

Google: garázsból a trónra

Alig hét év alatt vált a Google egy érdekes ötletből a világ legnépszerűbb webkeresőjévé. Alapítói, két kaliforniai diák kollégiumi szobából indultak, garázsban folytatták, ma pedig a céges főhadiszállás, a kacsalábon forgó Googleplex menzáján turkálnak az erdei gombás tofuraguban.

"A mi felhasználóinkat nem igazán érdekli a keresés" - mondta hét éve egy amerikai portál vezérigazgatója a Google fejlesztőinek, amikor rá akarták sózni a keresőjüket, és elzavarta őket a keresőjükkel együtt. Nem volt nehéz dolga: 1998-ban a Google-t összesen két szakadt kaliforniai diák és egy ötlet alkotta. Azon az ötleten kívül pedig, hogy újszerű keresőmotort hozzon létre, Larry Page-nek és Sergey Brinnek volt még egy terabájtnyi tárolókapacitása és egy kollégiumi szobája, ahol a leértékelt merevlemezekből összetákolt adatpark működött - igaz, nem sokkal később sikerült átköltözniük egy garázsba.



Eltelt egy kis idő. Tavaly a Google hárommilliárd dolláros forgalom mellett négyszázmillió dolláros nyereséget produkált, ami háromszorosa volt a 2003-as nyereségnek. Február elején pedig a cég részvényeinek értéke olyan magasra ugrott, hogy a Google többet ért, mint a General Motors és a Ford együttvéve. A cég ma saját Palo Alto-i palotájában, a Googleplexben székel; kétezer alkalmazottjára a legendás Greatful Dead volt szakácsa főz a vállalati ingyenmenzán - organikus tofus-gombás ragut házi és erdei gombákkal és hagymás-paradicsomos zöldséges mártással, desszertnek pedig Baileys Irish Cream-es túrós süteményt. Larry a cég termékigazgatója, Sergey a technológiáért felel; mindketten bent ülnek az igazgatótanácsban is, és köszönik szépen.

Kezdetben volt az algoritmus

A Google meglehetősen telített piacon jelent meg 1998-ban, ráadásul a piac nem is tűnt igazi piacnak: a webkeresők akkor is ingyen működtek, és a felhasználóknak ma sem kell fizetni a használatukért. Page és Brin azonban bebizonyította, hogy a keresés is lehet üzlet, csak érteni kell hozzá. A Google működése azon az ötleten alapul, hogy nem csak azt figyeli, hányszor fordulnak elő a keresett szavak egy-egy weboldalon, hanem azt is, hogy hány egyéb oldalon található hivatkozások az adott szájtra - ez pedig olyan forradalmi újításnak bizonyult, ami a Google-t nemcsak az Egyesült Államok, hanem a világ első számú keresőjévé is tette.

Mindehhez a Google a kezdetektől folyamatosan növelte a szolgáltatások számát, és az elmúlt hét évben szinte minden hónapjában eldurantott valamilyen újítást. A megtévesztően egyszerű kezdőoldal mögött a szimpla szöveges keresésen kívül ma legalább húsz olyan szolgáltatás bujkál, amelyek jó részéről a felhasználók nem is tudnak. A Google-t például lehet számológépként és mértékegység-átváltóként is használni: írja be a keresőablakba, hogy $9 + (3 * 5)$, és megtudja, hogy 24; írja be, hogy "100 miles in kilometers", és megtudja, hogy 160.9344. Ezeket az eredményeket a

Google nem a weben találja, hanem saját erőforrásból szolgáltatja, grátisz. A kereső ezen kívül képes nyomon követni a postán feladott csomagok útját, de van benne amerikai telefonkönyv, térkép, helyesírás-ellenőrző és részvényárfolyam-figyelő is. A keresőbe épített fordítógép angolra fordítja a francia, német, olasz, portugál és spanyol nyelvű szájtok tartalmát, a cache pedig azután is tárolja az indexelt oldalak tartalmát, hogy azok hivatalosan már nem elérhetők az interneten.

