

ئۇشبۇ كتاب ئېلكتاب توری تەرىپىدىن تارقىتىلدى

ئەزىز ئوقۇرمەن، ئۇشبۇ كتاب ئاپتورنىڭ رۇخستى ۋە تەلىپى
بىلەن ئېلكتاب توربىدا تۇنجى بولۇپ تارقىتىلدى.

ئېلكتاب توری ئادرېسى:
www.elkitab.org

ئېلكتاب

ئېلكتاب توری ئادرېسى:
www.elkitap.org

باش-ئايىغى يوق: Google ھېكايەسى



ئامېرىكا

دوگلاس ئىدۋارد

تەرجىمە قىلغۇچى: ئابدۇقادىر ئابلىز

ئۇ نۆۋەتتە دۇنيادا ھەممەيلەن ئېتىراپ قىلىدىغان ئەڭ چوڭ ئىزدەش موتورى! ئۇ ئىنتېرنېتتىكى ئەڭ ئالقىشلىنىدىغان بەش چوڭ تورتۇرانىڭ بىرى!

ئۇ مەشغۇلات ئارايۈزىدە 30 نەچچە خىل تىلنى تاللاشقا تەمىنلىگەن، دۇنيا دائىرىسىدە سانسىزلىغان ئىشلەتكۈچىلىرى بار.

Google—يېڭىلىق، مۇۋەپپەقىيەت شۇنداقلا باش-ئايىغى يوق ئىزدىنىشكە ۋەكىللىك قىلىدۇ. «باش ئايىغى يوق: Google ھېكايىسى» Google يۈقىرى قاتلىمدىكىلەرنىڭ بىردىنبىر ئېتىراپ قىلىشىغا ئېرىشكەن بۇ ھېكايىسى، سىزگە ئادەتتىكىدىن تاشقىرى ئوقۇش تۇيغۇسى ئاتا قىلىدۇ.

مەزمۇن تونۇشتۇرۇش:

Google نىڭ كارخانا بۇرچى بولغان «يامانلىق قىلماسلىق» قانداق كېلىپ چىققان؟ نېمە ئۈچۈن لارى بىلەن سېرگېي كىرىمنىي جىلغىسىدىكى ئالىدىنقى قاتاردىكى خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلەغ سالغۇچى شىركەتلەرنىڭ قوللىشىنى جەلپ قىلالايدۇ؟ تورکۆرگۈ قورال بالداق رىقابىتىدە، مىكروسوفت بىلەن Google مەخپىي ھالدا دوئىلغا چۈشتى، ئەڭ ئاخىرى كىم غەلىبە قىلدى؟ ئەينى چاغدا مىكروسوفت شىركىتى «يا سىلەرنى سېتىۋالىمىز، يا سىلەرنى يوقىتىۋېتىمىز!» دەپ جاكارلىغاندا، Google قانداق قىلىپ قۇتۇلۇپ قالغان؟

بۇ بىر ئىنتېرنېت شىركىتىنىڭ تەرەققىيات تارىخىنى ئەڭ تەپسىلىي، ئەڭ ئومۇمىيۈزلۈك، ئەڭ ھەقىقىي خاتىرىلىگەن كىتاب.

بۇ كىتابتا، يازغۇچى لارى پەيجىنى ئىنتايىن كۈچلۈك دەپ تىلغا ئالىدۇ، ئۇنىڭ ئوتتەك قىزغىنلىقى دۇنيانىڭ ئەمدى ۋاقتىنى ئىسراپ قىلماسلىقىغا ياردەم قىلىدۇ. لارى زۆرۈرىيىتى بولمىغان بارلىق چىقىملارنى قىسقارتىشقا ئامراق، بىراق تەننەرخ تىزگىنلەش جەھەتتە، ئەقىل-پاراسىتىنى ئىسراپ قىلماي ئېغىشماي ۋايىغا يەتكۈزگىنى يەنىلا سېرگېي. ئىتالىيە مىلاندا، ئۇ 50 دوللار تېجەش ئۈچۈن، تاكسىغا ئولتۇرۇشنى خالىمىغان.

Google نىڭ يىراقتىكى نىشانى ھەر بىرىمىزنى كەلگۈسىگە نىسبەتەن ئۈمىدكە تولدۇرىدۇ. كەلگۈسىدە، Google زور كۆلەمدىكى رەقەملىك مەسىلىلەرنى ھەل قىلىدىغان شىركەتتىن بىرنى قۇرىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ مەسىلە مىليونلىغان تور ئەھلىگە تەسىر كۆرسىتىدۇ؛ Google يەنە ئىنسانىيەت ئىلىم-پەن مەنزىرىسىنى قايتا تىكلەيدۇ، تېببىي ساھەدە بۆسۈشنى ئىلگىرى سۈرۈپ، ئالەم بوشلۇقى تەتقىقاتىنىڭ سۈرئىتىنى تېزلىتىدۇ، ئىنسانلار ئارىسىدىكى تىل توسالغۇسىنى يوق قىلىدۇ؛ Google دۇنيا خاراكتېرلىك نادانلىق ۋە قالايمىقانچىلىققا ۋاقىتلىق تەدبىر تەمىنلىمەستىن بەلكى دۇنيا رەقەملىك سىستېمىسىدا مەۋجۇت بولۇۋاتقان قاتمۇ-قات توسالغۇلارنى تەلتۆكۈس تازىلاپ، لازىم بولغان ئۇچۇرغا ھېچقانداق كۈچمەيلا ئېرىشتۈرىدۇ؛ ئانچە يىراق بولمىغان كەلگۈسىدە، Google شىركىتى خۇددى ئامېرىكا ھەممىباب ئېلېكتىرون شىركىتىگە ئوخشاش غايەت زور ئۇچۇر بىرلەشمە گەۋدىسىگە ئايلىنىپ، ئۇچۇر كەسپىدىكى ھەممىباب ئېلېكتىرونىغا ئايلىنىدۇ.

يازغۇچىنى تونۇشتۇرۇش:

دوگلاس ئىدۋارد

1999-يىلىدىن 2005-يىلىغىچە Google شىركىتىنىڭ ئىستېمالچىلار بازار بۆلۈمىنىڭ باش نازارەتچىسى ۋە مەسۇلات باشلىقى بولۇپ، شىركەتكە ژاكالىتەن ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن بىۋاستە ئالاقە قىلىشقا مەسئۇل بولغان. ئۇ Google غا كىرىشتىن ئىلگىرى، ئىدۋارد «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» نىڭ توردىكى ماركا گۇرۇپپىسىنىڭ باشلىقى، گېزىتخانىغا ژاكالىتەن يېڭى سېپىرىيە شەھىرىنىڭ بازار ئىممىۋى ئېلان پىروگراممىسىغا مەسئۇل ئىدى.

مۇندەرىجە:

مۇقەددىمە

Google دا مەن ئىنتايىن تەلەيلىك

Google قانداق يۈرۈشىدۇ

قۇرۇق گەپ قىلماي، ئەمەلىي ئىش قىلىش

بىرىنچى بۆلۈم

سىز ئىچىمىزدىكى بىر ئەزا

بىرىنچى باب مەن نېمە ئۈچۈن Google غا بارىمەن

كىرىمنىي جىلغىسى ئوت يالقۇنى

تۇنجى Google زىيارىتى

قىيىن مەسىلىگە جاۋاب بېرىپ، بېلىق يېيىش

ئىشقا چىققان تۇنجى كۈن

ئىككىنچى باب تۇنجى قەدەم

«99 سىم ئۈلاش بايرىمى»

بازار بۆلۈمى قۇرۇلغان دەسلەپكى مەزگىل

پاكىزلىقنى ساقلاش

سانلىق مەلۇماتنى بىلگىلى بولماسلىق نەزىرىيەچىسىنىڭ دۇنياغا كېلىشى

«سىزنى قوبۇل قىلىمىز»

ئۈچىنچى باب قائىدىسى يوق دۇنيا

سەۋەبنى تېپىپ، قايىسىسىنى تاللايدۇ؟

چىقىپ كېتىش

تۆتىنچى باب بازارچىلىق يوق بازارچىلىق

ئۇنداقتا، پىلانچۇ؟

بىردىنبىر غەلبە قىلىش يولى

باشقىلارنىڭ ئالدىدا مېڭىشقا جۈرئەت قىلىش

بەشىنچى باب جەريانىنىڭ ھەممىسى بولۇشى كېرەك

بىر نىيەتتە ھەمكارلىشىپ قوشۇن قۇرۇش

ئالتىنچى باب ھەقىقىي سىڭىپ كىرىش

Google قانداقلارچە ئېلان بىلەن شۇغۇللانغان

ھەقىقىي ئەخلاق مۇشكۈلاتى

G.O.D نىڭ 9 مىليارد ئىسمى

يۇزلىگەن بايراقلار لەپىلدىسۇن

يەتتىنچى باب ساغلام بىخەتەر بولماسلىق تۇيغۇسى

قانائەت قىلماي ئالغا ئىلگىرىلەش

پاكىزلىقنى ساقلاش

تۇرمۇشتىكى بىر كۇن

بېسىمنى تۆۋەنلىتىپ ئىجاد قىلىش

ھەممىگە ماھىر چارلى، ئامىتىڭ كەلسۇن

سەككىزىنچى باب چاقچاق قىلغىلى بولمايدىغان پەسكەش

سەن ماڭا چاقچاق قىلمۇاتقانسەن؟

ئەسەبىيلىكتىن ئادىششش

ئۆتە ھەقسىز

قەرەللىك ھوقۇق كىمياگەرلىكى

مەغلۇبىيەت

توقتۇزىنچى باب تېخىمۇ مۇكەممەللەشتۈرۈش

خاتا نېمە ئۇچۇن توغرا

ياخشى دېگەننىڭ ئۆزى يېتەرلىك ياخشى بولغىنى

ئىشنى ياخشى قىلىش زۆرۈر

نېمە؟ مەن ئەنسىرەمدىم؟

ئونىنچى باب شەھۋانىيلىقنى سۈزگۈچى

كىم ئۇتىدۇ تېخى ئېنىق ئەمەس

لارىرى بىلەن سېرگېيىنىڭ رولى

Google پاراڭلىرى

مەڭگۈ «نېمە ئۇچۇن» دەپ سورايدۇ

شۇنداق، مەن قارشى

شەھۋانىي فىلىمنىڭ ئېزىقتۇرۇشى

رەي سىدنېيچە ئۇسلۇب

ئىككىنچى بۆلۈم Google نىڭ كۈنسېرى يۈكسىلىشى

ئون بىرىنچى باب ئۇچۇش

نەدە چاتاق چىقتى؟

ئۇ ئادەم كەلدى

ئاخىرقى قۇرۇت

1 مىلياردلىق نىشان

يۈگرەشتىن ئىلگىرى ئۆملەش

ئارتىكل «the» نىڭ ئاخىرلىششى

Yahoo بىلەن قۇدىلىشىش

ياخشى شېرىك، قىيناش

كەلكۈننىڭ باشلىنىشى

كىرىمنىي جىلغىسىدىكىلەر بىر ئائىلە

ئون ئىككىنچى باب خۇشاللىق ۋە ئىسسىم

دېمەكچى بولغىنىڭىزنى سۆزلەڭ

تورىدىكى ئېلان ساھەسىدىكى تۇنجى جەمەت

چوڭ راك ۋە شەھۋانىيلىقنىڭ قايتا پەيدا بولۇشى

خاتالىقىمىزنى زاڭلىق قىلىش

ئون ئۈچىنچى باب ئۆزگىچە «يانى يانى»

مىڭ چاقىرىملىق ئۇزۇن سەپەرمۇ بىرىنچى قەدەمدىن باشلىنىدۇ

ئون تۆتىنچى باب Google بومبا ۋە ئېلخەت كاشىلىسى

پوچتالىيون ئەپەندى، سەل كۈتۈپ تۇرۇڭ

ئېلخەت ئىلھامى

ئون بەشىنچى باب ئىسسىق سۇدا يۇيۇنۇۋاتقان باشقۇرغۇچى

كىشىنى ھەيران قالدۇرىدىغان خۇش خەۋەر

باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى؟ ھازىر پاي چېكىنى بازارغا سېلىش؟

قولدىن كەتكەن باشقۇرۇش

ئون ئالتىنچى باب نيۇيورك ھاياتمۇ؟

ئۈچىنچى بۆلۈم بىزنىڭ ئورنىمىز

ئون يەتتىنچى باب ھەممەيلەن بىردەك

مۇندەرىجە مەسلىسى

ئۇزلۇكسىز يېڭى مەھسۇلات چىقىرىش

ئون سەككىزىنچى باب ئېلخەتنىڭ ئۇنۇمىنى ئۆستۈرۈش ۋە ئىلتىجا قىلىش

تەرجىمە مۇۋەپپەقىيىتى ۋە سەھۋەنلىك

ھازىر چېكىلىش سانىغا ئاساسەن ھەق يىغىشقا بولامدۇ؟

ئون توققۇزىنچى باب يېڭى كومپيۇتېر

دۇشمەنلەر دوستلىرىمىزنى بۇلاپ كەتتى

ئەمەلىيەت مۇنازىرىدىن ئۈستۈن

ئاكتىپ نەتىجە

ئويۇن ئۆزگەردى

چوڭ بول، قوزام، چوڭ بول

يىگىرمىنچى باب ئورنىمىز نەدە

نەشر ھوقۇقى جېڭى

يىگىرمە بىرىنچى باب ياخشىمۇسىز، ئامېرىكا لىنىيەسى

بىز توختىماي ئالغا باستۇق، ئەمما ئەگرى يولنىمۇ ماڭدۇق

ئو! Yahoo!

يىگىرمە ئىككىنچى باب بىر مىليارد دوللارلىق يەنە بىر يېڭىلىق يارىتىش

پاراڭلىششقا رايى يوق

يىگىرمە ئۈچىنچى باب Froogle سۈركىلىشلىرى

ئىسسىم ماجىراسى

يىگىرمە تۆتىنچى باب بازارچىلىقنى ئىتتىرىپ ماڭمايلى

گۈزەل دەقىقىلەر دولقۇنلاپ ئالغا ئىلگىرىلىمەكتە

ئەجەبا بىز تىنچلىقتا بىللە تۇرالماسمىزمۇ؟

مكروسوفت ئويغاندى

ئىنژېنېر قوبۇل قىلىدىغان يېڭى ئىدىيە

يىگىرمە بەشىنچى باب خاتالىق ئۆتكۈزۈش

ئىجتىمائىي ئالاقىدە چولتا تور

ئېلخەت يامان خەۋەر ئېلىپ كەلدى

تۆتىنچى بۆلۈم مەن ئىنتايىن تەلەيلىك

يىگىرمە ئالتىنچى باب مەن ئىنتايىن تەلەيلىك

سىلەرنى تۇنجى بولۇپ بىلسۇن دەپ ئويلىدىم

قۇرۇق قول ئىگىلىك تىكلەش

خاتىمە

مۇقەددىمە

Google دا مەن ئىنتايىن تەلەيلىك

لارى پەيج ئىنتايىن كۆچلۈك، 1999-يىلى مەن ئۇنىڭ بىلەن سېرگېي شېرىكلىشىپ قۇرغان شىركەتكە كىرگەن ۋاقىتتىلا شۇنداق ئىدى.

مەيلى قاچان بولسۇن، مەن ئۆزۈمنى لارى بىلەن بىر ئىشخاندا بايقىسام، بىر خىل تېخمۇ جانلارچە تىرىشىپ ئىشلەيدىغان تەخىرسىزلىك تۇيغۇسى پەيدا بولىدۇ. ئۇنىڭ بىلەن مۇھىم ئىشلارنى پاراڭلىشىۋاتمىغانلا بولسام، خۇددى ئۇنىڭ ھەر بىر سېكۇنت ۋاقتىنى ئىسراپ قىلىۋاتقاندەك تۇيۇلىدۇ.

2002-يىلىنىڭ بىر كۈنى، لارىنىڭ ئىشخانىسىدا ئىككىمىزلا قالدۇق، بىز بەزى لايىھەلەر ۋە باشقا مەسىلىلەر ھەققىدە ئۆزۈن تالاشتۇق. ئىلگىرى مەن ئۇنىڭ بىلەن تالىشىپ باققان، ئۇنتۇرۇپمۇ باققان. مەن تالاش-تارتىشتىن نېمە ئۆگىنىۋالغانلىقىم ھەققىدە ئويلىنىمەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە كەسكىن تالاش-تارتىشتىن كېيىن ئۇنىڭ بىلەن قول ئېلىشىپ ئەپلىشىپ قالمەن. لارى ئىختىيارىي ھالدا كۈلرەڭ كىيىندۇ، پۈتۈن دىققىتىنى كومپيۇتېر ئېكرانىغا يىغىدۇ. تېخمۇ ئېنىق قىلىپ ئېيتقاندا، يانمۇ-يان قويۇلغان ئالاھىدە چوڭ ئېكرانغا تىكىلىپ تۇرىدۇ، ئۈستىدە پروگراممىا كودى ۋە تور بەت زىيارەت كۆزنىكى بار. لارى بىلەن بىر ئىشخاندا تۇرىدىغان سېرگېي ئەينى چاغدا يوق بولۇپ، قالايمىقان تاشلاپ قويۇلغان چاقلىق كانكى ئايىغى، پۇرلىشىپ كەتكەن خوككېي توپ كىيىمى ۋە قايسى بىر ياپونىيە ناخشىچىسىنىڭ ھەيكىلى خۇددى ئۇنىڭ بوش قالغان ئورۇندۇقىغا ئۇنسىز قاراۋاتقاندەك تۇيۇلاتتى.

مەن گەپ باشلاپ: «لارى، مەن سېرگېي بىلەن سېنىڭ شىركىتىمىزگە بېكىتكەن تەرەققىيات نىشانىنىڭ ھەممىسىنى ئىزچىل قوللاپ كەتمەيمەن. ئەمما، مەن ئىزچىل بۇ مەسىلىنى ئويلىنىۋاتىمەن ئۇنىڭ ئۈستىگە ساڭا شۇنى دېسەم، ئىلگىرىكى كەچمىشلىرىمىنى ئەسلىگەندە، سېنىڭ تۇغرا تەرەپلىرىڭنى كۆپرەك دەپ قارايمەن. مەن نۇرغۇن نەرسىلەرنى ئۆگىنىۋاتقانىدەك ھېس قىلىمەن، بۇ جەريانىدىكى سەۋر-تاقىتسىزدىن ئىنتايىن مىننەتدارمەن. »

بۇ خېلى يامان ئەمەس تەخسكەشلىك دەپ ئېچىمدە كۆلدۈم. مەن ئىزچىل ئۆزەمنى كەمتەر ئېپادىلەپ، لارىغا پۇرسەت يارىتىپ، ئۇنىڭ مېنىڭ Google شىركىتىنىڭ باشقۇرۇش قوشۇنىدىكى بىر ئەزا بولۇش سۈپىتىم بىلەن ئىگە بولغان ئەمەلىي كۈچ ۋە مەۋجۇت بولغان ئاجىزلىقلىرىمنى تەھلىل قىلىپ، مېنى ئېغىزاكى ئىلھاملاندۇرۇپ، شۇنداقلا قىممىتىمنى جەزملەتتىم. بۇگۈنكى كۈندە، ئەگەر مېنىڭ ئاگاھلاندۇرۇشۇم ئاقىلانە تەكلىپ ئىكەنلىكى ئىسپاتلانسا، ئۇ ئەينى ۋاقىتتىكى ئەھۋالنى تەپسىلىي چۈشەندۈرىدۇ ھەمدە مەن ئۇنتۇرىغا قويغان تۇغرا چۈشەنچىنى تەبرىكلەيدۇ. مەن ئەرلەر ئارىسىدىكى قۇچاقلىشىش ئارقىلىق ئېپادىلەيدىغان تۇيغۇنى تەسەۋۋۇر قىلىمەن، ئاندىن مىكرو دولقۇنلۇق ئوچاقنى ئېچىپ، ئەمدىلا تەييار بولغان كاپچىنو سۈت قەھۋەسىدىن ھۇزۇرلىنىمەن. بۇ چوڭ شىركەتلەردىكى «يۇقىرىغا قارىتا باشقۇرۇش» تا قوللىنىدىغان ئادەتتىلەنگەن يول.

لارری کود کۆرۈشکه ئادەتلەنگەن کۆزلىرى بىلەن ماڭا تىكلىپ قاراپ، خۇددى ئىنتايىن سىرلىق بىر فورمۇلانى يېشىۋاتقاندەك تۇيغۇ بېرىدۇ.

«توغرا بولغان ۋاقىتلار كۆپرەك؟ » دەپ سورىدى ئۇ، «بىز قاچان خاتالاشقان؟ »

ئۇ بۇ مەسىلىنى سورىغان ۋاقىتتا چىرايىدا ھېچقانداق ئىپادە يوق بولۇپ، نە چىرايىدا كۈلۈمسىرەش، نە قوشۇمسىدا تۇرۇلۇش ئالامىتى يوق ئىدى. ئۇ پەقەتلا ئۆزىنىڭ قاچان خاتالىق ئۆتكۈزگەنلىكىنى بىلىپ، بۇ ئۆچۈرنى ئۇنىڭ دۇنيا مودېل ھېسابلاش ئۇسۇلىغا ئىنكاس قايتۇرماقچى ئىدى. ئەگەر ئىلگىرى خاتالىق ئۆتكۈزگەن بولسا، ئۇ ھەر خىل تەپسىلاتلارنى بىلىشكە ئېھتىياجلىق بولۇپ، شۇنىڭدىن ئوخشاش مەسىلە قايتا كۆرۈلگەندە، ئىلگىرىكى خاتالىقنى ئويلىشىدىغان بىر نۇقتا قىلماقچى.

مەن ئۆزەمنىڭ تەسەۋۋۇرۇمدىن قايتىپ، «ھە، دېگىنىڭمۇ توغرا. مەن ئەمدى چوڭ شىركەتتە خىزمەت قىلمايدىغان بولدۇم، مەن Google ئۈچۈن ئىشلەۋاتىمەن. » دېدىم.

Google قانداق يۈرۈشىدۇ

كۆپچىلىك ھەممەيلەن Google نى بىلىدۇ.

ھېچ بولمىغاندا Google نىڭ نېمە ئىش قىلىدىغانلىقىنى بىلىدۇ: Google سىزگە يارەملىشىپ ئىنتېرنېتتا مەزمۇن ئىزدەيدۇ. 1999-يىلى مەن Google شىركىتىگە كىرگەن ۋاقىتتا، مەن بىلگەن ئەھۋال شۇلا ئىدى. ئۇ چاغدا مەن تور بەت ئىندېكسلىغۇچىنىڭ نېمە ئىكەنلىكى، توربەت دەرىجىسىنى بېكىتكۈچىنىڭ نېمە ئىكەنلىكى، يەنە تور قۇرۇتىنىڭ نېمە ئىكەنلىكىنمۇ بىلمەيتتىم. مەن جاھىل ئىنژېنېرلارنىڭ قانداق ئىش قىلىدىغانلىقى، ئىنتېرنېت ساھەسىدىكى قانچىلىك ئىجرائىيە ئەمەلدارلىرىنىڭ يوپۇرۇلۇپ كېلىدىغانلىقى، يەنە كۈنلەرنىڭ بىرىدە بىر كۈندە «تاپقان پۇل» نىڭ ئىلگىرىكى 30 يىللىق كىرىمىنىڭ يىغىندىسىدىنمۇ كۆپ بولغان ۋاقىتتىكى ھېسسىياتنى بىلمەيتتىم. ئۇ چاغدا مەن ھېچنەرسىنى بىلمەيتتىم ئەمما ھازىر ئوپئوچۇق.

دەر ھەقىقەت، مەندە يۈز بەرگەن ھىكايە تېپىلغۇسىز بىر پۈرسەت، سەل تاسادىپىيلىقتەك تۇيۇلىدۇ، ئەمما پۈتۈنلەي تاسادىپىيلىق بىلەن چۈشەندۈرگىلىمۇ بولمايدۇ.

تەرەققىيات سۈرئىتى مىسلى كۆرۈلمىگەن دەرىجىدىكى بىر شىركەتتە، مەن ھەر ۋاقىت «G كۈچى» نىڭ تەسىرىگە ئۇچرايمەن؛ كونا قائىدە ماس كەلمەيدىغان يېڭى مۇھىتتا، پەقەت ئىلگىرىكى تەجرىبىگىلا تايانغاندا كۈدە-كۆرپىسىنى يىغىشتۇرۇپ ئاستا كېتىپ قالىدۇ. بۇ كىتابتا بايان قىلىنغىنى دەل مۇشۇ جەريانداىكى ئۆزۈمنىڭ ھېس قىلغانلىرى. بۇ كىتابتا Google شىركىتىنىڭ 1999-2005 يىلىغىچە بولغان تولۇق تارىخى بايان قىلىنمايدۇ، ھەم Google نىڭ نۇرغۇن چوڭ تۆھپىلىرى قايتا تىلغا ئېلىنمايدۇ. Google نىڭ تورتۇراسىدىن، شىركەتنىڭ مەن يازغان رەسمىي تارىخىنى تاپالايسىز. شۇنىڭدىن كېيىنكى كۆپ قىسىم مەزمۇنلار ئەسلىدىكى ئاساسىدا ئازراق پەردازلانغان، شۇڭلاشقا مەن بۇ كىتابتا يەنە كونا مۇقامنى تۇۋلىغىم يوق. مەن ھەقدارنىڭ مەيدانىدا تۇرۇپ، شىركەتنىڭ مۇڭۇپپەقىيەتلىك يۈرگۈزۈلۈشى (شۇنداقلا مۇڭۇپپەقىيەتلىك بولماسلىقى) نىڭ سەۋەبى شۇنداقلا ئومۇمىيۈزلۈك تەرەققىيات ئۆزگىرىشى ئەھۋالىغا نسبەتەن، ئۆزەمنىڭ كۆز قارىشىنى ئوتتۇرىغا قويىمەن.

بۇ كىتاب Google نۆۋەتتە دۇچ كېلىۋاتقان مەزمۇن تەكشۈرۈش، ئىزدەشنى باشقۇرۇپ نازارەت قىلىش، مونوپولۇللۇقنا چېتىلىش قاتارلىق تالاش-تارتىشلارنى چوڭقۇر تەتقىق قىلمايدۇ. كىتابتا مەن 1999-يىلى Google غا كىرگەن شۇ كۈندىن باشلاپ 2005-يىلى ئايرىلغىچە بولغان ئارىلىقتا يۈز بەرگەن ئىشلارلا مۇنازىرە قىلىندۇ. تورنىڭ بىتەرەپلىك مەسلىسى، كوچا مەنزىرىسى سانلىق مەلۇماتلىرىنى تۇپلاش مەسلىسى ياكى دېڭىزدىكى شامال كۈچىدىن توك چىقىرىش مەسلىسى قاتارلىقلار ئۇ چاغدا كۆڭۈل بۆلىدىغان مەسىلىلەر ئەمەس ئىدى. ئۇ چاغدا ئەڭ چوڭ مەسىلە قانداق قىلىپ «ياماناتلىق قىلماسلىق» تىن ئىبارەت ئەقىدە ئاساسىدا رەقەملەشكەن ئەخلاق قورغىنىنىڭ ياقىسىدا، بىرلا ۋاقىتتا ئەڭ ياخشى ئىزدەش تېخنىكىسى ئىجاد قىلىش، زور مىقداردا سودا ئېلانى سېتىش، مىكروسوفت شىركىتىنىڭ يۇتۇۋېتىشىدىن قانداق ساقلىنىش ئىدى.

گەرچە كىتابتىكى مەزمۇنلار بازارچىلىق بىلەن شۇغۇللىنىدىغان كىشىنىڭ مەيدانىدىن كەلگەن ئۇنىڭ ئۇستىگە ۋەزىپەم «ئىستېمال ماركا باشقۇرۇش» نى ئۆز ئىچىگە ئالسىمۇ ئەمما كىتابتا نوقۇل بازارچىلىقلا سۆزلەنمەيدۇ. ئۆزەمنىڭ Google ماركىسىنى «ياراتقان» لىقمىنى بايان قىلمايمەن. Google نىڭ داڭقى مەھسۇلات ئاساسىدا قۇرۇلغان، مەھسۇلاتنى ئىنژېنېرلار ياسىغان. بۇ كومپيۇتېر ئالىملىرى ياسىغان سىستېما ئىنتايىن مۇرەككەپ، راكېتانى ئالەم بوشلۇقىغا چىقىرىدىغان سىستېمىدىن قېلىشمايدۇ، ئەمما ھازىر ئىنتېرنېتنىڭ ھەممە چوڭ-كىچىك بۇلۇڭ-پۇشقاقلىرىغا تارقالغان كىچىك بىر ئىزدەش رامكىسىغا ئايلاندى.

مەن ئىنژېنېرلارنىڭ خىزمەت ئادىتىنى بايان قىلمەن، بۇ خىل ئادەتلەر ئۇلارنى ئىنتايىن قىستا ۋاقىت ئىچىدە زور مىقداردىكى خىزمەتلەرنى تاماملاتقۇزىدۇ؛ يەنە ھەر قانداق مەسىلىنىڭ يېشىمى بار، ئىشلارنىڭ ھەممىسنى ئاددىيلاشتۇرۇپ بىر دۆۋە سانلىق مەلۇماتقا ئايلاندۇرغىلى بولىدۇ دەپ قارايدىغان شىركەتنىڭ ئاجىزلىقىنىڭ نەدە ئىكەنلىكىنى بايان قىلىدۇ. چۈنكى ئۆزىنىڭ توغرا ئىكەنلىكىنى بىلگەن ھامان، ئۇلار ماڭغان يولىدىن ئېغىشماي، ھەر قانداق ئىش يۈز بېرىشىدىن قەتئىينەزەر، توسالغۇ بولۇشتا بولمايدۇ، بولالمايدۇ، شۇنىڭدىن شەكىللەنگەن خىزمەت ئادىتىنىڭمۇ ئۆزىگە تۇشلۇق كەمچىلىكى بار، بۇنى كىتابتا تىلغا ئالمەن.

