

یادداشت مترجم

می‌گویند فناوری، کسب و کار را دموکراتیزه می‌کند. به این معنا که با ظهور و پیشرفت فناوری‌های کامپیوتری و اینترنتی، راه انداختن کسب و کار، دیگر نیازی به سرمایه و سابقه‌ی زیاد ندارد و در انحصار پول و پارتی‌دارها نیست. هر کسی ایده‌ای، تیمی و اندک سرمایه‌ای یا اندک توان جذب سرمایه‌ای داشته باشد، می‌تواند با یک لپ‌تاپ کسب و کار 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 دوجبه‌ی را القا می‌کند برای اشاره‌ی همزمان به کسب و کارها 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 ضد و نقیضی درباره‌ی استارت‌آپ‌ها وجود دارد. برای اثبات یا رد همه‌ی این نظرها هم شواهد کافی داریم؛ چه در سلیکون‌ولی و چه در ایران. برخی

معتقدند استارت آپ‌ها «هیا هوی بسیار برای هیچ» اند. برخی دیگر باور دارند که باید سهمی در «تولد یک افسانه» داشته باشند. برخی هم استارت آپ‌ها را راهکار خروج از «شرایط حساس کنونی» می‌دانند. اما نکته‌ی عجیب و جالب ماجرا شباهت سیلیکون ولی به فضای استارت آپی ایران است. تقریباً همه‌ی استارت آپ‌های سیلیکون ولی نمونه‌ی ایرانی هم دارند. حتی بعضی دنبال «ولی» کردن منطقه‌ای در تهران هستند و امیدوارند ماکتی از آن را در این جا بسازند.

بیشتر کتاب‌های غربی درباره‌ی کسب و کار و سیلیکون ولی می‌کشند رموز و راه‌های موفقیت را به فرمول‌ها و مسیرهای قابل تکرار تبدیل کنند. این آثار هم جهت با جریان آب شنا می‌کنند. از کسب و کارها بت می‌سازند و آدم‌ها را اسطوره جلوه می‌دهند. تجربه‌های شخصی را به عنوان سبک مدیریت و رهبری تجویز می‌کنند. از کارهای نویسندگان شان درس اخلاقی و کسب و کاری استخراج می‌کند و با محتوای کتاب دوره‌ی آموزشی برگزار می‌کنند. جای تعجب هم نیست. وقتی تجربه‌ای به سود نشسته، کتابی خوب می‌فروشد و مردم پشت در کارگاه‌های آموزشی کتاب صف بسته‌اند، چرا چنین نکنند؟

اما این کتاب تلاشی برای تقدیس سیلیکون ولی نیست. برعکس، به گوشه‌های تاریک کسب و کارها و آدم‌های سیلیکون ولی نور می‌تاباند. بدون تعارف حرف می‌زند و با کنار هم گذاشتن اتفاق‌ها طنز تلخ ماجرا را برجسته می‌کند. سعی نمی‌کند روش بهتری برای انجام کاری معرفی کند. گاهی غر می‌زند و مسخره می‌کند. گاهی با عدد و رقم حرف می‌زند. گاهی اغراق می‌کند. بعد به آدم یادآوری می‌کند که همین ماجرا را در زندگی خودش هم سراغ بگیرد. نکند خودمان هم از همان قماش باشیم. کسانی که فضای استارت آپ ایران را کمی بشناسند احتمالاً می‌توانند عین همین داستان‌ها و موقعیت‌های عجیب و کمیک را در ایران هم پیدا کنند.

درباره‌ی هاب اسپات

اگر اسم هاب اسپات را (حتی به فارسی) گوگل کنید می‌بینید اصلاً شرکت کوچک، ضعیف یا بدنامی نیست. برعکس، عشاق و مریدان بسیاری دارد. آدم‌ها به مطالبش استناد می‌کنند، گواهی‌نامه‌ی دوره‌ی آموزشی آنلاینش را روی 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 گلس‌در 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 حباب

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 حباب را تقویت کرده است. ترکیدن حباب دات‌کام در سال ۲۰۰۰ و بروز بعضی از نشانه‌های مشابه آن دوره، احتمال درستی این فرضیه را قوی‌تر کرده. اما کسی نمی‌داند چنین حبابی دوباره ایجاد شده یا نه.

همین دغدغه در ایران هم وجود دارد. اما فضای استارت‌آپ ایران حتی اگر حباب 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 خبرنگار طنزپرداز حوزه‌ی فناوری و به‌خصوص سیلیکون‌ولی است 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 «سیلکون‌ولی» بوده و دو کتاب هم درباره‌ی سیلیکون‌ولی نوشته (همین کتاب و «موش‌های آزمایشگاهی») و حالا آدم معروفی 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 زیروبم کار را می‌دانید، منظری تازه‌ای از سرزمینی آشنا در پیش دارید.

