیل بازدید به مشتری انجام می‌شود.

۲. «سرنخ» یعنی شخص یا کسب‌وکاری که ممکن است در آینده به مشتری تبدیل شود. «تقویت سرنخ» یعنی تلاش برای بالا بردن احتمال تبدیل شدن به مشتری.

۳. قیف فروش نمود گرافیکی‌مراحلی است که مخاطبان طی می‌کنند تا به مشتری تبدیل شوند.

دقیق‌تر، آن‌طور که او دستگیرش شده، مدیر رسمی من وینگمن خواهد بود. اما خب در شکل اداری، من در تیم تحت سرپرستی زک کار خواهم کرد.

«لعمعنت!» این را توی دلم می‌گویم.

«خب، حله!» به جایش این را بلند می‌گویم.

زک می‌خواهد محل کارم را نشانم دهد. بلند می‌شوم. سرگیجه دارم. دنبال زک از اتاق جلسه بیرون می‌زنم. در راهرو از کنار آدم‌هایی می‌گذریم که ناگهان خیلی خیلی جوان به نظرم می‌رسند، شبیه بچه‌های دبیرستانی. همه جا، هر جا نگاه کنی هستند. لپ‌تاپ‌شان را زیر بغل زده‌اند و با عجله از این طرف به آن طرف می‌روند. در اتاق‌های شیشه‌ای کوچک دور هم نشسته‌اند، روی تخته سفید چیزهایی می‌کشند، روی نمایشگرهای غول‌پیکر پاورپوینت تماشا می‌کنند، قهوه می‌نوشند و یادداشت بر می‌دارند. چیزی نمانده دچار حمله‌ی عصبی شوم یا معده‌ام به هم بریزد. یک دلم می‌گوید فلنگ را ببندم و در بروم.

صدای ریزی توی سرم می‌گوید لعنتی لعنتی لعنتی لعنتی و من هم چنان در راهرو دنبال زک و موی ژل زده‌اش می‌روم و رگ‌های شقیقه‌هایم می‌زنند.

نه ماه پیش دبیر بخش فناوری نیوزویک بودم. در آن موقعیت شغلی، آدم‌هایی مثل زک و وینگمن و حتی کرانیوم را به حساب هم نمی‌آوردم. جواب تلفن این جور آدم‌ها را نمی‌دادم و ایمیل‌هایشان را نخوانده، پاک می‌کردم. حتی هالیگان و شاه را هم آن قدر ریز می‌دیدم که احتمالاً به اندازه‌ی خوردن یک قهوه هم برایشان وقت نمی‌گذاشتم. قطعاً هم هرگز چیزی درباره‌شان نمی‌نوشتم. زک؟ خدایا! تازه پنج سال از دانشگاهش گذشته و تمام سابقه‌ی کاری‌اش محدود می‌شود به دو دوره کارآموزی خبرنگاری و سه سال کار سطح پایین در یکی از دفاتر فروش منطقه‌ای تبلیغات گوگل.

زک مرا به سالن ۵ در ۱۰ متر خفه و شلوغی می‌برد، جایی که بیست زن جوان در دو ردیف کنار هم چپیده‌اند و چشم از لپ‌تاپ‌شان بر نمی‌دارند. این جا «کارخانه‌ی محتوا» است. دقیقاً به همین اسم صدايش می‌کنند. این آدم‌ها تولیدکننده‌ی محتوا هستند. خودشان را دقیقاً همین می‌نامند. «تشنه‌ی محتوای بیشتری؟ پس این جا کلیک کنید!» در مستطیل‌های کوچک کنار مطالب وبلاگ

چنین جمله‌هایی می‌نویسند، به امید آن‌که وعده‌ی «محتوای بیشتر» خواننده‌ها را در سایت نگه دارد.

