

## سخن ناشر

کسب و کارهای نوپا کم‌کم ادبیاتِ درون‌گروهی برای خودشان می‌آفرینند و قصه‌های سازمانی، نظام رفتاری، الگو و سبک زندگی منحصر به خودشان را پدید می‌آورند. معمولاً استارت‌آپ‌ها اصرار دارند سبک زندگی سازمانی‌شان، بیشتر شبیه هم‌قطاران خودشان در سراسر دنیا باشد تا شبیه آداب و فرهنگ سرزمینی که در آن شکل گرفته‌اند، اما تجربه ثابت کرده جدا کردنِ دنیای محصور میان دیوارهای رنگی و شیشه‌ای از فضای بیرون ممکن نیست. در نهایت، سبک زندگی درونی اکوسیستم‌های استارت‌آپی با سبک زندگی و فرهنگ کشوری که بستر رشدشان بوده، ترکیب می‌شود و در هر منطقه و کشوری تجربه‌ی کاری خاص خود را می‌سازد.

کسب و کارهای ایرانی هم این روزها با سرعت زیاد پوست می‌اندازند و نو می‌شوند. آن‌ها هم ناگزیرند به دنیایی تازه با روابط انسانی و قواعد، هنجارها و حتی زبان خاص خودش پا بگذارند. این جابه‌جایی و زندگی در سرزمین جدید و ناشناخته، دانسته و ندانسته، برنگرش و هویت همه‌ی اجزای سازمان تاثیر می‌گذارد. در این

شتاب بی‌محابا، اگر به نیروی انسانی و مسائل و نیازهایش توجه نشود، اولین قربانیان تغییرات هیجان‌زده، همان امیدوارانی هستند که مشتاقانه به شکل تازه‌ی کار اعتماد کرده‌اند. مدیریت نادرست فضای استارت‌آپی می‌تواند از این امیدواران، آدم‌های دلزده و افسرده‌ای بسازد که جسارت دورخیز برای اهداف بلند را برای همیشه از دست داده‌اند. یکی از گام‌های مهم برای مهار این شتاب کور و عقلانی‌کردن سرعت حرکت به سمت تغییر، ثبت دقیق اتفاقات و احوالات است. اگر اعضای اکوسیستم از آنچه روزانه بر آن‌ها می‌گذرد، بنویسند، مسیر رشد و حرکت کسب‌وکارها از منظر کیفیت زندگی و معیارهای انسانی هم قابل‌ارزیابی می‌شود.

نشر اطراف مجموعه کتاب‌های «روایت تجربه» را برای مستندسازی تجربه‌های زندگی در موقعیت‌های نوظهور و به منظور ثبت آنچه دنیای معاصر را شکل و تغییر می‌دهد، منتشر می‌کند. از شاخه‌های مهم روایت تجربه، «تجربه‌ی محیط کار» است که فرصتی است برای روایت فراز و فرود کسب‌وکارهای نو و شرح زندگی و گذران روزها در این مشاغل؛ روایت دگرگونی نقش‌ها، حس‌ها و فکرها در سبک زندگی فناورانه.

در این مجموعه تا کنون دو کتاب ترجمه‌ی اتاق کار و مصائب من در حباب استارت‌آپ در اختیار مخاطبان قرار گرفته است. تهیه و برنامه‌ریزی برای کتاب‌های تألیفی درباره‌ی تجربه‌ی محیط کار در ایران را حتی پیش از ترجمه‌ها شروع کردیم ولی آماده‌سازی این کتاب‌ها زمان برد و ترجمه‌ها زودتر متولد شدند. استیو جایز غلط کرد با تو اولین کتاب از روایت‌های تألیفی این مجموعه است. بیشتر روایت‌ها و مستندنویسی‌هایی که از کسب‌وکارهای نو در رسانه‌ها و مطبوعات دیده‌ایم داستان مدیران و بنیان‌گذارانی بوده که با ثبت روایت پیروزی یا شکست‌شان هم در پی برندسازی دوباره بوده‌اند. از هزاران نفری که در مشاغل میانی و رده‌های پایین‌تر کار می‌کنند معمولاً روایت و نقل و خاطره‌ای در دست نیست. استیو جایز غلط کرد با تو از این نظر ارزشمند است که برای بازتولید همان