درباره‌ی این ترجمه

پیدا کردن این کتاب نتیجه‌ی تلاشم برای ترکیب دو حوزه‌ی مورد علاقه‌ام است: «داستان» و «کسب و کار». دنیای کسب و کار 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 سربسته 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 فناوری-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 سن فرانسیسکو وجود دارد. اصطلاح حباب را هم برای اشاره به حباب اقتصادی ارزش‌گذاری دیوانه‌وار بعضی از استارت‌آپ‌های فناوری و هم برای اشاره به ذهنیت کارکنان شرکت‌های فناوری استفاده کرده‌ام؛ خوش‌خیال‌ها و کول‌ایدخورها^۱، کسانی که در حباب 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 حباب 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 چند سالگی 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 چطور بعضی از شرکت‌هایی که ادعای «بهرتر 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»^۲ 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 سر هم کردند و با فروش سهام شرکتی که هنوز هم هیچ سودی ندارد ثروتمند شدند.

لايه‌لای 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.

می‌گویم که طی آن تلاش کردم خودم را از روزنامه‌نگار به بازاریابِ حرفه‌ای 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 چند ساله‌ی فلک زده و بی‌کار شده‌ای 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 روح بخشی از رودخانه‌ی چارلز در کمبریج ماساچوست می‌وزد. مرد با مویی جوگندمی که خوب کوتاه نشده، عینک کائوچویی، پیراهن مردانه-سویاروی اوتبک خودش را در پارکینگ پارک می‌کند و با دست‌های عرق کرده کوله‌پشتی لپ‌تاپی ساده‌اش را برمی‌دارد و به سمت در ورودی ساختمان قدیمی آجرومز بازسازی شده‌ی پرزرق و برقی 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 یک وقتی کارخانه‌ی مبیل سازی 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 سر رشته‌ای 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 ذوق‌زده 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 پانجاه و دوساله‌ی 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 رایانه‌اش 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 رسمی‌اش در تیم مدیریتی هاب اسپات، روی تی شرت سفیدش پیراهن آکسفورد یقه‌باز پوشیده، درست مثل پسرهای گوستالوی انجمن‌های برادری دانشگاه. روی کاغذ، کرانیوم من را استخدام کرده اما تصمیم اصلی را بنیانگذاران هاب اسپات گرفتند: براین

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 طنینی شبهه‌دانشگاهی 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 سی و یک ساله‌ای 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 کسب و کار» 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 سخنرانیِ تِد پخش می‌کند. نارنجی رنگ 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.

می‌چسباندند. 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 «هاب‌شاپ» 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 چند ساله‌اند. 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 سر قرار» 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 موجه‌گندمی 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 کرانیوم امروز در دفتر نیستند اما می‌خواهد دفتر کار را نشانم بدهد. زک بیست و چند ساله است. لبخند دوستانه‌ای به لب دارد و به موهایش ژل زده. مرا یاد کارآموزهای نیوزویک می‌اندازد، تازه فارغ‌التحصیل‌هایی که برای نویسنده‌ها پژوهش‌مقدماتی می‌کردند. پیش خودم فکر می‌کنم زک باید دستیاری، 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 مهدکودک 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 شبیه 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 «محل» تقسیم شده و روی هر کدام اسم یکی از مناطق بوستون را گذاشته‌اند: نورث‌اند، ساوت‌اند و چارلزتون. یکی از محله‌ها 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 محله چند آشپزخانه‌ی کوچک با اسپرسوسازهای خودکار دارد. لم‌کده‌های مبله هم هستند که روی دیوارهای تخته‌سیاه مانندشان چیزهایی مثل «هاب اسپات = باحال» نوشته‌اند یا جمله‌های حکیمانه‌ای مثل «بی دلیل نیست که دو گوش داریم و یک دهان. باید دو برابر آن چه می‌گوییم، گوش بدهیم.»

در طبقه‌ی همکف، یک سالن همایش بزرگ کار 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. به نوعی نماد فرهنگ شادی‌پسندی است که هاب‌اسپات را منحصربه‌فرد 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 دل‌خوشی نداشتند. اما ناراحتی‌شان وقتی بیشتر شد که یک روز صبح یکی از بچه‌های بیست و چندساله‌ی واحد بازاریابی مست و پاتیل سررسید 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 چرخ‌خیاطی روی لپ‌تاپ قوز کرده‌اند. نبرد تفنگ‌های اسباب‌بازی بالا می‌گیرد و آدم‌ها از پشت نمایشگرهای غول‌پیکر 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 رد ساکس 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 لپ‌تاب 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 بامزه 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 ورزشی‌نویس 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