



## خلاصه کتاب داستان گوگل

### نکات کلیدی کتاب «داستان گوگل، نوشته دیوید ای. وایز و مارک ملسید»

- لاری پیج و سرگی برن برنامه‌های خود برای اخذ درجه دکترا را با تردید کنار گذاشتند و گوگل را تاسیس کردند.
- آن‌ها تلاش کردند نسخه‌های اولیه تکنولوژی جستجوی خود را در ازای یک میلیون دلار به شرکت‌های سیلیکون‌ولی بفروشند، اما هیچ‌کس آن را نخرید.
- قدرت گوگل ناشی از «گوگل افزار» است، ترکیبی قدرتمند از سخت‌افزار و نرم‌افزار.
- گوگل آن‌قدر موفق بود که توانست شرایط انتشار اولیه سهام خود را به بانک‌ها تحمیل کند.
- برن و پیج مدیران مالی شرکت را مجبور کردند شرایط غیرمعمول را بپذیرند و هرگز کنترل خود بر شرکت را از دست ندادند.
- وقتی مجبور شدند یک مدیر ارشد اجرایی استخدام کنند، قدرت رای خود و

نظارت بر او را برای خود حفظ کردند.

- فرهنگ مشارکتی گوگل اشتیاق موسسان آن برای شاد بودن و درعین حال خلاق بودن را نشان می‌دهد.
- پیچ و برن رویکرد خلاق و نامعمولی برای حل مشکلات دارند.
- مهندسان گوگل می‌توانند ۲۰ درصد زمان خود را به کار روی پروژه‌های تحقیقاتی شخصی خود اختصاص دهند.
- رویای گوگل این است که همه اطلاعات در دنیا را به سرعت در دسترس همگان قرار دهد. به همین دلیل در حال دیجیتالی کردن کتابخانه‌های بزرگ است.

## آنچه در این چکیده می‌آموزید

احتمالا برای جستجوی موضوعاتی در وب از گوگل استفاده می‌کنید. آیا می‌دانید چه کسی آن را تاسیس کرد و چرا این شرکت در نوع خود منحصر به فرد است؟ این داستان گوگل است. نویسندگان این کتاب یعنی دیوید وایز و مارک مالسید داستان موسسین گوگل، لاری پیچ و سرگی برن را از آغاز تا پیروزی، در قالب یک نثر سریع و هیجان‌انگیز برای ما می‌گویند. این نویسندگان بخش کوتاهی را به بررسی جنبه‌های منفی احتمالی مربوط به گوگل اختصاص داده‌اند، اما اغلب خوانندگان به این موضوع اهمیت زیادی نمی‌دهند، زیرا کتاب آن‌ها بسیار مفرح است و با مجموعه‌ای از نکات مفید مربوط به جستجو در گوگل پایان می‌یابد. مدیرسبز بر این باور است که این کتاب مطالب زیادی درباره موسسان، مدیریت شرکت و فرهنگ بسیار جالب و عجیب گوگل به شما می‌آموزد.

## پیشنهاد معامله

اگر چندین سال پیش دانشگاه استنفورد به شما پیشنهاد می‌داد که تکنولوژی جستجوی گوگل را به قیمت یک میلیون دلار بخرید، آیا راهی برای خریدن آن پیدا

می‌کردید؟ یاهو، آلتاویستا و شرکت‌های مختلف دیگر این کار را نکردند. نبودن خریدار، باعث ناامیدی سرگی برن و لاری پیچ، دو دانشجوی دکترای دانشگاه استنفورد و خالق گوگل شد. هر دوی آن‌ها از خانواده‌های تحصیل‌کرده بودند و در مشاغل مربوط به تکنولوژی کار می‌کردند. با این وجود عدم علاقه سایرین به موتور جستجوی آن‌ها (به آن‌ها می‌گفتند جستجو اصلاً اهمیت ندارد) باعث شد بفهمند که برای ارزش بخشیدن به دستاورد خود مجبورند برنامه‌های دکترای خود را کنار گذاشته و کسب‌وکاری راه‌اندازی کنند.