لبخند می‌زنم و دست می‌دهم و از میان ملغمه‌ی اشلی‌ها و آمانداها و بریتنی‌ها و گرتنی‌ها عبور می‌کنم و می‌بینم که بی‌اغراق دو برابر آن‌ها یا حتی بیشتر سن دارم. از چند نفرشان می‌پرسم «خب، قبل از این جا کجا کار می‌کردی؟» چپ‌چپ نگاهم می‌کنند و می‌گویند «دانشگاه رو می‌گی؟» دیگر این سؤال را نمی‌پرسم. همه زن هستند، همه سفیدپوست، همه شلوار جین پوشیده‌اند و موی همه‌شان هم صاف و تاروی شانه است. از حضور من مات و مبهوت مانده‌اند. این پیرمرد این جا چکار می‌کند؟ لبخند می‌زنم و می‌بینم اسم هیچ کدام‌شان یادم نمانده. بعد زک به تیم ویلاگ معرفی ام می‌کند که قرار است نزدیک‌ترین همکاران من باشند. مارشا، جن و اشلی. قبلاً نوشته‌هایشان را خوانده‌ام. چیزهایی مثل «ترکوندی استاد!» و «خیلی معرکه‌طور» ورد زبان‌شان است و مطالبی مثل «پنج راه برای معرکه کردن صفحه‌ی فرود» و «هفت ترفند برای بهبود کیفیت سرخ‌های فروش» می‌نویسند. به زبان عامیانه می‌نویسند «هی، ویلاگ نوشتن کار سختیه، مگه نه؟ به ما نگو دیگه تو رو خد!» اما غمت نباشه! این جور سختی‌های ویلاگ نویسی چاره دارن! آره چاره دارن و چاره‌ش رو همین جا توضیح دادیم برات. پس تاته این مطلب رو بخون!»

درست نمی‌دانم قرار است چه جور رابطه‌ای با این زن‌ها داشته باشم. رئیس‌شان نیستم. زک رئیس‌شان است. زک به میزی خالی اشاره می‌کند. می‌گوید «فکر کنم می‌تونید اون جا بشینید.» به جای صندلی، توپ لاستیکی بزرگی گذاشته‌اند البته نازنجی - که پایه‌ای چرخان دارد. درست نمی‌دانم باید چکار کنم. اگر بگویم برایم صندلی بیاورند، ممکن است شبیه پیرمرد خرفتی به نظر برسم که بلد نیست روی یک توپ نرم بنشیند یا شبیه عالی‌جناب خودشیفته‌ی پرفیس و افاده‌ای که می‌خواهد با بقیه فرق داشته باشد. اگر هم روی این چیز گرد بنشینم، شک ندارم که فوراً زمین می‌خورم. خودم را تصور می‌کنم، مرد پنجاه و دو ساله‌ای که از روی توپ نازنجی بزرگی سرنگون می‌شود و به زمین می‌افتد. چند زن جوان هم زیرچشمی

۱. صفحه‌ی وبی که کاربر پس از کلیک روی تبلیغات آنلاین به آن هدایت می‌شود.

تماشا می‌کنند و خنده‌شان را می‌خورند. وقتی از زک می‌خواهم که اگر ممکن است یک صندلی واقعی به من بدهند، فضا کمی عجیب و غریب می‌شود. از پشت میزی در اتاق دیگری یک صندلی کیش می‌رویم. غائله ختم به خیر می‌شود.

زک پشت میزش می‌رود و مشغول کار خودش می‌شود. من هم پشت میز کوچکم می‌نشینم که جز یک مک‌بوک ایر نو چیز دیگری رویش نیست. همه‌اش همین بود؟ شغلم همین است؟ راستی راستی قرار است هر روز صبح بیایم سر کار و در این فضای فسقلی فکسنی پشت این میز فسقلی فکسنی بنشینم؟ این آدم‌ها همکارانم هستند؟ باید با آن‌ها توی جلسه بنشینم و به حرف زدن‌شان گوش کنم؟ شغل من دقیقاً چیست؟ وقتی این کاغذبازی‌های روز اول تمام شود، وقتی عکسم را بگیرند و کارت شناسایی‌ام را بدهند و جاپارکم را مشخص کنند، قرار است چکار کنم؟ زک که انگار اصلاً توی باغ نیست. آن قدر تازه وارد است که هنوز خودش هم نمی‌داند شغلش چیست، شغل من که پیشکش.

روز اول را با پر کردن فرم‌ها و کاغذبازی می‌گذرانم و سعی می‌کنم خودم را سر پا نگه دارم. محال است هالیگان و شاه استخدام کرده باشند تا بچیم توی چنین اتاقی و برای زک کار کنم. حتماً اشتباهی پیش آمده. کرانیوم که بیاید همه چیز را راست و ریس می‌کند. ولی از آن طرف، این که کرانیوم استخدام را این قدر در بوق و کرنا کرد اما روز اول کاری‌ام سراغم نیامد نشانه‌ی بدی نیست؟

به خودم می‌گویم آرام باش. چند نفس عمیق بکش. گرچه هر قدر هم زور بزنم نمی‌توانم آن زیرصدا را لعنتی لعنتی را خفه کنم. این صدا مدام یادم می‌اندازد که مرتکب اشتباه بزرگی شده‌ام. خیلی زود خواهم دید حق با این زیرصداست.