

Eesti Infotehnoloogia Kolledž

Do no evil

Koostaja: Priit Kallas

Tallinn 2007

Sisukord

Do no evil.....	1
Sisukord.....	2
Sissejuhatus.....	4
Google ülevaade.....	4
Google edu alused.....	5
Täisealiseks saamine.....	6
Google teenused ja seosed.....	7
Otsing, AdWords, AdSense.....	7
Checkout.....	7
Analytics ja Toolbar.....	8
Froogle.....	8
News, Reader ja Blogger.....	9
Gmail, Orkut ja Talk.....	9
YouTube ja Video.....	10
Muud teenused.....	10
Miks inimesed Googlet kasutavad.....	10
Google ja veebiteenuste tulevik.....	11
Tsensuur ja põhimõttelagedus.....	11
Kokkuvõte.....	12

Sissejuhatus

Kuhu on teel Google? Suur vend või maailma heategija? Google asutajate mantra ja kogu ettevõtte filosoofia on:

“You can make money without doing evil”¹.

Milline saab olema maailm peale Google-sarnase meediahiiglase tekkimist? Kas me julgeme usaldada kogu oma elu ühe ettevõtte kätte, lootuses, et seda usaldust kurjasti ei kasutata? Juba täna, kui Google pole veel kaugelki kõiki oma teenuseid ühtseks komplektiks sidunud, võib aimata, millise jõupositsiooni saab ettevõtte, kellel on juurdepääs kogu maailma informatsioonile. Järgnevalt annan ülevaate, kuhu Google võiks teel olla ja mida see meie jaoks tähendab, kui täidetakse oma missiooni:

“Google’s mission is to organize the world’s information and make it universally accessible and useful.”²

Google ülevaade



Joonis 1. Google avaleht 11. novembril 1998.a, umbes 25 miljonit indekseeritud lehte³.

Google on pidevalt ostanud kokku ettevõtteid, mis aitavad neil oma teenustebaasi laiendada. Nende ostude hulka kuuluvad „nähtamatud“ tehnoloogiafirmad nagu

¹ Our Philosophy <http://www.google.com/corporate/tenthings.html>

² Company Overview <http://www.google.com/corporate/>

³ Internet Archive <http://web.archive.org/web/19981111183552/google.stanford.edu/>

Applied Semantics, mis aitab parandada otsingutulemuste kõrval näidatavate reklaamide asjakohasust, ja suure meediakära osaliseks saanud firmad nagu YouTube, mis aitab Googlel arendada oma sotsiaalseid teenuseid ja lisab uue mõõtme nende meediaarsenali.

Google asutati 7. septembril 1998. aastal kahe Stanfordini ülikooli tudengi poolt. Google tuumiktehnoloogiks oleva otsingumootori peamiseks ideeks oli asjaolu, et veebilehtede vahelised lingid kannavad endas infot nende lehtede tähtsusest internetis.

Vähem kui kümne aastaga on Google kasvanud peaaegu 11 tuhande töötajaga meedia- ja tehnoloogiaettevõtteks, kellega peavad arvestama nii suured kui ka väikesed.

Google edu alused

Google ülemvõim internetis on tekkinud peamiselt nende poolt pakutava otsingumootori poolt väljastatavate tulemuste kvaliteedist, teenuse lihtsusest ja tüütu reklaami puudumisest. Sellega on tänaseks jõutud otsinguturul liidri positsioonile, mis ülemaailmselt küünib 70-80 protsendini kõigist sooritatud päringutest⁴.

Teine faktor, mis kindlustab Google edu on asjaolu, et kui teenusepakkuja vahetamine ei maksa midagi, siis valitakse reeglina kõige parem teenus⁵. Oma efektiivse otsingumootoriga suutis Google võita sellisel arvul kasutajaid, et oli võimalik müüa reklaami otsingutulemuste lehtedel. Siin oli edu aluseks tagasihoidlik ja asjakohane reklaam, mis ei üritanud kasutajaid segada vaid olla abiks asjakohase info leidmisel. Tänapäevaks on „paremad otsingutulemused“ Google märgi lahutamatu osa ja kui kasutajatele näidata Yahoo otsingutulemusi Google logoga, siis hinnatakse neid paremateks kui originaalis.