«ادبیات موفقیت» مرسوم نوشته نشده، روایتی جسورانه و پیش‌گامانه برای نوشتن از شکست و نقاط ضعف ولی نه برای جلب توجه مخاطب به موفقیت‌های بعدی همان برند قبلاً شکست خورده. نویسنده‌ی این کتاب به وضعیت نمایشی، خودنمایانه و جعلی بعضی از استارت‌آپ‌هایی که با آن‌ها (چه برای مصاحبه و چه برای همکاری) سروکار داشته نگاهی انتقادی دارد و نقد گلایه‌آمیزش از نحوه‌ی برخورد مدیران با کپی‌رایترها و آفرینندگان و فراهم‌کنندگان محتوا که بخش مهمی از بدنه‌ی اکوسیستم‌اند، باعث شده این کتاب طعم طنز تلخ و گزنده‌ای داشته باشد و گاهی به هجو پهلو بزند. نشر اطراف با تصویرسازی‌های خلاق مصطفی اصانلوی، همین لحن طنزگزننده را تقویت کرد تا حاصل همراهی متن و تصویر، به محصولی جذاب تبدیل‌شود. استیو جابز غلط کرد با تو تلاشی ست برای بازنمایی زندگی روزانه و دغدغه‌های روزمره در محیط‌های به‌ظاهر شاد و خوش‌آب‌ورنگ و از آن مهم‌تر، دعوت و فراخوانی ست برای این‌که دیگران هم شرحی از زندگی کاری‌شان بنویسند.

## یادداشت مؤلف

از استخدام اولین دبیران و دیوان سالاران نظام‌های اداری، عمر درازی گذشته است. در میان آثار باستانی و متون کهن کشورهای مختلف کتیبه‌ها و اسنادی هست که ساختار نظام اداری دوران گذشته را نشان می‌دهد. از نظام اداری دوران معاصر هم آن قدر سند و نامه و رونوشت به این مدیر و آن سرپرست برجا می‌ماند که بررسی‌شان شاید ده برابر کل کار تیم باستان‌شناسان و نسخه‌پژوهان اسناد کهن زمان ببرد. آنچه داخل اتاق‌های دو سوی راهروهای ادارات رخ می‌داد، در قالب کتاب و فیلم و سریال بازنمایانده شده‌اند تا بشر به نوعی دوران پشت میزنشینی‌اش را هم برای آیندگان ثبت کند. اما با قدم گذاشتن به عصر فناوری دیجیتال وارد دوران جدیدی از نظام اداری شده‌ایم که هنوز آن را روایت و ثبت نکرده‌ایم.

استارت‌آپ‌ها هیپسترهای اداره‌جات‌اند که رهبران‌شان دائم در سخنرانی‌هایشان تکرار می‌کنند که می‌خواهند دنیایی بهتر خلق کنند. محیط‌های رنگارنگ اداری با انواع تفریحات و سرگرمی آمده‌اند تا هم‌تایان قدیمی خود با آن دیوارهای طوسی و

کرم‌رنگ و الفاظ اتوکشیده را به عقب برانند. خیل جوانان مشتاق تحصیل‌کرده در آپارتمان‌های نقلی اجاره‌ای استارت‌آپ‌های نوپا تلاش می‌کنند جای رهبران مشهور و پرسروصدای اکوسیستم استارت‌آپی بگذارند و فلک را سقف بشکافند و طرحی نو دراندازند. اما در مقایسه با عمر دراز اداره‌جات تاریخ معاصر، زمان زیادی لازم است تا این ساختار جدید قوام بگیرد و قصه‌ها و واقعیت‌هایش ثبت شود.

از شکل‌گیری اکوسیستم استارت‌آپی آمریکا تنها پنجاه سال گذشته است و عمر کپی‌های اجراشده‌ی آن در کشورهای دیگر از این هم کمتر است. اگرچه تحلیلگران و کارشناسان اکوسیستم استارت‌آپی ایران می‌گویند استارت‌آپ این نظام نوین در دهه‌ی هفتاد شمسی زده شده است اما ما در نقش کاربران انواع وب‌سایت‌ها و اپلیکیشن‌ها از اوایل دهه‌ی نود شمسی حضور استارت‌آپ‌های ایرانی برایمان ملموس شده است. اکوسیستم استارت‌آپی شبیه طفل نوپای بیش‌فعالی است که به جای تاتی کردن اصرار دارد بدود. مثل تمام پدیده‌های نوظهور، واکنش‌ها نسبت به این پدیده‌ی مهم و پرسروصدای عصر فناوری، هنوز هیجانی و شتابزده‌اند. مثل واکنش من. مثل این کتاب که حاصل و شامل قضاوت هیجانی و شتابزده‌ی من درباره‌ی بخش کوچکی از اکوسیستم استارت‌آپی است.

آن‌چه تا به حال درباره‌ی اکوسیستم استارت‌آپی ثبت شده، بیشتر تجربیات بنیان‌گذاران و افراد موفق است و عمدتاً کارکردی آموزشی دارد. در میان انبوه کتاب‌ها و سخنرانی‌ها و پادکست‌ها و گزارش‌رویدادها جای روایت‌های شخصی خالی است. ثبت تجربیات موفق یا شکست‌خورده‌ی آن‌هایی که در موقعیت‌های مختلف اکوسیستم مشغول به کارند، می‌تواند به تدریج در درک نسبتاً جامعی از این نظم نوین کمک‌مان کند. شاید نوشتن خاطرات دوران کاری و روند منجر به شکست‌م در این اکوسیستم، یک گوشه از کار ثبت روایت‌های شخصی در کسب‌وکارهای نو را به عهده بگیرد.