آن‌ها با جابه‌جا کردن حروف عدد عظیم Googol (عدد یک با ۱۰۰ تا صفر) این کسب‌وکار را گوگل نامیدند که نشانگر دنیای بی‌انتهای صفحاتی بود که موتور گوگل آن‌ها را به طور مجانی در اختیار هر کسی قرار می‌داد که به یک جستجوگر وب دسترسی داشت. از همان ابتدا، مشخصه‌ای که «پیچ رنک» نامیده می‌شد، نتایج جستجو در گوگل را منحصربه‌فرد می‌کرد. گوگل میلیون‌ها صفحه را جستجو می‌کند و به کمک «پیچ رنک» فهرست نتایج را به ترتیب موردنظر جستجوگر فهرست می‌کند و این کار را بهتر از هر موتور جستجوی دیگری انجام می‌دهد.

قدرت گوگل ناشی از نحوه ترکیب نرم‌افزار و سخت‌افزار در یک سیستم منسجم است که «گوگل افزار» نامیده می‌شود. مخترعین جوان یعنی پیچ و برن نشان دادند که در حوزه ترکیب تجهیزات و نرم‌افزارها برای افزایش ظرفیت برنامه و توسعه الگوریتم آن بسیار ماهر هستند. اما هنگامی که دانشگاه استنفورد دیگر از این پروژه حمایت نکرد، آن‌ها مجبور شدند بودجه موردنیاز خود را از جای دیگری تامین کنند. اولین علاقه‌مند اندی بکتول شایم سرمایه‌گذار معتبر و تکنولوژیست فوق‌العاده بود که ۱۰۰.۰۰۰ دلار در این پروژه سرمایه‌گذاری کرد. برن و پیچ با این پول شرکت گوگل را تاسیس کردند.

سایر سرمایه‌گذاران نیز از بکتول شایم پیروی کردند و این دو جوان دوستان بسیار مهمی پیدا کردند که در میان آن‌ها می‌توان به جف بیزاس از آمازون و دیوید فیلو از یاهو (یکی از هم‌کلاسان آن‌ها در دانشگاه استنفورد) اشاره کرد. بیزاس و فیلو، برن و پیچ را به سرمایه‌گذاران مهم معرفی کردند و به گوگل اعتبار بخشیدند.

این دو جوان به پول نیاز داشتند، اما این خواسته را علنی نکردند زیرا نمی‌خواستند اسرار تجارتشان فاش شود و یا کنترل شرکت خود را از دست بدهند. آن‌ها بدون درآمد، سرمایه‌گذاران معروف یعنی جان دوئر از کلایبر پرکینز و مایکل موریتز از سکویا کپیتال را جذب کردند.

به تدریج برن و پیچ ۲۵ میلیون دلار از این سرمایه‌گذاری‌ها به دست آوردند، درحالی‌که کنترل خود بر شرکت را نیز حفظ کرده بودند. از این به بعد باید راهی برای کسب درآمد از تکنولوژی خود پیدا می‌کردند.

## مسیر درست

برن و پیچ علاقه‌ای به ساخت یک شرکت استاندارد و معمول نداشتند. دفاتر آن‌ها بیشتر به اتاق خوابگاه دانشجویان شباهت داشت تا دفاتر یک شرکت. اما اعطای مجوز تکنولوژی آن‌ها، درآمد مورد انتظار را به همراه نداشت و با تصمیم برای فروش آگهی‌های تبلیغاتی دست‌وپنجه نرم می‌کردند. آن‌ها حتی یک مقاله دانشگاهی در مورد «معایب تبلیغات» نگاشتند که نشان می‌داد ترکیب نتایج جستجوها با آگهی‌های تبلیغاتی از اعتبار این نتایج کاسته و آن‌ها را مخدوش می‌کند. تلاش آن‌ها برای مجبور کردن شرکت‌ها به پرداخت پول برای جستجو در این موتور جستجوگر با شکست مواجه شد. سپس به این فکر افتادند که تاثیر آگهی‌های تبلیغاتی بر هسته اصلی خدماتشان یعنی جستجوی مجانی در اینترنت چه خواهد بود.

آن‌ها پس از مطالعه انواع خدمات تبلیغاتی تصمیم گرفتند آگهی‌های تبلیغاتی هدف‌گیری شده بفروشند و «لینک‌های پولی» (آگهی‌هایی که پول آن‌ها پرداخت شده بود) را در سمت راست صفحه نتایج قرار دهند. آن‌ها روشی جدید ابداع کردند که آگهی‌ها را بر اساس مبلغ پیشنهادی آگهی‌دهندگان و تعداد دفعات کلیک روی آن آگهی رتبه‌بندی می‌کرد و سنت اعطای عنوان برتر به آگهی‌هایی که بیشترین قیمت برای آن‌ها پرداخت شده بود را شکستند. آگهی‌هایی که بالاترین رتبه‌ها را در هر دو مورد به دست می‌آوردند، در بالاترین رده و قبل از سایر آگهی‌ها قرار می‌گرفتند و

آگهی‌های دیگر به رتبه‌های پایین‌تر سقوط می‌کردند. فقط هنگامی که کاربری روی آگهی کلیک می‌کرد، گوگل از تبلیغ‌کنندگان پول می‌گرفت و این روشی نوآورانه برای تبلیغ‌کنندگان بود تا میزان بازگشت سرمایه خود را اندازه‌گیری کنند.