Google كىشىلەرگە يارەملىشىپ دۇنيادىكى ھەممە ئۇچۇرلارغا ئېرىشىش ئىدىيەسىدە چىڭ تۇرۇۋاتىدۇ. مۇشۇنداق بىر شىركەت، ئاشكارا، ئىشەنچ، مەخپىيەتلىكنىڭ ئاشكارىلىنىشى قاتارلىق ئاممىۋى مۇناسىۋەت مەسىللىرىنى بىر تەرەپ قىلغان ۋاقىتتا، مۇناسىۋەتلىك مەسئۇل كىشىنىڭ پوزىتسىيەسىنىڭ تەسىرىگە ئۇچرىشىدىن ساقلانغىلى بولمايدۇ، شۇنىڭ بىلەن قوللانغان تەدبىر مۇۋاپىق بولماسلىق ئەھۋالى كېلىپ چىقىدۇ. بۇنىڭغا نىسبەتەن، سەۋەبىنىمۇ چۈشەندۈرىمەن.

ئالدى بىلەن، Google شىركىتىنىڭ ئارقا كۆرۈنۈشىنى چۈشەندۈرىمەن، بۇ دەل مەن Google غا ئىشقا چۈشكەن تۇنجى كۈنى بىلىشنى ئارزۇ قىلغان نەرسە. مۇشۇنداق بولغاندا، قالايمىقان مەزمۇنلارغا يۈزلەنگەن تەقدىردىمۇ، ئۆزىڭىزنى يوقىتىپ قويمايسىز.

ئۇنداقتا مەن Google نىڭ قۇرۇلۇش ئەھۋالىنى قىسقىچە دەپ باقاي. Google لارى بىلەن سېرگېي 1996-يىلى بىرلىشىپ قىلغان پەن-تەتقىقات تۇرىدىن باشلانغان، ئۇلار ئەينى ۋاقىتتا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدا ئاسپىرانتلىقتا ئوقۇۋاتاتتى. ئۇلارنىڭ تەتقىقات تۇرى بىر خىل يېڭى ئىزدەش ئۇسۇلىنى ئاساس قىلغان بولۇپ، بۇ خىل ئۇسۇلنى لارى PageRank (تورىبەت دەرىجىسىنى باھالاش) دەپ ئاتىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە بۇ خىل ئۇسۇلدا تور بەتنىڭ مۇھىملىقى بويىچە دەرىجە بېكىتىدۇ. بىر تور بەتكە نىسبەتەن، ئۇلارنىڭ ھېسابلاش ئۇسۇلى بارلىق باشقا تور بېكەتلەر نىشانلىغان تور بەت ئۇلانمىلىرىنىڭ ھەممىسى ئويلىشىلىدۇ. بۇ خۇددى، باشقا تور بېكەتلەر مەزكۇر بەتنى نىشانلاپ كۆرسەتسە، بۇ تور بەتنىڭ دىققەت قىلىش قىممىتى بارلىقىنى ئىپادىلىگەندەك ئىش. زور كۆپچىلىك ئىزدەش موتورلىرى پەقەت تور بەتتىكى مەزمۇنغىدا كۆڭۈل بۆلىدۇ، ئىزدەيدىغان سۆزگە ئاساسەن شۇ تور بەتتە كۆرۈلۈش چاستوتىسى بويىچە رەتكە تۇرغۇزىدۇ. مەسىلەن بىر يوچۇن ئادەمگە ھۆكۈم قىلىشتا، ئۇ ئادەمنىڭ تەقى-تۇرقىغا ئاساسەنمۇ، ياكى بارلىق تونۇش-بىلىشلىرىنىڭ ئۇنىڭغا قارىتا شەكىللەندۇرگەن پىكرىگە ئاساسەنمۇ، بۇ ئىككىسىنىڭ ئارىسىدىكى پەرق. لارى

بىلەن سېرگېيىنىڭ ئىزدەش تېخنىكىسىنىڭ تەھلىل قىلىدىغىنى شەكىل كەينىدىكى ئەھۋال بولغانلىقتىن، ئۇلار ئۆزىنىڭ ئىزدەش موتورىنى «BackRub» (دۇمبە ئۇۋىلاش) دەپ ئاتىغان. بىر مەزگىلگىچە، ئۇلارنىڭ تۇغى لارري بىر قولدا ئوچۇق مۇرىسىنى سىلاۋاتقان كۆرۈنۈش بولغان ئىدى. گەرچە كېيىن ئۇلار رەسمىدىكى لاررىنىڭ قولىدىكى قارا تۈكنى بىر تەرەپ قىلىۋەتكەن بولسىمۇ، ئۇ تۇغ قارىماققا يەنىلا قوپال شەھۋانى فىلىملەردىكى كىنو رەسىمگە ئوخشايتتى.

1997-يىلى، ئۇلار Google دەپ ئۆزگەرتكەن، بۇ ئۇلارنىڭ ماتېماتىكا ۋە دەرىجە كۆرسەتكۈچ (googol دېگەن 10 نىڭ 100-دەرىجىسى) كە ئامراقلىقىنى ئىپادىلىگەن. ئۇلار googol دىن پەرقلىق ئىملا شەكلىنى قوللاندى، بۇنىڭدا مۇنداق ئىككى سەۋەب بار: بىرىنچى، دائىرە نامى googol.com نى باشقىلار خەتلىتىپ بولغان، ئىككىنچى، لارري رەقەمنى تاۋار ماركىسى قىلىپ خەتلىتىشكە مۇمكىن بولمايدىغانلىقىنى ھېس قىلغان. لارري ئىنتايىن ئەقىللىق سودىگەر، بىز كېيىن بۇ تەرىپىنى بىلىپ قالىمىز.

شۇنىڭدىن كېيىن بىر يىلغا يەتمەي، لارري بىلەن سېرگېي ستانفوردتىن ئايرىلىپ، ئامېرىكا كالىفورنىيە ئىشتاتى مېنلوپاركتا كېلىپ، سېرگېيىنىڭ قىز دوستىنىڭ ئالىي مەكتەپتىكى ياتاقدىشى سۇسان ۋوجچىككىنىڭ ماشىنا ئامبىرىدا Google شىركىتىنى قۇرغان. Google نىڭ تور ئېقىمى شۇنىڭدىن باشلاپ زور مىقداردا ئاشقان، شىركەتمۇ شۇنىڭغا ئەگىشىپ ئادەم تەكلىپ قىلىشقا باشلىغان. Google شىركىتى 1998-يىلى 9-ئايدا رەسمىي قۇرۇلغان، تەرەققي قىلىپ 1999-يىلىنىڭ بېشىغا كەلگەندە، سۇسانىنىڭ ماشىنا ئامبىرى بۇ شىركەتنى سىغدۇرالمىغان، ئۇلار شۇنىڭ بىلەن كالىفورنىيەدىكى پاۋلو ئالتو شەھىرى ئۇنىۋېرسىتېت كوچىسى 165- نومۇرلۇق ئىشخانا بىناسىغا كۆچۈپ كەلگەن. يېرىم يىلدىن كېيىن، ئۇلار ئىككى چوڭ خەتەرگە تەۋەككۇل مەبلەغ سېلىش شىركىتىنى قايىل قىلىپ، Google غا بىرلىكتە 25 مىليون ئامېرىكا دوللىرى مەبلەغ سالغۇزغان، Google شىركىتىمۇ مائۇنتېن ۋىيۇ شەھىرىدىكى بىر سانائەت باغچىسىغا كۆچۈپ بارغان. مەن دەل شۇ جايدا Google غا كىرگەن، ئەينى ۋاقىتتا شىركەتتە تەخمىنەن 50 دەك خىزمەتچى بار بولۇپ، ھەر كۈنى ئالاھەزەل 7 مىليون قېتىملىق ئىزدەشنى تاماملايتتى. گەرچە Google نىڭ كەسىپ مىقدارى ئالدىنقى يىلدىكىدىن تەخمىنەن 700 ھەسسە ئاشقان بولسىمۇ ئەمما Yahoo، ئامېرىكا لىنىيەسى ۋە MSN (مىكروسوفت شىركىتى ئوتتۇرىغا چىقارغان شۇئان پاراڭلىشىش يۇمشاق دېتالى) دەك بۇنداق كۈنگە يۈز مىليوندىن بەت يوللايدىغان تورتۇرالارغا سېلىشتۇرغاندا، ھېچنېمگە ئەرزىمەيتتى.

Yahoo كونا يېڭى مىك يىل ئالمىشىدىغان پەيتتە ئىنتېرنېت ئىزدەش ساھەسىدىكى قورقۇنچلۇق ئەمما كىشىنى بىزار قىلىدىغان غەلىتە مەخلۇق، ئەمەلىيەتتە ئۇنى ئىزدەش موتورى دېگىلىمۇ بولمايدۇ. Yahoo بىر «دەرۋازا»، ئۇ ئېلخەت، خەۋەر ۋە ھەر خىل مۇلازىمەتلەرنى تېپلاپ، تۈرى بويىچە مۇندەرىجىگە تۇرغۇزۇپ، توپلاشتۇرۇپ تور بەتكە قويىدۇ. ئەينى ۋاقىتتا Yahoo نىڭ تەخمىنەن 30 مىليون ئىشلەتكۈچىسى بار ئىدى، ئەمما تۇردىن ئىزدەش جەھەتتە Inktomi شىركىتىنىڭ تېخنىكىسىنى ئىجارە ئالغان، Inktomi شىركىتى ئىنتېرنېت شۇنداقلا كارخانا ئىچكى تورغا يۈزلەنگەن ئاساسلىق ئىزدەش مۇلازىمتى تەمىنلىگۈچى سودىگەر ئىدى.

Google زېھنىنى يىغىپ ئۆزىنىڭ تورتۇراسىنى راۋاجلاندۇرۇپ Yahoo بىلەن رىقابەتلىشەمدۇ يېكى تېخنىكا تەمىنلەش سودىگىرى سۈپىتىدە Inktomi بىلەن رىقابەتلىشەمدۇ؟ كەسىپ ئەھلىلىرى بۇ مەسىلىنى توختىماي پەرەز قىلىشاتتى. ئەگەر بىز ھەر ئىككىسىنى ئويلاشساق، ئالقىشقا ئېرىشكەن ئىزدەش موتورىنى قۇرۇپ چىقىش بىلەن بىللە، يەنە ئوخشاش مەقسەتتىكى تورتۇرالارغا ئىزدەش تېخنىكىسى تەمىنلەيمىز، ئاخىرىغا كېلىپ ئۆزىمىزنىڭ خېرىدارى بىلەن رىقابەت شەكىللىنىدۇ. شۇنداق بولسىمۇ، بۇ مەسىلىنى ئوتتۇرىغا قويۇشنىڭ سەۋەبى، كىشىلەرنىڭ لارري بىلەن سېرگېيىنىڭ جاسارىتى ۋە ئىشەنچىسىگە نىسبەتەن ھېچنىمىنى بىلمىگەنلىكىنى ئاشكارىلاش. تورت يىلەيدىغانلىقىنى ئېنىق بىلىپ تۇرۇپ، نېمە ئۈچۈن پەقەتلا تورتنى ئالىدۇ؟ Google ھەم ئىزدەش تېخنىكىسى تەمىنلىگۈچى سودىگەر، ھەم ئۆزىنىڭ ئىزدەش تورتۇراسىنى قۇرىدۇ، چۈنكى لارري بىلەن سېرگېيىنىڭ كۆڭلىدە سان بار، ئۇلار ئۆزىنىڭ ئەقلىگە تايىنىپ مەغلۇپ بولۇش ئېھتىمالى بولغان ئاممىلارغا

تاقابىل تۇرۇپ، مۇۋەپپەقىيەت قازىنالايدۇ.

ئۇلارنىڭ كۆزدە تۇتقىنى ئىزدەش جېڭىدە غەلىبە قىلىش ئەمەس. ئۇلار زور كۆلەملىك ماتېماتىكىلىق مەسىلىلەرنى ھەل قىلالايدىغان شىركەتتىن بىرنى قۇرماقچى، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ مەسىلە مىليونلىغان تور ئەھلىگە تەسىر كۆرسىتىدۇ، ئۇلار يەنە ئىنسانلارنىڭ ئىلىم-پەن مەنزىرىسىنى قايتا تەكلىمەكچى. ئۇلار تېببىي ساھەدە بۆسۈشنى تېزلىتىپ، ئالەم بوشلۇقى ھەققىدە ئىزدىنىشنى تېزلىتىدۇ، ئۇلار كىشىلەر ئارىسىدىكى تىل توسالغۇسىنى يەڭمەكچى. ئۇلار دۇنيا خاراكتېرلىك نادانلىق ۋە قالايمىقانچىلىققا ۋاقتلىق تەدبىر تەمىنلىمەستىن بەلكى دۇنيا رەقەملىك سىستېمىسىدا مەۋجۇت بولۇۋاتقان قاتمۇ-قات توسالغۇلارنى تەلتۆكۈس تازىلاپ، كىشىلەرنى لازىم بولغان ئۇچۇرغا ھېچقانداق كۆچمەيلا ئېرىشتۈرىدۇ. لارى شۇنىڭغا ئىشىنىدۇكى، ئۇلار خۇددى ئامېرىكا ھەممىباب ئېلېكترونىغا ئوخشاش ئۇچۇر بىرلەشمە گەۋدىسىگە ئايلىنىپ، ئۇچۇر ساھەسىدىكى ھەممىباب ئېلېكترونىغا ئايلىنىدۇ. بۇ نىشاننى ئەملىگە ئاشۇرۇش ئۈچۈن، ئۇلار تېخمۇ ياخشى قورالغا ئېھتىياجلىق. ئالدى بىلەن ئىزدەش موتورىنى ياخشىلاپ، كىشىلەر ئىزدىمەكچى بولغان ئۇچۇرلارنى ھەقىقىي نامايان قىلىش كېرەك.

ئىنژېنېرلار تۆۋەن ئۈنۈمنى ئۆچ كۆرىدۇ. مەن ئۇچراتقان كىشىلەر ئارىسىدا، لارى پەيج نەچچە سائەت ۋاقىت سەرپ قىلىپ، ئەڭ ياخشى نەتىجىگە ئېرىشەلمىگەن سىستېمىغا ئەڭ ئۆچ. ئۇنىڭ ئۈتتەك قىزغىنلىقى دۇنيانىڭ ئەمدى ۋاقتىنى ئىسراپ قىلماسلىقىغا ياردەم قىلىدۇ.

ئۈنۈمنى ياخشى كۆرسە تېجەيدىغان بولۇپ كېتىدۇ، چۈنكى ئەمەلىيەتتە، سېلىنمىنى ئازايتىشنى سېپى ئۆزىدىن ئىسراپچىلىق دېگىلى بولمايدۇ. لارى زۆرۈرىيىتى بولمىغان بارلىق چىقىملارنى قىسقارتىشقا ئامراق، بىراق تەننەرخ تىزگىنلەش جەھەتتە، ئەقىل-پاراسىتىنى ئىسراپ قىلماي ئېغىشماي ۋايىغا يەتكۈزگىنى يەنىلا سېرگېي.

2003-يىلى 1-ئاينىڭ بىر كۈنى، بىز ملانغا يېتىپ كەلدۇق، ئايرودۇرۇمدىن شەھەر رايونىغا بېرىشتا تاكسى باھاسىنىڭ 100 ئامېرىكا دوللىرى ئىكەنلىكىنى كۆرۈپ، سېرگېي ماڭا: «سەل قىممەتكەن. » دېدى، سېرگېي، قىز دوستى، يەنە مەن ئۇچەيلەن ئەمدىلا ئامېرىكىدىن ئۇچۇپ كەلگەن بولۇپ، ئىتالىيە تارماق شىركىتىنىڭ ئېچىلىش مۇراسىمىغا قاتناشماقچى ئىدۇق. مۇلچەرىمگە ئاساسلانغاندا، بىزنىڭ سايياھەت ئۈسۈلىمىز ھېچ بولمىغاندا كۈنسېرى ئالغا بېسۋاتقان ئىنتېرنېت شىركىتى باشلىقىنىڭ سالاھىيىتىگە ماس كېلە دەپ ئويلىدىم. باشقا بارلىق ئىنتېرنېت كارخانىلىرىغا نسبەتەن ئېيتقاندا، كۆپۈك يامراپ كەتكەن، جان جەھلى بىلەن پۇل كۆيدۈرۈۋاتقان تور دەۋرى ئاخىرلاشقان، ئەمما Google شىركىتىنىڭ پايدىسى يۇقىرى، مالىيە ئەھۋالى ياخشى ئىدى. گەرچە ئىلگىرى كامانداروپكىغا چىققاندا ئەرزان بۆلۈمچىدە ئولتۇرساقمۇ، ئەمما ھازىر ئازراق ئۆزگەرتىپ، ئاشۇ كونا دۇنياغا بىزنىڭ ھەقىقەتەن پايدا قىرغىقىغا يەتكەنلىكىمىزنى بىلدۈرۈپ قويارمىز.

بىز ئۇ جايدا يۈك-تاقلىرىمىزنى كۆتۈۋاتقان ۋاقىتتا، سېرگېي ئاگاھلاندۇرۇش تاختىسىغا سۆگايان قاراپ، مۇنداق تەكلىپ بەردى: «چوڭ ئاپتوبۇسقا ئولتۇرايلىمۇ، ھەر بىر ئادەمنىڭ ئاپتوبۇس بىلىتى 5 ياۋروغمۇ يەتمەيدىكەن.» چوڭ ئاپتوبۇس؟ نېمە؟ بىزنى ئوقۇغۇچىلار ئەتىيازلىق سايياھىتىدە دەپ ئويلىمىغانىدۇ؟ تاكسىغا ئولتۇرۇپلا شەھەر رايونىغا بارايلى بولدى. ئەينى چاغدا كۆچلۈك يامغۇر يېغۋاتاتتى، تاكسى بىزنى بۇاستە ئىشىك ئالدىغا ئاپىرىپ قويىدۇ، ھەرگىزمۇ ئارىلىقى خېلىلا يىراق ئاپتوبۇس بېكىتىدە تاشلاپ قويمايدۇ.

بىز ئاخىرىدا پويىزغا ئولتۇرىدىغان ئوتتۇرھال لايىھەنى تاللىدۇق. ئەگەر مېنىڭ زىيانغا ئۇچرىغان غۇرۇرۇمنى ھېسابقا ئالمىغاندا، بىز 50 ئامېرىكا دوللىرى تېجىدۇق.

يۇقىرى ئۇنۇم. ئىقتىسادچىل. ھە، راست، يەنە تۇز.

لارری بىلەن سېرگېيىنىڭ تۇغما تۇيغۇسى بولۇپ، يۇقىرى سىگنال-شاۋقۇن نىسبىتى ئۇسۇلىدا سانلىق مەلۇماتلارنى نامايان قىلالايدۇ. بۇ ئۇلارنىڭ ئىشلەتكۈچى ھەقىقىي كۆرمەكچى بولغان ئۇچۇرلارنىڭ ئۈستىگە كېرەكسىز مەزمۇنلارنى قوشمايدىغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ. شۇڭلاشقا، Google نىڭ ئىزدەش نەتىجىسىدە چاقناپ تۇرىدىغان ئېلان يوق؛ شىركەتنىڭ باش بېتى Google.com دا، Google تەمىنلىگەن بارلىق كەسىپلەرنىڭ ئۇلانمىسىنى تاپقىلى بولمايدۇ؛ Google نىڭ ئەمەلىي ئىزدەش نەتىجىسىگە رىقابەتچىمىز GoTo.com غا ئوخشاش ئېلان ئارىلاشتۇرمايدۇ. يۇرۇشۇش سىستېمىسىنى چىرىتىش ساپلىقتا بولغان ھۆرمەتسىزلىك.

بىر قېتىملىق ئىشلەتكۈچى ئىزدەش نىسبىتىنى ئۆستۈرۈش مۇنازىرە يېغىندا، مەن مۇنداق تەكلىپ بەرگەن: «ئاۋىياتسىيە شىركەتلىرى يولغا قويغان دائىملىق خېرىدارنىڭ ئۇچۇش مۇساپە جۇغلانما پىلانغا ئوخشاش ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ سادىقلىق دەرىجىسى پىلاننى سناپ بېقىشنى ئوتتۇرىغا قويغان. »

لارری قوشۇمسىنى تۇرۇپ قويدى. ئۇ پىكرىڭىزنى ئىنتايىن بىمەنە دەپ قارىسا، ئۆزىدە مۇشۇنداق ئوينىڭ بولغانلىقىدىن نۇمۇس ھېس قىلغان ۋاقىتتا، بۇ ئۇنىڭ ئادەتتىلەنگەن چىراي ئىپادىسى.

دائىملىق خېرىدارلار مۇساپە جۇغلانما پىلانى «يامانلىق» قىلمۇاتىدۇ. دېدى ئۇ.

«شۇنداقمۇ؟ » مەن پەقەت ئۆزەمنىڭ جۇغلانما ئۇچۇش پىلانى مۇساپەمدىكى رەقەمنىڭ ئاخىرقى ئۈچ خانىسىنىڭ 666 ئىكەنلىكىلا ئېسىمدە، قالغىنىنى ئەسلىيەلمىدىم.

ئۇلار كىشىلەرنى ئانچە قۇلاي بولمىغان، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇنچە ئەرزان بولمىغان نۆۋەتچى ئايروپىلانغا ئولتۇرۇشقا ئىلھاملاندۇرىدۇ، پەقەتلا جۇغلانما نومۇر كۆپەيتىش ئۈچۈن. بۇ يولۇچىلارنىڭ غوجايىنلىرى كۆپ پۇل خەجلەۋاتىدۇ، يولۇچىلار ئۆزىنىڭ ۋاقتىنى ئسراپ قىلمۇاتىدۇ. »

سادىقلىق دەرىجىسى پىلانى سادىقلىقنى ئۇنۇمنىڭ ئۈستىگە قويغان، ئۇ ئىنتايىن زور خاتالىق.

يۇقىرى ئۇنۇم، ئىقتىسادچىل، تۇز.
مېنىڭچە، بۇ بىر قانچە سۆز بايراقتا كەشتىلەپ قويۇلسا، زور كۆپچىلىك Google لۇقلار ئۇنىڭغا ھۆرمەت بىلدۈرىدۇ. Google غا كىرگەندىن كېيىنكى خاتانى سىناش جەريانىدا، مەن يەنە باشقا يۈرگۈزۈش قائىدىسىنى بايقىدىم، ئەمما يۇقىرىدا بايان قىلىنغان ئۇچ نۇقتا بارلىق قائىدىلەرنىڭ ئۈل تېشى.

Google دىكى ۋاقتىمدا، 50 نەچچە Google خىزمەتدىشىمنىڭ قانداق جاپا تارتىپ، تىجەپ، يۇقىرى ئۇنۇمدە ئاشۇ نەتىجىلەرنى قولغا كەلتۈرگەنلىكىنى تەپسىلىي تەتقىق قىلىپ باقايلى.

قۇرۇق گەپ قىلماي، ئەمەلىي ئىش قىلىش

مېنىڭ بىلىشىمچە، گەرچە مەن Google شىركىتىنىڭ 59-نومۇرلۇق خىزمەتچىسى بولسامۇ، ئەمما مېنىڭ باشقىلار بىلەن ھېچقانداق پەرقىم يوق، شۇڭلاشقا خىزمەت نومۇرىنىڭ چوڭراق ياكى كىچىكرەك بولۇشى بەربىر. ھەر بىر خىزمەتچىمىز كۆچىنىڭ يېتىشىچە، ئىنسانلارنىڭ ئۇچۇرغا تېخىمۇ ئاسان ئېرىشىشى ئۈچۈن ئۆزلۈكسىز تىرىشۋاتىدۇ. بۇ خىل سالاھىيەت مەرتىۋىگە ئەھمىيەت بېرىلمەيدىغان مۇھىتتا، دەرىجىسى ئەڭ تۆۋەن ئىنژېنېرنىڭ ئىقتىدارىمۇ مەندىن خېلىلا ئېشىپ كېتىدۇ، بۇنىڭ كارايىتى چاغلىق.

نەزەرىيە جەھەتتىن مۇشۇنداق.

ئەمەلىيەتتە، ئەگەر سىز ئىنژېنېر بولمىسىڭىز، سىزنىڭ بىرىنچى قائىدىڭىز ئىنژېنېرنىڭ كۇنتەرتىپىگە دەخلى قىلماسلىق. مەن تېخنىكا خادىم ئەمەس، تېخنىكا مەسلىسى چىققانىدا، ھېچقانداق Google خىزمەتچىسى: «ھوي، دوگلاستىن سوراپ باقايلى!» دېمەيدۇ ئەمما كۇندە ئازراق بىر نەرسە ئۆگەنمىسىڭىز، Google دا خىزمەت قىلالمايسىز، گەرچە سىز مەقسەتلىك ئۆگەنمىسىڭىزمۇ. مەن ئۇلار بىلەن بىللە ئولتۇرۇپ چۈشلۈك تامام يېگەندە، زور كۆپچىلىك ئىنژېنېرلار ھېچقانداق قورۇنماستىن ئۆزلىرىنىڭ خىزمەتلىرىنى دېيىشىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇلار ماڭا راست گەپ بىلەن چۈشەندۈرۈشنى ئانچە كۆڭلىگە ئېلىپ كەتمەيدۇ. گەرچە مۇشۇنداق بىر خىل بېسىم بولغان تەقدىردىمۇ، Google نىڭ ئىنژېنېرلىرى تېخىمۇ يۇقىرى ئۇنۇم نىشانىغا قاراپ تىرىشىشقا مايىل، ھەرگىزمۇ پو ئېتىپ ئۆزىنىڭ قابىلىيەتلىكلىكىنى پەش قىلمايدۇ. بۇ بىر خىل «قۇرۇق گەپ قىلماسلىق، ئەمەلىي ئىشلەش» مەدەنىيىتى، بۇ خىل مەدەنىيەت تېخنىكا مۇڭۇپىيەتىدىن زوقلىنىدىغانلارنى غەلىتە كۆرسىتىپ قويىدۇ.

مەسىلەن، بىر مەزگىل ھەر جۈمە كۇنىدىكى شىركەتنىڭ قەرەللىك يىغىنىغا رىياسەتچىلىك قىلدىم. بۇ قەرەللىك يىغىن پۈتكۈل شىركەتنىڭ ھەر قايسى تەرەپلىرىدىكى ئىشلارغا چېتىلىدۇ، لارى بىلەن سېرگېي بىر ھەپتىدىن بۇيانقى خىزمەت نەتىجىلىرىنى خۇلاسىلايدۇ، بىز ئۇ جايدا كاۋاپ يەپ، ئىچىملىك ئىچمىز. ئىنژېنېرلار ئۆزلىرىنىڭ خىزمەتلىرىنى دوكلات قىلىشنى خالىمايدۇ، سېرگېي دائىم دېگۈدەك ياخشىراق گەپنىڭ بولماسلىقىدىن قىينىلىدۇ.

«قول ئاستىدا ئاز دېگەندە 300 ئادەم بار، شۇڭلاشقا بىر ھەپتە بىر ئادەمنىڭ 6 يىل ئىشلىگەنلىكىگە تەڭ. ئەگەر مېنىڭ 6 يىللىق خىزمىتىم جەدۋەلدىكى ئاشۇلار بولسا، ئۇنداقتا كىشىلەرگە قارايدىغان يۈزۈم قالمايدۇ. » سېرگېي بىر قېتىملىق جۈمە كۇنىدىكى قەرەللىك يىغىندا بىر باشقۇرغۇچىغا شۇنداق دېگەن.

ئالاقە مەسىلىسى بۇ كىتابنىڭ ئاخىرقى بابلىرىدا ئۇزلۇكسىز پەيدا بولىدۇ: قۇرۇلۇش تېخنىكىسى بىلەن بازارچىلىق ئارىسىدىكى مەسىلە، لارى، سېرگېي ۋە باشقا خادىملار ئارىسىدىكى مەسىلە. ئوقۇپ شۇ جايغا كەلگەندە، چۈشىنىپ قالسىز.

ئۇنداقتا، ھازىر بىلىدىغىنىڭىز: ئەمەلىيەتتە ئەينى ۋاقىتتا Google شىركىتى ۋە ئۆزەم دۇچ كەلگەن خىرىسقا نىسبەتەن ھېچقانداق ئومۇمىيۈزلۈك ئۇقۇم يوق ئىدى؛ كارخانا ئىستراتېگىيەمىزنىڭ نېمە ئىكەنلىكى، شۇنداقلا خىزمەتچىلەرنىڭ مائاشى ۋە قاتتىق دېتالغا سالغان مەبلەغنىڭ قەيەردىن كەلگەنلىكىنىمۇ بىلمەيتتىم؛ ھەتتا شىركەتنىڭ ئەقەللىي قائىدىگە چۈشمەيدىغان باشقۇرۇش تۈزۈمى، ھەممىلا جايدا مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇۋاتقان بېسىم كەيپىياتى شۇنداقلا ئاشقۇن كارخانا مەدەنىيىتى مۇھىتىدىن قىلچىلىكمۇ بىلمەيتتىم. ئەمما، ھېچ بولمىغاندا قايسى قائىدىلەرنى ئۇنۇملۇك يولغا قويغىلى بولىدىغانلىقىنى پەرقلەندۈرەلەيتتىم.

ھازىر سىز مەندىنمۇ يېتەرلىك تەييارلىق قىلىدىڭىز، Google نىڭ تەۋەككۈلچىلىك تارىخىنى ئىگىلىسىڭىز بولىدۇ. مېنىڭ ئەينى چاغدىكى بىلىش تارىخىم 1999-يىلى كېيىنرەك باشلانغان، ئۇ چاغ 40 ياشقا كىرىپ بىر يىلدىن كېيىن ئىدى. مەن ئەينى چاغدا ئوتتۇرا ياش كىرىزىسىغا دۇچ كېلىشىم كېرەك ئىدى ئەمما ئېرىشكىنىم بىر قېتىملىق يېڭى ھايات بولدى.

بىرىنچى بۆلۈم

سىز ئىچىمىزدىكى بىر ئەزا

سىز ئىچىمىزدىكى بىر ئەزا

مەن ئۆزۈمنىڭ ئۇسۇلىدا ئىش بېجىرىمەن.

بۇ خىل ئۇسۇل Google نىڭ ئۇسۇلىغا ئوخشىمايدۇ.