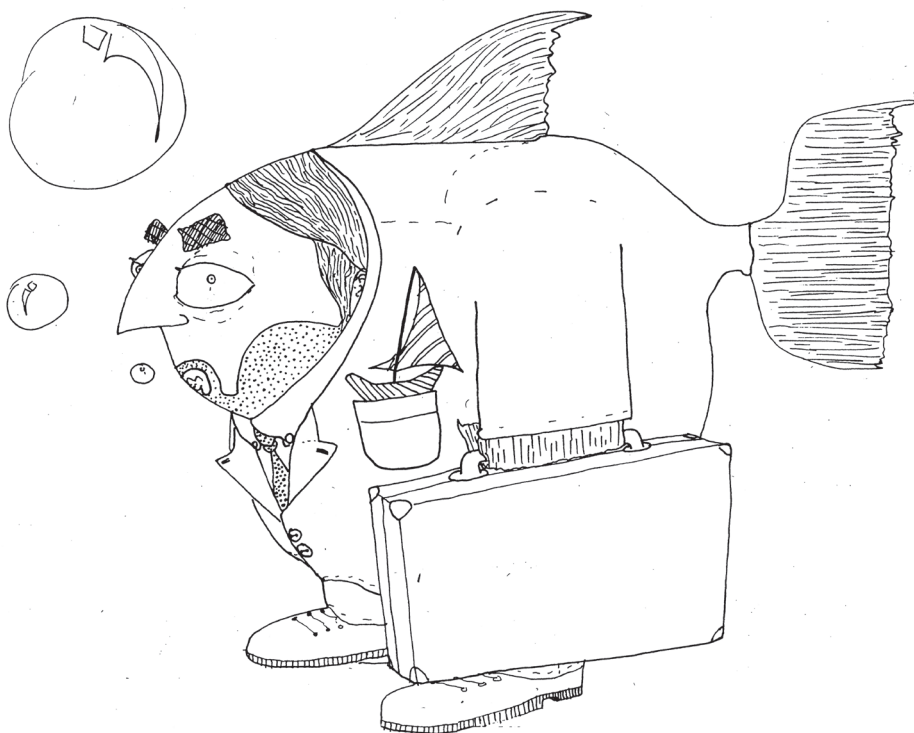
طبیعی است که روایت پیش‌رو فقط بازتاب بخش کوچکی از جامعه‌ی کوچک و رو به رشد استارت‌آپی است. من شهریور ۹۴ با عنوان کارشناس تولید محتوا وارد

اکوسیستم استارت‌آپی شدم و اسفند ۹۷ در قامت همان کارشناس تولید محتوای دون پایه از آن خارج شدم. بیست و نه ماه از این مدت را در یکی از استارت‌آپ‌های معروف کار کردم و همزمان تلاش می‌کردم محل کارم را داخل اکوسیستم عوض کنم و به این ترتیب رکورد تازه‌ای را در ارسال رزومه به شرکت‌های گوناگون و حضور در جلسات مکرر مصاحبه‌ی کاری به ثبت رساندم. در نهایت بعد از محل کار اولم، موفق شدم سه ماه در یک استارت‌آپ کوچک کار کنم که عمرش به دنیا نبود و در همان مراحل اولیه‌ی شکل گرفتن از هم پاشید و ادامه‌ی فعالیتش منتفی شد.

بیشتر روایت‌های این کتاب مربوط به دوران بیست و نه ماهه‌ی کاری‌ام در شرکت اول و قرارهای مصاحبه‌ی ناکام و پرتعداد است. آوردن نقل قول از آدم‌های موفق و شخصیت‌ها و نویسندگان معروف، یک سنت جا افتاده در فرم نوشتن متون استارت‌آپی است. با بهره‌گیری از این سنت، در ابتدای هر فصل یک نقل قول از یک نویسنده یا شخصیت معروف نوشته شده است که همه را از متن‌های آموزشی استارت‌آپی پراکنده در وب برداشته‌ام. ادعایی درباره‌ی سندیت‌شان ندارم و راست و دروغش را می‌گذارم به عهده‌ی نویسندگان صفحات همان وب‌سایت‌ها. اول هر فصل هم کلمات متداول در کسب‌وکارها را از نگاه خودم - یک کپی‌رایتر دون پایه - برای تازه‌واردها توضیح داده‌ام که آن‌ها هم هیچ منبعی ندارند.