در سال ۲۰۰۱ گوگل به سود ۷ میلیون دلاری دست یافت. شرکت در حال رشد بود؛ اما نتایج مالی آن چشمگیر نبودند. سرمایه‌گذاران اصرار داشتند گوگل یک مدیر اجرایی مجرب استخدام کند. برن و پیچ نمی‌خواستند کنترل شرکت را از دست داده یا به کسی گزارش دهند، اما سرمایه‌گذاران به آن‌ها فشار آوردند. آن‌ها این کار را حدود یک سال به تعویق انداختند. دوئر سعی کرد از اریک اشمیت (که قبلاً در میکروسیستم‌های نوول و سان کار کرده بود) بخواهد تا با برن و پیچ صحبت کند. هیچ‌کدام از طرفین علاقه‌ای به این کار نداشتند، اما وقتی سرانجام اولین جلسه خود را برگزار کرده و با یکدیگر به گفتگو پرداختند، هر دو طرف تحت‌تاثیر قرار گرفتند.

پس از مذاکرات طولانی، اشمیت به‌عنوان مدیر ارشد اجرایی، به گوگل پیوست با این شرط که در صورت لزوم نظرش نادیده گرفته شود. هر یک از این سه مرد نبوغ یکدیگر را کامل می‌کردند. برن معامله می‌کرد، پیچ تکنولوژی را سروسامان می‌داد و اشمیت بر فروشگاه نظارت داشت و به عملکرد گوگل در دنیای کسب‌وکار کمک می‌کرد. هم‌زمان با رشد شرکت، آن‌ها ائتلاف‌های استراتژیک حیاتی مثل ایجاد امکان جستجو برای شرکت AOL و ارائه خدمات تبلیغاتی برای شرکت Ask Jeeves را شکل دادند. این دو قرارداد ترافیک بسیار عظیمی در وب به وجود آورد. در سال ۲۰۰۲، گوگل بازگشت سرمایه‌ای در حدود ۴۰۰ میلیون دلار داشت که ۱۰۰ میلیون دلار آن سود بود.

## اخبار و جی‌میل

گوگل به یک پدیده جهانی تبدیل شد که شهرت آن دهان‌به‌دهان گسترش یافته بود. مردم به زبان‌های مختلفی در آن به جستجو می‌پردازند و گوگل را به روش خودشان به کار می‌گیرند. مردم دریافته‌اند پیدا کردن اطلاعات درباره کارمندانشان در گوگل، آسان‌تر و سریع‌تر از جستجوی کند و بی‌هوده در انبوه فایل‌های خودشان است.

سیاست گوگل در تشویق مهندسان شرکت به اختصاص یک روز هفته یا ۲۰ درصد از زمان کاری خود به کار روی موضوع مورد علاقه‌شان باعث شکل‌گیری نظریات فوق‌العاده‌ای شد. دو نمونه از این نظریات بسیار ممتاز «اخبار گوگل» و «جستجوی محصولات گوگل» هستند. مورد اول نتیجه تلاش‌های دانشمند برجسته گوگل یعنی کریشنا بهارات برای دریافت اخبار ۱۱ سپتامبر بود و مورد دوم به کاربران این اجازه را می‌داد که برای خرید هر چیز، در وب به جستجو بپردازند. جستجو، منبع درآمد گوگل است، اما توسعه برند نیز این نام را محبوب ساخته است. گوگل، جی‌میل را در سال ۲۰۰۴ و در اولین روز ماه آوریل معرفی کرد.

در ابتدا مردم فکر می‌کردند که آگهی «ایمیل تحت وب با امکان ذخیره گیگابایتی مجانی»، لطیفه‌ای است که افراد گوگل طراحی کرده‌اند. سرمایه‌گذاران بزرگ گوگل که در فکر توزیع اولیه سهام شرکت بودند، از چنین ادعای بزرگی شگفت‌زده شده و از امتناع گوگل برای قراردادن آگهی‌ها روی صفحه اصلی آن بسیار ناراحت بودند. دیگران نگران امنیت ایمیل‌های خود در جی‌میل بودند، زیرا جی‌میل ایمیل‌ها را اسکن کرده و آگهی‌های مربوط را در آن‌ها قرار می‌داد.