ئىككىسىنىڭ ئىچىدىكى بىرسى چوقۇم ئۆزگىرىدۇ.

بىرىنچى باب
مەن نېمە ئۈچۈن Google غا بارىمەن

ئۇ چاغدا، مەن ئەمدى بۇرۇتى خەت تارتقان سىرىق تۈك يىگىتمۇ ئەمەس، سودا ئىنستىتوتىنى پۈتتۈرگەن، مەسلىھەت بېرىش شىركىتىدە نام چىقارغاندىن كېيىن، يېڭىدىن گۇللىنىۋاتقان يۇقىرى پەن-تېخنىكا كارخانىسىغا يۆتكىلىپ، مۇھىم باشقۇرۇش ۋەزىپىسىنى ئۈستىگە ئېلىپ، كۆپ پۇل تاپىدىغان ئەمەلدارلار ساھەسىدىكى ماھىرمۇ ئەمەس ئىدىم. ئۆزەمنىڭ ئۇنداق ئادەم بولۇشىنمۇ ئارزۇ قىلمايتتىم، چۈنكى مەن ئىنگلىز تىلى كەسپىدە ئوقۇغان. ئالىي مەكتەپتىكى ۋاقتىتا، ئوقۇش پۈتتۈرگەندىن كېيىن كىشىلىك ھايات پىلانى دېگەندەكلەرنى تۈزۈپ باقمىغان. مەكتەپتىن ئايرىلغاندىن كېيىن، قىستا مۇددەتلىك بازارچىلىق ئىشىنى قىلغان. تاكى 1992- يىلى ئاندىن «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» گە ئورۇنلاشقان. ئەينى ۋاقىتتا مەن 34 ياشتا بولۇپ، مۇقىم خىزمەتتىن بىرنى تېپىپ ئىشلەيدىغان ۋاقىت بولغان ئىدى.

ئايالىم كىرىستېن مېنى ئەسكەرتىپ: «يەنە بىر بالىمىز تۇغۇلۇش ئالدىدا، ئۇنىڭغا يېڭى ئاياغ تەييارلايدىغان بولدۇق» دېدى.

7 يىل ۋاقىت ھەش-پەش دېگۈچە ئۆتۈپ كەتتى. كۆزنى يۇمۇپ-ئاچقۇچە 1999-يىلى كەپتۇ، مەن 41 ياش. ئىلگىرى ئىزچىل مۇقىم مائاش ئېلىپ، 3 بالىنى باقاتتىم، ئەسلىدە 150 يىللىق تارىخى بار ئۇيۇل تاشتەك مەزمۇت شىركەتتە قېرىغىچە ئىشلىسەم بولاتتى، كەلگۈسۈمۇ كاپالەتكە ئىگە ئىدى، ئەمما مەن تەييارغا ھەييار بولماي، ئەكسىچە خىزمەتتىن ئىستىپا بېرىپ، تىجارەت كىرىمى يوق، ئېنىق پىلانى يوق ئىگىلىك تىكلەيدىغان بىر شىركەتكە كىردىم. ئەينى چاغدا قانداق ئويلىغان بولغىيتىم؟ مەن نېمە ئۈچۈن ئۆزۈم خالاپ 25 مىڭ دوللار مائاشنى ئاز ئېلىپ، ئانچە مۇھىم بولمىغان ۋەزىپىنى ئۈستۈمگە ئېلىپ، ئەمدىلا مەكتەپ دەرۋازىسىدىن چىققان بىر تۈركۈم ياشلار بىلەن ئىگىلىك تىكلەيمەن؟

بۇ ئەينى چاغدا لوگىكىغا ئۇيغۇن بولسىمۇ، ئەمما ئەينى ۋاقىتتىكى لوگىكىنى ئىنتېرنېت كارخانىلىرى پۈتۈلگەن كۆپۈك بۇرۇۋۇتكەن ئىدى.

مەن گېزىتخاندا بازارچىلىققا مەسئۇل ئىدىم، كېيىن بۇ گېزىت (بۇ گېزىت «كىرىمنى جىلغىسى گېزىتى» دېيىلىدۇ) نىڭ توردىكى مەھسۇلاتىنىڭ تېز سۈرئىتىتە راۋاجلانغانلىقىنى ئۆز كۆزۈم بىلەن كۆردۈم، بۇ كەچمىشلەر مېنىڭ گېزىتخانا سىرتىدىكى ئىنتېرنېتنىڭ پارتلاش خاراكتېردىكى ئېشىشىنى ئېنىق چۈشەندىم. گېزىتخانا ئىجرائىيە مۇھەررىرى جېررى سىپېرس «ئارقا ھويلىمىزدىلا يۇز بەرگەن ئەدەبىيات-سەنئەت گۇللىنىشى» دەپ ئاتايتتى. ئەينى چاغدىكى كىرىمنى جىلغىسىدا، ھەممىلا يەردە ئىنتېرنېت ساھەسىدىكى ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەر بولۇپ، ئۇلارنىڭ ئىككىلىك سىستېمىدىكى كودى ۋە ئۇلۇغۋار غايىسىدىن باشقا ھېچنېمىسى يوق ئىدى. «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» قەتئىيلىك بىلەن ئۇلارنىڭ سىپىگە قوشۇلدى، شۇڭا يېڭى تاراتقۇ پىلانىنى كېڭەيتىشكە باشلىدى، ئۇنىڭ ئىچىدە Siliconvalley.com ئاتلىق پەن-تېخنىكا خەۋەر مەركىزى تور تۈراسى قۇرۇشمۇ بار ئىدى، ئىلگىرى مەن تورتۈرا قۇرۇلۇشى ئۈچۈن سودا پىلانى يازغان ئىدىم. تەسەۋۋۇرۇم بويىچە، بۇ تورتۈرا ئىنتايىن ئاۋات بولغان مەھەللە مەركىزى بولۇپ، پەن-تېخنىكا بىلەن مۇناسىۋىتى بار ھەممەيلەن ئۇنىڭغا قاتنىشالايتتى. گەرچە ئەتراپىمىزدا ئۇمىدۋارلىق پۇرىقى تاراپ تۇرسىمۇ ئەمما بىر پارچە مىزىلىك پۇراقتىن تارقىلىۋاتقان سېسىق پۇراقنى پۇراۋاتاتتىم.

«سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» نىڭ 150 يىللىق ئۇزاق تارىخى بار، ئۇچكى قىسمىنىڭ ئىش ھالقىلىرى قاتمۇ-قات دەستىلىنىپ، قانداق يېڭىلىق يارىتىش روھى بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، ئاخىرىغا بېرىپ مۇرەككەپ ستاتىستىكا گىرافىكى ۋە سىياسەت قوللانمىسىنىڭ دالدىسىدا خىرەلىشىپ كېتەتتى. بىز گېزىتنى تارىخنىڭ بىرىنچى ماقالىسى دەپ قارايتتۇق، ھېچكىمنىڭ ئەنئەنىۋى تاراتقۇ كېيىنكى ئەۋلاد ئاممىۋى تاراتقۇغا ئالمىشىش جەريانىدا خاتالىق ئۆتكۈزۈشنى خالمايتتى. بىز يېڭى مەھسۇلاتىمىزنى ئاممىۋى ئىشلەتكۈچىلەرگە سۇنۇشتىن ئىلگىرى، ھەر قانداق بىر توغرىدەك تۇرسىمۇ خاتا بولغان تەپسىلات، ھەر قانداق بىر ئېنىق بولمىغان پىلاننىڭ ھەممىسى ئېھتىياتچانلىق بىلەن تۈزىتىلەتتى.

بىز قۇرماقچى بولغان تورتۇرانىڭ ئىسمى Siliconvalley.com بولۇپ، ئۇنىڭدا Dell، HP ۋە NetObjects كە ئوخشاش داڭلىق پەن-تېخنىكا شىركەتلىرىنىڭ بەلگىلىرى بىلەن تولغان ئىدى. تەمىنلەش سودىگىرىمىز، ئۇنىڭغا يارەدەم قىلىپ، خېرىدارلار تىزىملىكىدىكى بىر كىچىك شىركەتنىمۇ قوشاپ قويامسىز؟ دەپ سورايتتى

«بۇ Google نېمە ئىش قىلىدۇ؟ » دەپ سورايتتىم.

ئۇ ماڭا «توردىن ئىزدەش ئىشنى قىلىدۇ.» دەپ جاۋاب بېرەتتى.

«ئىزدەش؟ ھا ھا. ئۇنىڭغا ئامەت تىلەيلى. » كۆڭلۈمدە ئۇنىڭغا بولغان قىزىقىشىم دەرھال يوقالدى.

كىرىمنىي جىلغىسى ئوت يالقۇنى

كونا كارخانىدىن بىرنى يېڭى دەۋرگە سۈرەپ كىرىشتە، ھەقىقەتەن قىينىچىلىق كۆپ، مەن بۇنىڭ ئۈچۈن روھىي ۋە جىسمانىي جەھەتتىن چارچىغاچقا، يېڭى بىر باشلىنىشنى ئارزۇ قىلاتتىم. ھەقىقىي ئىنتېرنېت بىلەن يېقىنلىشىدىن ئۈچرىشىشىنى ئويلايتتىم؛ تور كابىلغا ئەڭ يېقىن تۇرۇپ، دۇنيادىكى مىليونلىغان تور ئىشلەتكۈچىلىرى بىلەن قىزغىن ئالاقە قىلغان ۋاقىتتىكى شاۋقۇن-سۈرەنىنى ھېس قىلىشنى ئويلايتتىم. ئەڭ ناچار ئەھۋال قانداق بولار؟ ئۆزەمنىڭ پۈت-قولىنى چۈشەپ، ئاندىن كۈچۈمنىڭ بارىچە قۇتۇلۇشنى ئويلايتتىم. بەلكىم يامان يولدىن قايتقان لۈكچەك بولۇشۇم مۇمكىن ئىدى. ئۇ دېگەن 1999-يىلى بولۇپ، ئاساسىي تاراتقۇلارنىڭ خالىغان ۋاقىتتا يىمىرىلىش ئالامەتلىرىنى كۆرگىلى بولمايتتى.

مەن پەن-تېخنىكا تاراتقۇلىرىنى ئىنچىكىلىك بىلەن ئىزدەپ، گەرچە ئىلگىرى يىراقنى كۆرەلمەسلىك بىلەن Yahoo نى ئۇزاقتا بارالمايدۇ دەپ پەرەز قىلغان بولساممۇ، نىشانمنى ئىزچىل ئالدىنقى ئورۇندا تۇرىدىغان Yahoo غا يۆتكىدىم. ياخۇ ئىلگىرى «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» دىن ئادەم ئېلىپ كېتىش ئويى بارلىقىنى بىلدۈرگەن ئەمما مەن ئانچە رازى بولمىغان ھالدا ئۇلاردىن زور ئۈمىدلەرنى كۈتۈۋاتقان ۋاقىتتا، Yahoo نىڭ خىزمەتكە كىرىشىمگە ھاجىتى قالمىدى، ئىش ئىزدەش قىسقىچە تەرجىمھالىمنىمۇ قوبۇل قىلمايدىغان بولدى. ئىلگىرىكى ئىشداشلىرىمنىڭ يارىدىمى ۋە ئادەمگەرچىلىكى بىلەن، بىر قانچە ھەپتە كۈتكەندىن كېيىن ئاندىن Yahoo شىركىتىدىكى خادىم قوبۇل قىلىدىغانلارنىڭ دىققىتىگە سازاۋەر بولغان ئىدىم.

«بىز بىر ماركا بولۇش سۈپىتىمىز بىلەن، مەيىسى تۇرلۈك ماللار شىركىتىگە ئوخشامدۇ يا كى ۋال مارت شىركىتىگمۇ؟ سىز Yahoo شىركىتىنىڭ قايسى كەسپىنى ئىشلىتىسىز؟ بۇ كەسپلەرنى قانداق ياخشىلاش

كېرەك؟ » Yahoo شىركىتىنىڭ خادىم قوبۇل قىلغۇچىلىرى تېلېفوندا مۇشۇنداق سوئاللارنى سورىغان ئىدى.

جاۋابىم ئۇلارنى خۇشال قىلغاچقا، چۈشتىن كېيىن مەن بىلەن يۈز تۇرانە كۆرۈشۈشكە پۈتۈشتۇق. Yahoo شىركىتىنىڭ زالىدا ئەينەك دېۋىرقايدىن ياسالغان بىر كالا تىكلەكلىك تۇراتتى، ئەتراپىدا بىنەپشە قىزىل رەڭلىك چوڭ ئۆي جاھازلىرى بىلەن لىق تولغان بولۇپ، پۈۋىس بالىلار تىياتىرخانىسىدىن يۆتكەپ كەلگەندەكلا تۇراتتى. مايكا كەيگەن، قارىماققا جان باقتىدەك كۆرۈنىدىغان بىر كىشى مېنى دەرىزىسى يوق ئاق ئۆيگە باشلاپ كىردى، ئۇنىڭدىن كېيىنكى 3 سائەتتە، بىر قانچە توپ بازارچىلىق خادىملىرى ئالدىن بىكىتكەن مەسىلىلەرنى ئېلىپ، بۇ ئۆيدە توختىماي مەندىن سوئال سورىدى. يۈز تۇرانە ئىمتىھاندا سوئال سورىغۇچىلار تۇشمۇ-تۇشتىن پاراڭ تېمىسىنى ئالماشتۇرۇپ، كەيپىياتىم ئىزچىل جىددىي بولۇپ، جاۋابىم قىسقا ئىدى. سوراپ بولغاندىن كېيىن، تېخىمۇ مۇھىم يىغىن ئېچىشقا ئالدىرايتتى.

يۈز تۇرانە ئىمتىھان ئاخىرلاشقاندىن كېيىن، Yahoo شىركىتى ماڭا ئىسمى بار جىسمى يوق تۆۋەن دەرىجىلىك ئىش ئورنىدىن بىرنى بېرىشكە قوشۇلدى، بەرگەن مائاشىدا ئائىلەمنى باقالمايتتىم. مەن چىرايلىقچە رەت قىلىپ، قول ئېلىشىپ خوشلاشتىم. Yahoo غا نىسبەتەن، مەن بەك كېچىكىپ كەپتىمەن.

بۇنى دەپ ۋاز كەچمىدىم.

نۇرغۇنلىغان يېڭىدىن گۈللەنگەن ئىنتېرنېت قەھرىمانلىرىنىڭ ئاجايىپ ھېكايىلىرى مېڭەمنى پاك-پاكىز يېڭىلۇۋەتكەن ئىدى، مەنمۇ بۇ خىل قاينام-تاشقىنلىقتا چۈشۈشنى خالايتتىم. بىز «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى»نىڭ ئېلېكترونلۇق نەشرىنىڭ ئېلانىدا مۇنداق سورىغان: «نېمە ئۈچۈن 27 ياشقىچە ساقلاپ ئاندىن ئۆزىڭىزنىڭ بىرىنچى چىلەك ئالتۇنىڭىزنى قازىسىز؟ » شۇنىڭ بىلەن بىللە شىركەتنىڭ ئىجرائىيە ئەمەلدارىنى «خەت-چەك بۆلۈمىدىكى ئاۋۇ ئەبلەخ قاچان بازارغا كىرىدىغانلىقىنى چۈشەن» دەپ سۈيلەيتتۇق. ئۆزەم بۇ ئېلان تەشۋىقاتقا شەك-شۇبھىسىز ئىشىنەتتىم. ئاخشامدا ئۇخلىغان ۋاقتىتا، ياستۇقۇمغا قاراپ پىچىرلاپ، بىز «ئىدىيەدە يېڭىش»نىڭ كېرەك، ھەمدە «تېزلىكتە چوڭايتىش»نىڭ كېرەك دەيتتىم.

كىرىمنىي جىلغىسىدا ئىنتېرنېت دولقۇنى كەلتۈرۈپ چىقارغان تەۋرىنىشنى ھەممىلا جايدا ئۇچراتقىلى بولاتتى، ئۇ توسقىلى بولمايدىغان كۈچ سۈپىتىدە ھەممە جايىنى قاپلاپ، پۈتكۈل شەھەر ئۇنىڭغا چۆمگەن ئىدى. يۇقىرى پەن-تېخنىكا ئېلىپ كەلگەن ئالتۇن كان يېنىمىزدىلا بولۇپ؛ ئەقلىي تەپەككۇرغا ئالماشسىڭىزلا، ئۇنىڭ سالمىقىنى ھېس قىلالايسىز. نەچچە مىليونلۇق ئۆي بىر كېچىدىلا سېتىلدى، پۈتۈشۈش باھاسى ئەينى ۋاقتىتكى باھادىن يۇقىرى ئىدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە نەق پۇلغا سېتىلدى. 280-نومۇرلۇق شىتات تاشيولىدا، فېررارى ۋىرتۇلداپ، BMW، بېنزلارنى يانداپ ئۆتۈپ كېتەتتى. داڭلىق سازەندىلەر موكىدەك ئۆتۈشۈپ، شىركەت يىغلىشى ۋە شەخسىي كاۋاپ زىياپىتىدە ئويۇن كۆرسىتىش بىلەن ئالدىراش ئىدى.

مەن چەكلىك پۇل ئامانىتىمنى مەبلەغ سېلىش ژۇرنىلى «قىزىل سېلد بېلتقى»، «سانائەت ئۆلچىمى» دە كۆرگەن ئىنتېرنېت شىركەتلىرى: JDS Uniphase، NetGravity، DoubleClick غا مەبلەغ سالدىم. ئۇلارنىڭ پاي چەكلىرىنىڭ تىك سىزىق بويىچە ئۆرلىگىنىنى كۆرۈپ، كۈندىن-كۈنگە يۇكسىلىۋاتقان ئىنتېرنېت ئىقتىسادىغا نىسبەتەن، ئۆزەمنىڭ كۆزى ئۆتكۈر تەھلىلچى ئىكەنلىكىگە چوڭقۇر ئىشىنەتتىم. ئۇرۇغ-تۇغقان، دوست-بۇرادەرلىرىم تۇشمۇ-تۇشتىن پاي چېكى ئۈيناش سىرلىرىنى ئۆگىتىپ قويۇشنى ئۆتۈنەتتى، مەنمۇ ئۆزەمگە تەمەننا قويغان ھالدا، XML (بىر خىل بەلگە تىلى) ۋە Push Media نىڭ كەلگۈسى ئىستىقبالىنى، خۇددى ئۆزەمنىڭ نېمە دەۋاتقانلىقىنى بىلىدىغاندەك كۆپتۈرۈپ سۆزلەيتتىم.

ئۆتكەن مىڭ يىل ئاخىرلىشىپ، ئىنسانىيەت مەدەنىيىتىمۇ ئاشۇنداق بولىدىغاندەك قىلاتتى. مىڭ يىل

قۇرۇتى مەسلىسى قاش بىلەن كىرىپىك ئارىلىقىدا بولۇپ، بىر يۈمشاق دېتال كەمتۈكلۈكى كومپيۇتېر سائىتىنىڭ توختىشى، ئايروپىلاننىڭ يەرگە چۈشۈپ كېتىشى، توك تورىنىڭ چاتقۇچى ئۈزۈلۈپ توك توختىشى، شەھەرنىڭ قارا‌ڭغۇلۇققا چۈمۈشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىشى مۇمكىن ئىدى. ئەمما قۇياش نۇرىلا بولىدىكەن، ئەكسىچە پۈرسەتپەرەسلىك سودىسىنى قىلىش تېخىمۇ ئاسانلىشىدۇ.

ئۇنىڭغا ئەگىشىپ، سان فىرانسىسكو كۆپ ۋاستە جىلغىسىدا پۈرسەت كۈتۈپ ياكى يوشۇرۇنغان يېڭىدىن ئاقارتىلغان ئامبىاردا ياكى ئورتاق ئىشلىتىدىغان قەھۋە ماشىنىسىنىڭ ئەتراپىدا پىقىراپ يۈرگەن ئۇلۇغۋار ئىرادىنى كۆڭلىگە پۈككەن شىركەتلەر تۇرۇشلۇق بىر ئېغىز ئىشخاندا زور ۋەقەلەر يۈز بېرىدۇ. پارلاق كارخانا پىلانلىرى خۇددى قوناق ئېتىلدۇرمىسىدەك ئايىغى ئۈزۈلمەيتتى، زور كۆپچىلىك پىلانلار ئۇن-تىنسىز ھالدا جايىدىلا تۇنجۇقۇپ قالاتتى، بەزىلىرى يېرىم يولدا توختاپ قالاتتى. ئەمما تاسادىپىي ۋاقىتلاردا بەزى بىر پىلانلار كىشىلەرنى ھەيران قالدۇرۇپ، پۈتكۈل كىرىمنى جىلغىسىنىڭ دىققىتىنى تارتاتتى. بۇ خىل قۇرۇق قول ئىگىلىك تىكلىگەن يېڭى مۆجىزىلەرگە نىسبەتەن سودا ئىسىم كارتىلىرى ئارقىمۇ-ئارقا ئەگىشىپ، خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلىغى توپ-توپ بولۇپ كېلەتتى.

كىم بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، «ئىنتېرنېت» سودا پىلانىغا چېتىلىدىغان تومتاق لايىھە بولغان تەقدىردىمۇ، پەقەت بىر ئايلىق مائاش ئېلىشىمغا كاپالەتلىك قىلالىسىلا، ئۇنىڭ بىلەن سۆزلىشەتتىم. مەن ئىلگىرى كېيىن ئۆچراشقان شىركەتلەر، iTix، Bits2Go دىن AllBusiness، NexTag غىچە نۇرغۇن ئىدى. ھەتتا سىنا تورىغا ئوخشاش پۈتۈنلەي خەنزۇچە تورتۇرا بولسىمۇ، ئۇلار بىلەنمۇ سۆزلەشكەن ئىدىم. مەن ھەتتا InsWeb نىڭ ماڭا يۈز تۇرانە ئىمتىھان پۈرسىتى بېرىشنى ئىلتىماس قىلغان ئىدىم، گەرچە بۇ ئىنتېرنېت تورىدا سۈغۇرتا ساتىدىغان شىركەت بولسىمۇ، پەقەت سىرلىق بولغان «توردا» دېگەن خەت قوشۇلغان بولسىلا، «مەن ماشىنا سۈغۇرتىسى ساتىمەن» دېگەن بىر جۈملە سۆزمۇ ماڭا كىبىرلىك ئاڭلىناتتى.

مەن يەنە بىر قېتىم ئۆزەمنىڭ ئىش ئىزدەش ئۇلچىمىنى تۆۋەنلىتىپ، نەچچە ئون پارچە قىسقىچە تەرجىمھالىمنى ئەۋەتتىم، مۇشۇ ساھەدە جان باقىدىغان جاي تېپىشنى ئارزۇ قىلاتتى، ھەتتا بىزنىڭ Siliconvalley.com تورتۇراسىغا چىقىشنى تالىشىۋاتقان كىچىك تېپتىكى ئىگىلىك تىكلەيدىغان كارخانىلارمۇ ئىش ئىزدەش نىشانىمغا ئايلاندى، ئۇ شىركەتنىڭ ئىسمى نېمە ئىدى؟ ھە، راست، «Google». ئۇلارغا ئىش ئىزدەش خېتى يېزىش رەڭلىك سالام خەت قەغىزى ۋە 33 سىنت دوللارلىق پوچتا ماركىسىنى ئىسراپ قىلغاندەكلا تۇيۇلاتتى، چۈنكى مېنىڭ ئىزدەيدىغىنىم كەلگۈسىدىكى چوڭ ئىشلار ئىدى، مەن Google نىڭ چوڭ ئىشلارنى قىلالايدىغانلىقىغا ئىشىنەتتىم. 1997-يىلىدىكى توردا ئىزدەش مانا مۇشۇنداق.

شۇنداق بولسىمۇ، Google غا قىسقىچە تەرجىمھالىمنى ئەۋەتكەن ئىكەنمەن، ئۇلارنىڭ مەھسۇلاتىنى ئىشلىتىپ بېقىشنى ئويلىدىم. مەن Google تورتۇراسىغا تىزىمغا كىرىپ، 20 نەچچە يىلدىن بۇيان ئالاقە قىلمىغان ئوتتۇرا مەكتەپتىكى قىز ساۋاقدىشىمنىڭ ئىسمىنى كىرگۈزدۇم. بۇ ئىسىم توغرىلىق، مەن ئەڭ ياخشى ئىزدەش موتورى دەپ قارايدىغان Alta Vista دىمۇ ھېچقاچان ئۇنىڭ ئازراق ئۇچۇرىغا ئېرىشەلمىگەن ئىدىم، شۇڭلاشقا مەن Google تورتۇراسىغا ئوخشاش مەزمۇننى كىرگۈزگەن ۋاقتىمدا، كۆڭلۈمدە ھېچقانداق ئۈمىد كۈتمىگەن ئىدىم.

ئەمما، ئويلىمىغان يەردىن ئۈستىدە ئۇ تۇراتتى.

Google بىرىنچى ئىزدەش نەتىجىسىدە بۇ قىز ساۋاقدىشىمنىڭ ھازىرقى ئالاقە ئۇچۇرىنى كۆرسەتتى. ئارقىدىن ئۇلاپلا بىر قىسىم ئىزدەشلەرنى سىنىدىم، ھەممىسىنىڭ نەتىجىسى Alta Vista نىڭكىدىن ياخشى ئىدى. شۇنىڭ بىلەن، ئاشۇ سالام خەت قەغىزى ۋە پوچتا ماركىسىغا ئىچىم ئاغرىمىدى.

يەنە بىر قىسىم ئۆزگىچە ئەھۋاللار كۆرۈلدى. كىرىمنى جىلغىسىدىكى نۇرغۇن خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلىغى

سالدىغان شىركەتلەرنىڭ ئىچىدە، Sequoia Capital (شەمشاد كاپىتالى) ۋە KPCB (Kleiner Perkins Caufield & Byers) ئەزەلدىن پېتىشالمايدىغان رىقابەتچىلەر ئىدى. ئىككى شىركەتنىڭ ئۆز ئالدىغا كىشىلەر ھەۋەسلەندىغان مۇۋەپپەقىيەتلىك مەبلەغ سېلىش خاتىرىلىرىدىن — Yahoo، Amazon، Apple، Cisco، Sun. ئەمما، رىقابەتچىلەر ئادەتتە ئوخشاش بىر ئىگىلىك تىكلەش شىركىتىگە بىرلا ۋاقىتتا مەبلەغ سالمايدۇ. شۇنداقتىمۇ، خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلەغ سالدىغان ئەڭ چوڭ ئىككى شىركەت بىرلىشىپ ئەمدىلا قۇرۇلغان Google شىركىتىگە 25 مىليون ئامېرىكا دوللىرى مەبلەغ سالغان. Google نىڭ قانداق ئىقتىدارى، ئۇلار ئوتتۇرىسىدىكى جەدەلنى تىنجىتىپ دوستلاشتۇرغاندۇ؟

مەن Google شىركىتىنىڭ قۇرغۇچى ئەزالىرى ۋە باشقۇرۇش قوشۇننىڭ تەرجىمھالىدىن يېپ ئۇچى ئىزدىدىم. ئۇلارنىڭ ئىچىدە نۇرغۇنلىرى ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنى پۈتتۈرگەن ئوقۇغۇچىلار بولۇپ، ھەممىسىنىڭ ئوقۇش تارىخى يۇقىرى ئىكەن، بۇنىڭ نېمە ھەيران قالغۇچلىكى بولسۇن. لېكىن، ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ ئوقۇتقۇچىلىرىنىڭ ئارىسىدا بەزىلەر ئۆزىنىڭ پۇلىنى Google ئۈچۈن خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىپ مەبلەغ ساپتۇ، بۇ ئادەتتىكىگە ئانچە ئوخشىمايدىغان ئىش. مەن ئىزدەش تېخنىكىسىنى بىلمىسەممۇ، ئەمما تېخنىكىنى بىلىدىغانلارنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك كەلگۈسى ئىستىقبالى زور دەپ قارايتتى. ئىگىلىك تىكلەش قىزغىنلىقىزغا ئوت تۇتاشقان چاغدا، مىڭىزدە مۇۋەپپەقىيەت قازانغاندىكى مەنزىرىنى ئاسانلا تەسەۋۋۇر قىلالايسىز. شۇڭلاشقا، Google يۇز تۇرانە ئىمتىھان ئىلتىماسىمغا قوشۇلغان ۋاقىتتا، دەرھال بىر قىسىم يېڭى تەرجىمھالمنى بېسىپ، خىزمەت سومكامغا سېلىپ، ئەسكى فورد ماركىلىق ماشىنامغا ئولتۇرۇپ، شىمالغا قاراپ مېڭىپ، يېڭى بىر «چېگرا» سىزىقىدىن ئۆتۈشكە تەييارلىنىپ، مائۇنتېن ۋىيۇ (Mountain View) شەھرىگە يۇرۇپ كەتتىم.

تۇنجى Google زىيارىتى

كىرىمنىي جىلغىسىدىكى ئىگىلىك تىكلەش كارخانىسىغا بارغاندا، يۈز تۇرانە ئىمتىھانغا قانداق قاتنىشىدىغاندۇ؟ مەن ماشىنامنى Google شىركىتىنىڭ ماشىنا توختىتىش مەيدانغا ھەيدەپ كىرگەندە، خېلى ئۇزۇن ۋاقىت قايتا-قايتا ئويلاندىم. سان فرانسىسكو قولتۇقىدىكى ئىللىق 11-ئايدا، ئاگاھلاندۇرۇش سىزىقى بىلەن قورشالغان قارا ماي ياتقۇزۇلغان يەرنى كۆردۈم، قىرىدا خوككىي توپىنىڭ سېتكىسى ئېسىلىق بولۇپ، مەن بۇنىڭدىن قىلچىمۇ ھەيران قالمىدىم. سارغۇچ Google بىناسى ئەتراپىدىكى بىر تۇپ قۇرۇلۇشلارغا بەك ئوخشايتتى، خۇددى مۇنبەت يايلاقتا ئوتلاۋاتقان قوي پادىلىرىغا ئوخشايتتى، نەپىس فونتان ۋە خىيالىي ھەيكەللەر ئۇلارنىڭ ئارىسىغا چېچىلغان ئىدى. بىنانىڭ بىرىنچى قەۋىتىگە كىرگەندىن كېيىن، قەغەزگە بېسىلغان ئىستىرىلكا ئۈستۈنكى قەۋەتنى كۆرستىپ تۇراتتى، شۇڭا ئىككىنچى قەۋەتكە چىقتىم.

