

И как компания, и как концепция Google трансформировала Интернет и всю вселенную знаний. Джон Бэттелл написал прекрасную книгу: создав потрясающую сагу о Google, он в то же время исследовал саму идею поиска. Эту книгу должны прочесть все, кто пользуется поисковыми системами.

УОЛТЕР ИСААКСОН, СЕО ИНСТИТУТА АСПЕНА,
БЫВШИЙ ИЗДАТЕЛЬ ЖУРНАЛА TIME, БЫВШИЙ СЕО ТЕЛЕКОМПАНИИ CNN

Эту книгу нужно было бы назвать «Находка». Как всегда, Джон Бэттелл предлагает нам полезное, проясняющее и дающее пищу для размышлений чтение. Если вы хотите знать, как и почему подход Google действительно все меняет, эта книга для вас.

СЕТ ГОДИН, АВТОР КНИГ «ВСЕ МАРКЕТОЛОГИ ЛГУТ»
(ALL MARKETERS ARE LIARS) И «ФИОЛЕТОВАЯ КОРОВА»

Никто, действительно никто не писал о компании Google и о бизнесе поиска в Интернете больше, авторитетнее и лучше Джона Бэттелла. Он создал книгу, сочетающую в себе потрясающее мастерство репортажа, строгий анализ и полуночные размышления о том, куда ведут нас эта компания и ее технологии. Если вы хотите понять, как развиваются экономика и культура эры поиска, обязательно прочтите эту книгу.

ДЖОН ХЭЙЛЕМАНН, АВТОР КНИГИ «РАСЦВЕТ ПЕРЕД УПАДКОМ:
ИСКУШЕНИЯ БИЛЛА ГЕЙТСА И КОНЕЦ ЭПОХИ “МАЙКРОСОФТ”»
(PRIDE BEFORE THE FALL: THE TRIALS OF BILL GATES
AND THE END OF THE MICROSOFT ERA)

В этой книге Бэттелл сделал две вещи. Он объяснил, почему поиск настолько важен для будущего цифрового мира. А еще больше впечатляет то, что ему удалось превратить предмет своего интереса в захватывающую историю.

ДЖОН ХЬЮИ, ШЕФ-РЕДАКТОР, КОМПАНИЯ TIME INC.

Эту книгу обязательно нужно прочитать каждому, кто стремится понять одну из важнейших тенденций нынешнего поколения: организацию информации в мире и превращение ее в продукт, доступный каждому.

МЭРИ МИКЕР, УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР И ИНТЕРНЕТ-АНАЛИТИК,
КОМПАНИЯ MORGAN STANLEY

Потрясающая книга. «Поиск» показывает, что, хотя в индустрии поиска в сети множество неудачников и всего несколько выдающихся победителей, пока она находится на самой ранней стадии развития. Искать прекрасно, но главное – находить.

Л. ГОРДОН КРОВИТЦ, ПЕРВЫЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ,
КОМПАНИЯ DOW JONES AND COMPANY;
ПРЕЗИДЕНТ ГРУППЫ ЭЛЕКТРОННЫХ ИЗДАНИЙ

Содержание

Поиск



| | |
|---|-----|
| Предисловие | 7 |
| 1. База данных о намерениях | 9 |
| 2. Кто, что, где, почему, когда, как и сколько | 29 |
| 3. Поиск до Google | 51 |
| 4. Рождение Google | 79 |
| 5. Миллиард долларов по десять центов: у Интернета появляется новая модель бизнеса | 111 |
| 6. Google 2000–2004: с нуля до 3 млрд долл. за 5 лет | 141 |
| 7. Экономика поиска | 175 |
| 8. Поиск, конфиденциальность, правительство и зло | 215 |
| 9. Google становится публичной компанией | 239 |
| 10. Google сегодня, Google завтра | 259 |
| 11. Идеальный поиск | 283 |
| Эпилог | 317 |
| От автора | 321 |
| Примечания | 325 |
| Список терминов | 341 |
| Алфавитный указатель | 351 |

ПРЕДИСЛОВИЕ

Любая научно-популярная книга является, прежде всего, историей поиска. Поиска истины, причины, способа... Перед вами книга о поиске поиска, точнее, самого правильного способа поиска... История компании Google, с которой и начинается поиск, как таковой. И история поиска, который был до нее. Забытые имена, забытые названия... Истории стремительных взлетов и не менее стремительных падений.

