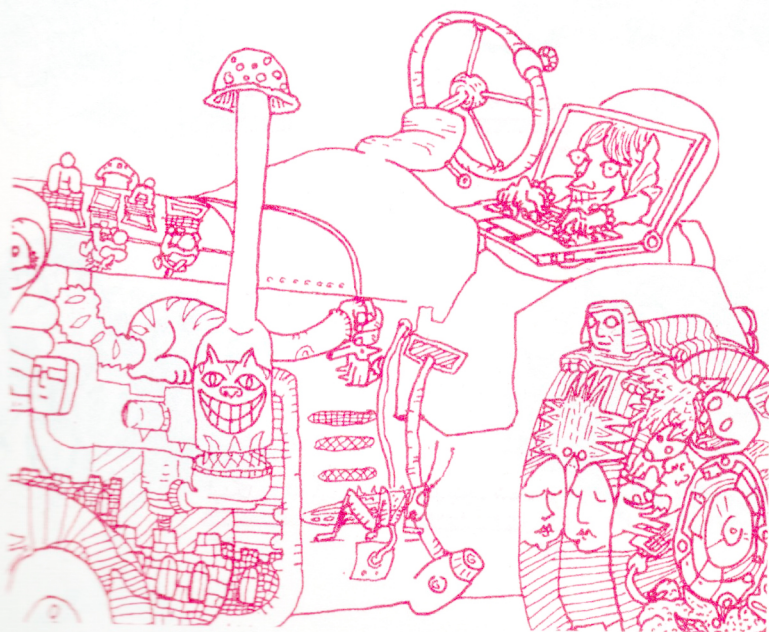


استیو جابز غلط کرد باتو

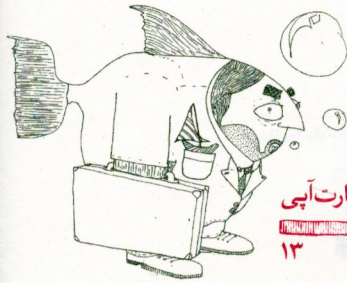
خاطرات یک کی‌رایتر دون پایه | آزاده رحیمی