قارشى ئېلىش سۈپىسىدا بۇدۇر چاچلىق ياش قىز ماڭا قاراپ كۈلۈمسىرەپ تۇراتتى. مەن ئۇنىڭغا قاراپ، ئۆزۈممۇ بىلمىگەن ھالدا رىۋايەتلەردىكى شىركەتنىڭ دەسلەپكى قەرەل ھوقۇقىنى نەچچە مىليون ئامېرىكا دوللىرىغا نەقلەشتۇرۇپ غادايغان پېتى كېتىپ قالىدىغان كاتىپلارنى ئويلاپ قالدىم. ئۇ شۇلارنىڭ ئىچىدىكى بىرى بولالارمۇ؟ ئۇ مېنى كىچىك بىر ئۆيگە باشلاپ كىردى، ئىچىدە 9 فۇت چوڭلۇقتىكى ئاق دوسكا ئېسىلغان، ئادەتتىكى يۇمىلاق ئۈستەل، يەنە ئادەم ئولتۇرسىمۇ بولغىدەك چوڭلۇقتىكى بىر قانچە دانە توپ قويۇلغان ئىدى. شىركەت تۈيۈقسىز بازارغا سېلىنغاندا مەبلەغ ئېتىلىپلا چىقىشنى كۈتۈۋاتقان، پۈل ئوبوروتى توسمىسى قۇرۇلغانلىقىدىن شەپە بېرىدىغان ھېچقانداق نەرسە كۆرۈنمەيتتى. مۇشۇنداق ھېرىپ-چارچىغان كەچ كۈزدە چۈشتىن قايرىلغاندا، مەن ئۆزەمنى مانا مۇشۇنداق ئادەتتىكى بىر ئىشخانا بىناسىنىڭ يىغىن زالىدا، ھېچنېمە بىلەن كارىم يوق 3 فۇت چوڭلۇقتىكى تۇپنى ئويناۋاتقان ۋاقتىمدا، شىركەت سودا ئىشلىرى بۆلۈمىدىكى بىر

قانچه يىگىت كىرىپ كەلدى، ھەمدە ئايرىم-ئايرىم ھالدا ئۆزلىرىنى تونۇشتۇردى.

سۈسان ژوجچىككى، Google شىركىتىنىڭ ئەڭ دەسلەپكى ماشىنا ئامبىرى باش شىتابىنىڭ ئۆي ئىگىسى، ئىنتېل شىركىتىدىن ئىستېپا بېرىپ، ئۆيىنى ئىجارە ئالغان ئىجارىكەش قۇرغان شىركەتكە قوشۇلۇپ، بازارچىلىق باشقۇرغۇچى ژەنېپسىنى ئۈستىگە ئالغان. سىندى مەككەفرېي ئالما شىركىتىدىن كەلگەن، ھازىر Google شىركىتىنىڭ ئامبۇى مۇناسىۋەت باشقۇرغۇچىسى. ئۇلار ھەممىلا يەردە كۆرگىلى بولىدىغان قىزغىنلىق بىلەن، ماڭا Google شىركىتىنىڭ ئاساسىي ئەھۋالىنى بىرلىكتە تونۇشتۇردى، ھېچ بولمىغاندا ئۇلارنىڭ ئۆزىنىڭ ئۇمىدۋار ئىدىيەسىنى قوللايدىغان ئەمەلىيەت ئاساسى بار ئىكەن. «دەۋر ھەپتىلىكى» دە Google تورتۇراسىنى تونۇشتۇرىدىغان ماقالە بېرىلىپ، تور ئېقىمىنىڭ ئۆزلۈكسىز تېز سۈرئەتتە ئېشىۋاتقانلىقى، گەرچە دەمالىلقتا كىرىم مەنبەسى بولمىسىمۇ، شىركەتنىڭ يېتەرلىك مەبلەغ قوللىشى بارلىقى تونۇشتۇرۇلدى. ئۇلار ماڭا كىرىمنىڭ پات ئارىدا يېتىپ كېلىدىغانلىقىغا كاپالەت بەردى. ئۇلار مېنىڭ كەچمىشىمنى، بولۇپمۇ ژىرۇسسىمان بازارچىلىق تەرەپلەردىكى ئەھۋاللارغا ئالاھىدە دىققەت قىلىپ سورىدى. سىندى بۇ خىل بازارچىلىق ئۇسۇلىنىڭ شىركەت قۇرغۇچىلاردىن پەيج ژە بۇلىنغا ناھايىتى مۇھىملىقىنى بىلدۈردى.

«ھە، شۇنداق، مەن ژىرۇسسىمان بازارچىلىق قىلىپ باققان. » دەپ ئۇنىڭغا كاپالەت بەردىم. مەن بىر تەرەپتىن سۆزلىگەچ، يەنە بىر تەرەپتىن توميايغان خىزمەت سومكامنى ئېچىپ، ئىككى نەرسىنى ئېلىپ ئۇلارغا كۆرسەتتىم: بىرى تېخنىكا يېڭىلىق يارىتىش مۇزىيى بىلەن مەن بىرلىكتە ئوتتۇرىغا چىقارغان «يېڭى مىڭ يىلدىكى ئاددىي كىشى» نامىدىكى مۇسابىقە لايىھەسى؛ يەنە بىرى «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» يەرلىك خەتەرگە تەۋەككۇل مەبلەغ سودىگەرلىرىگە تارقاتقان، پورسچې ماشىنغا چاپلانغان «SV.com» خېتى بار دۇگىلەك چاپلاق ئىدى. بۇ ئەمەلىيەتتە ھەقىقىي مەنىدىكى «ژىرۇسسىمان بازارچىلىق» بولمىسىمۇ، ئەمما ھەقىقەتەن مەن قىلغان ئىش ئىدى.

مەن Google نىڭ سودا ئەندىزىسى ژە كارخانا قۇرۇلمىسىغا ئائىت مەسىلىنى سورىغاندا، ئۇلار بىردەكلا شىركەتنىڭ ئىش تەقسىماتى ئېنىق، ھەر كىم ئۆز ژەزىپىسىنى قىلىدىغانلىقىنى بىلدۈردى.

«ھازىر بىز ئىزدەش تېخنىكا مۇلازىمىتى بىلەن شۇغۇللىنىش ئىجازىتىگە ئېرىشتۇق، ئەمما بىزنىڭ باشقا كەسىپلىرىمىز پىلانلىنىۋاتىدۇ. » دېدى سۈسان.

«تەشكىلىي قۇرۇلمىمىز ناھايىتى تەكشى، ئىنتايىن ئېنىق بولغان رول چەكلىمىمىز يوق، ھەر قانداق ئىشنى كىم قىلسا بولىۋېرىدۇ. » دېدى سىندى.

مەن كۈلۈمسىرەپ تۇرۇپ بېشىمنى لىڭشىتىپ، بۇ نۇقتا مەن ئۈچۈن ئەھمىيەتلىك ئىكەنلىكىنى بىلدۈردۈم. ئۇلارغا رەھمەت ئېيتىپ، Google نىڭ كەلگۈسى پارلاق بولىدىغانلىقىنى دېدىم.

كونا ھەم ئەسكى فورد ماركىلىق ماشىنامنى ھەيدەپ، 101-نومۇرلۇق تاشيولنى بويلاپ قايتقان ۋاقتىمدا، رادىيونى ئېچىپ، ئۇنىڭغا ئەگىشىپ ناخشا ئېيتىپ ماڭدىم. سېزىممىدىن قارىغاندا، سىندى بىلەن سۈسان ماڭا ئىنتايىن قىزىقتان ئىدى، ماڭا چوقۇم تېلېفون قىلىدۇ. بىر قانچە ئايغىچە جاپالىق تىرىشىپ ئىش ئىزدەپمۇ ھېچقانداق نەتىجە چىقمايۋاتقاندا، ئاخىرى كىچىككىنە بىر تەسەللىگە ئېرىشتىم. ئۆزەمنى ئامىتىم كېلىپ، ئۇزۇندىن بۇيان كۈتۈۋاتقان ھەمدە پۈتۈن كۈچۈم بىلەن تىرىشىدىغان پۈرسەتنى ئالدىمدىلا تۇرغاندەك ھېس قىلدىم.

قىيىن مەسىلىگە جاۋاب بېرىپ، بېلىق يېيىش

ئىككى كۈندىن كېيىن، Google نىڭ خادىم قوبۇل قىلىش مەسئۇلى لسانىڭ تېلېفونىنى ئالدىم. ئۇ مەندىن شىركەت باشقۇرغۇچىلار قوشۇنىدىكى باشقا بىر قانچە ئەزالار بىلەن سۆزلەشكۈم بار يوقلۇقىنى سورىدى. مەن بولىدۇ دەپ، ئۇلار بىلەن كۆرۈشتۈم. سېتىش كەسپىنىڭ ۋاقىتلىق مۇئاۋىن باش باشلىقى سكوت ئېپستېن ماڭا ئامەت تىلىدى. ئۇ ئىلگىرى شىركەتنىڭ بىر قانچە مىليون مەبلەغ سېلىپ بىر ئېلان پلاننىنى يولغا قويۇشىغا تەكلىپ بەرگەن، ئەمما بۇ پلاننى لارري بىلەن سېرگېي قوبۇل قىلمايى، كېيىن كۈدە-كۆرپىسىنى يىغىشتۇرۇپ قايتىپ كېتىش تەقدىرىگە يولۇققان. قۇرۇلۇش ئىشلىرىغا مەسئۇل مۇئاۋىن باشلىقى ئۇرس خوئېلزىل ماڭا قىزغىن سالام قىلدى، ئۇ ماڭا خۇددى ئۇنىڭ ئارقىسىدا شالاپشىپ سۇ ئىچىۋاتقان ئىت Yoshka نىڭ يېنىدىكى جايناىدىغان ئويۇنچۇققا ئوخشاش، مىدىر-سىدىر قىلماي پولدا ياتماسلىق تەكلىپىنى بەردى. ئومىد كوردېستانى Google غا يېڭى كىرگەن بولۇپ، مەھسۇلات سېتىش ۋە كارخانا تەرەققىياتىغا مەسئۇل ئىدى. مەن «ئامېرىكا لىنىيەسى» نى سۆكۈپ ھېچنېمىگە ئەرزىمەس قىلۋەتتىم. گەرچە ئۇ ئىلگىرى شۇ جايدا ئىشلىگەن بولسىمۇ ئەمما قىلچە كۆڭلىگە ئالمىدى.

پاراڭلىشىپ بولغاندىن كېيىن، سىندى مېنى يىغىن زالىغا قايتۇرۇپ كېلىپ، سېرگېي بىلەن كۆرۈشۈش ئۈچۈن كۈتۈپ تۇرۇشۇمنى ئېيتتى، مەن ئازراقمۇ جىددىيلەشمىدىم. سېرگېي رۇسىيەدە تۇغۇلغان بولۇپ، يېشى ئالاھەزەل مايكا كېيىشكە ئەڭ ئامراق باسقۇچقا توغرا كېلەتتى. مەنمۇ رۇسىيەدە بىر مەزگىل تۇرغان، ئازراق رۇسچە سۆزلىيەلەيمەن. بىر قىسىم رۇس دوستلىرىم بار، ئۇلارنىڭ قارا يۈمۈرلىرى ۋە ياماندىن نەپرەتلىنىدىغان كۆز قاراشلىرى ھەمدە مەسخىرىلىك ئېپادىلەش ئۇسۇلىنى بەك ياقتۇرىمەن. مەندە ئادەتتىن تاشقىرى بىر خىل ئىشەنچ بولۇپ، بۇ قېتىملىق يۈز تۇرانە ئىمتىھاننى ياخشى بولىدىغانىدەك ھېس قىلدىم. سېرگېي ئۇستازدىن بىرنى ئىزدەۋاتامدۇ تېخى؟ بىز ئىككىمىز سىبىرىيەدە ياسالغان ۋوتكىنى ئىچىپ، مۇۋەپپەقىيەت ۋە سالامەتلىكىمىز ئۈچۈن بىللە قەدەھ سوقۇشتۇرغىنىمىزنى تەسەۋۋۇر قىلۋاتاتتىم.

سېرگېي خوككېي توپى تەنھەركەتچىسىدەك كىينىپ، پەيدا بولدى: تەنتەربىيە كالتە ئىشتىنى، مايكا، غالتەكلىك كانكى كىيگەن ئىدى. ئېنىقكى، ئۇ بايىلا قاتتىق چېنىققان ئىدى. مەن بۇرۇنلا گالستۇك تاقماسلىقنىڭ قىزىقارلىق يېرىنى بايقىغان ئەمما ئۇ غەيرى رەسمىي خىزمەتنى يېڭى بىر پەللىگە كۆتۈردى. ئورنۇمغا قايتىپ ئولتۇردۇم، ئاندىن رېزىنكە توپىنى سەكرىتىپ شۇنداق ئازادە ھىس قىلدىم، ئېھتىياتسىزلىقتىن توپىنىڭ كىندىكىنى چىقىرۋېتىپ، توپىنىڭ ئىچىدىكى يەلنىڭ يېرىمى دېگۈدەك پۈشۈلداپ چىقىپ كەتتى، سېرگېي بۇنى قىزىقارلىق ھېس قىلدى. ئۇ قىسقىچە تەرجىمھالىمنى تەپسىلىي كۆرگەندىن كېيىن، ماڭا ئۆتكۈر مەسىلە ئوتتۇرىغا قويۇشنى باشلىدى. «سىز شۇغۇللانغان ئەڭ ئۇنۇملۇك سېتىشنى تېزلىتىش قايسى؟ »«قانداق ئۇسۇلدا سېتىشنى تېزلىتىش ئۇنۇمنى ئۆلچەيسىز؟» «سىز قايسى خىل ۋىروسسىمان بازارچىلىق بىلەن شۇغۇللانغان؟ » «دەرسلىرىڭىزنىڭ ۋەزىنلىك ئوتتۇرىچە نومۇرى (GPA) قانچە؟ » ئەڭ ئاخىرقى سوئالنى سوراشتىن ئىلگىرى، ئىزچىل راۋان جاۋاب بەردىم. ھازىر ئۇنىڭغا ھاڭۋېقىپ قاراپ تۇراتتىم.

«مېنىڭ ئوتتۇرىچە نومۇرۇم؟» 1981- يىلى دېپلومنى ئالغاندىن بۇيان، دەرسلىرىمنىڭ ۋەزىنلىك ئوتتۇرىچە نومۇرى توغرىسىدىكى ئىشنى ھەقىقەتەن ئويلاپ باقماپتىكەنمەن. ئانا مەكتىپىم كۆپرەك دەرس تاللىشىمىزغا يول قويغانلىقتىن، ئۇنىڭ ئۇستىگە نەتىجە پەقەت لاياقەتلىك ياكى لاياقەتسىز دەپ ئىككى تاللاش تۇرىلا بولغاچقا، ئۆزەمنىڭ دەرسلەردىكى ۋەزىنلىك ئوتتۇرىچە نومۇرۇمنىڭ قانچە ئىكەنلىكىنى جەزملىيەلمەيتتىم. مەن كۈلۈپ كېتىپ، سېرگېينى ماڭا چاقچاق قىلۋاتىدۇ دەپ قاپتىمەن. ئەمما مەن Google غا ئىشقا چۈشكەندىن كېيىن، ئادەم كۆچى بايلىقى بۆلۈمنىڭ خىزمەتچىلىرى توختىماي مېنىڭ ئالىي مەكتەپتىكى دەرس نەتىجلىرىم ۋە ئالىي مەكتەپكە كىرىش ئىمتىھان نەتىجە (SAT) منى سۈرۈشتۈرگەندە، بۇ ئىشنىڭ Google شىركىتى ئۈچۈن مۇھىم ئەھمىيتى بار ئۇسۇل ئىكەنلىكىنى ئاندىن بىلدىم. ئالىي مەكتەپكە

كىرىش ئىمتىهان نەتىجىسى ئەقلىي قابىلىيىتىنىڭ ئۆلچىمى بولۇپ، ئالىي مەكتەپ دەرسلىرىنىڭ ۋەزىنلىك ئوتتۇرىچە نەتىجىسى ئەقلىي قابىلىيىتىنىڭ يوشۇرۇن كۈچىنى جارى قىلدۇرۇش ئىقتىدارىغا ۋەكاللىك قىلىدۇ. بۇ ئىككى نەتىجىگە ئاساسلىنىپلا، بىر خىزمەتچىنىڭ بۇنىدىن كېيىن Google شىركىتى ئۈچۈن قوشالايدىغان تۆھپىسىنى تەخمىنەن پەرەز قىلغىلى بولىدۇ.

سېرگېي ھەر بىر قارارنى ئاددىيلاشتۇرۇپ بىر فورمۇلاغا ئايلاندۇرۇشنى ئۈمىد قىلىدۇ، بۇ تەرىپى كېيىنكى يىللاردا مېنىڭ نۇرغۇن ئوقۇغۇچىسىزلارغا ئۈچرىشىمغا سەۋەب بولىدى. گەرچە بۇ ئۆزەمنىڭ تەپەككۇر قىلىش ئۇسۇلۇمنى قېلىپلاشتۇرۇپ چەكلىسىمۇ ئەمما شەك-شۈبھىسىز قائىدە يوشۇرۇنغان: قانچە قېتىرقىنىپ يەكۈنلىگەن بىلەن، ھەمىشە بەزى نەرسىلەرنى ئىپادىلىگىلى بولمايدۇ.

«بىزنىڭكىدەك كۆلەمدىكى شىركەتكە نىسبەتەن، بازارچىلىققا ئىشلىتىدىغان خىراجىتىمىز نەچچە پۇل بولىدۇ دەپ ئويلايسىز؟ » دەپ سورىدى سېرگېي. ئۇنىڭ ئالدىدا سورىغان سوئالىغا ئاساسەن، ئۇنىڭ نېمىنى ئاڭلىماقچى ئىكەنلىكىنى ئاسانلا پەرەز قىلغىلى بولىدۇ.

مەن مۇنداق جاۋاب بەردىم: «ھازىرقى باسقۇچتا، مېنىڭچە بازارچىلىققا كۆپلەپ مەبلەغ سېلىشنىڭ زۆرۈرىيىتى يوق دەپ ئويلايمەن. ۋىرۇسسىمان بازارچىلىق ئۇسۇلى ئارقىلىق، ناھايىتى ئاز خامچوت بىلەن ناھايىتى تېز كېڭەيتكىلى بولىدۇ. ماركا قۇرۇلۇشىغا نىسبەتەن، زەمبىرەكتە چۈمۈلە ئېتىش ئانچە ئاقىلانە تەدبىر ئەمەس. »

سېرگېي باش لىڭشىتىپ كۆز قارىشىمغا قوشۇلۇپ، ئاندىن مېنىڭ سىبىرىيە 6 ئاي تۇرغان ۋاقتىتكى تۇرمۇش ئەھۋالىمنى سورىدى، ئارىلىقتا ئانچە-مۇنچە رۇسچە ئارىلاشتۇرۇپ، مېنىڭ ئاڭلاش ئىقتىدارىمنىڭ قانچىلىك ئىكەنلىكىنى بىلىپ بېقىۋاتاتتى. ئاخىردا، ئۇ ئالدىغا ئېڭىشىپ، ئەڭ كۈچلۈك تون ئوقىنى ئاتتى، يەنى ئۆزىنىڭ سۆزى بويىچە «قىيىن مەسىلە» نى ئوتتۇرىغا قويىدى. سېرگېي: «سىزگە 5 مىنۇت ۋاقىت بېرىمەن، قايتىپ كەلگىنىمدە، مەن بىلمەيدىغان ئىشلارنى دەپ بېرىشىڭىزنى ئۈمىد قىلىمەن» دېدى. ئاندىن يىغىن زالىدىن ئايرىپ، ئاشخانا تەرەپكە ماڭدى.

مەن سىندىغا قاراپ تۇراتتىم. «ئۇ ھەممە ئىشقا قىزىقىدۇ، سىز ئۇنىڭغا ئىشتىن سىرتقى قىزىقىشىڭىز ياكى تېخنىكا تەرەپتىكى مەسىلىلەرنى دېسىڭىز بولىدۇ، نېمە دېگۈڭىز بولسا دەۋەرسىڭىز بولۇپېرىدۇ. سىز ھەقىقىي چۈشىنىدىغان نەرسە بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلسىڭىزلا بولىدى. » دېدى سېندى.

كاللام ئات چاپتۇرۇۋاتقان مۇشۇ پەيتتە، قولۇمغا بىر ۋاراق قەغەز ئالدىم. ئۆزەم چوڭقۇر چۈشىنىدىغان سېرگېيغا دەپ بەرسەم بولىدىغان نېمە ئىش باردۇ؟ زاكىنىڭ ئۆزگىرىشى مۇۋاپىق كەلمەيدىغانداك قىلىدۇ. گېزىتنىڭ بېسىپ چىقىرىلىش جەريانى قانداق بولار؟ ياخشى ئەمەسكەن. بازارچىلىقنىڭ ئادەتتىكى نەزىريەسىنى سۆزلەپ بېرىش قارارىغا كەلدىم، بۇ يېڭى نەرسە بولۇپ، مەنمۇ يېڭىلا ئۆگەنگەن ئىدىم.

مېنىڭ باشقىلار بىلمەيدىغان كىچىك بىر مەخپىيىتىم بار، ئۇ بولسىمۇ سودا ساھەسىگە كىرىش ئۈچۈن ئەزەلدىن نەزىريە جەھەتتىن تەييارلىق قىلىپ باقمىغان. ئەينى يىللىرى ئۆگەنگىنىم ستاتىستىكا، ئىقتىسادشۇناسلىق بولماستىن بەلكى جۇغراپىيە، لاتىن تىلى ۋە نەسرىي شېئىر ئىدى. تەلىيىمگە، «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» نىڭ ئايال خوجايىنى خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ سودا-سانائەت باشقۇرۇشتا ئاسپىرانت (MBA) ئوقۇغان بولۇپ، بىر قىسىم سودا نەزىريەلىرىنى مېنىڭكىدەك قاشاڭ كاللىغا قۇيۇشنى خۇشاللىق دەپ بىلەتتى. ئۇ ئىلگىرى ئوقۇغان بىر قۇچاق دەرسلىك كىتابلارنى ماڭا بېرىپ، بۇ كىتابلارنى ئوقۇپ بولغاندىن كېيىنكى كۆچلۈك تەسىرلىرىنى ئىشارە قىلاتتى. ئۇلارنىڭ ئىچىدىن قىزىقارلىق بۆلەكلەرنى تاپتىم، ئۇنىڭ ئىچىدە مايكول پورتېرنىڭ «رىقابەت ئىستراتېگىيەسى» ۋە داۋىد ئاكېرنىڭ ماركا قۇرۇلۇشىغا ئائىت ئەسەرلىرى بار ئىدى.

مەن كۆشىگەندەك، ئۆزەم ئەسلىيەلىگەن ھەممە مەزمۇنلارنى بايىقى قەغەزگە يازدىم: 5 دانا P (ياكى 6 دانە؟)، 4 دانە M، قورۇقچىلىققا كىرىش، ئىقتىدارى بىلەن باھاسىنى ئايرىش. سېرگېي قايتىپ كەلگەندە، مەن 10 مىنۇت تولۇق سۆزلەشكە يېتەرلىك مەزمۇن تەييارلىۋالغان ئىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئىشەنچىم پۈرسەتنى قولدىن بەرمەسلىككە بوشلۇق قالدۇرمايتتى. مەن ئاق دوسكىنىڭ ئالدىغا كېلىپ، ھاياجان بىلەن چەمبەر ۋە چاسا سىزىپ يا ئوق بىلەن بەلگە سالدىم. ئازراق جىددىيلىشىۋاتاتتىم، ئەمما ئىنتايىن جىددىيلىشىش دېگىلى بولمايتتى. سېرگېي بىر توپنى ئاستى-ئۈستى ئۇرۇپ تۇرۇپ، ئۆزىنىڭ ئورنىدا تۇرغان ھالدا جاۋاب بېرىشمگە تېگىشلىك مەسىلىلەرنى سورايتتى.

«قورغانغا كىرىشنىڭ ئەڭ ئۇنۇملۇك ئۇسۇلى نېمە؟ »

«مەھسۇلاتنى پەرقلەندۇرۇش بىلەن مەھسۇلات بازارچىلىقىنىڭ قايسىسى ئەڭ مۇھىم؟ »

ئەگەر مەھسۇلاتنىڭ باھاسى نۆل بولسا، ئىستراتېگىيە قانداق ئۆزگىرىدۇ؟ »

سېرگېي بۇ مەسىلىلەرگە قىزىققاندەك قىلاتتى، ئۆزەمچە كۆرەڭلەشكە باشلىدىم. بىز ھازىر ئالاھىدە بىر خىل دوستلۇق مۇناسىۋىتى ئورنىتىۋاتاتتۇق! روشەنكى، ئۇ مېنىڭ جاۋابىمنى ئاڭلاپ باقماقچى، ئاندىن كۆز قارىشىمنىڭ قانچىلىك قىممىتى بارلىقىنى دەڭسەپ كۆرمەكچى ئىدى. كېيىن بايقىسام، سېرگېي يۇز تۇرانە ئىمتىھانغا قاتناشقۇچىلارنىڭ ھەممىسىگە مۇشۇ بىر يۇرۇش ئامالنى ئىشلىتىدىكەن. ئەگەر ئىمتىھانغا قاتناشقۇچىلار نامزاتلىرىدىن بەزى مەسىلىرىنىڭ يېڭى تەكلىپلىرىگە ئېرىشسە، بۇ كىشى شۇ ئىش ئورنىنىڭ ھۆددىسىدىن چىقالمىغان تەقدىردىمۇ، بىر سائەتلىك سۆھبەتلىشىشنى سېپى ئۆزىدىن ئىسراپچىلىق دېگىلىمۇ بولمايتتى.

مەن سۆزلەپ بولغاندا، قاراڭغۇ چۈشۈشكە باشلىغان ئىدى. سېرگېي مېنى شىركەتتىكىلەر بىلەن بىللە تاماق يېيىشكە تەكلىپ قىلدى، كەچلىك تاماق يېغىن زالىنى ئۈدۈلىدىن كېسىپ ئۆتىدىغان كىچىك بىر ئاشخانىغا كەلتۈرۈلدى. قورساقلىرى ئېچىپ ئۇچەيلىرى تارتىشىپ كەتكەن بىر توپ ئىنژېنېرلار تەخسىلىرىنى كۆتۈرۈپ كېلىپ، دۆڭە-دۆڭە نازۇ-نېمەتلەر ئارىسىدىن يېمەكلىك تاللاۋاتاتتى.

سېرگېي ماڭا ئاشكارىلاپ دېدىكى: «بىز ھازىر بىرلا ئاشپەز يالغۇق، بۇ ۋاقىتلىق تەدبىر» ، «ئۇنىڭدىن باشقا يەنە بەدەن ئۈۋۈلىغۇچىدىن ئىككىسى بار. »

بىر شۇملۇق كاللامدا يالت قىلىپ كۆرۈندى. بۇ ئەبلەخنىڭ قارىشىچە بازارچىلىققا خامچوت ئاجراتماي، بىر ئاشپەز بىلەن ئىككى بەدەن ئۈۋۈلىغۇچى يالغامدىغاندۇ؟ ئەمما، تەخسە-تەخسىدە سېمىز ۋە مەززىلىك پىشۇرۇلغان تۈنا بېلىقى، سالمون بېلىقى، سېلد بېلىقى ۋە كىچىك راكنى كۆردۈم. قولۇمغا قىسقۇچنى ئېلىپ، تەخسەمگە يېمەكلىك ئېلىشقا باشلىدىم، كارخانا پىلانى، تىجارەت كىرىمى ۋە تەشكىلىي قۇرۇلمىسىغا بولغان دىققىتىم شۇنىڭ بىلەن قايناقلارغىدۇر يوقاپ كەتتى. Google زور كۆپچىلىك ئېھتىياجىمنى قاندۇرالايتتى. بۇ جايدا، ھېچ بولمىغاندا قارىماققا ناھايىتى ئاقىلانە بولغان ئىنتېرنېت تېخنىكىسى، بەزى غەلىتە تالانت ئىگىلىرى، بىر يىلغا يەتكۈدەك خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلىغى، ھەمدە مەن يارەملىشەلەيدىغان قىزىقارلىق كۆڭۈل ئېچىش خاراكتېرىدىكى ماركا بار ئىدى. تۇغرا، يەنە نازۇ-نېمەتلەر بار. Google ھەممە پۈلنى خەجلەپ بولغاندا، يامىنى كەلسە باشقا بىر ئىگىلىك تىكلەيدىغان شىركەتكە يۆتكەلسەملا بولمىدىمۇ ياكى بۇرۇن قىلغان ئىشىمغا قايتارمەن. مېنىڭچە، Google دا ئىشلىگەن ۋاقتىمدا، ئوبدان يەلەيدىكەنمەن، ئۇنىڭ ئۇستىگە كېرەكلىك نەرسىلەردىن ئازراق ئۆگەنسەم ئەجەپ ئەمەس دەپ ئويلىدىم.

ئىككى ھەپتىدىن كېيىن، 1999-يىلى 11-ئاينىڭ 29-كۈنى، Google شىركىتىنىڭ تۇردىكى ماركا

باشلىقى سالاھىيتىدە يېڭى خىزمىتىمنى باشلىدىم.