## تبدیل شدن به سهامی عام

هنگامی که برن و پیچ برای پذیرفتن سرمایه‌گذاری‌ها به توافق رسیدند، می‌دانستند باید به سهامی عام تبدیل شوند. آن‌ها تا آخرین لحظه از این کار امتناع کردند و نهایتاً آن را به روش خودشان انجام دادند و از پرداخت کارمزدهای معمول بانک و متعهد شدن برای کسب جایگاه مورد انتظار در بازار سهام وال‌استریت امتناع کردند. پس از تعیین قیمت اولیه سهام خود سنت‌ها را شکستند و حراجی عمومی برای افراد و موسسه‌های سرمایه‌گذار برگزار کردند تا تعداد احتمالی خریداران سهام را مشخص کنند. آن‌ها توزیع سهام را کاملاً آزادانه انجام دادند، اما برای حفظ کنترل بر شرکت، دو نوع سهام با حق رای نامساوی طراحی کردند.

کار این‌قدرها هم آسان نبود. روز قبل از اولین انتشار عمومی سهام، گوگل می‌بایست

به دادخواست نقض قوانین حق امتیاز که یاهو علیه او تنظیم کرده بود رسیدگی می‌کرد. مصاحبه‌ای که برن و پیچ ماه‌ها قبل از انتشار عمومی سهام با مجله‌ای انجام داده بودند، درست قبل از انتشار عمومی سهام چاپ شد و احتمال شکل‌گیری اعتراضات علیه گوگل را افزایش داد. از آنجا که این دو نفر امکان تأخیر در انتشار سهام را پیش‌بینی کرده بودند، با وجود مشکلاتی همچون محیط خشن بازار برای انتشار سهام جدید، به کار خود ادامه دادند و پیش رفتند.

قیمت سهامی که از طریق حراج آنلاین انتشار یافت، ۸۵ دلار و کمتر از میزان پیش‌بینی شده بود، اما این قیمت برای برن و پیچ مناسب بود. آن‌ها نمی‌خواستند سهام کم اما گران انتشار دهند تا بازیگران وال‌استریت از آن منتفع شوند، زیرا این افراد در روز اول با خرید ناعادلانه بسیار ارزان انبوه سهام و فروش آن هنگام افزایش شدید قیمت‌ها سود کلانی برده بودند. در معاملات اولیه قیمت سهام آن‌ها در حدود ۱۰۰ دلار در نوسان بود. قبل از ظهر، برن و پیچ به میلیونرهای کاغذی تبدیل شده بودند.

## یک فرهنگ منحصربه‌فرد

در سال ۱۹۹۸ و در ابتدای کار وقتی تعداد کارکنان گوگل بسیار کم بود، برن تصمیم گرفت سرآشپزی برای شرکت استخدام کند. نظر او این بود که غذای خوشمزه و مجانی، به کارمندان انرژی و انگیزه داده و تیم را با هم متحد می‌سازد. او سعی کرد چارلی‌ایرز آشپز معروف را استخدام کند ولی ایرز نمی‌توانست بفهمد یک دوجین کارمند چه نیازی به یک سرآشپز تمام‌وقت دارند. باین‌وجود، کمی بعد به آن‌ها پیوست چون فهمید این شرکت به سرعت در حال رشد است. چارلی - استاد طبخ جوجه‌سوخاری و بیسکویت - به سمبل فرهنگ منحصربه‌فرد گوگل تبدیل شد. او پس از ۵ سال سهامش را فروخت تا رستوران‌های خودش را تاسیس کند.

برن و پیچ بر سر سرویس AOL Europe با یاهو به رقابت پرداختند که تصمیم قاطع آن‌ها برای باقی‌ماندن در جایگاه اول را نشان می‌داد. وقتی یاهو آن‌ها را از صحنه

رقابت AOL Europe بیرون کرد، سراغ فیلیپ راولی مدیر اجرایی ای. او. ال در لندن رفتند. او در ابتدا آن‌ها را نپذیرفت زیرا با یاهو قرارداد بسته بود. برن مسیر پرواز خود به سمت اسپانیا را تغییر داد تا در لندن به‌تنهایی با راولی مذاکره کند و چنان پیشنهاد چشمگیری به او داد که راولی در تصمیم خود تجدیدنظر کرد. برای این‌که کار عادلانه باشد، ای. او. ال از یاهو خواست که برای برنده شدن در این رقابت مبلغ پیشنهادی خود را افزایش دهد. یاهو از این کار امتناع کرد و گوگل پروژه AOL Europe را از آن خود کرد.