A Google a piacon

A Google sokáig ódzkodott a tőzsdétől. Amikor azonban tavaly 2,7 milliárd dolláros részvénycsomaggal megjelent a Wall Streeten, sokan az évszázad IPO-járól beszéltek. A dotkom-lufi nevezetes kipukkanása után jó ideig kétséges volt, életképesek-e vajon azok a garázscégek, startupok, amelyek egy-egy ígéretes ötleten kívül sem saját tőkét, sem üzleti érzéket és elkötelezettséget nem sikerül felmutatniuk. A Google viszont bizonyított. Page és Brin először a Sun Microsystemstől szinte ajándékba kapott 100 000 dollárt fejelt meg kölcsönökkel - a csekket egyébként a Google, Inc nevű vállalkozásnak állították ki, ami akkor még nem is létezett, így gyorsan be kellett jegyezniük, hogy egyáltalán hozzájussanak a pénzhez. A comScore Media Metrix piackutató jelentése szerint tavaly a weben keresők csaknem fele a Google-t használta, míg a legnagyobb vetélytárs, a Yahoo 35 százalékkal kullogott a piacvezető nyomában. Azt is kevesen tudják, hogy a látszólag független keresők közül is sokat a Google motorja hajt: a Search Engine Watch szerint közéjük tartozik az AOL, az Excite Network, az Ask Jeeves, a Hotbot, a Lycos, a Netscape és a Teoma is.

A siker a Google szerint elsősorban az egyszerű, bolondbiztos üzleti modellnek köszönhető: a kereső a fizetett hirdetésekben él ugyan, de nagyon figyel arra, hogy a "szponzorált linkeket" csak azoknak a felhasználóknak mutassa meg, akiket a keresőkifejezésből ítélve valóban érdekelhet a hirdető ajánlata. A másik két fontos alapelv a gyorsaság és az egyszerűség. A Google soha nem volt hajlandó pop-up-ablakokkal és Flash-hirdetésekkel terhelni oldalait, sőt explicite kijelenti: azt szeretné, ha a felhasználók minél előbb hozzájutnának a várt eredményhez. Így talán a Google az egyetlen szajt, amelyik örül neki, ha a látogatók elhagyják oldalait.

Semmi keresnivalója?

Az agresszív üzletpolitikának köszönhetően a Google olyan területeken is jelen van, ahol látszólag semmi keresnivalója: a céghez tartoznak olyan "termékvonalak", mint a Gmail webes levelező, a Blogger online webnaplóíró szoftver vagy az Orkut netes közösségépítő szajt. Ezeknek a termékeknek egy részét a Google egyszerűen felvásárolta: "Több százezer felhasználónk volt, mégis alig voltunk néhányan", számolnak be a Blogger készítői egykori anyagi nehézségeikről. "És akkor olyasvalami történt, amire senki sem számított: meg akart venni minket a Google. Igen, _az_ a Google." A bloggerek igent mondtak a keresőnek, ahol azóta külön osztály foglalkozik a szájtal. A projektek másik része önerőből készül. A Google arra kötelezi alkalmazottait, hogy a hét egy napján saját hobbiprojektjeikkel foglalkozzanak - így hozta létre az egyik munkatárs, Orkut Buyukkokten a később róla elnevezett közösségi szájtot.

Amit nem tud a Google

A Google persze nem hibátlan, és ezt maguk az alapítók is elismerik: "A tökéletes keresőmotor pontosan megértené, mit akar az ember, és pontosan olyan találatokat hozna, amit akarnak tőle", vallja be az alapító Larry Page. Ehhez képest a Google és a hozzá hasonló kulcsszavas keresők egyáltalán nem értik, mit akar tőlük a felhasználó: különböző matematikai algoritmusok alapján, mennyiségi módszerekkel dolgoznak, és ez néha meg is látszik az eredményeken. És bár a Google kezelőfelületét több mint száz nyelvre lefordították (többek között szanszkritra, kecsuára és szingalézre is), ez nem jelenti azt, hogy a Google "értene" is ezeken a nyelveken. Nem tud a Google szótöveget fejteni sem, vagyis ha valaki középiskolák után kutat a neten, érdemes egyszerre rákeresni a "középiskola" és a "középiskolák" szavakra.