ئىشقا چىققان تۇنجى كۈن

ئىشقا چىققان بىرىنچى كۈنى، سائەت 9 دىن ئىلگىرىلا يېتىپ بارىدىم، مەقسىتىم يېڭى ئىشداشلىرىمغا تۇنجى تەسىرنى ياخشى قالدۇرۇش ئىدى. كاستىيۇم-بۇرۇلكام پاك-پاكىز يۇيۇلغان، كۆڭلىكىمگە قاتۇرۇپ دەزمال سېلىنغان ئىدى. سائەت 10 بولاي دەپ قالغاندا ئاندىن يېتىپ كەلگەن كالتە ئىشتان، ساپما كەش ۋە مايكا كەيگەن Google لۇقلار مېنىڭ كىيىنىشىمگە دىققەت قىلمىغانلىقىنى بىلمەيمەن. ئەمەلىيەتتە، ئىنژېنېرلار خىزمەت ۋاقتىنى تەڭشەشنى تېخىمۇ خالايدىغان بولۇپ، ئۇلار ئەتىگەنلىك قاتناش قىستاڭچىلىقى تەلتۆكۈس ئۆتۈپ كەتكەندىن كېيىن ئاندىن ئۆيىدىن چىقىپ ئىشقا كېلىدىكەن. ماشىنا ئېقىمنىڭ بېسىمى يېنىكلىگەندە ئىشقا چىقسا ياكى باشقىلار ئۇخلاپ بولغاندىن كېيىن ئۆيگە قايتسا، ئۇنۇمى ھەقىقەتەن يۇقىرىكەن. قانچە كۈچسىمۇ ياخشى قىلغىلى بولمايدىغان ئىش، تەننەرخ ئۇنۇم تەھلىلىنىڭ ئالدىدا ئۆزلۈكىدىن ئۈتتۈرۈۋېتىدۇ. مەن ناھايىتى تېزلا، تۇغۇلۇشىدىنلا ئىشنى تېخىمۇ ياخشى قىلىدىغان كىشىلەرنىڭ ئۇنۇمنىڭ تېخىمۇ يۇقىرى قىممىتى بارلىقىنى چۈشەندىم.

كۈندۈزى، Google نىڭ خىزمەت رايونى ئاشۇ كۈنى يېرىم كېچىدە يۇز تۇرانە ئىمتىھانغا قاتناشقان ۋاقتىتكىدىنمۇ ئاددىيدەك ھېس قىلدىم. چوڭ بىر ئۆيدە ئون نەچچە شىرە تىزىلغان بولۇپ يوغان ياغاچ ئىشىك مېتال كېشەككە ئورنىتىلغان ئىدى. بۇ چوڭ ئۆينىڭ ئەتراپىغا كىچىك ئىشخانىلار تارقالغان بولۇپ، ھەر بىر ئېغىزىدا ئاز دېگەندە چوڭ ئېكرانلىق كۆرسەتكۈچكە ئۇلانغان خىزمەت پونكىتى بار ئىدى. نۇرغۇن ئېكرانلاردىكى ئېكران قوغداش پىروگراممىسىنىڭ كۆرۈنۈشى يامغۇردەك تۆكۈلۈۋاتقان يېشىل رەڭلىك ئىنگلىزچە ھەرپ ياكى ياپونچە بەلگىلەر بولۇپ، بۇ ھەرپلەر ماترېسسا شەكلىدە تىزىلغان ئىدى. پەقەت بىر كىتاب تەكچىسى تامنىڭ بۇلۇڭىغا تىزىلغان بولۇپ، پىروگراما لايىھەلەشكە ئائىت كىتابلار بىلەن توشقان ئىدى. بىر تۈركۈم ئۇششاق زاپچاسلارنى قوراشتۇرىدىغان ئىشچىلار خالىغان ۋاقىتتا كىرىپ، كەپشەرلىگۈچ ۋە كەپشەر چوكسىنى ئىش ئۈستىلىگە قويۇپ، ئارقىدىنلا دۇخوپكا، ماشىنا ئىت ۋە ياكى بىخەتەرلىك تاسمىسىنىڭ قۇلۇپىغا ئوخشاش نەرسىلەرنى ياسايدىغاندەك ھېس قىلدىم. ئادەتتىكىچە قىلىپ ئېيتقاندا، بۇ خىل ئەھۋالنىڭ ئەڭ ياخشى چۈشەندۈرۈلۈشى سۈيىئىستېمالچىلىق.

Google ئىككى قەۋەتلىك بىنانىڭ ئىككىنچى قەۋىتىنى ئىجارىگە ئالغان بولۇپ، دەسلەپتە يېرىمىنى ئىگىلىگەن. تېخنىك خادىملارنىڭ ھەممىسى شۇ جايغا توپلانغان، چۈنكى ئىنژېنېرلار شىركەتنىڭ ئىسمى-جىسمىغا لايىق يادروسى. ئۇلارنى بىر يەرگە قويغاندا، تېخىمۇ چوڭ پايدا ئېلىپ كېلىدۇ، ئۇلارنىڭ ئىدىيەسىدىكى يېڭىلىقلار تېخىمۇ ئۇنۇملۇك سوقۇلۇپ، ئۆز ئارا قوزغىلىدۇ.

مېنىڭ جايىم بۇ قەۋەتنىڭ يەنە بىر يېرىمىدا بولۇپ، «قوشۇمچە رايون» غا تەۋە. بۇ جاي تەلتۆكۈس ئەسلى ئىكولوگىيەسىدە: كابىل بۇاستە تورۇستىن ساڭگىلىتىلغان، بىتون يەر يۈزىگە ھېچنېمە سېلىنمىغان، كەڭ بوشلۇق پەقەت بىر قانچە سىمونت تۈۋرۈك بىلەن ئايرىلغان. تېخىمۇ غەلىتە يېرى، ئىلگىرىكى ئىجارىكەش قالدۇرۇپ كەتكەن دىسكو نۇر چىراغلىرى شۇ پېتى تىزىلغان. مەن Google غا قوشۇلغاندا، ياندىكى بىر قانچە ئىشخانا يېغىشتۇرۇلغان بولۇپ، يېڭىدىن كەلگەن ئايدىن سېنكوت بىلەن مەن بىر ئىشخانىغا ئورۇنلاشتۇرۇلدۇق، ئۇ كارخانا تەرەققىيات خىزمىتىگە مەسئۇل. ئايدىن توختىماي سايرايدىغان تېلېفونىدىن ئايرىلالمايتتى، ۋارقىراشلىرى ماڭا دەخلى قىلمىسۇن دەپ، ھەمىشە سىرتقا چىقىپ تېلېفون قىلاتتى. ماڭا سەپلەپ بەرگەن يان كومپيۇتېر يېڭى بولۇپ، سۈرئىتى ئىنتايىن تېز ئىدى.

مەن Google غا ئىشقا كىرگەندە، شىركەتنىڭ تۇنجى قېتىملىق زور كۆلەمدە ئادەم ئالغان ۋاقتىغا توغرا كەلگەن بولۇپ، ئايدىن بىلەن مەندىن باشقا، يەنە نۇرغۇن يېڭى چىرايلار بار ئىدى: شىركەتنىڭ ئاشپەزى چارلى ئايبېرس، بەدەم ئۇۋۇلىغۇچى بابېت ۋىللاسېنور ۋە بوننى داۋسون، تورتۇرا باشقۇرغۇچى كارۇن ۋايت ھەمدە تورسىز بازارچىلىق باشلىقى فۇجى سالللى. بىز كىرگەن مۇنداق قوشۇن ئىدى: 40 نەپەر ئىنژېنېر ۋە مەشغۇلات خادىملىرى جايىغا كېلىپ بولغان، ئۇن نەچچە سودا ئىشلىرى خادىمى ئەزالىرى باشقا بىر يېرىم دۇنيانى تەشكىل قىلاتتى.

شىركەتتە ۋەزىپىسىنى تېز سۈرئەتتە ئىزدەپ تاپقۇدەك بىرمۇ تەشكىلي خەرىتە يوق بولۇپ، ۋەزىپىنىڭ نىسپي مۇھىملىقىنى ئايرىيدىغان ئېنىق چېگرامۇ مەۋجۇت ئەمەس ئىدى. ھەتتا لارري بىلەن پەيجمۇ بىر ئىشخانىنى بىللە ئىشلىتەتتى، گەرچە كۆلىمى سەل چوڭراق بولسىمۇ ئەمما باشقىلار بىلەن ئوخشاش مۇئامىلە قىلناتتى. مەنسەپلىرىنىڭ ھەممىسى ئادەتتىكىدەكلا ئىدى. Google تورتۇراسىدىكىگە ئاساسلانغاندا، گەرچە بۇ ۋەزىپە ئەمەلىيەتتە مەۋجۇت بولمىسىمۇ، سالللى بىلەن مەن «بازارچىلىق باشقۇرغۇچى» لىقىا ئىلتىماس قىلغان ئىكەنمىز. Google بىزنى «باشقۇرغۇچى» دەپ چاقىرىشنى تېخىمۇ خالايتتى. ئاڭلىسام مۇرىلىرىم چوقچىيىپ، پەخرلىنىش تويغۇسى قاياقلارغىدۇ يوقاپ كېتەتتى.

سېرگېي ھەمشە «ئەمەل ئانچە مۇھىم ئەمەس» دەپ بىزنى ئەسكەرتىپ تۇراتتى. بىز ئىشلەتكەن دەرىجە پەرقى تېخىمۇ ئاز تەكشى قۇرۇلما، ئالاقە قىلىشقا قولاي ھەمدە بىيۇرۇكراتچىلىقتىن ساقلىنىپ، كۆپچىلىك ئىشنى تېخىمۇ ياخشى قىلىشقا قولايلىق ئىدى. » ئىگىلىك تىكلەۋاتقان كارخانىغا نسبەتەن، «چوڭ دەريادا سۇ بولسا، كىچىك ئېقىنلار تولىدۇ» دەيدىغان ئىدىيەنى قوبۇل قىلىپ، ئەمەلنى ئۆستۈرۈپ مائاش قوشۇشقا ئوخشاش ئەنئەنىۋى يۇكسلىش ئۆلچىمىنى تەلەپ قىلماسلىقنى قارار قىلدىم. ئۆتكەن 20 يىلدىن بۇيان، مەن ئىزچىل مائاش ۋە ئەمەل ئۆسۈش ئۈچۈن ئىشلىگەن، خىزمەت ئەمەلىيەتتە ئاخىرلاشقان. دىپلومامنى تارتمىغا قۇلۇپلىغاندىن باشلاپ، تۇنجى قېتىم ئىش ئىزدەش ئىشكىنى ئاچقان شۇ كۈندىن باشلاپ، ئىزچىل ھالدا قۇتۇلۇش بىلەن ئەندىشە بىرلەشكەن ئاشۇ تۇيغۇنى تاپالمىدىم.

ئىشقا چۈشكەندىن كېيىنكى 8 سائەتتە، ئۇستىلىمنى جايىدا يىغىشتۇرۇپ، ئىشخانا سايمانلىرىنى رەتلىك تىزدىم. تەييارلىقىم پۈتتى، ئەمما نېمە ئىش قىلىشنى جەزملىيەلمەيتتىم.

مەن ئۆز ئۆزەمنى بىر دەڭسەپ باقتىم. 20 يىللىق بازارچىلىق كەچۈرمىشىم ماڭا قانداق قىلىپ ئىختىلاپنى بىر يەرگە ئەكىلىپ، ئورتاق تونۇشقا كېلىشتىن تارتىپ، باشقا مەنسى بار ئەسلەتمىنى قانداق يېزىشقىچە بولغان نۇرغۇن ئەمەلي تەجرىبە قاتارلىقلارنى قالدۇرۇپتۇ. بۇرۇن مەن بۇ تەجرىبىلەرنى قىممەتلىك بايلىق دەپ قارايتتىم، ئەمما ھازىر گۇمانلىنىشقا باشلىدىم، Google نىڭ قوروسىدا، قىممەت ئۆلچىمى ئانچە ئوخشىماسلىقى مۇمكىن. مەن كىرىمنى جلغىسىدىكى ئىگىلىك تىكلەيدىغان شىركەتتە ياشاشقا باشلىدىم، ئەمما بۇ جايدا ھەرگىزمۇ تارىخى ئۇزۇن قائىدە يوق ئىدى. ھازىر، شىرىن چۈشتىن ئەمدىلا ئويغانغان ھاڭنىڭ چوقىسىدا تۇرۇپ، ئۆزۈمدىن: «ئاھ خۇدا، مەن نېمە ئىش قىلغاندىمەن؟» دەپ سورىدىم.

ئىككىنچى باب
تۇنجى قەدەم

«ھوي، مەنده بەك پەيزى نەرسە بار، كۆرەمسىز؟ دەپ سوردى جەي. كىچىككىنە ئاشخاندا بىر ئىستاكان قېتىق ئىچىش ئۈچۈن، پۇتىغا پاپياق كىيمەي، ئۇچسىغا ئوماق مايكا، تەنھەركەت ئىشتىنى كىيىپ، بېشىغا چېچىنى باغلىۋالغان ھالدا تۇراتتى.

«ئەلۋەتتە. » دەپ جاۋاب بەردىم، گەرچە ئاشخاندىنمۇ پەيزى نەرسىنىڭ نېمە ئىكەنلىكىنى ئويلاپ يېتەلمىگەن بولساممۇ. ئاشخانىنىڭ پۇتۇن بىر تېمىغا ئىشكاپلار تىزىلغان بولۇپ، ئىچىگە ئارپا ئومىچى ۋە دانلىق زىرائەتلىك يېمەكلىكلەر تىزىلغان، باشقا بىر قانچە ئىشكاپقا قاچىلانغىنى يۇمشاق كەمپۇت، شاپتۇل مېۋە ئۈيۈتمىسى، M&M نىڭ شاكىلات كومىلىچى، قۇۋۇۋەت تاياقچىسى ۋە تېز پىشىدىغان ئارپا ئومىچى لىق تىزىلغان ئىدى. توڭلاتقۇدىكى قەھۋە ۋە كاربونلۇق ئىچىملىكلەرمۇ Google نىڭ روشەن ئالاھىدىلىكىنى گەۋدىلەندۈرەتتى. قاپ-قاپ نوقۇت سۇتى ۋە گۈرۈچ ئومىچى تامنىڭ بۇلۇڭىغا دەستىلەپ تىزىلغان ئىدى. سۇ ئېرىتقىنىڭ يېنىدىكى تەكچىدە بىر دۇخوپكا ۋە يېپىيېڭى ئاق رەڭلىك بولكا ماشىنىسى ۋاللىداپ تۇراتتى.

ئىشقا چۈشكەنگە بىر ھەپتىدەك بولغاچقا، بۇ جايدىكى ئەھۋاللاردىن ئاز تولا خەۋەردار ئىدىم. جەي بىلەن لادىكا ھەر ئىككىسى ئىنژېنېر بولۇپ، ئاتا-ئانا بولۇپ بولغان ئىدى، شىركەتتە ئۇلار ئىككىسى ۋە مەن ئەڭ بالدۇر كېلەتتۇق، پەمىچە ھەممەيلەن بالمىزنى مەكتەپكە ئاپارغانلىقتىن بولسا كېرەك. جەينىڭ يېشى مەن بىلەن ئانچە پەرقلەنمەيتتى، ئۇ كىرىمنى جىلغىسىدا ئۇزاق ۋاقىت ئىشلىگەن، Google غا كەلگىلىمۇ بىر ئايدىن ئاشقان، شۇڭلاشقا شىركەتنىڭ كارخانا مەدەنىيىتىنى چۈشىنىش جەھەتتە، مېنىڭ مۇھىم بىلىم مەنبەيىم بولۇپ قالدى.

مەن ئۇنىڭغا ئەگىشىپ ئىنژېنېرلار خىزمەت رايوندىكى بىر قاتار ئەينەك ئىشخانىغا قاراپ ماڭدىم. ئۇ K'nex كۇبىك بىلەن تىزىلغان چوڭ سىيرىلما پويىزنى كۆرسىتىپ تۇرۇپ، بىر تەرەپتىن ئىككى شىرە ئۇزۇنلۇقتا كەلگۈدەك ئويۇنچۇقنىڭ ئۇزۇچاتىنى ئاچقاچ، بىر تەرەپتىن ماڭا: «بىر كۈنى پىروگراممىا يېزىپ ھېرىپ كېتىپ، ئارام ئالغاندا بۇ نەرسىنى ياسىدىم » دېدى. پەقەت كىچىككىنە كۈلرەڭ ماشىنا ئەڭ يۇقىرى نۇقتىغا يامىشىپ، ئاندىن ئۆرۈلۈپ تېز سۈرئەتتى چۈشۈۋاتقانلىقىنى كۆردۈم.

«بەك قالتىسكەن!» دەپ ئېغىزىمدىن چىقىپ كەتتى ئەمما مېنىڭ كۆزدە تۇتقىنىم سىيرىلما پويىز ئەمەس ئىدى. بۇنىڭدىن بۇرۇن مەن جەينىڭ نورمال ۋاقىتتىا (ماڭا نىسبەتەن) ئىشقا كېلىپ ئىشتىن چۈشۈپ، يېرىم كېچىدىن بۇرۇن بالىسىنى ئالغىلى بارىدىغانلىقىغا دىققەت قىلغان ئىدىم. گەرچە كىشىلەر كىرىمنى جىلغىسىدىكى ئىگىلىك تىكلەيدىغان شىركەتلەرنى قان شورايدىغان زاۋۇت دەپ قارىسىمۇ ئەمما جەيگە ئوخشاش يەڭگىل خۇشال بولغان خىزمەت پوزىتسىيەسى، Google دا ئىشلەش كېرەككەن دېگەنگە ئىشەندۈردى، بۇ جايدا بالا بېقىشقا تەسىر يەتمەيدۇ، ھەتتا ۋاقىت چىقىرىپ ئۆزى قىزىقىدىغان ئىشلارنى قىلالايدۇ. بۇ ھەقىقەتەن قالتىس.

ئەمەلىيەتتە بۇ ئۆز ئارزۇسى بويىچە قىلغان خام خىيالدىن ئىبارەت.

خىزمەت بىلەن تۇرمۇشۇم ئوتتۇرىسىدىكى تەڭپۇڭلۇق تەلتۆكۈس بۇزۇلۇش ئالدىدا تۇرۇۋاتىدۇ. كېيىنكى بىر يىلغا يېقىن ۋاقىتتا، ھەر كۈنى 16 سائەت ئىشلەيمەن، جەي شىركەت بىلەن ئانچە ئوخشاش بولمىغان شەخسىي نىشاننى قوغلىشىپ، باشقا جايىنى ئىزدەيدۇ.

Google نىڭ 1999-يىلىنىڭ ئاخىرىدىكى نىشانى نېمىدۇ؟ بىلگەن بولسام، جىننى كۆرگەن بولاتتىم. بىز بىر ئىزدەش موتورى. ئىزدەش موتورى نېمە ئىش قىلىدۇ؟ ئىزدەشكە ئىشلىتىلىدۇ. مېنىڭ تەسەۋۋۇرۇم بويىچە، بىز دۇنيادىكى ئەڭ ياخشى ئىزدەش موتورى بولۇش ئۈچۈن، ھەتتا Alta Vista دىنمۇ ياخشى. Yahoo غا ئوخشاش شىركەتلەر پۈرسەتكە ئاۋال ئېرىشىۋالغاچقا، بىز ئۇلاردەك گىگانت ئادەم بولالمايدىغاندەك تۇيۇلدۇ، ئەمما كۈنلەرنىڭ بىرىدە بىزمۇ يېتەرلىك چوڭىيالايمىز، قاتتىق سىناقتا بەرداشلىق بېرەلەيدىغان تېخنىكىغا تايىنىپ، داڭلىق ئىزدەش موتورى Inktomi غا ئوخشاش، دەرۋازا تورتۇرادا ئېغىز بىلەن تەمىنلەيدىغان بازاردا بىر ئۇلۇشۇمزگە ئېرىشەلەيمىز. «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» نىڭ چاشقىنەك تەگلىكىدە بۇرچ قەسىمى بېسىلغان، تامغا سەپەرۋەر قىلىش شۇئارى يېزىلغان بولۇپ، مەقسەت بىزنىڭ بازارچىلىق نىشانىمىزنى نورمىدىن ئاشۇرۇپ ئورۇنلاش ئۈچۈندۇر. Google دا بۇنداق نەرسىلەرنىڭ ھېچقايسىسى يوق. ئەگەر Google شىركىتىنىڭ قايسى بىر ئادىمى ياكى قايسى بىر مۇناسىۋەتسىز ئادەم، ئەينى چاغدىكى شىركەتنىڭ كەلگۈسى ئىستىقبالىغا نىسبەتەن ئېنىق بىر تونۇشى بولسا، ئۇنداقتا ئۇ بۇ مەنزىرىنى ناھايىتى پۈختا يوشۇرۇپتۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە پەقەتلا مېنى بىلەلمىسۇن دېمەپتۇ.

ئېد كاررېس ئىنژېنېر بولۇپ، 1999-يىلى SGI شىركىتىدىن Google غا يۆتكىلىش يۆتكەلمەسلىكتە تاللاشقا دۇچ كېلىدۇ، ئۇنىڭ دېيىشچە: «مەن سېرگېي ۋە يەنە بىر ئىنژېنېر بىلەن بىللە تاماق يېدۇق، پەقەت ئۇلارنىڭ ئىزدەش موتورى بارلىقىنلا بىلەتتىم. ئەمما ئۇ ۋاقىتتا، كىملا بولسۇن ھەپىلىشىپ يۇرۇپ ئىزدەش موتوردىن بىرنى چىقىرالايتتى. مەن ئۇلاردىن «سىلەر قايسى يۆنىلىشكە تەرەققىي قىلماقچى؟ قانداق پۇل تاپماقچى بولۇۋاتىسىلەر؟ » دەپ سورىسام، سېرگېي: «ھە... بىز بۇ ئىشنى ئويلايدىغان ۋاقىت بولدى. دەپ جاۋاب بەردى. مەن ئۇلاپلا «سىلەرنىڭ شەكلىگە كەلگەن پىلانىڭلار بار بولدىمۇ؟ ئىسىل خادىملار پىلانىنى ئىشقا ئاشۇرامدۇ؟ ئۇ: «ھەئە، ھەقىقەتەن شۇنداق. » دېدى. سۆزىدىن ئۇ ھەق گەپ قىلغاندەك قىلاتتى.

20-ئەسىرنىڭ 80 يىللىرى مەن بىر ئىگىلىك تىكلەش شىركىتىدە ئىشلەپ باققان، ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەر بىر توپ مۇپەتتىشلەر بولۇپ، ئۇلارنىڭ ئارزۇسى ساقلىقنى ساقلاش بازىرىدا بىر مەيدان ئىنقىلاپ قوزغاش ئىدى. ئۇلارنىڭ دۇكىنى سان فىرانسىسكودىكى بىر ماشىنا ئامبىرىنىڭ يېنىدا بولۇپ، ئۇ جاي ھازىر جۇڭگۇچە ئاشخانا. بۇ شىركەتتە قىزغىنلىق كەم ئەمەس، ئىزچىل ھالدا توختىماستىن يۆنىلىشنى ئۆزگەرتىدۇ. ئۆزگىرىش، ئۆزگىرىش يەنە ئۆزگىرىش، ئېغىشمايلا ئالغا بېسىش، ھەققانىيەتتىن قايتماسلىق. 3 ئايدىن كېيىن، مەن ئۇ جايدىن ئايرىلدىم. بىر قانچە ھەپتىدىن كېيىن، شىركەت ۋەيران بولدى. ئۇنىڭدىن شۇنى چۈشەندىمكى، دەرىجىدىن تاشقىرى ھاياتىي كۈچ ئىشلەپچىقىرىش كۈچىگە تەڭ ئەمەس. ھالبۇكى، Google نىڭ كىشىلەرگە بېرىدىغان تەسىرى زادىلا ئوخشمايدۇ.

بۇ خىل ئوخشماسلىقنىڭ كۆپىنچىسى مەن ئۇچراتقان مۇشۇ كىشىلەردىن كەلگەن.

«ھەي، مەن جىم، جىم رىس. ھازىرلا تۇغتىمەن. » گەپ قىلىۋاتقىنى ماڭا يان كومپيۇتېر ئەكەلگەن، تېلېفون قوراشتۇرۇۋاتقان يىگىت ئىدى. ئۇنىڭدىكى بىر قىسىم ئالاھىدىلىكلەر داستىن خوفمەن «يامغۇر ئادەم» دېگەن كىنودا ئالغان رول ئېسىمگە كېلىدۇ: كىشىلەرگە دوستانە مۇئامىلە قىلىدۇ، چېچىنى بىر تەرەپكە بۆلۈۋالدۇ، شىرەنىڭ ئاستىغا كىرىۋالغاندا قاتتىق بىر خىل پۇراق چىقىدۇ، ئەتۇركىنى چىقىرىپ، بولتىنى ئۈستىلىق بىلەن چىڭتىدۇ.

كېيىن بىلسەم، Google نىڭ جىمنى سىستېما باشقۇرغۇچىلىققا تەكلىپ قىلىشى، ئىلگىرىكى ئىنژېنېرلارنىڭ ھەممىسى پىروگرامىر بولۇپ، قاتتىق دېتال بىلەن ھەپىلىشىشكە ماھىر بولمىغانلىقتىن ئىكەن.

مەيلى خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى، مەيلى يالى تىببىي ئىنستىتۇتى ۋە ياكى ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدا دوختۇرخاناندا تۇرۇپ پاراكتىكا قىلىۋاتقان دوختۇر بولسۇن، جىمنىڭ ئۆگەنگىنى بىلەن قەتئىي مۇناسىۋىتى يوق. ئەمما قەتئىي بوشاشمايدىغان بۇ ئەۋرىشىم كۈچ ئۇنىڭغا نەدىن كەلدىكى، كومپيۇتېر تورىغا كۈچلۈك قىزىقىش پەيدا بوپتۇ، ئاخىرى ئۇ Google نىڭ قۇرۇلۇش باشقۇرغۇچىسى ئۇرسقا تېلېفون بېرىپتۇ. باشقا شىركەتلەرنىڭ خادىم تەكلىپ قىلىدىغان باشقۇرغۇچىلىرى تەكلىپ قىلىدىغانلارنى يۈز تۇرانە ئىمتىھانغا چاقىرغاندا، تەكلىپ قىلىدىغان ئىش ئورنىغا ئاساسەن نېمە ئىش بولسا شۇ ئىشنىلا تىلغا ئالىدۇ، ئەمما ئۇرس ئۇنداق ئەمەس.

جىمنىڭ ئەسلەپ بېرىشىچە: «ئۇرس ھەرگىز شىركەتكە كېلىپ ئىشلەيدىغان ئىشنى دېمەيدۇ. ئۇنىڭ دەيدىغىنى ‹28 كومپيۇتېر بار تورنىڭ تارماق تور ماسكا كودىدا قانچە دانە ئىككىلىك سان بار› دېگەندەك مەسىلىلەرنى سورايدۇ، ئاندىن ئۇ مۇشۇ مەسىلىنى چوڭقۇرلايدۇ. » بۇ خىل تېخنىكىغا بولغان پىكرىنى مەركەزلەشتۈرۈش جىمنى چىن دىلىدىن قايىل قىلىدۇ، ئۇ شۇنىڭ ئۈچۈن شىركەتكە كىرىشنى قارار قىلغان.

1999-يىلى 6-ئاينىڭ بىر كۈنى، جىم Google نىڭ 18- نومۇرلۇق خىزمەتچىسى بولىدى، شىركەت ئۇنىڭغا ئىش ئورۇنلاشتۇرغان ۋاقىت بىر مىنۇتقىمۇ يەتمىدى. لارى ئۇنىڭغا: «بۇ سېنىڭ ئورنۇڭ، ئاۋۇ تەرەپتە زاپچاسلار بار، ئۆزەڭنىڭ كومپيۇتېرنى قوراشتۇرۇۋال. »دېدى. كېيىنكى يىللانما خادىمغىمۇ ئوخشاش ئۇسۇلنى قوللانىدى: لارى سۇممېرنى قابىلىيىتىگە ئاساسەن، Google نىڭ ئېلخەت مۇلازىمىتى ۋە بىخەتەرلىك سىستېمىسىغا مەسئۇل بولۇشقا قويدى.

مەن سۇممېر بىلەن جىم بىللە ئىشلەيدىغان ئىشخانىغا كېلىپ، ماڭا شىركەتنىڭ ئېلخەت ھېساباتىدىن بىرنى تەقسىملەپ بېرىشنى دېدىم. قاتلىما ئورۇندۇقنىڭ ئۈستىگە يوغان پىنگۋىندىن بىرى قويۇلغان بولۇپ، يېنىدا ئادەمنىڭ باش سۆڭەك مودىلى تۇراتتى. ئىنژېنېرلىرىمىز پىنگۋىن بەلگىسى بار Linux مەشغۇلات سىستېمىسىنى ئىشلىتىدۇ، Windows سىستېمىسىنى ئىشلەتمەيدۇ، باش سۆڭەك مودىلى جىم دوختۇرلۇق ئوقۇغان ۋاقىتتىكى خاتىرە بويۇمى. ئۇلارنىڭ ئىشخانىسى شىركەتتىكى زور كۆپ قىسىم ئىشخانىلارغا ئوخشاش قىستاڭ بولۇپ، توك سىمى، ئەسلەك ۋە ئوخشىمىغان دەرىجىدە قوراشتۇرۇلغان كومپيۇتېرلار دۆۋىلىنىپ توشۇپ كەتكەن ئىدى. سۇممېر كومپيۇتېر ئېكرانىنىڭ ئارقىسىدىن، دىققىتى چېچىلغانىدەك قىياپەتتە ماڭا قاراپ تۇراتتى.

«سىز تۇنجى كەلگىنى دوگلاس، doug@Google.com دېگەن بۇ ھېساباتنى ئالامسىز؟ » دەپ سوردى سۇممېر. ئالدىم. بۇ ئىشقا يوشۇرۇنغان مەنىنى ئويلاپ، غەلىتە ھاياجانلىنىش ھېس قىلدىم. تۇنجى كەلگىنى دوگلاس! كىرىمنىي جلغىسىدا، بىر كىشىنىڭ ئېلخەت ئادرېسى ئۇنىڭ ھەيدىگەن ماشىنىسى ۋە كىيگەن كىيىمىدىنمۇ بەك ئوخشىماسلىقنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىدۇ. مەن ئالدىن doug@Google.com غا ئىگە بولدۇم، مەن بۇنداق ئورۇننى ياخشى كۆرىمەن.