Teiseks aspektiks on see, et reklaamiandja ei pea reklaami eest maksma enne, kui ta on selle abil reaalse kontakti saanud. Ühte reklaamkasti võib Googles näha miljon

⁴ Stats Show Google Dominates the International Search Landscape
<http://searchenginewatch.com/showPage.html?page=3625072>

⁵ Winner-Take-All: Google and the Third Age of Computing -- Rich Skrenta
http://www.skrenta.com/2007/01/winnertakeall_google_and_the_t.html

inimest, aga kui keegi sellel ei klikki, siis ei pea reklaamiandja selle eest ka maksma. Selline korraldus vähendab reklaamija riske ja julgustab neid üha enam seda teenust asutama.

Kolmandaks otsimootorireklaami eeliseks võib lugeda selle, et sihtgrupp defineerib ennast ise. Otsingut sisestades ütleb kasutaja Googlele ja reklaamiandjale, et olen sellest teemast hetkel huvitatud ning tulemuseks on märkimisväärselt parem reageering esitatavale kommertssõnumile.

Täisealiseks saamine

Google lasi osa oma aktsiatest avalikule pakkumisele 19. augustil 2004. aastal, mille käigus kogus 1,67 miljardit dollarid ning see andis firma koguväärtuseks 23 miljardit dollarit.

Pärast börsile minekut asus Google kiirest omandama väiksemaid firmasid⁶, et oma teenuste baasi laiendada ja täita lünki informatsioonis, mida nad inimeste ja veebi kasutamise veel ei teadnud, näiteks Urchin⁷, millest hiljem sai Google Analytics^{8,9}. Lisaks info kogumisele omandati ka ettevõtteid, mille teenused aitavad kasutajaid üha rohkem Google külge siduda: Writely tekstiredaktor ja seoti Google tabelarvutusega, millest sai Google Docs & Spreadsheets¹⁰.

2004. aastal said alguse ka sellised populaarsed ja isegi revolutsioonilised teenused nagu Orkut, Gmail, Books (Print), Maps (siis veel Local Search), Groups jne¹¹. Selle tegevuse tulemusena hakkas kokku saama teenustepakett, mis võimaldab kasutajal pea kogu oma informatsioon hallata veebipõhiselt, Google serverites. Siit algab ka Google tee positsioonile, kus nemad teavad sinust rohkem kui sa ise.

⁶ List of Google acquisitions http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Google_acquisitions

⁷ Urchin Software Corporation http://en.wikipedia.org/wiki/Urchin_Software_Corporation

⁸ Google Analytics <http://www.google.com/analytics/>

⁹ Sevenline internetiturundus: Google Analytics <http://www.sevenline.ee/blog/index.php?itemid=194>

¹⁰ Google Docs & Spreadsheets <http://en.wikipedia.org/wiki/Writely>

¹¹ Google Milestones <http://www.google.com/corporate/history.html#2004>

Google teenused ja seosed

Millist infot Google erinevad teenused inimese kohta omavad, eeldusel, et ta on registreerunud kasutaja. Toon välja olulisemad Google teenused ja millist infot need potentsiaalselt kasutaja või veebi kasutamise kohta võimaldavad koguda.

Otsing, AdWords, AdSense

Otsing on Google tuumikäri ja peamine raha allikas. Google otsingutulemuste kvaliteet tagab jätkuvalt kasvava kasutajatevoolu, mis omakorda suurendab rahavoogu Google AdWords programmi klientidelt.

Teiselt poolt teab Google, millistel lehtedel millest räägitakse ja suudab paigutada reklaami peale otsingutulemuste ka asjakohastesse veebikeskondadesse, mis on liitunud Google AdSense programmiga.