# اکوسیستم استارت‌آپی

بعضی وقت‌ها که نوآوری می‌کنی، دچار اشتباه می‌شوی. بهتر است که آن اشتباه را سریعاً بپذیری و سعی کنی به بقیه‌ی نوآوری‌های خود ادامه دهی/ استیو جابز







اولین بار آرتور تنسلی، بوم‌شناس انگلیسی، در سال ۱۹۳۵ واژه‌ی اکوسیستم را مکتوب کرد. اما آرتور فقط این واژه را به‌کار برد و در اصل همکارش، روی کلافام در سال ۱۹۳۰ به درخواست تنسلی این واژه را ساخت - همان‌طور که می‌بینید، پشت هر دانشمند مشهوری یک دانشمند کمترمشهور ایستاده که حسابی به دوستش کمک می‌کند. امروزه با پیشرفت تکنولوژی و بالا رفتن سطح آزادی‌های فردی، هر کس می‌تواند در هر زمینه‌ای که دلش بخواهد واژه‌ی اکوسیستم را به‌کاربرد. بر همین اساس، فعالان کسب‌وکارهای نو ترکیب اکوسیستم استارت‌آپی را ابداع کرده‌اند.

تا حالا دیده‌اید یک استاد تراشکار بنویسد «به یک شاگرد تراشکار با ایده‌های نو، آرزوهای بزرگ و دستان توانمند در محیطی شاد و پویا و خلاق نیازمندیم»؟ البته که نه. استاد تراشکار در مینیمال‌ترین و کارآمدترین شکل ممکن می‌نویسد «به یک تراشکار ماهر یا نیمه‌ماهر نیازمندیم». و خب تکلیف شما معلوم است، مهارت‌تان را برمی‌دارید و به کارگاه می‌برید و معلوم می‌شود تراشکاری بلدید یا بلد نیستید.

اولین مشکلی که در راه تولیدکننده‌ی محتوا شدن به آن برمی‌خورید، جذب است. چطور باید وارد سیستم شوید. نود و نه درصد آگهی‌های استخدام در اکوسیستم استارت‌آپی دقیقاً معلوم نیست از شما چه می‌خواهند. بیشتر کارفرماها یک سوپرکارمند با آرزوهای بزرگ و ایده‌های فراوان با حقوق وزارت کار می‌خواهند که به احتمال نود و نه درصد شما نیستید:

- کارشناس محتوا

- مسلط به اصول نگارش و مقاله‌نویسی

- مسلط به سئو و Google Analytics
- آشنا با ویرایش عکس و تدوین فیلم
- آشنا با برنامه نویسی
- مسلط به زبان انگلیسی
- مسلط به تدوین استراتژی بازاریابی (به ویژه بازاریابی محتوایی)
- دارای روحیه تیمی علاقه مند به توسعه فردی
- توضیح: ما یک استارت آپ در زمینه خودروهستیم با محیطی شاد و خلاق
- و امکان آموزش حین کار

بعضی وقت ها هم آگهی را به انگلیسی می نویسند. انگار مهارت ها وقتی به انگلیسی نوشته می شوند، مهم تر به نظر می رسند.

در واقع مدیران، یک ارگان زنده ی شاداب و پرانرژی و باانگیزه می خواهند که همزمان هم استراتژیست باشد، هم بنویسد. هم ترجمه کند، هم گرافیکست باشد. هم تدوینگر باشد، هم تحلیلگر بازار. اگر بتواند کمی فیلمنامه ی تبلیغاتی بنویسد و در ماه چند تا فیلم تبلیغاتی و موشن گرافیک هم بسازد که چه بهتر. مثل این که از یک خدنگ انتظار داشته باشید علاوه بر وظایف موش خرمایی خودش، بتواند پرواز کند، تخم بگذارد و حتی اگر لازم شد، برگه ی مأموریت را بدهید دستش تا زحمت تمیز کردن دندان های تمساح آبگیر بیشه ی بغلی را هم بکشد. آگهی دهنده همه ی این ها را زیر عنوان ابزورد «کارشناس محتوا» ردیف می کند و اگر شانس آوردید و از میان خیل مشتاقان، پیرینت رزومه ی شما سرازیر میز مدیر منابع انسانی درآورد و به مصاحبه راه پیدا کردید، تازه متوجه می شوید که همه ی آن مهارت ها به کارتان نمی آید، یکی را می خواهند که از گوگل عکس پیدا کند، چند خط کپشن بنویسد و بگذارد توی اینستاگرام. البته این چند خط کپشن با آن تصویر قرار است بترکاند و سرنوشت مجموعه را از این رو به آن رو کند و گونی گونی پول بریزد توی جیب شرکت.