مۇلازىمەت لازىم بولغاندا، يەنە نۇرغۇن «جىم ۋە سۇممېر»لارنى ئۇچرىتىمەن. ئۇلارنىڭ ئورتاق ئاتىلىشى يۈرگۈزۈش بۆلۈمى بولۇپ، Google ئېھتىياجلىق بولغان ھەمىمە ماشىنا ئۇسكۇنىلەرنى قۇرۇش ۋە ئاسراشقا مەسئۇل. جىم ئىشقا چۈشكەن ئىككىنچى كۈنى، لارى ئۇنىڭغا مۇھىملىق دەرىجىسى بويىچە تىزىلغان بىر ئىش تىزىمنى تاپشۇردى، ئۇستىدە لارى تاماملىماقچى بولغان 100 ئىش تىزىلغان ئىدى. باشلىنىشتىكى تۇنجى ئىش «تورتۇرايىمىزنى ئىجرا قىلىشقا يېتەرلىك ئىقتىدارىمىز بولۇشقا كاپالەتلىك قىلىش. ئەگەر مەسىلە بولسا، بىۋاستە ھەل قىلىش ياكى ئادەم تېپىپ ھەل قىلىش».

جىم ئانچە پەخىرلەنمىگەن ھالدا ماڭا: «تۇنجى يىلى 9 ئىشنى تاماملىدىم. كېيىنكى 5 يىلدا، 15 ئىشنى قىلدىم. » لېكىن، جىمنىڭ ئىشى تىزىملىك بىلەن چەكلەنمەيتتى، خۇددى ئۆزەمنىڭ خىزمىتىنى ئادەتتىكى مەنىدىكى «بازارچىلىق ئىش بېشى» دىن ئىبارەت بۇ ئەمەل بىكتىمەيدىغانلىقىنى چۈشەنگەنگە ئوخشاش. خۇددى جىم ئېيتقانىدەك، «مەسىلە كۆرۈلۈپ ھەل قىلىدىغان ۋاقىتتا، كىم ھەل قىلالىسا شۇ ھەل قىلىدۇ،

رەسمي ۋەزىپىڭىزنىڭ نېمە بولۇشى بىلەن كارىڭىز بولمىسۇن. »

«99 سىم ئۇلاش بايرىمى»

«شەنبە كۈنى سائىلىق مەلۇمات مەركىزىگە بېرىپ ئىسمىنا قوشۇپ ئىشلەيمىز. قېلىنراق كىيىم ئېلىۋېلىڭلار، ئاڭلىشىمچە ئۇ جاي سوغۇقمىش. » تۇنجى ھەپتىلىك ئىشىم ئاخىرلىشىدىغان ۋاقىتتا، سىندى بازار بۆلۈمىدىكى ھەممەيلەنگە شۇنداق ئۇقتۇردى. شۇنىڭ بىلەن بىز رەسمي ھالدا «ئۆز ئىختىيارلىقى» مىز بىلەن Google ئېلىپ بارغان «99 سىم ئۇلاش بايرىمى» غا قاتناشتۇق.

مەن كومپيۇتېر قاتتىق دېتال مۇتەخەسسىسى ئەمەس. ئىلگىرى مۇلازىمېتىر، تورقۇتا ۋە يولقۇتنى تونۇشتۇرغان بىر ئىككى پارچە ماقالە كۆرۈپ باققان ئەمما «يولقۇتا» (router) نىڭ تەلەپپۇزىنىمۇ خاتا ئوقۇپتىمەن. مېنىڭ بۇ ساھەدە ھېچقانداق تېخنىكىلىق تەجرىبەم بولمىغانلىقى، ھەمدە كومپيۇتېر بىلەن ئالاقەم بولمىغانلىقىنى كۆزدە تۇتقاندىمۇ، نېمە ئۈچۈن نىرۋا تۈگۈنىنىڭ مەركىزىگە ئوخشاش مەركىزى كومپيۇتېرخانىغا كىرىشىمگە يول قويىدۇ؟ بۇ مەسىلىنى ئازراق چۈشەندۈرۈش لازىم.

1999-يىلىنىڭ ئاخىرى، Google بازاردا يېتەكچىلىك قىلىش ئورنىغا ئېرىشىش قەدىمىنى تېزلەتتى. ئاخبارات تاراتقۇلارمۇ ئەگىشىپلا ھەقىقەتەن ئىشلىتىشكە ئەپلىك ئىزدەش موتورىغا تەدرىجىي دىققەت قىلىشقا باشلىدى، تور ئىشلەتكۈچىلىرىمۇ ئېغىزدىن قۇلاقتا يەتكۈزۈپ، يېقىن دوست-بۇرادەرلىرىنىڭ Google ئىزدەشنى سىناپ بېقىشىنى ئېيتتى. ئىشلەتكۈچىنىڭ كۆپىيىشى تېخىمۇ كۆپ ئېھتىياجدىن دېرەك بېرەتتى، تېخىمۇ كۆپ ئېھتىياج تېخىمۇ كۆپ كومپيۇتېردىن دېرەك بېرەتتى. ئىزدەشكە ئىنكاس قايتۇرۇش ئىقتىدارىنى ئۆستۈرۈش ئۈچۈن، جىم ۋە سۈممېر توختىماي ئىشلەيتتى. ئەپسۇسلىنارلىقى، كومپيۇتېر تەمىنلەشتە تۈيۇقسىز جىددىيلىشىش كۆرۈلدى. تور دولقۇنىنىڭ ئەڭ يۇقىرى چوققىسىدا، كومپيۇتېر تەمىنلەش سودىگەرلىرى ئۇلارنىڭ چوڭ خېرىدارلىرى بىلەن ئالدىراش بولۇپ، Google غا ئوخشاش بۇنداق كىچىك شىركەتنىڭ تۈيۇقسىز ئوتتۇرىغا قويغان سېتىۋېلىش تەكلىپىنى ئويلاشقا چولىسى تەگمىدى. دۇنيا خاراكتېرلىك ئەسلەك كەمچىل بولۇشى ئۈلمەكنىڭ ئۈستىگە تەپمەك دېگەندەك ئىش بولدى. ئەسلىدىنمۇ Google شىركىتىنىڭ قاتتىق دېتال سىستېمىسى ئىزچىل ئانچە ئىشەنچلىك ئەمەس بولۇپ، ھازىرقى تەرەققىياتقا بەرداشلىق بېرەلمەيۋاتقاندەك كۆرۈنەتتى.

بۇ مەسىلىنىڭ قىسمەن سەۋەبى Google قۇرغان قاتتىق دېتال سىستېمىسىنىڭ ئۆزىدە كەمتۈكلۈك بار ئىدى.

«كومپيۇتېر سېتىۋالغاندا ئەرزان بولسىلا بولدى، بۇزۇلسىمۇ ئۇنىڭ بىلەن كارى بولمايتتى. ئەگەر كاشىلا كۆرۈلسە، ئاۋال تاشلاپ قويۇپ، پەقەت بولمىغاندا ئاندىن ئامال تېپىپ ئوڭشايتتى. » قاتتىق دېتال لايىھىلىگۈچى ۋىل ۋايتېدنىڭ دېيىشچە، بۇ دەل Google قاتتىق دېتال قۇرۇلۇش تەدبىرىدۇر.

ۋايتېد 2001-يىلى Google غا ئىشقا چۈشكەن، ئۇنىڭ دېيىشچە: «ئەرزان پارچە قاتتىق دېتال ئىشلەتكەندە، ئىنتايىن يۇقىرى بولغان كاشىلغا تاقەت قىلىش ئىقتىدارىنى كۆرسىتىدۇ، قاتتىق دېتال مۇھىتىغا بولغان تەلەپ ئانچە يۇقىرى بولمىغان يۇمشاق دېتال ئىجاد قىلىشقا تىرغىرا كېلىدۇ، مۇشۇنىڭ ئۈزى تۈغما تالانتتىن كەلگەن ئىدىيەدۇر. » ئەمما پارچە قاتتىق دېتال بۆلەكلىرىنى سېتىۋېلىپ كومپيۇتېرنى ئوڭشىغىلى بولغاندا، ھەمدە ئۆزلۈكسىز يېڭى كومپيۇتېر قوشالايدىغان ئالدىنقى شەرت ئاستىدىلا بۇ ئامالنى يۈرگۈزگىلى بولىدۇ. ئۇنداق بولمىسا، بار كومپيۇتېرنىڭ ئۈنۈمىنى ئۆستۈرۈپ، يېڭى ئۈسكۈنە سېتىۋېلىش ئاۋارىچىلىقىدىن ساقلىنىش لازىم.

Google نىڭ تۈنجى تۈركۈمدىكى مۇلازىمېتىرلىرى ئەنە شۇنداق ئالدىراشلا قوراشتۇرۇلغان، ئاساسىي تاختىدىكى كەپشەر ئورنى بىلەن پەتنۇستىكى مېتال بۆلەك تېگىشىپ تۇراتتى، شۇڭا Google نىڭ ئىنژېنېرلىرى ئۇلارنىڭ ئارىسىغا يۇمشاق ياغاچ پاساڭ بىلەن ئايرىيدىغان ئامالنى ئويلاپ تاپقان. بۇ ئۇسۇل قارىماققا ئەرزان ئەمما ئىشەنچلىك ئەمەستەك قىلسىمۇ ئەمما CPU (مەركىزىي بىر تەرەپ قىلغۇچ) نىڭ قىستا تۇتۇشۇش بولۇپ قېلىشىنىڭ ئالدىنى ئالالايدۇ. ئۇنىڭدىن كېيىن، لارى دىققەت نۇقتىسىنى قانداق قىلغاندا بوشلۇقتىن تېخىمۇ ئۇنۇملۇك پايدىلانغىلى ۋە قىممەت دېتاللارنى ئىمكانىيەتنىڭ بېرىچە ئازايتقىلى بولىدۇ دېگەن مەسىلىگە مەركەزلەشتۇردى. لارى، ئۇرس ۋە باشقا بىر قانچە ئىنژېنېرلار كومپيۇتېر ئىشكاپىدىكى ھەممە ئۇششاق قاتتىق دېتاللارنى چۈۋۈپ، يۇمشاق ياغاچ پاساڭ قىستۇرۇلغان تەخسىدە قايتىدىن جايلاشتۇرۇپ، جىم ئويۇنچۇقنا ئوخشتىپ قويدى. ئۇلارنىڭ مەقسىتى ھەر بىر تەخسىگە ئاز دېگەندە 4 دانە CPU نى قىستۇرۇش ئىدى. ئۇنىڭدىن كېيىن، 8 فۇت ئېگىزلىكتىكى مېتال ئىشكاپ قۇرۇلمىسىغا، ھەر بىرىگە بىردىن تەخسە قىستۇردى. چۈنكى مۇلازىمېتىرغا ئېكران چېتىلمايتتى، ئۇلار ئورۇن ئىگىلەيدىغان كۆرسەتىش كارتىسىنىمۇ چىقىرىۋەتتى. بۇ ئامال خېلى ياخشىكەن، ھەرگىز چاتاق چىقىپ قالمىسۇن. كاشىلا كۆرۈلسىلا، ئاسىرىغۇچىلار چاتاقنىڭ نەدىلىكىنى تاپالمايدۇ، چۈنكى بۇزۇلغان CPU نى ئېكران بىلەن چاتقىلى بولمايدۇ. ھە، ئامال تېپىپ ئېكرانىنى چاتقىلىمۇ بولىدىكەن، شۇغىنىسى كومپيۇتېر ئىشلەۋاتقاندا مەجبۇرىي ھالدا كۆرسەتىش كارتىسى قىستۇرماي ئامال يوق، چۈنكى لارى توك مەنبە ئۇزۇچاتنىمۇ چىقىرىۋەتكەن.

«مۇلازىمېتىرنى نېمە ئۈچۈن تاقىۋېتىدۇ؟ » ئۇ شۇبھىلىنىپ چۈشىنەلمەي سورىدى. بەلكىم توك چېتىلغان ھالەتتە كۆرسەتىش كارتىسىنى قىستۇرغان ياكى چىقىرىۋەتكەندە ئاساسىي تاختا ئاسانلا قىستا تۇتۇشۇش بولۇپ قېلىشى مۇمكىن بولغانلىقتىن، پۈتكۈل كومپيۇتېرنى كۆيدۈرۈۋېتىدۇ.

ئىنژېنېرلار 4 دانە CPU نى بىر تەخسىگە قىستۇرغاندا، ئالدى تەرەپتىن ئىچىدىكى CPU غا ئۇلاشقا ئامال يوق. تېخنىكلار ئىچىگە قىستۇرۇلغان CPU نى ئوڭشىغاندا، تەخسىنى ماشىنا جازىسىدىن تارتىپ ئېلىشقا مەجبۇر، ئەمما تەخسە ئىنتايىن زىچ قويۇلغاچقا، بىر تەخسىنى تارتىپ چىقارغاندا ئۇنىڭغا قوشنا ئىككى تەخسىمۇ ئەگىشىپ سىيرىلىدۇ. يەنە بىر سەۋەبى ھەر قايسىسىنىڭ ئۇلاش سىملىرى بىر بىرىگە يۆگىشىپ كەتكەچكە، بىر تەخسىنى تارتقاندا پۈتكۈل ماشىنا تاختىسىدىكى ھەممە ئۇسكۇنىلەر ئىشتىن توختايدۇ.

بۇ دەل Google نىڭ سوقۇۋاتقان يۈرىكىگە كۆۋرۈك سېلىش ئوپېراتسىيەسى قىلىشقا قاتنىشىش پۈرستىم بولغانلىقىنىڭ سەۋەبى. خىزمەتداشلىرىم بىلەن مېنىڭ ۋەزىپەم ئىلگىرى ئۇلانغان سىملارنى بىر بىرلەپ ئۆزۈپ، ئاندىن مۇلازىمېتىر پەتنۇس جازىسىنىڭ يېنىدىكى سولياۋ تۈرۈبا ئوقۇرىدىكى مەھكەم باغلانغان سىملارنى قايتىدىن ئۇلاپ، ئۇلىنىدىغان سىمنىڭ كومپيۇتېر جازا تەخسىسىنىڭ ئالدىدىن ئۆتكۈزمەسلىك، بۇنداق بولغاندا تەخسىنى تارتىش تېخىمۇ ئاسان بولىدۇ. بازارچىلىق خادىملىرىمۇ، توك سىمنى قانداق باغلاشنى بىلىدۇ. شۇڭا، شىركەت بىزنىڭ مۇلازىمېتىرنى ۋاكالىتەن باشقۇرىدىغان كومپيۇتېرخانىدا ھۇنىرمەنلىك كۆرسەتشكىمۇ ئىلھاملاندۇرىدۇ.

«99 سم ئۇلاش بايرىمى دۇنيا دائىرىسىدە كاشىلىسىز ئۇچۇر ئالماشتۇرۇشقا ياخشى ئاساس تىكلەش بولۇپ، دۇنيادىكى بارلىق ھىسسىياتلىق جانلىقلارنىڭ بىلىم سەۋىيەسىنى ئۆستۈرىدۇ. » دەپ ئايالمىغا كاپالەت بەردىم.

ئايالىم كىرىتىن ماڭا قاراپ، ئۇمىدسىزلەنگەن ھالدا بېشىنى چايقىدى. ئۇ مەخسۇس سابىق سوۋېت ئىتتىپاقىنىڭ تارىخىنى ئۆگەنگەن دوكتۇر بولۇپ، پىروفېسسورلۇق ۋەزىپىسىنى ئۇستىگە ئالغان ئىدى. ئۇ قالايمىغان سۆزلەشكە بەك سەزگۈر بولۇپ، بىر قاراپلا بىلىۋالاتتى. كىرىستىن ئامالنىڭ بېرىچە مېنى قوللايدىغانلىقىنى بىلدۈرەتتى ئەمما ئانىلىق تۇيغۇسى ئۇنىڭغا ئالدى بىلەن ئۇچ بالىنى ئويلاندۇراتتى، ھازىر ئۇنىڭ ئەنسىرەيدىغىنى بۇندىن كېيىن بالىلارنىڭ دادىسىنى ئاز كۆرەلىشى ئىدى. «مائاشىڭىز زور دەرىجىدە

ئازلاپ كەتتى، ھازىر ھەپتە ئاخىرىدىمۇ ئىسمىنا قوشۇپ ئىشلەۋاتىسىز. شۇنى بىلىشىڭىز كېرەككى، گېزىتخانا سىزنىڭ قايتىشىڭىزنى ئۈمىد قىلىدىكەن. »

شەنبە كۈنى ئەتىگەندە، مەن ماشىنامنى ھەيدەپ سانتا كلارادىكى دەرىزىسى يوق كۈلرەڭ بىناغا كەلدىم، ماشىنا توختىتىش مەيدانى بوش-بىكار تۇراتتى. بىنانىڭ ئالدىغا ۋىۋىسكا ئېسىلمىغان، ئەمما بۇ دەل سانلىق مەلۇمات مەركىزىمىز تۇرۇشلۇق جاي بولۇپ، نۇرغۇن شىركەتلەر بۇ جايدا كومپيۇتېرخانىنى ئورتاق ئىشلىتەتتى. مەن ئۆزلۈكسىز ئالغا سىلجىۋاتقان قوشۇنغا قېتىلىپ، تەلەپ ئىنتايىن قاتتىق بولغان بىخەتەرلىك تەكشۈرۈشتىن ئۆتۈشكە تاييارلاندىم. بازار بۆلۈمى، مالىيە بۆلۈمى، ئارقا سەپ بۆلۈمىدىكى ھەممەيلەن قاتناشتى. ھەتتا يېڭىدىن تەكلىپ قىلىنغان ئاشپەز چارلى ئايېرسمۇ كەلدى. رەسمى بار گۈۋاھنامىنى كۆرۈپ تەكشۈرگەندىن كېيىن، ھەر بىرىمىز بىردىن ئىزناك ئالدۇق. ئۇنىدىن باشقا گەپ-سۆزلىرى قاتتىق بولغان ئاگاھلاندۇرۇشمۇ بولۇپ، بىزدىن ھەرگىز باشقىلارنىڭ نەرسىسگە چېقىلماسلىقنى تەلەپ قىلدى.

ئاندىن، بىز كومپيۇتېرخانىغا كىردۇق.

ئەگەر سىز سىستېما باشقۇرغۇچى، توكچى، بىخەتەرلىك ئىدارىسىنىڭ تېز خاتىرىلىگۈچىسى بولمىسىڭىز، مۇلازىمېتىر قويۇلغان كومپيۇتېرخانىنىڭ ئىچىگە مەڭگۈ كىرەلمەسلىكىڭىز مۇمكىن. ئويلاپ بېقىڭ، كۆلىمى غايەت زور، ئوبدان ئاسرىلىۋاتقان ھايۋانات باغچىسىدا، تۇتاش كەتكەن مۇداپىئە تېمى تورۇستىن ئۇدۇل يەرگە چۈشۈپ، رەت-رەت غايەت زور قەپەزگە ئايرىلىپ، ماتېرىيسا يېراقتىكى قاراڭغۇ جايغىچە تۇتاشقاندىلا ئاندىن كۆزدىن غايىپ بولىدۇ. ھەر بىر قەپەزدە، بىر (يېكى بىر قانچە) مودا قاپقارا مېتال ۋە ئەينەكتىن ياسالغان غايەت زور كومپيۇتېر جازىسى، چوقچىيىپ چىققان ئاق رەڭلىك خشىلىق يەردە تىزىلغان بولۇپ، قاتار-قاتار توك سىملىرى ئۇنىڭغا تۇتاشقان، خۇددى بىر توپ دېلفىن بىرىنىڭ كەينىدىن بىرى تىزىلغاندەك. قاتتىق دىسكا يۈقىرى سۈرئەتتە ئايلانغاندا ئاۋاز چىقىراتتى ياكى ئايلىنىشتىن توختىغاندا، قىزىل يېشىل چىراغ بىرى ئۆچسە بىرى يېقىلىپ نۆۋەتلىشىپ لاپىلدايتتى. بىراق، ئادەمنىڭ ئاۋازىنى ئاڭلىغىلى بولمايتتى، پەقەت تورۇستىكى ھاۋا ئۆتۈشۈش ئېغىزىدىن سوغۇق ھاۋا گۈركىرەپ كىرگەن ئاۋازىلا ئاڭلىغىلى بولاتتى، ئاندىن پارقىراپ تۇرىدىغان ئۇسكۇنىنىڭ يۇزىدىن قايتىپ، قىرىدا ئايلىناتتى.

جىم بىزنىي باشلاپ ئىقتىدارى بىر بىرىدىن كۆچلۈك مۇلازىمېتىر جازىسىدىن ئۆتۈپ، كىشىنى چوقۇندۇرىدىغان ئۇنۇم بىلەن بىزگە چوڭقۇر تەسىر قالدۇردى. پاكىز، ئاددىي، پارقىراق شەكىل، بۇنى قانداقمۇ ماشىنا دېگىلى بولسۇن، ئۇلار ئىنتېرنېت ئىقتىسادىنىڭ تۇتېمى. بۇ EBay، بۇ Yahoo، بۇ Inktomi. ئۇچۇر دەۋرىنىڭ گىگانت تاش تىزمىسىغا كەلگىنىڭىزنى قارشى ئالىمىز.

ھەر بىر كومپيۇتېر ئىشكاپ رايونىنىڭ ھەر بىرىنىڭ ئورتاق بىر لايىھە ئېلېمېنتى بار، ئۇ بولسىمۇ ئوتتۇرىدىكى مىخانىك نۇسخىدىكى «گىگانت تاش». ئۇنىڭ ئەتراپىدا بىر شىرە بىلەن بىر قانچە ئورۇندۇقنى تىزىشقا يېتەرلىك بوشلۇق بولۇپ، قالغان يەردە ئاشۇ «ئىپتىدائىي ئادەم» لەر كېچىك تېپتىكى يىغلىش ئۆتكۈزەلەيتتى، ئۇلار خۇشاللىقىدىن ئۇسسۇل ئويناپ، زامانىدىن قالغان سىزغۇچنى ئاسمانغا ئېتىپ، مەيدىلىرىنى مۇشلاپ ھېسابلاش تېخنىكىسىنىڭ ئۇلۇغ تەرەققىياتىنى تەبرىكلەۋاتاتتى.

ئەڭ ئاخىرىدا Google نىڭ كومپيۇتېر جازىسى رايونىغا يېتىپ كەلدۇق، ئىگىلىگەن كۆلىمى 600 كۋادرات فۇتقىمۇ يەتمەيتتى. قوشۇنىمىزنىڭ يېرى بىلەن سېلىشتۇرغاندا، يەل ملتىق بىلەن زەمبىرەككە ئوخشاش بولۇپ، موللا يوق يەردە موللىمەن دېگەندەكلا ئىش ئىدى. ھەر بىر كۋادرات فۇت بوشلۇقتا كومپيۇتېر جازىلىرى قىستا-قىستاڭ جايلاشتۇرۇلغان بولۇپ، ئۇستىدە بەزى زاپچاسلىرى كەم CPU لىق قىستۇرۇلغان ئىدى. بۇ يەردە جەمئىي 21 كومپيۇتېر جازىسى بولۇپ، قوراشتۇرۇلغان كومپيۇتېرنىڭ سانى 1500 دىن ئاشاتتى، ھەر بىر كومپيۇتېر بىر گۈرۈپپا توك سىمى بىلەن ئۇلانغان بولۇپ، ئويۇنچۇق ئاش كېسىش ماشىنىسىدا باستۇرۇپ چىقىرىلغان تال-تال سېغىز لايغا ئوخشايتتى. باشقا شىركەتلەرنىڭ كومپيۇتېر جازىسى رەتلىك

ئورۇنلاشتۇرۇلغان بولۇپ ئەمما هاياتي كۆچى يوق ئىدى، لېكىن Google نىڭ كومپيۇتېر جازىسى خۇددى هاياتي كۆچكە تولغان چۈمۈله توپىغا ئوخشاش ئۇيۇقتىن-بۇياقتا ئۆتۈۋ ئالدىراش ئىشلەۋاتقاندەك، گىرەلىشپ كەتكەن بولۇپ، هېچقانداق تەرتىپى يوق ئىدى. ئىككى كومپيۇتېر جازىسى ئارىسىدىكى تار قىستاڭ يولدا، ئەگەر سىرتتا ئۇزىراپ چىقىپ قالغان بولتا ۋە تۆمۈر پارچىلىرى كىيىم-كېچەك ياكى تېرىنى ئىلىۋالىدۇ دېمىسە، زورمۇ-زور ئۆتكىلى بولاتتى.

بىز سوغۇق هاۋا رايونىدىن ئۆتۈپ بۇ جايغا كەلگەندىن كېيىن، ئىسسىقلىقىدىن ئىشەنگۈمىز كەلمىدى، ناهايىتى تېزلا پۈتۈن بەدىنىمىز تەرلەپ، ئامالسىز كىيىملىرىمىزنى سېلىۋەتتۇق. 16 فۇتلۇق بىر قانچە چوڭ تېپتىكى مېتالدىن ياسالغان شامالدۇرغۇچ يەردە چۈگىلەپ، ئەتراپتىكى كومپيۇتېر جازىسىدىن چىققان ئىسسىق شامالنى بىكاردىن-بىكار پۈۋلەيتتى، ئۇنىڭ يېنىمىزدىكى Inktomi شىركىتىنىڭ كومپيۇتېر جازىسى رايونىنىڭ تېمپېراتورىسىنى بىر قانچە گىرادۇس ئۆرلىتىشتىن باشقا، ئۇ ئاجىز شامال باشقا هېچ ئىش قىلىپ بېرەلمەيتتى.

بىز تېزلا ئىشنى باشلىدۇق. ئالدى بىلەن يۈرگۈزۈش بۆلۈمىدىكى خىزمەتداشلار سىم ئوقۇرىنى كومپيۇتېر جازىسىنىڭ يېنىغا چاپلاق بىلەن مۇقىملاشتۇردى، ئاندىن بىز سىرتتا چىقىپ قالغان تۇك سىملىرىنى سىم ئوقۇرىغا رەتلەپ سېلىپ، يىپ بىلەن باغلاپ، تۇك سىملىرىنى كىچىك قىزلارنىڭ چېچىدەك كومپيۇتېرنىڭ ئالدىدىن ساڭگىلىمايدىغان قىلدۇق.

مېنىڭ بىر تەرەپ قىلغىنىم «U» خەتلىك بەلگە سېلىنغان كومپيۇتېر جازىسى ئىدى. U بۇ كومپيۇتېر جازىلىرىنىڭ ئاللىبۇرۇن ئىشلىتىلمەيۋاتقانلىقىنى بىلدۈرەتتى ئەمما مەن تۇك سىمنى ئەستايىدىل رەتلىگەنلىكىمدىن، ئىشلەتكۈچىنىڭ ئىزدەشكە كەتكەن ئىنكاس قايتۇرۇش ۋاقتى بىر ئىككى مىللىسېكۇنت قىسقرايدۇ دەپ قارايدىغانلىقىمغا ئىشىنەتتىم.

ئوقۇرمەنلەر: Google نېمە ئۈچۈن بۇنداق ئىش قىلدۇ؟ دەپ سورىشى مۇمكىن. ئەرزان بولغان ئارتۇق مۇلازىمېتىردىن پايدىلىنىپ تېخىمۇ يۇقىرى ئۇنۇمگە ئېرىشىشتىن سىرت، Google كومپيۇتېرخانا هەمبەھرلەشتىن ئىبارەت بۇ خىل ئىقتىسادىي هادىسىنىڭ قانۇنىي يوچۇقىدىن پايدىلىنىپ پايدىغا ئېرىشۈاتاتتى. بىز مۇلازىمېتىر قويغان مەركىزى كومپيۇتېرخانا زور كۆپچىلىك ئوخشاش كەسىپلەردىكىلەرنىڭ ئۇسۇلى بىلەن ئوخشاش بولۇپ، هەممىسى كۆلەم بويىچە هەق ئالاتتى. شۇڭلاشقا، Inktomi شىركىتىنىڭ 50 مۇلازىمېتىرغا تۆلىگەن هەق بىلەن Google شىركىتىنىڭ 1500 كومپيۇتېرغا تۆلىگەن ئىجارە پۇلى ئوپمۇ-ئوخشاش ئىدى. يەنە باشقا پايدا ئالدىغان تەرەپلەر بارمۇ؟ تۇك. تۇك پۇلى ئىجارە هەققىنىڭ ئىچىدە بولۇپ، توكقا بولغان ئېهتىياج غايەت زور بولغاندا، چىقىمۇ ناهايىتى قىممەت بولاتتى. ئۇرس ئىجارە توختامنى داۋاملاشتۇرۇش سۆھبىتى ئېلىپ بارىدىغان ۋاقىتتا، جىم ئېنىق تۇك ئېهتىياجىنى هېسابلاپ چىقتى، ئۇ ئادەتتىكىدەك Google غا ئوخشاش مۇشۇنداق كومپيۇتېر توپى رايونىغا تەقسىملەپ بېرىلىدىغان 8 يوللۇق 20 ئامپىر تۇك كۆچى ئېهتىياجى بولماستىن بەلكى 56 يول ئىدى.

«سىزنىڭ بۇنچە كۆپ تەلەپ قىلىشىڭىز تۇك ئىشلىتىشىنىڭ يۇقىرى باسقۇچىدا تەمىنلىيەلمەسلىكتىن ئەنسىرەش، شۇنداقمۇ؟ » ۋاكالەتەن باشقۇرۇش مۇلازىمەت سودىگىرىنىڭ سېتىش ۋەكىلى هەيران بولغان هالدا ئۇرسقا قاراپ، ئۇنىڭدىن مۇنداق سورىدى، «ئۇنداق كۆلەمدىكى كومپيۇتېر توپى، هەرگىز بۇنچە كۆپ تۇك كۆچىگە ئېهتىياجلىق ئەمەس. »

«ياق، مەن راستلا 56 يول توك كۆچى تەمىنلەپ كومپيۇتېرلىرىمنى يۈرگۈزۈشكە ئېهتىياجلىق. »

بىر مەزگىلگىچە مۇنداق گەپلەر ئېقىپ يۈرگەن، Google نىڭ تۇك كۆچى سەرپىياتى ۋاكالىتەن باشقۇرۇش مۇلازىمىتى تەمىنلەش سودىگىرى مۆلچەرلىگەن سانىنىڭ 50 هەسسىسىدىنمۇ ئارتۇق. شۇنداق بولغان

تەقدىردىمۇ، ئەگەر Google نىڭ ھەممە كومپيۇتېرلىرى بىرلا ۋاقىتتا قوزغالسا، تۇك تەمىنلەشكە كاپالەتلىك قىلغىلى بولمايدۇ، پەقەت ئۇزۇچاتنىڭ توختىماي ئۇزۇلۈش ھادىسىسى بىرنىڭ كەينىدىن بىرى يۈز بېرىشىگە قاراپ تۇرماقتىن باشقا ئامال يوق ئىدى. پەقەت كېيىن Google ھەر بىر كۆمپيۇتېرنى 5 سېكۇنت كېچىكتۈرۈپ قوزغىتىش ئۇسۇلىنى قوللاندىن كېينلا، ئاندىن كومپيۇتېرخانا تۇك ئېقىمى زىيادە يۇقىرى بولۇپ كېتىپ ئوت كېتىش خەتىرىدىن ساقلانغان.