Три года в сегодняшнем Интернете — почти вечность, поэтому никто и не помнит поисковую систему Alta Vista, а когда-то (вечность тому назад!) именно она была синонимом поиска информации в Сети. Правда, Сеть была тогда совсем другая, маленькая и совсем молодая.

Компания Google появилась в очень интересное и непростое время. Объемы информации в Сети стремительно росли, а вычислительные мощности и уменьшение стоимости хранения информации стали позволять обрабатывать эти объемы. И тогда же возникли две противоположные парадигмы поведения: портал как универсальная точка входа и поиск как основа и сущность навигации в Интернете.

Автор этой книги Джон Бэттелл — человек в современной интернет-индустрии весьма авторитетный. Достаточно сказать, что он был одним из основателей и редакторов журнала *Wired*, рупора hi-tech индустрии США. Именно тогда у него и возник обширный круг связей, что позволило ему встречаться с известнейшими в бизнесе людьми и написать книгу об истории поиска в Интернете.

В книге много информации, что называется, «из первых рук», от первых лиц известных компаний. С автором откровенно говорили люди, которые определяли алгоритмы работы поисковых машин в «доугловскую» эпоху, сотрудники компаний-конкурентов...

Интересно читать главу, посвященную рождению Google еще не как компании, а как алгоритма, придуманного во время исследовательской работы для защиты диссертации в аспирантуре Стэнфорда. Становится понятно, почему компания, родившаяся в академической среде, до сих пор сохраняет принципы исследовательского подхода не только к разработкам, но и к бизнесу. Действительно, в какой еще компании всем сотрудникам можно тратить 20% рабочего времени не на прямые служебные обязанности, а на те проекты, которые интересны им в рамках Google, а 10% времени — так и вовсе на проекты, которые им просто интересны? Идея, пришедшая из уни-

верситетской среды, позволяет реализовать творческий потенциал невероятно способных и талантливых людей в полной мере, что в конечном счете и приводит к очень интересным результатам.

Книга не зря содержит в подзаголовке слова «Как компания Google и ее конкуренты переписали законы...». Это история новой экономики, которая зарождалась на наших глазах. История о том, что миллиард долларов может состоять не только из нефтяных скважин, но и из десятицентовых монеток... История о том, как очень большая компания может построить свой бизнес на обслуживании потребностей десятков, а то и сотен тысяч маленьких и средних компаний.

И, наконец, последняя часть книги — это попытка предвидения, попытка понять, что такое идеальный поиск... Сегодня объем информации в мире растет невероятными темпами: контент (и информация!) уже давно создаются не ограниченным кругом профессионалов, а всеми, у кого есть доступ к Интернету. Хорошим примером такого взрывного роста производства контента являются, например, блоги.

Как следствие, существенно увеличившиеся дисковые массивы для хранения информации (которые, кстати, столь же стремительно дешевеют в пересчете на единицу хранения!). Наряду со знаменитым законом Мура об удвоении плотности транзисторов, в вычислительной технике есть менее известный закон Крайдера (Kryder's law): емкость дисков удваивается каждые 13 месяцев (или увеличивается в 1000 раз за 10 лет!). Если закон справедлив (а пока это так!), то на обычный iPod, способный вместить сегодня примерно 10 000 песен, примерно через 7 лет спокойно войдет вся музыка, созданная к тому моменту, а примерно в 2019 году — 85 лет видео!

Таким образом, вопрос о том, каким будет поиск через 10 лет, представляет отнюдь не академический интерес! Чем больше объем информации, тем сложнее искать и находить, что необходимо именно вам. А может все гораздо проще? И к тому времени будет создана та самая «идеальная поисковая машина», которая, как сказал Ларри Пэйдж, будет понимать, что ты ищешь, и в качестве ответа выдавать именно то, что ты искал...

Определение машины уже есть, осталось лишь создать ее!

Владимир ДОЛГОВ
глава представительства компании Google в России