زمانی من هم در یک شرکت خدمات گردشگری کارشناس تولید محتوا بودم و آگهی های شغلی را تقریباً همین طوری می نوشتم:

«...اگر کار کردن در محیطی شاد و خلاق و پویا را دوست دارید و می‌خواهید در کنار کار کردن بیاموزید و تجربه‌های نو داشته باشید، ما را بی‌خبر نگذارید.» و زیر تصویر آگهی که همکار گرافیسستم طراحی کرده بود، ایمیل منابع انسانی شرکت را می‌نوشتیم. «ما را بی‌خبر نگذارید»، انگار کارجوها رفیق فابریک‌مان بودند و مثلاً باید پیغام می‌دادند «راستی، آگهی‌ت رو دیدم. دقیقاً دنبال همین مورد بودم. استخدام کن، دمت گرم.»

تمامش خلاقیت خودم نبود، واحد منابع انسانی‌مان کلیدواژه‌های مهم را می‌داد و من با لحن صمیمانه‌ی ساختگی تلاش می‌کردم نظر خبره‌های حوزه‌های مختلف کسب‌وکارهای آنلاین را به شرکت مهم ولی شاد و صمیمی‌مان جلب کنم که بعد از دو سال به یکی از شرکت‌های معروف و جاافتاده‌ی اکوسیستم استارت‌آپی کشور تبدیل شده بود.

یک عصر پاییزی در سال ۱۳۹۵ از یک روز سنگین کاری برگشتم خانه و حس کردم به تغییر نیاز دارم. مثل تمام عصرها جوراب‌هایم را در آورده و انداخته بودم پای کاناپه، دراز کشیده بودم و کنترل تلویزیون در دست، کانال عوض می‌کردم. خیلی خوب است که در هر روز و ساعتی که تلویزیون را روشن کنید، حتماً یکی از کانال‌ها مستندی درباره‌ی موجودات زنده پخش می‌کند که دیگر با عنوان «راز بقا» جاافتاده و به نظرم واقعاً عنوان گویا و بامسمایی است. مهم نیست موضوع درباره‌ی جفت‌گیری مرغ بهشتی باشد یا خوردپروردگی فیتوپلانکتون‌ها، به هر حال جان‌مطلب این است که یک جاندار یا گروهی از جاندارها برای گذران زندگی هر چه از دست‌شان بریاید انجام می‌دهند و حتی گاهی برای سیر کردن شکم‌شان یا تشکیل خانواده و بقای گونه‌شان فراتر از سطح انتظار ظاهر می‌شوند.

دو بار بیشتر دکمه‌ی ریموت کنترل را فشار نداده بودم که چشمم افتاد به یک موجود دریایی به رنگ نارنجی خیره‌کننده که سرخوش و رقصان مثل دامن کلوش پیچ‌وتاب می‌خورد و در پس‌زمینه‌ی آبی یک‌دست اقیانوس حرکت می‌کرد. جست‌وجوی

بی هدفم برای پیدا کردن برنامه‌ای گیرا به پایان رسید، کنترل را گذاشتم کنار و مشغول تماشای مستند شدم. بعد از چند دقیقه فهمیدم مثل باقی مستندهای دریایی صرفاً قرار نیست ببینیم چطور یک آبی کم‌تر دیده شده شباهت شگفت‌انگیزی به بافت صخره‌ی مرجانی دارد و خودش را مودپایانه استتار می‌کند تا شبیه شاخه‌های مرجانی به نظر برسد و سرفرصت جستی بزند و یک ماهی از همه‌جایی خبر را که مشغول پرسه زدن در محله‌شان است، ببلعد. موضوع مستند درباره‌ی آبسنگ‌ها و تپه‌های مرجانی بود. این‌که میلیون‌ها سال به بقایشان ادامه داده‌اند و مثل شهرهای پر جنب و جوش ما روی خشکی، برای خودشان پایه‌های تمدن آبی‌ها را زیر دریا تشکیل داده‌اند.

یکی از تفاوت‌های مهم آدمیزاد با بقیه‌ی موجودات زنده بعد از قدرت تکلم، همین فضولی بی‌حد و حصرش است که باعث می‌شود دوربین را بزند زیر بغلش و برود عمق دریا ببیند آن‌جا چه خبر است و این تشبیه‌های بانمک را در نریشن مستند به کار ببرد. راوی می‌گفت همان‌طور که ما برای ساخت شهرهایمان به ملات و خشت و فضا نیاز داریم، آبسنگ‌ها هم برای به وجود آمدن و توسعه‌شان به کربن و کلسیم و نور خورشید نیاز دارند. هر صخره‌ی مرجانی در تعامل متقابل با جلبک‌ها و ساکنان و همسایه‌های دیگرش، محل زندگی و امرار معاش دسته‌های مختلفی از آبی‌های گوناگون است که به نحوی کنار هم زندگی می‌کنند و گاهی همدیگر را می‌خورند. جالب‌ترین بخش فیلم جایی بود که نشان می‌داد چطور هر شیئی که از خشکی به دریا می‌افتد، اگر شرایط و فضای مناسبی داشته باشد، بسته به ابعادش می‌تواند به یک آبسنگ کوچک یا بزرگ تبدیل شود که دسته‌های مختلفی از موجودات دریایی می‌توانند برای زندگی روی آن حساب کنند. اول دوربین روی پروانه‌ی یک کشتی زوم کرد که جلبک‌ها سطحش را پوشانده بودند و برای خودش به یک شهرک اقماری زیر آب تبدیل شده بود، بعد یک جعبه مهمات جنگی که از کشتی افتاده بود بیرون و جلبک‌پوش و ساکن، نقش یک شهرستان کوچک دریایی را ایفا می‌کرد، و در نهایت بدنه‌ی کشتی غول‌پیکر که دیگر برای خودش به کلانشهری در زیر آب تبدیل شده بود و ماهی‌ها دسته‌دسته تویش گشت می‌زدند.