كومپيۇتېرخانىدىكى ھاۋا تەڭشىگۈچمۇ ئۆلچەم بويىچە سەپلەنگەن بولۇپ، ۋاكالىتەن باشقۇرۇش مۇلازىمەت سودىگىرى مۇۋاپىق تەلەپ ئەگىرى سىزىقىغا ئاساسەن سوغۇق ساقلاش ئىقتىدارىنى سەپلەيتتى. نورمال ئەھۋالدا ھېچقانداق شىركەت مىكرو تىپلىق پېچقا ئوخشاش بولغان 1500 كومپيۇتېرنى بىر كومپيۇتېر جازا بۆلىكىگە مەركەزلەشتۈرمەيدۇ، چۈنكى بۇنىڭغا مۇستەقىل بىر ھاۋا تەڭشىگۈچ گۈرۇپپىسى سەپلەش زۆرۈر بولىدۇ. Google مانا مۇشۇنداق قىلغان. بىز ھالىدىن خەۋەر ئېلىش تەس خېرىدار.

«99 سم ئۇلاش بايرىمى» مېنىڭ Google سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە كىرىشىم پەقەت بىرلا قېتىم كەلگەن كەچمىشىم ئىدى. بىزنىڭ قۇرۇلۇشچىلار سىستېمىزنىڭ كۆلىمىنىڭ چوڭلۇقى ۋە ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۇسۇلىنىڭ ئالاھىدە بولغانلىقىغا نىسبەتەن، مەنىدە تۇغرا قاراش شەكىللەندى. يانداكى Inktomi شىركىتى سەنئەتكە ئوخشاش قوراشتۇرغان ئۆلۈك پىلانىتلار (Death Star) دەك ئۆلچەملىك كومپيۇتېرلارغا سېلىشتۇرغاندا، بىزنىڭ يۇمشاق پاساڭ قىستۇرۇلغان ئاساسىي تاختىغا كومپيۇتېر زاپچاسلىرىنى قىسقارتىپ قىستۇرغان ھالىتى، بىزدەك يېڭىياچىلارنىڭ ئەرزان، مۇنتىزىم بولمىغان مۇلازىمېتىرلىرىمىزغا نىسبەتەن ئەيىپلەش ئىشەنچىمىزگە بولغان قۇزغىتىش دېگىلى بولمايتتى. ئەمما، بۇ قېتىملىق ئورۇنلاشتۇرۇش بىزگە نىسبەتەن ئىنتايىن پايدىلىق بولۇپ، مەن شۇنىڭدىن باشلاپ ئۆزەمنىڭ بىلىم دائىرىسىدىن باشقا ئىشلاردىن ئەنسىرىمەسلىك قارارىغا كەلدىم.

بىلىملىكلەر Google ئارقا سۇپىسىنىڭ مەۋجۇت بولۇش ئىقتىدارىغا نىسبەتەن توختىماي ئەنسىرەيتتى. ئەمما مېنىڭ ئويلاپ يېتەلمىگىنىم، ناھايىتى تېزلا ئۆزەمنىڭ مەۋجۇت بولۇش ئىقتىدارىغا نىسبەتەن توختىماي ئەنسىرەيدىغان بولدۇم.

بازار بۆلۈمى قۇرۇلغان دەسلەپكى مەزگىل

«بۇ نىشان ئىشقا ئاشسا، ھەممە نەرسە بولىدۇ. » سىندى بىزنىڭ بازار بۆلۈمىدە قېپقالغان بىر قانچە ئادەمگە چۈشەندۈرەتتى.

مەن كۆلۈمسىرەيتتىم. ئىشخانا تېمىغا ئېسىلغان ئۇزۇندىلەر يېزىلىدىغان كىچىك دوسكىدا يېڭى خام ماتېرىياللار بار بولدى، يەنە ئۆتكەن قېتىم سىندى دېگەن ئاشۇ بېغىشلىمىدەك ئۇسلۇبتا ئىدى. «ئاددىي ئىشلارنىڭ يۈز بېرىش سەۋەبى بولىدۇ، زورلاش ھاجەتسىز. »

بازار بۆلۈمى بىر قانچىلا ئادەمدىن تەشكىللەنگەن بولۇپ، كۆپچىلىكنىڭ بازارچىلىق تەجرىبىسى تەكشى ئەمەس ئىدى. سىندى شىركەت خوجايىنلىرىدىن بىرى بولۇپ، ھەمدە يۇرگۈزۈش بۆلۈمنىڭ مۇئاۋىن باشلىقلىق ۋەزىپىسىنى ئۆتەيتتى. ئۇنىڭ يېشى مەن بىلەن ئانچە پەرقلەنمەيتتى، كىشىلەرگە ئىنتايىن قىزىقارلىق (ئادەتتە مەقسەتلىك شۇنداق قىلاتتى) مۇئامىلە قىلاتتى. سىندى ئەڭ دەسلەپتە تەكشىلىك تاراتقۇسىدا مۇخبىرلىق قىلاتتى، كېيىن ئاتىقى ئەڭ ناچار بىر چوڭ شىركەتكە يۆتكىلىپ، ئاممىۋى مۇناسىۋەتنى بىر تەرەپ قىلىشقا مەسئۇل بولغان. دەل مۇشۇ ئىش ئورۇنلىرىدا، ئۇ كىرىمنى جىلغىسىدا تېخنىكا قوغلىشىدىغان بارلىق تاراتقۇ

مۇخبىرلىرى بىلەن زىچ مۇناسىۋەت ئورناتقان. سىندىنىڭ يادرولۇق خىزمىتى ئاممىۋى مۇناسىۋەت بولۇپ، بۇ لارىرى ۋە سېرگېيىنىڭ قوللىشىغا ئېرىشكەن ئەڭ پۇل تېجەيدىغان كارخانا سېتىشنى تېزلىتىش ئۈسۈلى ئىدى.

سىندى خۇددى لاۋرا پېتىرىغا ئوخشاش، پۈتۈن بەدىنىدىن ساغلام ئالغا ئىلگىرىلەيدىغان كۈنسېرى يۈكسىلىدىغان روھ تارقىتىپ تۇرغاچقا، مېنى ئىنتايىن ئىلھاملاندۇراتتى. مەن ئىككىمىز ئارىسىدا ئالاھىدە بىر خىل ئالاقە بارلىقىنى بايقىدىم، چۈنكى ئىككىلىمىزنىڭ بىر مەزگىل گېزىتخانىدا ئىشلەش تارىخىمىز بار ئىدى. ئۇ بازار بۆلۈمىگە ئالدىراپ-تىنەپ كىرىپ-چىقىپ تۇراتتى، بەئەينى ھاياتىي كۈچىنى ئەتراپىغا چاچىدىغان، كۆچ-قۇۋۋىتى ئۇرغۇپ تۇرىدىغان ئۇلۇگە ئىدى. ئۇ بىزنى تەۋەككۈل قىلىشقا، باتۇرلۇق بىلەن سىناشقا، ھەر قانداق نەرسىنىڭ يولىمىزنى توسۇشقا يول قويماسلىققا ئۈندەپ ھەيدەكچىلىك قىلاتتى. بىز ئۇنى «ئۆزى كىچىك ھەيۋىسى چوڭ» دەيتتۇق، ئەمما سىندىغا ئوخشاش بۇ خىل خاراكتېرنىڭ پايدىسىمۇ زىيىنىمۇ بار.

سىندىنىڭ ئەسلەپ بېرىشچە «لارىرى بىلەن سېرگېي ئىزچىل ئەنئەنىۋى بازارچىلىق ئۇسۇلىغا نىسبەتەن گۇمانىي پوزىتسىيە تۇتقاچقا، ئۇلار Google نىڭ باشقا شىركەتلەر بىلەن پەقەت ئوخشىماسلىقىنى، ھەرگىز ئۇلار بىلەن ئوخشاش بىر ئىشنى قىلماسلىقىنى ... ئويلاتتى. ئۇ ئەبلەخلەر ناچار مەھسۇلاتلىرىنى ئېلىپ ژاراڭ-چۇرۇڭ بازاردا پۇلنى تۇتاملاپ تارقاتسۇن، بىز پۈتۈن زېھنىمىزنى يېغىپ تېخىمۇ جەلپ قىلارلىق تۇزاق قۇرۇۋاتىمىز. » دېدى. بۇ خىل گۇمانىزملىق بارلىق بازارچىلىق تەكلىپلىرىگە گۇمان بىلەن قاراشقا ئۆزگەرگەن. بازار بۆلۈمنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرالىشى، پەقەتلا بەزىلەر (مۇدىرىيەت ئەزاسى ۋە يېكى ستاننفورد ئۇنىۋېرسىتېتى مەكتەپدىشى) قەتئىي ھالدا، كارخانا دەسلەپكى ئىگىلىك تىكلەش باسقۇچىدا مەخسۇس ئادەم قويۇپ قۇرۇلۇش تېخنىكىسى سىرتىدىكى ھەممە ئىشلارنى قىلىشقا ئورۇنلاشتۇرۇش كېرەك دەپ قارىغان.

سىندى ئۆزى يېتەكچىلىك قىلىۋاتقان بۆلۈمنىڭ مائاشىنى ئىسراپ قىلمايۋاتقانلىقىنى ئىسپاتلاش ئۈچۈن، ئىزچىل غايەت زور بېسىمغا بەرداشلىق بەردى، ئەمما ئۇنىڭ بىزگە بولغان ئۇمىدىنىڭمۇ ئىنتايىن يۇقىرى ئىكەنلىكىنى چۈشىنىشىمىزنى ئويلاتتى. بىز ئانچە ياخشى قىلالمىغان، ئۇنىڭ كەسپىي ئۆلچىمىگە يېتەلمىگەن ۋاقتىمىزدا، ئۇ قاتتىق غەزەپلىنىپ، بىزنى «مىككى چاشقانىنىڭ قىلمىشى» (Mickey Mouse behavior) دەپ ئەيىپلەيتتى. كۈنلەرنىڭ ئۆتىشىگە ئەگىشىپ بوران-چاپقۇن كېلىش ئالدىدىكى ئالامەتلەرنى قانداق كۆزىتىشنى ئۆگەندىم.

مېنىڭ توردىكى بازارچىلىق مەسئۇلىيىتىمگە ماس كەلگەن، تورسىز مۇھىتتىكى ماركا قۇرۇلۇش ئىشلىرىغا فۇجى سالليى مەسئۇل ئىدى. ئۇ ئورۇق، ئىدىيەسى ئىلغار، زېھنى ئۇرغۇپ تۇرىدىغان، MBA ئوقۇش تارىخىغا ئىگە كەسپىي بازارچىلىق ئىختىساس ئىگىسى ئىدى. ھەر قانداق قىلمىشنىڭ تەسىر ئۇنۇمىگە نىسبەتەن، ئۇ دائىم «غايەت زور» دەپ قارايتتى. لارىرى بىلەن سېرگېي بىزنىڭ بازار بۆلۈمى ۋە بازار بۆلۈمنىڭ ئىشلىرىغا پەقەت كۆڭۈل بۆلمەيتتى، بۇ ئىش ئۇيۇن ھەممەيلەن ئۆز ئارا ئوخشاش ھېسسىياتتا ئىدۇق. مەن تاراتقۇ يۇرگۈزىدىغانلار باشقۇرىدىغان كارخانىدا ئىشلىگەنلىكىم ئۈچۈن، تەسىراتىم نىسبەتەن ياخشى ئىدى، ئەمما فۇجى سالليغا ئوخشاش ماركا قوزغاتقۇچ خاراكتېرىدىكى شىركەتتە ئىشلىگەنلەرگە نىسبەتەن، ئىلگىرىكى تەجرىبىلىرىنى يۇدۇپ جاپالىق ماسلاشماي ئامال يوق ئىدى. ئۇ ئىلگىرى ئىشلىگەن كارخانا، بازارچىلىقتا تاينىپ قۇياشنى ئويغىتىپ يېڭى بىر كۈننى باشلايتتى.

مەن بىلەن مۇناسىۋەتنى بار يەنە بىر مۇھىم شەخس — تورتۇرا باشقۇرغۇچى كارۇن ژايىت. ئۇ ئەسلىدە شىمالىي داكوتا شتاتىدىكى بىر كۆڭۈل ئېچىش مەركىزىدە قارت تارقاتقۇچى بولۇپ، ئەينى ۋاقىتتا ئۇ تور بەت ياساش تېخنىكىسىنى ئۆزلۈكىدىن ئۆگىنىشكە بەل باغلىغان. سىندى ئىلگىرى ئىشلىگەن شىركەتتە كارۇننى بايقاپ، كېيىن ئۇنى Google غا ئېلىپ كەلگەن. ئۇنىڭ نېمە ئۈچۈن بۇنداق قىلىشىنىڭ سەۋەبىنى ناھايىتى تېزلا چۈشەندىم. كارۇن تەشكىللەپ باشقۇرۇشقا ماھىر بولۇپ، ھەتتا ئامېرىكا ئاۋىياتسىيە ئالەم قاتنىشى ئىدارىسىغا بېرىپ بەلگىلىگۈچىمۇ بولالايتتى. تىرىشچان ۋە ئەستايىدىل، ئادىل ۋە خالىس، تەمكىن ۋە سالماق، بىر قانچە ۋاقىت رايونىدا ئۈچۈپ يۈرۈشكە رازى، مەن ئۇنىڭغا تاشلاپ بەرگەن يېزىق ماتېرىياللىرىنىڭ

ھەممىسىنى تىزىملىك بويىچە تاپشۇرۇۋالىدۇ ھەمدە شىركەتنىڭ تورتۇراسىدا رەتلىك ۋە چىرايلىق تىزىدۇ. Google شىركىتىنىڭ ئومۇمىي قىياپىتىدىن قارىغاندا، كارۇننىڭ تەسىرى لارى ۋە سېرگەي ئۆزلىرى ياراتقان «لايىھەلىمەسلىك» لايىھە ئىدىيەسى بويىچە ئىشلەيدىغان ھەر قانداق كىشىدىن چوڭ.

MBA ئوقۇش تارىخى بولغاندىن تاشقىرى، ئىنتېل شىركىتىدە ئىشلىگەن سۈسان ۋوجچىككىدىن باشقا، بازار بۆلۈمىدە قېيقالغانلارنىڭ ھەممىسى بازارچىلىق ساھەسىدىكى يېڭىياچىلار ئىدى. Google ستانفوردنى پۈتتۈرگەن كۆپلىگەن ئالىي مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرىنى يالىلغان بولۇپ، ئۇلارنىڭ خىزمەت ئورنىنىڭ ئورۇنلاشتۇرۇلۇشى ناھايىتى جانلىق ئىدى. ئەگەر باشقا بۆلۈملەردە خىزمەتنىڭ ھۆددىسىدىن چىقالمىسا، بازار بۆلۈمگە چۈشۈرەتتى. بۇ يەردە يوشۇرۇن بىر ئالدىنقى شەرت بارەك قىلاتتى: بازارچىلىققا ئالاھىدە ئىقتىدار كەتمەيدۇ.

سىندىنىڭ ماڭا دېيىشىچە: «كارخانا ئىگىلىك تىكلىگۈچىسىگە نىسبەتەن، بازارچىلىق بىلەن شۇغۇللىنىدىغانلاردىن بىر قانچىسى بولۇپ، توساتتىن غەلىتە خىيالارنى ئىجرا قىلىشقا تەييار تۇرسىلا بولىدىكەن. شۇنداقتىمۇ، بىر مۇئاۋىن باش يېتەكلىگۈچى يېتەكلىگەن، تەشكىلىي قۇرۇلمىسى مۇۋاپىق، مەبلەغ قوللىشى جايىدا، بازار ئىستراتېگىيەسى ئېنىق ھەقىقىي بازار بۆلۈمى ئۈلار ئالدىن ئويلىشىدىغان تاللاش ئەمەس. » نەتىجىدە، بۆلۈمىمىزنىڭ تۇرقىنىڭ تايىنى يوق، ئىچىدىكىلەرنىڭمۇ چىرايىدا دائىم قالايمىقان دېگەن خەت يېزىلغاندەك تۇراتتى.

مەن سىنىدىدىن: «ئىش قەغىزىمىزنىڭ قۇر بېشىنى كىم لايىھەلەيدۇ؟ يارەدەم بېرىش ئىلتىماسىنى بىر تەرەپ قىلىشقا كىم مەسئۇل؟ » بۇ ئىشلارنى مەن باشقۇرامدىم؟ دەپ سورايتتىم. مېنىڭ قوغلىشىدىغىنىم پەقەتلا تەشكىلىي قۇرۇلمىنىڭ ئېنىقلىقلا بولماستىن، بەلكى خىزمەتىمدە ئەمەلىي مەزمۇن بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىش، باشقىلار «سىلەر زادى نېمە ئىش قىلىدىغانلار» دەپ سورىغاندا، تەرتىپلىك، پاكىتلىق جاۋاب بېرەلىشىمگە قولاي بولۇشى ئىدى.

ئەينى ۋاقىتتا Google ئادەم كۆچى بايلىقىنىڭ باشلىقى خىسېر كايرىنسىنىڭ دەسلەپكى مەزگىلدىكى ئەھۋالنى ئەسلەپ بېرىشىچە: «قۇرۇلما يوق، ئاساس يوق، تىزگىنلەش يوق. باشلىق بولغان تەقدىردىمۇ، قىلچىمۇ تەجرىبىسى يوق، باشلىقلىق رولىنى جارى قىلدۇرالمايتتى. كىشىلەر نوپۇزغا ئادەتلەنمىگەن، نوپۇزغىمۇ بويسۇنۇشنى خالىمايدىغان ــ باشقۇرۇشتىن سۆز ئاچقىلى بولمايدىغان بىر توپ ئالمانلار ئىدى. مەن بۇلارغا نىسبەتەن تىزگىنلەش كۆچۈم بارەك قىياپەتكە كىرىۋالالمايتتىم... مەن پەقەت كەچتە ئۆيگە قايتىپ ئىچىملىك ئىچگەندە، كۆڭلۈمدە ‹بىز تېزلا ۋەيران بولىدىغان ئوخشايمىز› دەپ ئويلايتتىم. »

پاكىزلىقنى ساقلاش

«تورتۇرايمىز سەل قالايمىغان، سىلەر يېتەكچى يولدىن بىرنى تۇزۇپ، ئۇنى پاكىزلىيەلەمسىلەر؟ » مەن Google غا كەلگەن ئىككىنچى ھەپتىسى، سىندى كارۇن ۋە ماڭا شۇنداق دېگەن.

Google.com تورتۇراسىدا قانداق مەزمۇن بولۇشى كېرەك، بىزنىڭ باشقۇرۇش قائىدىمىز يوق. شىركەت قانداق پىلاننى قوزغىتىدۇ، ئادەتتە باش بەتتە ھەممىسى كۆرۈندۇ. بىز مۇكاپاتلانساقمۇ، باش بەتكە قويۇلىدۇ. تورتۇرادىكى باشقا تور بەتلەرمۇ ئوخشاشلا پىلانلانمىغان، لايىھەسىمۇ يوق. ئۇستىدە ۋەزىپە تىزىمى، يارەدەم مەزمۇنى، ئالاقە ئۇچۇرى، يەنە مەمۇرىي قوشۇننىڭ قىسقىچە تونۇشتۇرۇلۇشى بار. خۇددى Google

نىڭ باشقا ھەر قانداق ئورۇندا قوغلىشىدىغان نىشانغا ئوخشاش، تورتۇرايىمىزنىڭ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزىنىڭ لايىھەسىنىڭ ئاساسىي پىرىنسىپى، ئىشلەتكۈچى ئېھتىياجلىق مەزمۇننى تېپىشقا بولغان ۋاقىتنى قىسقارتىش.

بۇ Yahoo بىلەن ئوخشمايدۇ.

Yahoo نىڭ تورتۇراسىنىڭ باش بېتىدە تەمىنلەنگەن ئۇلانمىلاردىن كىيىم-كېچەك، كومپيۈتېر، DVD، سەيلە-سايا‌ھەت، ھاۋارايىدىن ئالدىن مەلۇمات، تېلېفون دەپتىرى، پاي چېكى كۆرسەتكۈچى ۋە چايخانا قاتارلىقلار بار. Yahoo باش بېتىنىڭ ئەڭ گەۋدىلىك ئالاھىدىلىكى ئۇلارنىڭ مەزمۇن دائىرىسى ئەدەبىيات-سەنئەتتىن ئىجتىمائىي مەدەنىيەتكىچە بولغان 14 ئاساسىي تۈرنى ئۆز ئىچىگە ئالغان، تۈرلەرنىڭ ئاستىدا «دېڭىزى ئونلۇق سىستېمىدا تۇرگە ئايرىش ئۇسۇلى» بويىچە بارلىق داڭلىق تورتۇرالارنىڭ ئۇلانمىسىنى كۆرسەتكەن. تېكىست ئۇلانمىسىنىڭ ئوتتۇرىسىدا بىر ئىزدەش قۇتىسى بولۇپ، ئۇنىڭغا ئىزدەش مۇلازىمىتى بىلەن تەمىنلەيدىغىنى دەل بىزنىڭ رىقابەتچىمىز Inktomi.

Inktomi دەسلەپتىلا بۇ ئورۇننى ئىگىلىگەن ئەمەس. 1998- يىلىدىن ئىلگىرى، Alta Vista ياخۇ ئۇچۇن ئىزچىل ئىزدەش قوللىشى بىلەن تەمىنلىگەن، ئەمما ئۇلار ئەجەللىك بىر خاتالىق ئۆتكۈزدى، يەنى ئۆزى دەرۋازا تورتۇرا قۇردى ھەمدە خېرىدارلىرىدىن ئىستېمالچىلارنى تارتىۋالدى. Inktomi «خېرىدارغا يۈزلەنگەن» ئىزدەش تورتۇراسلىق سالاھىيىتىنى ھازىرلىمىغان، شۇنىڭ ئۇچۇن ياخۇنىڭ رىقابەتچىسى ئەمەس. دەل مۇشۇ تەرىپى، Inktomi نى مىكروسوفتنىڭ MSN ۋە ئامېرىكا لىنىيەسى بىلەن ناھايىتى ياخشى ھەمكارلىشىش پۈرسىتى يارىتىپ بەرگەن. Inktomi خېرىدارنى مۇقىم تاللاپ، ئېنىق مىقدارى غايەت زور بولغان ئىنتېرنېت تورتۇرالىرىدا ئۇدا ئۇچ يىل غەلبە قىلىپ، ئىزدەش پادىشاھلىقىنىڭ تاۋارلىششىنى ئەملىگە ئاشۇرۇشقا كاپالەتلىك قىلدى. تەمىنلىگۈچى سودىگەر Inktomi بولسىلا، ئىشلەتكۈچىلەر ئۆزىگە لازىملىق ھەر قانداق ئۇسلۇبتىكى ئىزدەش مۇلازىمىتىگە ئېرىشەلەيتتى. ئىزدەش بازىرى ئۇلارنىڭ ئىدى، ئۇلار مۇلازىمەت تەمىنلەيدىغان غايەت زور خېرىدارلارغا ئوخشاش، غەمسىز ھالدا تەييارغا ھەييار بولاتتى.

باشقا دەرۋازا تورتۇرالارنىڭ ھەممىسى ياخۇنىڭ غايەت زور كەسىپلىرىنىڭ ئىچىدىن ئازراق نىسۋىگە ئېرىشىشىنى ئويلايدۇ: Excite، Lycos ۋە دىسىنىڭ Go.com. ئەمما AlltheWeb، Teoma ۋە HotBot قا ئوخشاش ئىزدەش شىركەتلىرى، Google غا ئوخشاش، تۇشمۇ-تۇشتىن Inktomi نىڭ تاماق ئۈستىلىدىن ئاشقان بولكا ئۇۋاقلىرىنى تالىشاتتى. ۋال كوچىسى دەرۋازا تورتۇرالار جېڭىگە قاتتىق دىققەت قىلىۋاتقان ۋاقىتتا، ئىزدەش ساھەسىدىكى تالىشىش جېڭى بىر قىسىم تەھلىلچىلەردىن سىرت، ئانچە كۆپ كىشىنىڭ دىققىتىنى تارتمىدى. بۇ جايدا تاپىدىغان پۇل يوق ئىدى. شۇنداق، پۇل كۆپ ئەمەس.

1998-يىلى 2-ئايدا، كالىفورنىيە پاسادىنا شەھىرىدىكى GoTo ئاتلىق كىچىك بىر شىركەت ئىزدەش دەرىجىسىنى كىم ئارتۇق قىلىپ سېتىشقا باشلىدى، ئۇلار باشقا مۇلازىمەت تەمىنلىگۈچى سودىگەرلەردىن ئىزدەش مۇلازىمىتىنى سېتىۋېلىپ، ئىزدەش نەتىجىسىدە رىقابەتلىشىپ سېتىۋالغانلارنىڭ ئۇچۇرىنى قويىاتتى. GoTo شىركىتىنىڭ ئىدىيەسى بويىچە، ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ مۇناسىۋەتچانلىقىنى ئالاھىدە ھېسابلاش ئۇسۇلى بىلەن ھۆكۈم قىلىش ھاجەتسىز بولۇپ، پەقەت ئەركىن بازار دېگەن «كۆرگىلى بولمايدىغان قول» بولسىلا بولاتتى. ھەر قانداق بىر كارخانا، پەقەت پۇل چىقىرىشنى خالىسىلا ئۆزىنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىنى ئالدىغا تىزالايتتى، شۇنداق بولغاندا ئىزدەش تۇرلىرىگە ناھايىتى ماس كېلەتتى. Google دا، بۇ خىل ئىدىيەنىڭ بىمەنە كۆلكىلىك ئىكەنلىكىنى بايقىدۇق. باھا تالاشتۇرىدىغان ئىزدەش رەت تەرتىپى ئەلۋەتتە ھېسابلاش ئۇسۇلى ئاساسىدىكى ئىزدەش نەتىجىسىگە يەتمەيتتى، سۈنئىي ھالدا باھا تالاشتۇرۇش ئانچە ئاقىلانە ئەمەس. ئەمما ھېسابلاش ئۇسۇلى ئوخشمايدۇ. بىز GoTo شىركىتىنى بىلمىز، ئەمما بىز ئۇلارنىڭ «غەيرى تېخنىكا» خاراكتېرلىق ئىزدەش ئۇسۇلىنى پەقەت كۆزگە ئىلمايمىز. ئەمەلىيەت شۇنى ئىسپاتلىدىكى، ئۇ خىل ئۇسۇل ئىنتايىن ئەخمىقانە. بىز ئۇلارنىڭ ئالدىدا، شۇنىڭدىن كېيىنكى 4 يىلدا، بىز ئۇلار بىلەن توردىكى ئېلان بازىرىدىكى ھۆكۈمرانلىق ئورنىنى تالىشىمىز.

مېنىڭ قارىشىمچە، بىر قىسىم ئىشلەتكۈچى ئارايۈزنىڭ لايىھە قائىدىسى بىكىتلىسە، يامان ئەمەس قوزغىتىش پىلانى بولاتتى. بىر ئىزدەش قۇتىسى، سەكسەن يۈز ھەرپ، ئارتۇق مەزمۇننى قەتئىي چىقىرىۋېتىش ئىرادىسى بار شىركەت باشلىقى قوشۇلۇپ، بۇنداق بەتكە نىسبەتەن لايىھە قائىدىسى بېكىتىش قانچىلىك تەس ھە؟ ئۇندىن باشقا، كارۇن بىلەن بىللە ئىشلەش، خۇددى مەكتەپتە ئوقۇۋاتقاندا مۇۋاپىق تەجرىبە شېرىكى تېپىشقا ئوخشاش. گەرچە مەن ئوقۇتقۇچى-تونۇشۇمۇ، كارۇن بىزنى مەغلۇپ قىلدۇرمايدۇ. بىر ھەپتىگە يەتمىگەن ۋاقىتتا، ئىككىمىز بىر قىسىم نەرسىلەر بىلەن ھەپىلىشىپ چىقتۇق.

Google نىڭ ئىزدەش سۇرئىتى تېز، ئېنىقلىق دەرىجىسى يۇقىرى ھەمدە ئىشلىتىش ئوڭاي — بۇلارنى ئىشلەتكۈچىلەر بىزگە دەپ بەرگەن. سېرگېي تورتۇرايىمىزنىڭ تېخنىۋ «قىزىقارلىق» بولۇشىنى ئويلايتتى. توغرا، ئوي ناھايىتى ياخشى، ئانچە-مۇنچە قىزىقارلىق نەرسىلەرنىڭ بولۇشى ياخشى ئىش، ئەمما كارۇن بىلەن ئىككىمىز بىردەك: ئاجايىپ-غارايىپ ئېلېمېنتلار ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ رەسمىي ئىش قىلىشغا دەخلى قىلىدۇ دەپ قارايتۇق. بىز بۇ ئاددىي قائىدىنى ئېنىق قىلىپ دېدۇق: «مەيلى قانداق ئەھۋالدا بولسۇن، تورتۇرانىڭ ئىنسانىي خاسلىقى ئىزدەش مەزمۇنىنىڭ يوللاش سۇرئىتى، ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ دەللىكى ۋە ئىزدەش مەشغۇلاتىنىڭ ئوڭايلىقىغا تەسىر يەتكۈزمەسلىكى كېرەك. » بىز ناھايىتى تېزلا ئۆزىمىزمۇ بىلمىگەن ھالدا، بۇ ئوينىڭ تەۋرەنمەس قائىدە ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلىدۇق.