تصویرسازی: مصطفی اوصانلوی



فهرست



اکوسیستم استارت‌آپی

مجموعه مقالات علمی پژوهشی در زمینه اقتصاد و مدیریت

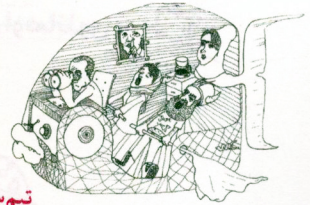
۱۳



شبکه‌سازی

مجموعه مقالات علمی پژوهشی در زمینه اقتصاد و مدیریت

۳۵



تیم‌سازی

مجموعه مقالات علمی پژوهشی در زمینه اقتصاد و مدیریت

۲۵



برندینگ شخصی

مجموعه مقالات علمی پژوهشی در زمینه اقتصاد و مدیریت

۵۳



لینکدین

مجموعه مقالات علمی پژوهشی در زمینه اقتصاد و مدیریت

۴۳



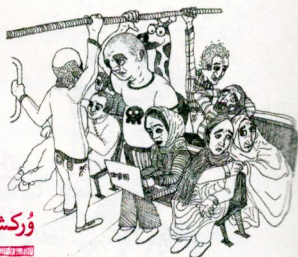
بی آر
۷۳



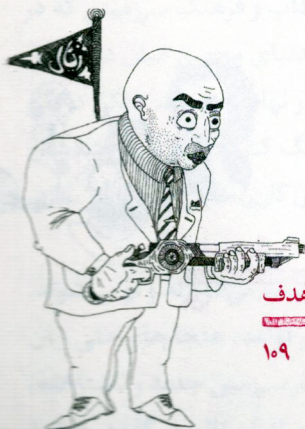
اوکی آر
۶۳



استوری تلینگ
۹۱



ۆزکشاپ
۸۳



بازار هدف
۱۰۹



فرهنگ سازمانی
۱۰۱

اولین بار آرتور تنسلی، بوم‌شناس انگلیسی، در سال ۱۹۳۵ واژه‌ی اکوسیستم را مکتوب کرد. اما آرتور فقط این واژه را به کار برد و در اصل همکارش، روی کلافام در سال ۱۹۳۰ به درخواست تنسلی این واژه را ساخت - همان طور که می‌بینید، پشت هر دانشمند مشهوری یک دانشمند کمتر مشهور 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 به کار ببرد. 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 خوب 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 روحیه‌ی تیمی علاقه مند به توسعه‌ی فردی
- توضیح: ما یک استارت‌آپ در زمینه‌ی خودرو هستیم با محیطی شاد و خلاق
- و امکان آموزش حین کار

بعضی وقت‌ها هم آگهی را به انگلیسی می‌نویسند. انگار مهارت‌ها وقتی به انگلیسی نوشته می‌شوند، مهم‌تر به نظر می‌رسند.

در واقع مدیران، یک ارگان زنده‌ی شاداب و پرنرژی و باانگیزه می‌خواهند که همزمان هم استراتژیست باشد، هم بنویسد. هم ترجمه کند، هم گرافیکست باشد. هم تدوینگر باشد، هم تحلیلگر بازار. اگر بتواند کمی فیلمنامه‌ی تبلیغاتی بنویسد و در ماه چند تا فیلم تبلیغاتی و موشن‌گرافیک هم بسازد که چه بهتر. مثل این‌که از یک خدنگ انتظار داشته باشید علاوه بر وظایف موش خرمایی خودش، بتواند پرواز کند، تخم بگذارد و حتی اگر لازم شد، برگه‌ی مأموریت را بدهید دستش تا زحمت تمیز کردن دندان‌های تمساح‌آبگیر بیشه‌ی بغلی را هم بکشد. آگهی دهنده همه‌ی این‌ها را زیر عنوان ایزورد «کارشناس محتوا» ردیف می‌کند و اگر شانس آوردید و از میان خیل مشتاقان، پرینت رزومه‌ی شما سر از میز مدیر منابع انسانی درآورد و به مصاحبه راه پیدا کردید، تازه متوجه می‌شوید که همه‌ی آن مهارت‌ها به کارتان نمی‌آید، یکی را می‌خواهند 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 گونی‌گونی پول بریزد توی جیب شرکت.

زمانی من هم در یک شرکت خدمات گردشگری کارشناس تولید محتوا بودم و آگهی‌های شغلی را تقریباً همین طوری می‌نوشتیم:

«... 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 گرافیستم طراحی کرده بود، ایمیل منابع انسانی شرکت را می‌نوشتم. «ما را بی‌خبر نگذارید»، انگار کارجوها رفیق فابریک مان بودند و مثلاً باید پیغام می‌دادند «راستی، آگهی‌ت رو دیدم. دقیقاً دنبال همین مورد بودم. استخدامم کن، دمت گرم.»