مستند تمام شد و بلند شدم، جوراب‌ها را انداختم توی سبد رخت‌های چرک، زیر کتری را روشن کردم و تصمیم گرفتم محل کارم را عوض کنم. حس می‌کردم در اکوسیستم استارت‌آپی، حتماً یک آبسنگ وجود دارد که از آبسنگ فعلی‌ام جای رشد بیشتری دارد. به فکریک تپه‌ی مرجانی کوچک بودم که تازه شکل گرفته و هنوز پای ماهی‌های استتارکننده‌ی حرفه‌ای و دسته‌های بزرگ و رنگارنگ ماهی به آن باز نشده باشد. لپ‌تاپ اچ‌پی وفادارم را که حالا بعضی دکمه‌های کیبوردش از کار افتاده، روشن کردم و دستی به رزومه‌ام کشیدم. با اضافه کردن چند بند حیاتی که آموزه‌ها و ترفندهای رزومه‌نویسی گوگل یادم داده بودند، خودم را حسابی خبره و بلد کار نشان دادم. آگهی‌های استخدام را بالا و پایین کردم و برای چندتایی‌شان رزومه فرستادم. یک هفته نگذشت که در یک استارت‌آپ به مصاحبه دعوت شدم. وقتش بود با کوله‌باری از تجربه در اکوسیستم خودی نشان بدهم. دو عنوان کارفرما پسند مثل «سردبیر وبلاگ فلان»، «کارشناس ارشد محتوا» و قابلیت فوق‌العاده تاثیرگذار «توانایی ترجمه و بومی‌سازی متن‌های ترجمه‌شده» را به رزومه‌ام اضافه کرده بودم و حسابی آماده بودم تا جلسه‌ی مصاحبه را بترکانم.

یک هفته قبل، مصاحبه‌ی اولیه با خانم HR، خانم منابع انسانی، را با موفقیت گذرانده بودم و حالا برای مصاحبه‌ی دوم نشسته بودم پشت میز بزرگ کنفرانس تا مصاحبه‌کننده بیاید. از بیرون اتاق صدای فرزکاری و دریل‌کاری می‌آمد و استادکارها و کارگرها تلاش می‌کردند تا محیط شاد و خلاق و پویا را هرچه سریع‌تر برای بچه‌باحال‌هایی که عاشق یادگرفتن و تجربه‌کردن در اکوسیستم بودند، آماده کنند. دیوارهای اتاق را تا سقف با ام‌دی‌اف کرم و قهوه‌ای پوشانده بودند که خب، اصلاً رنگی نبود که به محیطی «شاد و خلاق و پویا» بیاید. همان‌طور که چای یخ‌کرده در فنجانم را می‌نوشیدم، سعی می‌کردم با سرک کشیدن به دور و بر چیزی دستم بیاید. یک دسته کاغذ آچاررو میز بالای اتاق بود که به نظر می‌آمد میزمدیرعامل باشد. کاغذها تست ارزیابی شخصیت بودند که تازگی‌ها مد شده و توی بیشتر شرکت‌ها انجام می‌دهند؛ پر از غلط‌های املایی و معادل‌های قلبه‌سلنبه‌ای که لغت‌به‌لغت

از عبارات‌های انگلیسی‌شان ترجمه شده بودند. در چند ثانیه ویژگی‌های شخصیتی دوتا از نیروهای استارت‌آپ مذکور دستم آمد. برگه‌ها می‌گفتند خانم ایکس در بخش محصول خیلی اعتماد به نفسش زیاد است و توانایی رهبری و توسعه‌ی فردی و جمع‌اش رذخور ندارد و احتمالاً تا چند ماه دیگر مدیر یا سرپرست جایی می‌شود. آقای ایگرگ در بخش بازاریابی هم آخرو حیه‌ی کار تیمی بود و می‌شد برای چند سال آینده رویش حساب باز کرد.