در این مدت گوگل، خدمات «گوگل دسکتاپ سرچ» و «Google Earth» را برقرار کرد. دسکتاپ سرچ به شما این امکان را می‌دهد که هر فایلی را در کامپیوتر خود پیدا کنید. گوگل اِرت یک محصول حیرت‌آور است که به شما امکان می‌دهد تا به طور مجازی در سرتاسر دنیا پرواز کنید، روی شهرها زوم کنید و حتی بعضی ساختمان‌ها را نیز به شکل سه‌بعدی ببینید. اکنون گوگل در حال دیجیتالی کردن کتابخانه‌هاست. کتابخانه دانشگاه میشیگان هفت میلیون نسخه کتاب در خود جای داده است. پیج که فارغ‌التحصیل دانشگاه میشیگان بود به دانشگاه پیشنهاد کرد که اگر اجازه داشته باشد این داده‌ها را به فهرست گوگل اضافه کند، برای دیجیتالی کردن متن آن‌ها مبلغی به دانشگاه بپردازد.

بسیاری از کتابخانه‌های دیگر مثل هاروارد، استنفورد و آکسفورد به این پروژه پیوسته‌اند تا محتوای میلیون‌ها جلد کتاب به سرعت و آنلاین در اختیار همگان باشد. این کتاب‌ها فضای بیشتری برای درج آگهی‌های تبلیغاتی در اختیار گوگل قرار می‌دهند. نویسندگان و ناشران از این موضوع شکایت کردند؛ اما گوگل ادعا کرد که به قوانین کپی‌رایت احترام می‌گذارد و روند دیجیتالی کردن کتابخانه‌ها را سرعت بخشید و در همان حال بر حل مسائل مربوط به حق تکثیر کتاب‌های منتشره پس از سال ۱۹۲۳ تمرکز کرد. حل این اختلاف در دستور کار دادگاه عالی قرار گرفت.

## سقوط؟

شرکت بیمه جیکو در سال ۲۰۰۴ یعنی همان سالی که گوگل جی‌میل را راه‌اندازی کرد، از گوگل شکایت کرد. وکلای شرکت بیمه عقیده داشتند که توافقات گوگل با رقبای جیکو این امکان را به آن‌ها می‌دهد که در صفحات نتایج مربوط به شرکت جیکو و سایر شرکت‌ها تبلیغ کنند که این کار نقض قانون است. هیات‌منصفه به نفع گوگل رای داد، زیرا سیاست کلی گوگل از نام‌های تجاری حمایت می‌کرد. همچنین دادگاه دریافت محققانی که از سایت شرکت بیمه بازدید کرده‌اند، تنها برای مقایسه امکانات خرید به آن رجوع کرده‌اند (و به این تبلیغات بی‌توجه بوده‌اند).

«تقلب در کلیک» یک مورد بحث‌برانگیز دیگر است. بعضی آگهی‌دهندگان معتقدند تعداد کلیک‌ها روی آگهی‌های آن‌ها کم‌وزیاد شده و از روند و نرخ معمول پیروی نمی‌کند. اگر یک وام‌دهنده مطمئن بود ۵ درصد مصرف‌کنندگانی که روی آگهی او کلیک می‌کنند، فرم درخواست وام پر می‌کنند، می‌توانست ارزش این ترافیک را محاسبه کند. با این وجود، اگر این نرخ پس از تعداد زیادی کلیک، صفر باشد، نشان می‌دهد که تبلیغ‌کنندگان بدون دریافت هیچ‌گونه سودی متقبل هزینه شده‌اند. این فعالیت متقلبانه، مدل تبلیغات گوگل را در معرض خطر قرار داده و باعث نگرانی آگهی‌دهندگان شده است. بعضی از آن‌ها معتقدند گوگل کمتر از رقبای خود پاسخگوی شکایات است. گوگل معتقد است که تکنولوژی او همه کلیک‌های تقلبی را تشخیص داده و نادیده می‌گیرد و آگهی‌دهندگان چنان نتیجه فوق‌العاده‌ای از فعالیت‌های تبلیغاتی گوگل دریافت می‌کنند که لازم نیست نگران کلیک‌های تقلبی باشند.