Siin tekib Googlele võimalus vahetada AdSensiga teenitud raha AdWordsiga ostetava reklaami vastu. Kuna raha makstakse osade kaupa, siis hoiab Google enda käes pidevalt sadu miljoneid kui mitte miljardeid dollareid. See on koht, kus Googlele on teoreetiline võimalus hakata pakkuma finants ja pangandus teenuseid lisades paketti ka Checkout teenuse.

Checkout

Checkout on Google poolt pakutav online maksesüsteem, mis on loodud selleks, et lihtsustada kasutajate ostmise protsessi ja vältimaks nende krediitkaardiandmete sattumist vahetult kaupmehe kätte.

Selleks, et kasutajad oleksid Checkouti kasutamisest huvitatud pakub Google lisaks kaitset pettuste eest, lihtsustatud ostmist ja tarne olukorra jälgimist. Google ise saab sellest teenusest infot kasutajate tarbimisharjumuste kohta, mis aitab neil tulevikus üha paremini reklaami sihtida. Teise kaugema võimalusena võib Checkout areneda Google pangandus ja mikromaksete teenuseks.

Analytics ja Toolbar

AdWords ja AdSense annavad Googlele ülevaate sellest, mida kasutajad otsivad, millised on konkurentsitihedamad valdkonnad, millised keskkonnad töötavad

reklaamikanalina paremini ning millised halvemini. Kuid Googlel puudus võimalus saada infot selle kohta, kuidas kasutajad lehel käituvad.

Selle informatsiooni saamiseks ostis Google Urchin statistika tarkvara ja pärast mõningast kohendamist andis selle teenuse kõigile tasuta kasutamiseks¹². Paljudes tekitab see siiani küsimusi, miks Google seda tasuta teeb? Arvan, et vastus on lihtne, Google tahab teada, kuidas inimesed veebikeskkondi kasutavad selleks, et leida optimaalseimad võimalused reklaamsõnumi edastamiseks.

Lisaks lihtsale veebikasutamise statistikale annab Google Analytics infot ka kampaaniate efektiivsuse kohta, sest paljud AdWordsi kasutajad tarbivad nii öelda „sisseehitatud“ võimalusena just Analyticsit oma kampaaniate mõõtmiseks. Analytics võimaldab mõõta ka kolmandate osapoolte juures näidatud reklaami ja see annab olulist lisa Google teadmiste pagasisse.

Peale Analyticsi saab Google veebis surfimise infot ka kõigilt neilt kasutajatelt, kes on endale installeerinud Google Toolbari, mis näitab lehe PageRanki¹³. Iga kord kui kasutaja laeb lehe käib Toolbar Google serverist pärimas, mis on antud lehe PageRank ja jätab sellega maha Googlele väga kasulikku informatsiooni.

Froogle

Eelnevalt kirjeldatud teenustele pakub lisa Froogle, mis on Google hinnavaatlus keskkond. Froogle oli esmalt mõeldud kasutajate abistamiseks mugavaima ja odavaima ostukoha leidmiseks, kuid praegu annab see Googlele hindamatut infot selle kohta, mida asjad maksavad. Lisades sellele Checkoutis pärit info selle kohta, mida inimesed tegelikult ostavad annab see suurepärase võimaluse mõista tarbijate ostukäitumist.

News, Reader ja Blogger

Natukene eemaldudes otsesest reklaamist ja rahaliigutamisest tulevad mängu Google uudisteteenused, mis aitavad mõista kasutajate huvisid üldisemalt.

¹² Esimene eestikeelne uudis Google Analyticsi kohta 14.11.2005. <http://targutaja.info/?itemid=114>

¹³ Google PageRank <http://en.wikipedia.org/wiki/PageRank>

Google News annab Googlele infot selle kohta, milliseid peavoolumeedia kanalid, teemad ja uudised konkreetsele kasutajale kõige rohkem huvi pakuvad.