چایم را که تمام کردم در باز شد و یک آقا و سه نفر خانم وارد اتاق شدند، همگی کمتر از سی سال سن داشتند. پسره یک جور مثلاً گول و باحالی دست‌هایش را کرده بود توی جیبش. زیر پیراهن چهارخانه‌ی قرمز و سیاه که دکمه‌هایش را باز گذاشته بود، یک تی‌شرت سفید ساده به تن داشت که رویش تصویر هومر سیمپسون چاپ شده بود. همان طور دست توی جیب ایستاد کنار وایت برد و هی روی نوک پا بالا و پایین شد. گول بودنش شبیه مجری برنامه‌ی تلویزیونی نیمرخ در دهه‌ی هفتاد شمسی، برنامه‌ریزی شده و گل درشت به نظر می‌رسید؛ انگار مثلاً کتاب جیبی صد و یک راه برای باحال بودن را خوانده بود و آن روز حداقل دو توصیه‌ی حیاتی و مهم کتاب را خوب به خاطر سپرده بود و اجرامی کرد.

خانم منابع انسانی روی صندلی اول نشست و کنارش دو خانم دیگر نشستند که گفتند با تسلط به علم روان‌شناسی و شخصیت‌شناسی آمده‌اند کمک خانم HR. خودم را برای خیلی چیزها آماده کرده بودم ولی روان‌شناس و شخصیت‌شناس اصلاً به ذهنم خطور نکرده بود. خانم HR همان طور که فنجان چایش را گذاشت توی نعلبکی ضمن خیرمقدم و احوال‌پرسی گفت «خب، می‌خوام قصه‌ی آزاده رو برامون تعریف کنی.» سری چرخاندم. پسر باحال نما که مدیر بازاریابی معرفی شده بود، هنوز دست توی جیب، کنار وایت برد روی نوک پا بالا و پایین می‌رفت. معلوم بود دوست دارد زودتر شخصیت‌شناسی‌ام تمام شود و برویم سراغ مباحث دیگر. خنده‌خنده گفتم «همه رو که توی رزومه نوشته‌م.» خانم روان‌شناس گفت «شنیدنش از زبون خودتون به لطف دیگه داره.» و شروع کردم.

«من دوران دبیرستانم فیزیک رو خیلی دوست داشتم ولی سال آخر دبیرستان دو ماه دبیر فیزیک نداشتم. به غیر از اون، مدیر مدرسه مون هم عوض شد. این شد که برام معلم خصوصی گرفتن. آقای باکمالات و مطلعی بودن. یکی از دلایل علاقه مندی من به فیزیک همین ایشون بودن. بعدش...» خانم روان شناس قصه ام را قطع کرد و گفت «خب بعد از دانشگاه چی شد؟»

فهمیدم قصه ی زندگی ام را باید از جای دیگری شروع می‌کردم. قصه ی شکست بزرگم را در پیدا کردن شغلی متناسب با رشته ی تحصیلی ام شرح دادم و گفتم چون علاوه بر دانشمند شدن، خیلی کتاب می‌خواندم، سر از مطبوعات در آوردم. بعد... و «خلاصه گذشت و گذشت تا الان که خدمت شمام.» پسره حوصله اش سر رفته بود و وسط قصه تعریف کردنم دست هایش را از جیبش در آورد و آمد نشست پشت میز و شروع کرد با گوشی اش ور رفتن و گاهی زیرجلکی می‌خندید. نمی‌فهمیدم به من می‌خندد یا توی گوشی چشمش به متن یا تصویر خنده داری افتاده. خانم های روان شناس و شخصیت شناس هم روی کاغذ نت برمی داشتند.

«حالا چرا می‌خوای از اون جایای بیرون؟»

«چون دیگه برام جای رشد نداره.»

«تعریف از رشد چیه؟»

واقعاً تعریف آدم از رشد شغلی چی می‌تواند باشد جز کمی افزایش حقوق و بهتر شدن رتبه ی شغلی. وگرنه همه می‌دانند که با روزی نه ساعت نوشتن درباره ی محصول یا خدمات یک شرکت، آدم سعدی و ملاصدرا و ابن سینا یا اسطوره های محبوب فعالان استارت‌آپی مثل استیو جابز و ایلان ماسک و پاول دوژف و این جور چیزها نمی‌شود. حتی اسطوره ی سن و سال دارشان، بیل گیتس هم قطعاً روزی نه ساعت و ربع توی گوگل دنبال مطالبی درباره ی کوپیر منجاب و عکس ویرایش شده با رزولوشن بالا نگشته. مجبور نبوده همه ی هزار و خرده ای کلمه را که توی سایت های مختلف پیدا کرده در یک کپشن صد و پنجاه کلمه ای خلاصه کند و زیر عکس فوق ویرایش شده و با سمه ای کوپیر منجاب بگذارد توی اینستاگرام.