A Google, a BackRub és a PageRank

A "google" kitalált szó, de van értelme: elődjét, a "googol"-t Edward Kasner amerikai matematikus írta le először, és azt a számot jelöli, ami egy egyesből és az utána következő száz nullából (10¹⁰⁰) áll - a névadók a neten található információ mennyisége kívánták vele utalni.

A Google legfontosabb újonságát Page és Brin eredetileg BackRubnak (hátvakarás) nevezte el, utalva arra, hogy a keresőmotor az úgynevezett "backlinkek" számát figyeli, és feltételezi, hogy minél nagyobb ez a szám, annál népszerűbb, tehát fontosabb az adott oldal. A maig titkos algoritmust ma PageRanknek nevezik, és, ahogy a cég fogalmaz, a web egyedülállóan demokratikus jellemzőjén alapul, mert a hivatkozások struktúrájából következtet egy-egy oldal értékességére. A Google úgy értelmezi az egyik oldalról a másira mutató linket, mintha az előbbi szájt "szavazna" az utóbbira.

A szavazatok számán kívül azonban a kereső a szavazatot leadó oldalakat is értékeli. A bonyolult, hierarchikus rendszerben a fontosnak minősített oldalak által leadott szavazatok többet nyomnak a latba, és hozzájárulnak ahhoz, hogy az általuk hivatkozott oldalak is relevánsnak minősüljenek.

A Google számokban

A Google nem hajlandó elárulni a keresőszolgáltatás hardverigényét. Viszont mielőtt tavaly bevezették részvényeit a tőzsdére, a cég a kötelezően kitöltendő formanyomtatványon 250 millió dollárban határozta meg hardvereszközeinek értékét. Tristan Louis, a HSBC.com számítástechnikai szakértője az összeg és a piaci hardverárak alapján úgy számol, hogy a Google szerverparkja közepes becslések szerint 60 000, egyenként két processzorral felszerelt számítógépet vonultat fel. A gépek együttesen 250 gigahertzes számítási kapacitást képviselnek, 126 000 gigabájtos memóriával és 5000 terabájtos tárolókapacitással. A Google 2000-ben egymilliárd, 2003-ban hárommilliárd weboldalon keresett. Ma nyolcmilliárd oldalt, azon kívül pedig egymilliárd képet, és nyolcszázmillió hírcsoportüzenetet és 4500 hírforrást pásztáz.

Hogyan keressen a Google-lel?

Hogyan keressen a Google-lel? A Google bizonyos mértékben támogatja az úgynevezett Boolean kifejezések használatát. Az AND (és) szót eleve odaképzeli a keresőablakba beírt szavak közé, ha tehát valaki a mennyre és pokolra keres egyszerre, elméletileg felesleges az AND operátort használnia.

Ha valakit vagy a pokol, vagy a menny érdekel, de mindegy neki, melyik, használhatja még az OR (vagy) operátort is, ez kötelezően nagybetűvel írandó, vagy kiváltható a függőleges vonás karakterrel is (|); ha pedig valakit csak a pokol érdekel, és a menny semmiképpen sem, zárja ki a mennyet a "-" (kötőjel) operátorral.

Jó tudni, hogy a Google önhatalmúlag kihagyja a keresőkifejezésekből az úgynevezett "stop word"-öket, vagyis az angolban gyakran előforduló, önmagukban értelmetlen szavakat, mint a határozott és határozatlan névelők (a, an, the) vagy a prepozíciók (at, in, by).

Ha pontos kifejezésre keresünk, mindenképpen tegyük idézőjelbe: más mennyeket és más poklokat eredményez a sima menny és pokol, és mást az idézőjeles. Hasznos extrák még a keresést pontosító kifejezések, mint a "link:", a "site:", az "intitle:" és az "inurl:". Ezek segítségével tudhatjuk meg, ki hivatkozik a weboldalunkra, és kereshetünk adott domainen vagy aldomainen, a html-oldalak url-jében és címében.

<http://www.keresomarketing.net/google-garazs-tron.html>

Forrás - Index.hu