Readeri kaudu on aga võimalik jõuda selgusele, milline blogimaailma ja kasutajate loodud materjal inimesele nii oluline on, et ta hakkab seda endale spetsiaalselt tellima.

Lisades sellele veel blogide lugemise ja kirjutamise statistika, mida kogutakse kõigist *.blogspot.com aadressiga ajaveebidest hakkab info, mida Google ühe inimese kohta teab muutuma väga aukartust äratavaks. See pole veel kaugelt kogu info, mida meie suur sõber teab. Asi läheb päris isiklikuks: Gmail, Orkut ja Talk.

Gmail, Orkut ja Talk

Kohe kui Google teatas, et ta hakkab Gmailis reklaami näitama, hakkasid mõned inimesed nurisema, et tegemist on jõhkra privaatsuse rikkumisega ja täiesti ennekuulmatu asjaga. Kuid Gmail oli ahvatlev, oma gigbaidise mailiruumi, laheda AJAX kasutajaliidesega tõmbas ta mailisõpru nagu meepott. Sellele lisandus veel asjaolu, et Gmail oli ainult kutsetega ning need, kes @gmail.com aadressi omasid olid ässad, neil oli võimalus ka sõpradele piiratud arvul kutseid saata.

Tulemuseks on see, et Gmail on saavutanud märkimisväärse turuosa ja kasutajate elektroonilise suhtluse informatsioon on Googlele analüüsitav. Alustades kontaktide nimekirjadest ja lõpetades üksikute kirjade sisuga.

Gmaili abil on Google asunud upitama ka oma IM/telefoniteenust Talk. Kuigi selle kasutajate arv jääb ilmselt kõvasti alla Skype ja teiste pakkujate omale on osaliselt tegemist järjekordse info kogumise vahendiga, mis aitab selgitada isikutevaheliste seoste tugevust.

Selleks, et veel paremini teada kes on kelle sõber saab Google kasutada Orkutit. Kuigi Orkuti kasutajatest ligi kolmveerand on Brasiiliast aitab ka see info täpsustada muudest kanalitest kogutud seoseid.

YouTube ja Video

Google esimene tõeliselt töötav sotsiaalne aplikatsioon on hiljuti sisseostetud YouTube. Koos olemasoleva Google Video tehnoloogiaga on neil praeguseks valmis

tõenäoliselt kõige edumeelsem ja populaarsem videoplatvorm. YouTube puhul saab video omanik oma materjali juure näidata AdSense reklaame ja see võimaldab huvilistel luua oma „telekanali“, mis ka raha sisse toob. Siis kui Google integreerib YouTube oma ühtse kasutajakontode süsteemiga, saavad nad veel täpsema ülevaate mis kellelegi huvi pakub.

Muud teenused

Ülaltoodud ei ole kaugeltki kõik Google teenused. Lisainfot saab Google kaevandada sellistest kohtadest nagu: Groups, Books, Finance, Maps (Earth), Calendar, Docs & Spreadsheets, ka see nimekiri pole lõplik¹⁴.

Miks inimesed Googlet kasutavad

Olen endas korduvalt tundnud kerget värinat, mõeldes sellele, kui palju Google minust teab ja kas ma tegelikult tahaksin, et selline informatsioon oleks mingite suvaliste tegelaste käes teisel pool ookeani. Ma ei ole siiski suurem vandenõuteooriate pooldaja, kuid isegi vandenõuta on info, mida Google minukohta omab kõhedust tekitav. Kogu selle info kaevandamisel ja suhestamisel teiste kasutajatega, kellega Google teab mind suhtlevat võib tõesti leida infot ja käitumismalle, mida ma isegi ei tea.

Miks ma siis ikkagi Google teenuseid kasutan? Lihtne? See on erakordselt mugav ja kui need teenused üha tihedamalt integreeritakse jõuame internetis keskkonnani, mis meenutab Microsofti ja Windows keskkonna domineerimist meie arvutites.

