

Fogadjunk a bazárra!

A Linux népszerűbb Jézusnál? A mérvadónak számító Google kereső szerint igen.

A mennyiben a Google még nem lenne az első számú keresőgép, akkor jó eséllyel azzá válhat.

Mit mondhatunk róla? Néhány hónappal ezelőtt még a Yahoo is beadta a derekát és elkezdte támogatni a Google-t. Tízezer-nél is több linuxos gép küld ki keresőrobotokat, amelyek több mint 1, 3 milliárd oldalt járnak be, és olyan mindent kimerítő eredményekkel térnek vissza, amely lehetővé teszi, hogy valamennyi oldalt kereshető formában tárolják.

Nagyon sok kép mutat a Google-ra, és a Usenet hírcsoportok témáiban is előkelő helyet foglalnak el, annak ellenére, hogy nem népszerűsítik magukat, sőt (ezen írás idején) még mindig zajlik a bétaárlapotú rendszer nyilvános fejlesztése.

A Google oldalain történő reklámozás inkább az újságok tárgykörökre osztott hirdetéseihez hasonlít, mint a hirdetőtáblák, magazinok vagy a televízió hirdetései. A megállapítást elismerésnek szántam. Jelenleg talán csak ők képviselik azt a fajta reklámozási formát, amelyre komoly igény mutatkozik, így a Google-nak megvan rá az esélye, hogy az első csapat legyen, amely olyan webalapú reklámfelületet kínál, amelyet még a felhasználók is örömmel fogadnak – kétségtelenül látványos tett lenne, ha sikerülne elérniük.

Keresési eredményeik rangsorolását nem annyira ravasz metatagok vagy az oldal készítője által bevetett HTML-trükkök befolyásolják, sokkal inkább az adott oldalra mutató hivatkozások száma. Ha valamit biztosan elmondhatunk a Google keresési eredményeiről, akkor az az, hogy az eredmények az oldal elismertségét tükrözik. Mivel a weboldalak közötti összekapcsolást a legtöbb szövegfeldolgozó program nem önműködően végzi, az oldal készítője részéről a kapcsolatok létrehozása külön odafigyelést igényel. A google-i gondolatmenet szerint tehát úgy tekinthetünk az egy weboldalra mutató minden egyes hivatkozásra, mintha egy szavazat lenne, amellyel az érdeklődők elismerik az oldal hasznosságát.

A Google-nál a saját rendszerüket úgy emlegetik, mint „gép és program különleges ötvözetét”. Egész pontosan tízezer

Linux-alapú gépről van szó. A „miért pont Linux?” kérdésre valamennyien tudjuk a szakmai választ. Létezik azonban egy nyilvánvaló gazdasági válasz is: névtelen kereskedelmi gépekre olcsón lehet telepíteni. És ami még ennél is fontosabb: Linuxot használva csökkenthető a fizikai rendszerrel szemben



támasztott követelmények. A Google szakemberei számára a rendszert könnyebb volt Linux-alapokon elképzelni, mint bármi más. Végezetül egy demokratikus válasz is létezik a kérdésre, és ezt a keresési eredmények adják meg. A Google azon túl, hogy a keresési eredményeket rangsorolja, megjeleníti, hogy hány olyan oldalt talált, amely az adott kulcsszót, vagy kulcsszavakat tartalmazza. A néhány perce lefutott keresésem eredményeképpen (amikor az Linux-indexeket egyszerre használtam) a Google a „linux” szót 31,6 millió oldalon találta meg. Mit is jelent ez valójában? A keresés két legelső eredménye (231 millióból) a LinuxGames.com és *Richard M. Stallman* „Miért nem szabadna, hogy a programoknak tulajdonosa legyen” című oldala volt. Ha a piacot a szóbeszédék éltetik, ennek fényében mit mondhatunk a Linux-piacról? Valóban „nagyobb” lenne a mi Linux-bazárunk, mint a szex vagy a Microsoft? Nyilvánvalóan.

A Linuxszal kapcsolatban álló piac ugyanis folyamatosan változik. Nem számít,

hogy a Microsoft milyen fontosnak próbálja feltüntetni magát (ügyeskedve növeli a számára hivatalból kijáró fontosság látszatát), hiszen az a zárkózottság, amivel a cég saját szellemi termékeit körülveszi, behatárolja azokat a témákat, amelyekről a Microsoft kapcsán egyáltalán beszélni lehet.

Határa van ugyanis annak, hogy valaki mennyire élvezheti a tudatot, miszerint ő a Microsoft programjainak szakértője. Míg a Microsoft szellemi tulajdonának nagy részéhez senkinek semmi köze nem lehet, addig a Linuxhoz bárkinek. Ez azt jelenti, hogy a Linux – mint eredeti szakterület – jobb üzlet, mint a Microsoft vagy bármely más olyan programfejlesztő cég, amely pont azon programjaival kapcsolatos párbeszédet korlátozza, amelyektől mindenkit függővé akar tenni.

Ez az, amit észben kell tartanunk, amikor a linuxos cégek életrevalóságát fontolgatjuk. Igaz, sokuk a padlóra került egyéb cégekkel együtt, amikor a .com-vállalkozások kudarcba fulladtak. De ha bizalmunkat a piaci erőkre próbáljuk helyezni, akkor nem engedhetjük meg magunknak, hogy figyelmen kívül hagyjuk a világ legizgalmasabb párbeszédeit.

- Active X: 2 350 000 találat
- Python: 2 080 000 találat
- Gates: 3 020 000 találat
- KDE: 3 560 000 találat
- Gnome: 3 720 000 találat
- Perl: 7 650 000 találat
- Jesus (Jézus): 8 800 000 találat
- solution (megoldás): 13 300 000 találat
- market (piac): 31,200,000 találat
- Microsoft: 20 200 000 találat
- god (Isten): 24 300 000 találat
- sun: 25 500 000 találat
- sex (szex): 28 400 000 találat
- linux: 31 600 000 találat
- business (üzlet): 86 900 000 találat
- naked (meztelen): 8 080 000 találat.



Doc Searls (doc@ssc.com) a LinuxJournal szerkesztője és a Cluetrain Manifesto társszerzője. Nemsokára megjelenő könyvének címe „A valódi piacok: melyek azok és hogyan működnek”.