تمامش خلاقیت خودم نبود، واحد منابع انسانی مان 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 صمیمی مان 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 خودپروردگی فیتوپلانکتون‌ها، به هر حال جان مطلب 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 رقاص مثل دامن کلوش بیچ‌وتاب 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 بینیم چطور یک آبرزی کمتر دیده شده شباهت شگفت‌انگیزی به بافت صخره‌ی مرجانی دارد و خودش را مودیان‌ه استتار می‌کند تا شبیه شاخه‌های مرجانی به نظر برسد و سرفرصت جستی بزند و یک ماهی از همه‌جا بی‌خبر را که مشغول پرسه زدن در محله‌شان است، ببلعد. موضوع مستند درباره‌ی آبسنگ‌ها و تپه‌های مرجانی بود. این که میلیون‌ها سال به بقایشان ادامه داده‌اند و مثل شهرهای پرجنب‌وجوش ما روی خشکی، برای خودشان پایه‌های تمدن آبرزی‌ها 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 آبرزی‌های 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 آپسنگ وجود دارد که از آپسنگ فعلی‌ام جای رشد بیشتری دارد. به فکریک تپه‌ی مرجانی کوچک بودم که تازه شکل گرفته و هنوز پای ماهی‌های استارت‌کننده‌ی 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 بلدِ 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 ویلاگ فلان»، «کارشناس ارشد محتوا» و قابلیت فوق‌العاده تأثیرگذار «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 ام‌دی‌افِ کرم و قهوه‌ای پوشانده بودند که خوب، 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 روی میز بالای اتاق بود که به نظر می‌آمد میز مدیرعامل باشد. کاغذها تست ارزیابی شخصیت بودند که تازگی‌ها مد شده و توی بیشتر شرکت‌ها انجام می‌دهند؛ پر از غلط‌های املایی و معادل‌های قلبه‌سلبه‌ای که لغت به لغت

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 جمعی‌اش ردخور ندارد و احتمالاً تا چند ماه دیگر مدیر یا سرپرست جایی می‌شود. آقای ایگرگ در بخش بازاریابی هم آخررو 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. پسر یک جور مثلاً کول 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. همان‌طور دست توی جیب ایستاد کنار و ایت‌برد و هی روی نوک پا بالا و پایین شد. کول 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 اجرا می‌کرد.

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 همان‌طور که فنجان چایش را گذاشت توی نعلبکی ضمن خیرمقدم و احوال‌پرسی گفت «خب، می‌خوام قصه‌ی آزاده رو برامون تعریف کنی.»

سری چرخاندم. پسر باحال‌نما که مدیر بازاریابی معرفی شده بود، هنوز دست توی جیب، کنار و ایت‌برد 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 بزبون خودتون یه لطف دیگه داره.» و شروع کردم.

«من دوران دبیرستانم فیزیک رو خیلی دوست داشتم ولی سال آخر دبیرستان دو ماه دبیر فیزیک نداشتیم. 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 م به فیزیک همین ایشون بودن. بعدش...» خانم روان شناس قصه ام را قطع کرد و گفت «خب بعد از دانشگاه چی شد؟»

فهمیدم قصه‌ی زندگی ام را باید از جای دیگری شروع می‌کردم. قصه‌ی شکست بزرگم را در پیدا کردن شغلی متناسب با رشته‌ی 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 دست‌هایش را از جیبش در آورد و آمد نشست پشت میز و شروع کرد با گوشی‌اش ور رفتن و گاهی زیرجلکی می‌خندید. نمی‌فهمیدم به من می‌خندد یا توی گوشی چشمش به متن یا تصویر خنده‌داری افتاده. خانم‌های روان‌شناس و شخصیت‌شناس هم روی کاغذ نت برمی‌داشتند.

«حالا چرا می‌خوای از اون جاببای 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 رتبه‌ی شغلی. وگرنه همه می‌دانند که با روزی نه ساعت نوشتن درباره‌ی محصول یا خدمات یک شرکت، آدم سعدی و ملاصدرا و ابن سینا یا اسطوره‌های محبوب فعالان استارت‌آپی مثل استیو جابزو ایلان ماسک و پاول دورف و این جور چیزها نمی‌شود. حتی اسطوره‌ی سن و سال دارشان، بیل گیتس هم قطعاً روزی نه ساعت و ربع توی گوگل دنبال مطالبی درباره‌ی کویرمرن‌جاب و عکس و ویرایش شده بارزولوشن بالا نگشته. مجبور نبوده همه‌ی هزار و خرده‌ای کلمه را که توی سایت‌های مختلف پیدا کرده در یک کپشن صد و پنجاه کلمه‌ای خلاصه کند و زیرعکس فوق ویرایش شده و باسمه‌ای کویرمرن‌جاب بگذارد توی اینستاگرام.