Google ja veebiteenuste tulevik

Lihtsustatult valitsevad maailma finants ja meedia. Üks neist hoiab inimesi rahakonksu ja teine mõttekonksu otsas. Googel on/tekib võimalus mõlemat konksu kasutada. Siin ei ole küsimus selles, kas nad seda teed lähevad vaid, millal see teoks saab.

Oma teenuste üha paremaks muutmiseks ja kasutajate mõistmiseks üritab Google luua oma tehisintellekti ja selle kohta on nad (väidetavalt) ise öelnud:

¹⁴ List of Google products http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Google_products

"We are not scanning all those books to be read by people," explained one of my hosts after my talk. "We are scanning them to be read by an AI."¹⁵

Peamiseks mureks on kogu selle andmelao juures see, et mis saab siis, kui info valedesse kättesse satub. Nendeks valedeks kätteks võib olla maksuamet, pangad, jõustruktuurid, kasumijanused ettevõtted ja paljud teised.

Paljud ütlevad selle kohta, et ausal inimesel ei ole midagi karta. Jah, loomulikult ei ole ideaalmaailmas oluline see, et sa vaatad öö läbi pornot, et sul on sügelised, et sa plaanid töökohta vahetada, aga seni kui me elame mitte päris ideaalses maailmas peaks säärane info riivi ja lukutaga olema. Kas Google on piisavalt turvaline, et nende kätte oma tulevik usaldada.

Tsensuur ja põhimõttelagedus

Google ei ole oma „do no evil“ põhimõttes kuigi järjekindel. Tsensuur Hiinas, Prantsusmaal ja Saksamaal läheb vastuollu sõnavabaduse ja nende enda väitega, et:

*Placement in search results is never sold to anyone.*¹⁶

Nimelt see, et Hiinas tulevad mõningatele, valitsuse seisukohtadega vastuolus olevatele, päringutele hoopis teised vastused kui nn „vabas maailmas“ on ju tegelikult positsiooni müümine Hiina valitsusele äritegemise õiguse eest.

Samuti ei tohi mitmetes Euroopa riikides holokausti eitada ja Google on kohe varmalt müünud nende riikide valitsustele otsingutulemuste korrigeerimise teenust. Olenemata sellest, mida me holokaustist või muudest asjadest arvame, et tohiks kellelgi olla õigust teisite arvamuseavaldust maha suruda. (Puhtalt ärritamise mõttes lisan siia ka paar märksõna, mis väheseid ükskõikseks jätavad: lasteporno, inimkaubandus, prostitutsioon).

¹⁵ Edge: Turing's Cathedral by George Dyson

http://www.edge.org/3rd_culture/dyson05/dyson05_index.html

¹⁶ Our Philosophy <http://www.google.com/corporate/tenthings.html>

"I have always strenuously supported the right of every man to his own opinion, however different that opinion might be to mine. He who denies another this right makes a slave of himself to his present opinion, because he precludes himself the right of changing it." -- Thomas Paine

Kas Googlest saab meie suur vend või satub kontroll kellegi kätte, kes teab täpselt, mis on õige ja mis vale? Seda on raske praegu ennustada, kuid oma üha kasvava võimsusega on Google puhul tegemist väga magusa palaga, mida himustavad kõik, kelle eesmärgiks on teisi kontrollida.

Parandamatu optimistina kasutan ma siiski jätkuvalt Google teenuseid.

Kokkuvõte

Google muutub üha võimsamaks ja hakkab reklaami- ja meediaturul üha suuremat rolli mängima. Suureneb ka Google tähtsus meie igapäevaelus. Me teeme oma otsuseid Google otsingust leitud tulemuste põhjal ja meid mõjutavad AdSense ja AdWords reklaamikampaaniad meie lemmik veebilehtedel.

Täna ei ole Google suure tõenäosusega oma andmebaasidest veel viimast tilka välja pigistanud, kuid surve olla efektiivsem viib neid samm sammult lähemale selle hindamatu varasalve täielikule kasutusele võtule.

"Knowledge is power". -- Sir Francis Bacon