قصه‌ی سرگذشتم را که تمام کردم، ازم پرسیدند خودم را پنج سال بعد کجا می‌بینم که طبعاً جای خاصی نمی‌دیدم ولی الکی گفتم حتماً آن موقع کسب و کار خودم را دارم و کارآفرین نابغه و موفق و فرد مفیدی برای جامعه شده‌ام. بالاخره نوبت به پسر رسید، این دفعه با یک دست در جیب، رفت پای وایت‌برد و یک قیف و یک نمودار کشید. گفت «چه جور محتوایی تولید می‌کنی تا بازدیدکننده‌ی ما تبدیل به مشتری وفادار بشه؟»

توی دلم گفتم کار خاصی نمی‌کنم، جنس درست می‌دهم دست مردم و آرزو می‌کنم چرخش برایشان بچرخد. اما در آن اتاق کرم‌رنگ، زیر نور لامپ‌های کم‌مصرف پرتعداد، هرچه درباره‌ی استراتژی محتوا و سئو و گوگل آنالیتیکز و غیره یاد گرفته بودم، تحویل‌شان دادم. پرسید «توی وبلاگ شرکت تون چی کار کردید که بازدیدش سه برابر شده؟» معلوم شد آبسنگ ما را مدت‌ها زیر نظر داشته‌اند. خیلی مسلط و حرفه‌ای گفتم «ببخشید ولی اسرار محل کار فعلی‌م رو نمی‌تونم به شما بدم.» سربسته یک چیزهایی درباره‌ی تغییر استراتژی و سروشکل وب‌سایت و وبلاگ‌مان گفتم. «استراتژی» کلیدواژه‌ی پربسامد این فضاهاست. مدیران را جادو می‌کند. کافی است بگویی استراتژی و یکهو درهای موفقیت و ارتقا خودبه‌خود به رویت باز می‌شوند، حتی اگر منظورت از استراتژی فقط این باشد که هفته‌ای دوتا متن تألیفی بگذاری توی وبلاگ شرکت و چند تا پست قبلی را به آن لینک کنی.

خدا خدا می‌کردم زودتر مصاحبه تمام شود، بزنم بیرون. قیفی را که پسر روی وایت‌برد کشیده بود، هر بار توی جلسات هفتگی مدیر خودمان برایمان می‌کشید: قیف تبدیل مخاطب به مشتری وفادار. مدیرمان به قدری قیف و چند نمودار دیگر را روی تابلو کشیده بود که ماژیک دیگر رمق نداشت ولی ما می‌توانستیم هر جلسه با چشم غیرمسلح، طرح آبی کمرنگ قیف و نمودار را روی تابلو تشخیص بدهیم و قول بدهیم متن‌هایی بنویسیم و تصاویری تهیه کنیم که هر کس چشمش به آن‌ها بیفتد، یک دل نه صد دل عاشق محتوایمان شود، روزی صد بار روی لینک وب‌سایت‌مان کلیک کند و هر روزه تا، شاید هم صد تا بلیت هواپیما بخرد و سیصد تا اتاق هتل رزرو کند.



بالاخره جلسه‌ی اَبَر حرفه‌ای شخصیت‌شناسی و روان‌شناسی تمام شد و زدم بیرون. باد که به کله‌ام خورد و رسیدم سر کوچه، آرزو کردم هیچ‌وقت برای مرحله‌ی بعدی باهام تماس نگیرند که خب، نگرفتند و قسمت نشد آپسنگ قدیمی را ترک کنم و داخل اکوسیستم، به ارگان‌های زنده در یک آپسنگ جدید پیبوندم که قرار بود در مدتی کوتاه به یک صخره‌ی مرجانی اصیل و باشکوه اکوسیستم تبدیل شود. قسمت نشد به تیم کارآموده‌شان پیبوندم و با متن‌های سئوشده و جواب‌پس‌داده، بازدید وب‌سایت‌شان را صدبرابر کنم و به یاری موتورهای جست‌وجو، کیلوکیلو بازدیدکننده بیاورم و سپس بیشترشان را به مصرف‌کننده‌های وفادار و عاشق محتوایمان تبدیل کنم.

از دفترشان که آمدم بیرون تاریک شده بود. دل توی دلم نبود برسم خانه، برای همسرم کل ماجرا را تعریف کنم و بگویم که کاش چند ساعت مرخصی را با این مصاحبه هدر نمی‌دادم. بعد هم پیتزایی سفارش بدهیم و بخوابیم که صبح زود، قبراق و پرانرژی راهی شرکت شوم و با روحیه‌ی تیمی فوق‌العاده‌ام مدیرم را در شرکت وقت، حسابی خوشحال کنم.



## تیم سازی

من همیشه زنان سرپرست خانوار را استخدام می‌کردم، چون مجبور بودند کار کنند و هیچ مسخرگی در کارشان نبود / کلنل ساندرز