با وجود همه این مسائل، ارزش سهام گوگل در حال افزایش است. از آنجاکه قیمت هر سهم به بیش از ۲۰۰ دلار رسیده است، همه می‌خواهند بدانند که آیا کارمندان سهام خود را می‌فروشند؟ آیا موسسین سهام خود را می‌فروشند؟ آیا یک خبر کوچک و یا یک تکنولوژی غیرمعمول همه چیز را به هم خواهد ریخت؟ پاسخ سرمایه‌گذاران به این سوال منفی است و آن‌ها با پول خود و خرید سهام گوگل به آن رای مثبت می‌دهند و می‌گویند: هیچ‌چیز در این جا خراب نخواهد شد، ارزش سهام افزایش

می‌یابد و در مدتی کوتاه چنان سودی ایجاد خواهد کرد که هیچ شرکتی در تاریخ آمریکا به پای آن نمی‌رسد.

## استخدام و اخراج

در سال ۲۰۰۴ گوگل دفتری نزدیک ساختمان مرکزی مایکروسافت در واشینگتن تاسیس کرده و کارمندان بلندپروازی که از غول ردmond (مایکروسافت) جدا شده بودند را استخدام کرد. در تلافی این کار، بیل گیتس تهدید کرد که یک تابع جستجو در هر پیکسل ویندوز قرار خواهد داد. مبارزه گسترده مایکروسافت و گوگل برای استخدام نیروهای نخبه اکنون به چین هم رسیده است. وقتی گوگل وارد بازار شد، مایکروسافت در حدود ۱۰۰۰ کارمند در چین داشت. در سال ۲۰۰۵ گوگل دکتر کای. فو. لی را وسوسه کرد تا از مایکروسافت استعفا داده و ریاست دفتر گوگل در چین را برعهده بگیرد و کار به دادگاه کشید.

گوگل در این دادگاه پیروز شد. پس از آن، سانسور به بزرگترین مشکل سیاسی گوگل در چین تبدیل شد. شرکت دو گزینه پیش رو داشت که یا همه سیستم خود در چین را جمع کند و از مهندسان نابغه و فرصت‌های رشد خود دل بکند و یا با قوانین محلی کنار بیاید و شخصا نتایج جستجوهایش را سانسور کند. پس از بررسی‌های گسترده، گوگل تصمیم گرفت کار دوم را انجام دهد. بسیاری از سازمان‌های حقوق بشر غربی از این تصمیم انتقاد کردند و این انتقادها باعث شهرت بد این شرکت محبوب شد که شعار همیشگی‌اش این بود: «بد نباشید.»

## پیشرفت‌ها

رهبران گوگل معتقدند تنها با ارائه حجم عظیمی از اطلاعات و قرار دادن آن‌ها در دسترس دانشمندان، محققان، دانشجویان و مردم عادی می‌توانند پیشرفت خود در حوزه‌های متعدد را سرعت ببخشند. جستجوهای گوگل می‌تواند هر تلاش داده‌محور

در زمینه‌های مختلف مانند ژنتیک، اقتصاد، پزشکی، مطالعات محیطی تا جستجوی افراد برای پیدا کردن دوستانشان را به نتیجه برساند. برن، پیج و اشمیت در دوران‌دانشان روزی را می‌بینند که به کمک اینترنت و گوگل، مردم دورترین نقاط دنیا نیز به حجم عظیمی از دانش دسترسی داشته باشند.

[message\_box text\_color="light]

### درباره نویسنده

«دیوید ای. وایز» برنده جایزه پولیتزر در مجله واشنگتن‌پست است و در یک بنیاد سرمایه‌گذاری کار می‌کند. این کتاب، چهارمین کتاب اوست. وایز که فارغ‌التحصیل مدرسه وارتون ام. بی. ای بود و نام او در فهرست دانشجویان نخبه قرار داشت، کار خود را در یک شرکت واسطه‌ای بسیار بزرگ آغاز کرد. او در یک وبسایت تحلیل مالی و در وال‌استریت ژورنال مطلب می‌نوشت. «مارک ملسید» محقق اسبق و ارشد باب وودوارد و نویسنده دو کتاب مرجع «نحوه اداره بوش» است. او با انتشارات مختلفی از جمله واشینگتن‌پست و بوستون‌هرالد همکاری کرده است.

[message\_box/]