بىز ئوتتۇرىغا قويغان باشقا تەكلىپلەر تورتۇرا قىياپىتىگە چېتىلاتتى — بار مەزمۇنلارنى تەڭشەش، ئومۇمىيۈزلۈك چوڭ كۆلەمدە ئوڭشاش ئەمەس — خۇددى كارخانىنى تونۇشتۇرۇش قىسمىغا زىننەت سۈپىتىدە رەسىم قوشۇش دېگەندەك. بۇ مەزمۇنلار قوبۇل قىلىنمىدى.

لارى بىزنى ئەسكەرتىپ مۇنداق دېدى: «ياخۇنىڭ باش بېتىدە رەسىم ئىشلەتمەيدۇ، ئەمما مىليونلىغان ئىشلەتكۈچىسى بار. ئىنتېرنېتتا رەسىم يوللاشتا ۋاقىت سەرپ بولىدۇ، سۇرئەت ئاستىلايدۇ. » بىز بىر تور بەتنى يۈكلەش ياكى ئوقۇش ۋاقتىنى 1 مىللىسېكۇنت قىسقارتقان ۋاقتىمىزدا، لارى بىلەن سېرگېي خۇشاللىقتا ئۆز ئۆزىگە سۆزلەپ، ئالدى كەينىگە مېڭىپ چۆگىلەيتتى. » مەن شىركەتنى تونۇشتۇرىدىغان قىسمىدىكى ھەممە مەزمۇنلارنى بىر بەتكە قويۇپ، دوملىما سۇرغۇچ بىلەن سۇرۇش، بىر بەت بىربەتتىن چېكىپ، ئاندىن بەتنى يۈكلەشنى ساقلىغاندىن تېز دەپ ئويلايتتىم. »

ئۇنىڭ چاقچاق قىلۇاتقان ياكى قىلمايۇاتقانلىقىنى جەزملىيەلمىدىم، ئۇ مۇنداق دېدى: «بىراق، ھېچكىم دوملىما سۇرغۇچنى سۇرۇپ نەچچە يۈز بەت مەزمۇننى كۆرمەيدۇ. » ئۇ چاقچاق قىلمىغان ئىدى، لېكىن بىز ئۇنى مۇۋەپپەقىيەتلىك قايىل قىلىپ، ئۇنىڭ بۇ قارىشىدىن ۋاز كەچتۇردۇق. «يارەدەم» ئۇلانمىسى قوشۇش، لوزۇنكا شوئار يېزىشقا ئوخشاش باشقا تەكلىپلەرنىڭ ھەممىسى يېرىم يولدا بىكار قىلىندى. سېرگېي ھەتتا ئوماقلىقىدىن كۈلكىلىك بولغان مۇنداق تەكلىپ بەردى: ھەر كۈنى باش بەتتىكى بەلگىنى ئۆزگەرتىپ، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ قىزىقىشىنى قوزغايلى. ماركا قۇرۇلۇشىدىكى كەسپىي خادىملار ئورنىغا كېلىپ بولغان بولۇپ، بىز ھەرگىز بۇ خىل كەسپىي بولمىغان ئۇسۇلنى قوبۇل قىلمايمىز. ئومۇملاشتۇرۇپ ئېيتقاندا، لارى بىلەن سېرگېي بىز ئوتتۇرىغا قويغان لايىھەگە قوشۇلدىغانلىقىنى بىلدۇرۇپ، يېتەكچى ئىدىيەمىزنىڭ «ئاقىلانە» ئىكەنلىكىنى جاكارلىدى. ئەمەلىيەتتە بۇ ئاشكارا مەدھىيە ئىدى.

مەن ئېغىر بىر نەپەس ئېلىۋالدىم. ھازىر چۈشەندىم، بۇ دەل مەن Google غا كېلىپ قىلىدىغان ئىش. ئەگەر مېنىڭ تۇنجى پىلانىم ئىشىنىڭ بېشىدىلا غەلبە قىلغانغا ھېساب بولمىسىمۇ، ھېچ بولمىغاندا باشلىنىشى ياخشى ئىدى. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئاقىلانە بولۇپ، يېڭى ئىدىيەنى قوبۇل قىلالايتتى، ئۇلارنىڭ قايتۇرما ئىنكاسىنىڭمۇ ئەھمىيىتى بار ئىدى. مەن يولدىن چىقىدىغان ھېچقانداق ئىش قىلمىدىم، شۇنداقتىمۇ ئويۇم قوبۇل قىلىندى.

«شۇنداق، ھەممە مەسلە غەلىبىلىك ھەل قىلىندۇ. » دەپ ئويلىدىم.

سانلىق مەلۇماتنى بىلگىلى بولماسلىق نەزىرىيەچىسىنىڭ دۇنياغا كېلىشى

«تۇنۇگۈن ئاخشامدىن باشلاپ، Google ئىزدەش نەتىجىسى ئىنچىكە خەت نۇسخىسىغا ئۆزگەردى. بىز بۇ خىل ئۆزگىرىشكە سىناق ئېلىپ باردۇق، لارى بىلەن مەن ۋە باشقا ئىنژېنېرلار بىرلىكتە بۇ ئىشنى خۇلاسلاپ باھالىدۇق، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ پىكرىنى بەردى. » ئىنژېنېر ماتىسسا مايېر شىركەتتىكى ھەممەيلەنگە جاكارلىدى.

مەن بىر قانچە كۈن ئىلگىرى يېڭى قۇرۇلغان بازار بۆلۈمگە سېرگېي ئۇلاپ يوللىغان بىر ئۇقتۇرۇشتا ماتىسسانىڭ ئىسمىنى كۆرگەن ئىدىم. ئەينى چاغدا ئۇ بىزگە شىركەتنىڭ «دۇنيادىكى ئەڭ ياخشى ئىزدەش موتورى، ماڭا ئىشىنىڭ» دېگەن ژاقىتلىق شوئارىنى بىكار قىلۇېتىپ، ئۇرس ئوتتۇرىغا قويغان «ئىش بېجىرەلەيدىغان كىچىك موتور» دېگەنگە يەڭگۈشلەش تەكلىپىنى بەرگەن. گەرچە ماتىسسا تەپسىلىي چۈشەندۈرۈپ، Google نى باللار كىتابلىرىدىكى «پوزىتسىيەسى قاتتىق»، «ئىش قىلىشتا كەسكىن» ھەمدە ئاخىردا «غەلىبە قىلىدىغان» كىشىلەرنىڭ ئوبرازى بىلەن باغلىغان بولسىمۇ، ئەمما مەن يۇقىرىقى ھەر ئىككى شوئارنى ئانچە ياقتۇرۇپ كەتمەيمەن. ئۇندىن باشقا ئۇنىڭ كۆرسىتىشچە، ئىزدەش شىركىتى Ask Jeeve شوئارىنىڭ شىركەتنىڭ قىممىتىنى مۆلچەرلەشكە بولغان مۇھىم ئەھمىيىتىنى كۆرۈپ بېقىش تەكلىپىنى بەردى.

فۇجى سالللى ماتىسساغا رەھمەت ئېيتتى، ھەمدە چۈشەندۈرۈپ، شىركەتنىڭ ماركا ئالاھىدىلىكىنى تۇغرا تەتقىق قىلماستىن، ئىلگىرى بىزنىڭ شوئارىمىز يوق، بار بولغانلىرى پەقەت بىر قىسىم كارتىلاردىكى ئايرىم گەپ سۆزلەر دېدى. بازار بۆلۈمنىڭ بۇ ئىشقا ئىشەنچسى بار بولدى.

ماتىسسا سۇسانغا ئوخشاش، Google نىڭ پالو ئالتودىكى ژاقىتدىلا قوشۇلغان پىشقەدەملەردىن ئىدى. ئىلگىرى ئۇ ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ ئوقۇغۇچىسى ئىدى. مەن ئاخىرى ئۇنى كۆرگەن ژاقىتمىدا، ئۇنىڭ قىزىقىش دائىرىسىنىڭ كەڭرى، دەرىجىسىنىڭ يۇقىرىلىقى، مېنى ھەيرانلىقتا قالدۇرۇپ قويىدى. ئەگەر Google شىركىتىدىكى ئۇنىڭدىن باشقا ھەر قانداق بىر خادىم 100 ژاتلىق چىراغ بولۇپ، شىركەتنىڭ بىر بۆلۈڭنى يورۇتالىسا، ئۇنداقتا ماتىسسا توختىماي چاقنايدىغان رەڭلىك پانۇس بولۇپ، رەڭگارەڭ نۇرلىرى پۈتكۈل Google بىناسىنىڭ بۆلۈك-پۈشقاقلىرىغچە تارقىلاتتى. ئەگەر ئۇنىڭ قەدىمگە يېتىششىنى ئويلىسا، چوقۇم ھارغىنلىقتىن كېسەل تېپىۋالماي مۇمكىن ئەمەس. ماتىسسانىڭ ئەڭ مۇھىم ۋەزىپىسى يۇمشاق دېتال ئىنژېنېرلىقى، ئەمما بەزىدە ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى لايىھەسىگە ژاقىتلىق مەسئۇل بولىدۇ. ئۇنىڭ ئېلىپ بارغان تەكشۈرۈش تەتقىقاتىدىن مەلۇم بولۇشچە، ئىنچىكە خەت نۇسخىسىنى تېخىمۇ ئوڭاي ئوقۇغىلى بولىدىكەن، شۇڭلاشقا ئۇ ئىنژېنېر كرائىگ سلۇېرستېين بىلەن ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ خەت نۇسخىسىنى ئىنچىكە Verdana خەت نۇسخىسىغا ئۆزگەرتىشنى قارار قىلغان. خەت نۇسخىسىنى ئۆزگەرتىش كارۇن بىلەن مېنىڭ تورتۇرا قۇرۇلۇش يېتەكچى يولىدا ئوتتۇرىغا قويغان ئىنچىكە خەت ئىشلىتىش تەكلىپى بەرگىنىمىز سەۋەبىدىن ئەمەس. ئەمەلىيەتتە، ماتىسسا بىزنىڭ تەكلىپنامىمىزنى كۆرمىگەن بولۇشى مۇمكىن.

مەن كارۇننى تۇتۇۋېلىپ ئۇنىڭغا: «قۇرۇلۇش بۆلۈمنىڭ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى ھەققىدىكى ئىشنى قىلۇاتقانلىقىنى بالدۇرراق بىلگەن بولساق ياخشى بولار ئىكەن » دېدىم. بۇنداق بولغاندا بىزنىڭ باشتا قىلغان ئىشىمىزنىڭ ئەھمىيىتىنى ئاجىزلىتىدۇ، ھەمدە مېنىڭ شىركەتنىڭ ئىچكى قىسمىدىكى ئۆزئارا پىكىر

ئالماشتۇرۇشقا گۇمانمنى قوزغايدۇ. قارىماققا، ھېچكىم بۇ ئىشقا مەندەك تەشۋىشلەنمىدى، شۇڭلاشقا مەنمۇ ئانچە ئېرەڭ قىلمىدىم، ئۇنى بازار بۆلۈمىنىڭ ئەمدىلا قۇرۇلغانلىق سەۋەبىگە دۆڭگەپ قويدۇم. ئىنژېنېرلىرىمىز ئىلگىرىلىسە، بۇنىڭ ئۆزى ئىنتايىن ياخشى ئىش. ئۇلار ياخشىلاش پىلانىنى يۈرگۈزگەندە، بىزنىڭ ھېچنىمىنى بىلمەي يۈرمەسلىكىمىزگە كاپالەتلىك قىلىشلا ئىدى.

ئىككى بۆلۈمنىڭ قول تۇتۇشۇپ مەسىلە ھەل قىلىش ئۈسۈلىغا نىسبەتەن، دەسلەپكى قەدەمدە تەھلىل قىلىپ بېقىپ، ئۇمىدۋار پوزىتسىيەدە بولدۇم. بازار بۆلۈمى دوكلات يېزىپ، تەكلىپ سۇنىدۇ، ئاندىن مۇدىرىيەتنىڭ رەسمىي تەستىقلىشىنى كۈتىدۇ. ئۇنىڭدىن ئىلگىرى، بىر قەدەمۇ باسقىلى بولمايدۇ. لېكىن ئىنژېنېرلار تېزلىكتە سانلىق مەلۇمات ئاساسىدىكى قارارنى چىقىرىپ، دەرھال شەكلىنى ئۆزگەرتىشنى ئىشقا ئاشۇرىدۇ. ئەگەر سانلىق مەلۇمات مەلۇم بىر ئالاھىدە تاللانمىنى قوللىسا، ئۇلار بۇنداق قىلىشنىڭ نېمە ئۈچۈن توغرىلىقىنىڭ سەۋەبىنى چۈشەندۈرىدۇ. سانلىق مەلۇمات يالغان گەپ قىلمايدۇ. ناۋادا سانلىق مەلۇمات A نى B غا ئۆزگەرتكەندە ھاسىلات X نى ئۆستۈرگىلى بولسا، نېمە ئۈچۈن ھازىرلا قىلمايمىز؟ Google دا، نۇرغۇن جىددىي ئىشلار بۇ خىل ئىدىيەنىڭ تۈرتكىسىدە سىلجيىدۇ. ئىنژېنېرلار ئىشنى قانداق قىلغاندا تېخىمۇ ياخشى قىلغىلى بولىدىغانلىقىنى چۈشىنىدۇ، بۇنداق ئۆزگىرىش بىر سائەت، بىر مىنۇت، بىر سېكۇنت كېچىكتۈرۈلگەن تەقدىردىمۇ، تورتۇرانىڭ ئىشلەتكۈچىلىرى ئەڭ ياخشى تەسىرلىشىشچان ئۇنۇمىگە ئېرىشەلمەسلىك دەردىگە چىداشقا مەجبۇر بولىدۇ، بۇنى قوبۇل قىلغىلى بولمايدۇ.

شۇنداقتىمۇ، كېيىنكى كۈنلەردە سانلىق مەلۇماتنىڭمۇ ھەقىقەتەن يالغان سۆزلەيدىغانلىقىنى بايقىدىم. بەزىدە سانلىق مەلۇماتتىن ئۈلگە ئېلىش ئۈسۈلىدا نۇقسان بولىدۇ؛ بەزىدە سانلىق مەلۇماتنى چۈشەندۈرۈش ئۈسۈلىدا مەسىلە بولىدۇ؛ بەزىدە سانلىق مەلۇماتنىڭ تەمىنلىگىنى پەقەتلا بىر قىسىم جاۋاب بولىدۇ. خەت نۇسخىسىنى ئۆزگەرتىشنى مىسال ئالساق، گەرچە يېڭى خەت نۇسخىسى بەزى كومپيۇتېر ۋە تورکۆرگۈدە تېخىمۇ چىرايلىق كۆرۈنسىمۇ، ئەمما بەزى جايلاردا ئۇنۇمى بەك ناچار ئىكەن، بولۇپمۇ ئامېرىكا لىنىيەسى ئىشلەتكۈچىلىرىنىڭ ئەھۋالى ئەڭ گەۋدىلىك — بۇنداق بولغاندا مىليونلىغان ئىشلەتكۈچىلەر Google مۇلازىمىتىنى ئىشلىتەلمەيدۇ. ماربىسا بىلەن ئۇ ئىنژېنېر شۇ سۈپىدا يېڭى خەت نۇسخىسىنى تەكشۈرمىگەن. بۇ مەسىلە ناھايىتى تېزلا تۈزىتىلدى، لېكىن مەن يەنىلا خەت نۇسخىسىنى ئۆزگەرتىش تەكلىپىنى قوللايمەن، چۈنكى بۇ ماڭا بىر خىل گۇمانلىنىش پوزىتسىيەسىنى قالدۇرۇپ، سانلىق مەلۇماتنىڭ ھەممە مەسىلىلەرنى چۈشەندۈرەلەيدىغانلىقىدىن شۈبھىلىنىدىغان بولدۇم، Google نىڭ سانلىق مەلۇماتقا چوقۇنىدىغان بۇتخانىسىدا ئىتتىقادىدىن مەھرۇم بولۇش جەريانىنى يالغۇر باشتىن كەچۈردۇم.

«سىزنى قوبۇل قىلىمىز»

ھەپتە ئاخىرىدىكى قەرەلىك يىغىن جۈمە كۈنى چۈشتىن كېيىن 4:30 دە ئېچىلىدۇ دەپ بېكىتىلدى، يېڭى خىزمەتچىلەر يىغىندا ئۆزىنى تونۇشتۇرىدۇ، شىركەت قۇرغۇچىسى بۇ ھەپتىدىكى مۇھىم ئۇچۇرلاردىن خەۋەردار قىلىدۇ. مەن تۇنجى قېتىم بۇ خىل قەرەللىك يىغىنغا قاتناشقاندا، پۈتكۈل شىركەتتىكى ھەممەيلەن لارىرى بىلەن سېرگېيېنىڭ ئىشخانىسىنىڭ سىرتىدىكى كارىدورغا يىغىلىپ، بەزىلەر تامغا يانتۇ يۆلەنسە، بەزىلەر توپنىڭ ئۈستىدە ئولتۇرسا، بەزىلەر يەردىلا ئولتۇراتتى. سۈسانىنىڭ تۇغۇلغىنىغا ئانچە ئۇزۇن بولمىغان ئوغلى ماشىنا ئورۇندۇقىدا ئۇخلاۋاتاتتى، ئارقا تەرەپتە تېخى يېشكىنى ئاچمىغان سونى ماركىلىق ئېكرانلاردىن قوپۇرۇلغان بىر تام بار ئىدى، ئۇرس ھېلىقى Yoshka دېگەن ئىتنى سۈسانىنىڭ ئوغلىنى پۇراۋاتاتتى.

لارىرى ئازادە قارا رەڭلىك شىم، توق كۆك رەڭلىك مايكا كەيگەن بولۇپ، تۈگمىسىنى ياقىسىغچە ئەتكەن ئىدى. ئۇ كىشىلەر توپىنىڭ ئالدىغا كەلدى، تۇرقىدىن مەركىزى بىر تەرەپ قىلغۇچىنىڭ ھەربىكەتلەندۈرگۈچ

كۆچى يېتىشمىگەندەك قىلاتتى. ئۇنىڭ چىراي ئىپادىسى قاتمال، ھەركىتى جانسىز، زورلاپ كۈلۈمسىرەپ، خۇددى ئۆزىگە ئالدى بىلەن كۈلۈمسىرەيمەن دەۋاتقاندەك قىلاتتى، ئاندىن سۈنئىي ئىجرا قىلىش بۈيرۇقى بېرىپ، ئاخىرىدا كۈلۈمسىرەش مەشغۇلاتى يۈز بەرگەنگە ئوخشايتتى. ئۇ ئاغزىنى ئۆمچەيتىپ، لەۋلىرىنى سوزۇپ، قوشۇمسىنى تۇرەتتى. بۇ خىل ئازاپلىق چىراي ئىپادىسى ئۇنى قارىماققا ئىنتايىن ئەستايىدىل، سەممىي كۆرسىتەتتى. گەرچە بەزىدە گەپنىڭ يېرىمىنى دەپ توختاپ قالسىمۇ، يا كۈلگەننى يا كۈلمىگەننى بىلگىلى بولمايدىغان ھالەتتە تۇرۇپ قالاتتى، ئەمما ئۆزى گېپىنىڭ ئەسلى مەنىسىنى سۆزلەپ تاماملاشنى خالايدىغانلىقىنى بايقىدىم. سېرگېينىڭ سۆزلىرى راۋان، تەسىرلەندۈرۈش كۈچى تولۇق، ئىنتايىن ئەپچىل بولۇپ، ھەتتا ئۆزىگە تولۇق ئىشىنىدىغانلىقى چىقىپ تۇراتتى. ئۇ كۈلۈپلا تۇراتتى، خۇددى بېشىنىڭ ئۈستىدىن خادىن بىرنى تېپىپ ئۆزىنى ئېسىپ قويىدىغاندەكلا تۇراتتى.

نۆۋەت ماڭا كەلگەندە قانداق بولۇپ بۇ جايدا ئىشلەشكە قىزىقىپ قالغانلىقىمنى سورىغاندا، سەل ئىككىلىنىپ قالدىم.

«ھە... مەن سىبىرىيەدە يېرىم يىل تۇرغان، ھە ھە، مەن يىغىندا پەرۋاسىزلىق بىلەن تاغدىن-باغدىن سۆزلەشكە ئامراق. »

كۆپچىلىك ئەدەپ يۈزىسىدىن چاۋاك چېلىپ قويدى، ئەمما مەن زادى نېمە ئۈچۈن Google غا كەلگەن بولغىيتىم؟ دەپ شۇبھىلىنىپ قالدىم. كەلگۈسۈم خېلى چوڭ جەھەتتىن مۇشۇنداق خۇشال، ئوچۇق چىرايلارنىڭ ئارقىسىغا يوشۇرۇنغان مۇڭلىرىگە باغلىق دەپ، ئۆزەمنىڭ كەسپىي ۋەدەمنى بەردىم. ئۇلارنىڭ قىلىۋاتقان ئىشىغا نىسبەتەن، ئۇلارنىڭ مەندىنمۇ داڭلىق بولۇشىغا دۇئا قىلدىم.

لارى سېرگېي بىلەن مۇدىرىيەتكە تاپشۇرغان كۆرسەتمە مەزمۇنىنى مۇنداقلا سۆزلەپ، بىر قىسىم ئىشلارنى ئالدىراشلا جاكارلىدى. ئۇنىڭدىن كېيىن بىز ئىچىملىك ئىچىپ، تورت يەپ، بۇ ھەپتە تۇغۇلغان كۈننى ئۆتكۈزىدىغان ئىشداشلىرىمىزنى تەبرىكلىدۇق. مەيلى ياخشى ياكى يامان بولسۇن، بىز بەربىر Google نىڭ بىر ئادىمى بولۇۋاتاتتۇق.

Google نىڭ ھەپتە ئاخىرىدىكى قەرەلىك يىغىنىنىڭ رەسمىيلىك دەرىجىسى مەن ئىلگىرى ئىشلىگەن ئورۇنىدىكى يىغىندىن بەك يىراقتا ئىدى، ئۇلار يىغىنلىرىدا، مۇھىم نۇقتىنى ھالقىلىق مالىيە ئۇچۇرلىرىنىڭ مەخپىيەتلىكىنى ساقلاش، كېيىنكى كۈنلەردە توختام كېلىشىم تۈزۈش جەريانىدا مەخپىيەتلىكىنى ئاشكارىلاپ قويىدىغان خىزمەتچىلەرنىڭ بۇ ئۇچۇرلارنى ئىگىلىمەسلىكىگە كاپالەتلىك قىلىشقا قارىتاتتى. لېكىن Google دا، بىز كۆرگەن تام تەسۋىر مۇدىرىيەت كۆرگەن بىلەن ئويمۇ-ئوخشاش ئىدى. شىركەتنىڭ ھەممە ئۇچۇرلىرىنى مانا مۇشۇنداق ھەممە خىزمەتچىلەرنىڭ ئالدىغا تاشلىغىنىغا ئىشەنمەيۋاتاتتىم، خۇددى بىز كوللىكتىپ كوپىراتىپقا ئوخشاش مال-مۈلۈكتىن ھەممىزنىڭ ھەسسىسى بارەدەك. گەرچە شىركەتنىڭ مالىيە ئۇچۇرلىرى ئوچۇق-ئاشكارا بولسىمۇ، ئەمما بىزنىڭ سودا ئەندىزىمىز ۋە رىقابەت مۇھىتىمىزغا نىسبەتەن نىشاننىڭ قەيەردە ئىكەنلىكىنى بىلمەسلىكنىڭ يۈرگۈزۈشكە تەسىر كۆرسىتىشىدىن بەك ئەنسىرەيتتىم. شىركەتنىڭ مەبلەغ قوللىشىنىڭ قانداق كەلگەنلىكىنى ئېنىق بىلسەممۇ، ئەمما كېيىن قانداق قىلىش توغرىسىدىكى ئىشلاردىن پۈتۈنلەي خەۋەرسىز ئىدىم.

ئۇچىنچى باب
قائىدىسى يوق دۇنيا

ئىزدەش تېخنىكىسىنىڭ ئاساسىي بىلىملىرىنى ئومۇميۈزلۈك ئىگىلەشتىن ئىلگىرى، مەن ئىزچىل بۇ يېپيېڭى دۇنيانى ھەقىقىي چۈشەنمەپتىكەنمەن. كرائىگ سىلۋېرستېين چۈشلۈك تاماق ۋاقتىدىكى پاراڭ ئارىلىقىدا، ئۆزلۈكىدىن مەن ۋە تېخنىكىنى ئانچە چۈشەنمەيدىغان خىزمەتچىلەرگە «سىنېپ ئېچىپ دەرس ئۆتىۋاتىمەن» پارىڭى سالدى، ئۇلار بۇ خىل سۆھبەتنى «Google7A ــ غەيرى كەسىپىي خادىملارغا يۆزلەنگەن ئىزدەش» دەپ ئاتايدۇ. كرائىگ ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنى پۈتتۈرگەن بولۇپ، چىرايىدا باللارچە كۈلكە جىلۋىلىنىپ، ئىنتايىن يۇمۇرلۇق تۇيۇلىدۇ. ئۇ ئۆزىنى Google نىڭ 1.5-خىزمەتچىسى دېيىشىنى ياقتۇرىدۇ، چۈنكى شىركەت رەسمىي قۇرۇلغاندا، ئۇنىڭ ئىسمىنىڭ ئىسىملىكتىكى ئورنى لارى بىلەن سېرگېيىنىڭ ئارىسىدا ئىكەن. كرائىگ ئادەتتە بىزگە ئايرىم تاماق ئېتىپ بېرىدۇ، ۋاقتى مۇقىم بولمىغان بىر چۈشتىن كېيىن، ئۇ كۈلۈمسىرەپ تۇرۇپ، كارىدوردا ئاۋازىنى سوزۇپ مۇنداق سورايدۇ: «ئايرىم تاماق يەمسىلەر؟ » بۇ چاغدا، بىزدەكلەر ئۆزلىرىنىڭ توسانجا ئورنىدىن چىقىپ، ئۇ بايىلا Google نىڭ بولكا ماشىنىسىدىن چىقارغان ئوزۇقلۇقى يوق شەكىلسىز بولكىنى يەيمىز.

بىز تىك-تاك توپخانىغا يىغىلىپ دەرس ئاڭلايمىز، ئىچىدە ئىلگىرى سۇسانىنىڭ ماشىنخانىسىدىكى تۇق يېشىل رەڭلىك تىك-تاك توپ شىرەسى قويۇلغان. ئۇستەلدىكى توپ سېتكىسى ياتقۇزۇلغان بولۇپ، بەلكىم ئالدىنقى كۇنى مۇدىرىيەت يىغىنى ئاچقانىدا، قايسى بىر خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلەغ سالغۇچى يان كومپيۇتېرنى قويىدىغان جاي تېپىش ئۈچۈن ئۇنى ياتقۇزۇپ قويغان بولۇشى مۇمكىن. كرائىگ دەرس ئۆتۈشكە باشلىغاندا، بىز بىر نەرسە يەۋاتاتتۇق.

ئۇ «بىر ئىزدەش موتورى 3 بۆلەكتىن تەركىپ تاپىدۇ. » دەپ گەپ باشلىدى. ئاق دوسكىدىكى ماۋزۇ «بىر سۇرۇشتۇرۇشنىڭ باش ئاخىرى»، ئۇ ماۋزۇنىڭ ئاستىغا سۆزلىمەكچى بولغان مەزمۇننى توختىماي يازاتتى.

«ئالدى بىلەن، بىز توردىكى بەتلەرنىڭ ئۈچۈرلىرىنى توپلايمىز، ‹ئېرىشىش› دەيدىغان جەريان ئارقىلىق ئىشقا ئاشۇرىمىز. بىزنىڭ ئۆمۈچۈك پىروگراممىمىز Googlebot دەپ ئاتىلىدۇ، ئۇ بىر ئۇلانمىدىن يەنە بىر ئۇلانمىغا ئاتلاپ، ھەر بىر تور ئادرېسى ۋە ئۇنىڭ مەزمۇن سانلىق مەلۇماتىنى توپلايدۇ. يامىشىش جەريانىغا ئادەتتە بىر ئاي ئەتراپىدا ۋاقىت كېتىدۇ، تاماملانغان ھامان، غايەت زور سانلىق مەلۇماتنى بىرلەشتۇرۇپ ئىشلىتىدىغان تىزىمغا ساقلىشىمىز لازىم. بۇ جەريان ئىندېكس قۇرۇش دەپ ئاتىلىدۇ. »

يان كومپيۇتېرىمغا «يامىشىش» ۋە «ئىندېكس قۇرۇش» دەپ ئىككى سۆزنى خاتىرىلەپ، ئايرىم-ئايرىم دائىرىگە ئېلىپ قويىدۇم، ئاندىن سىزىق بىلەن ئىككى دائىرىنى بىرلەشتۇرسەم، كۆزئەينەكنىڭ شەكلىگە ئۆزگەردى، ئۇستىدىن بىر ئۆمۈچۈك ساڭگىلاپ چۈشسە، ئۇ جاي دەل بۇرنى بولىدۇ.

كرائىگ سۆزىنى داۋاملاشتۇرۇپ: «بىز ئىندېكسقا ئېرىشىسەكلا، بىزنىڭ PageRank ھېسابلاش ئۇسۇلىمىزدىن پايدىلىنىپ، ھەر بىر بەتنىڭ مۇھىملىقى بويىچە، بەت تەرتىپى تەقسىملەيمىز. PageRank ھېسابلاش ئۇسۇلى Google مەخپىي تېتىتقۇسى. »

«مەخپي تېتىتقۇ؟» بىز باشقا بارلىق ئىزدەش موتورلىرىدىن ياخشى قىلالايمىز، قارىغاندا شىركەتنىڭ قۇرغۇچىسى تېزلا ئۆزىنىڭ ھەقىقي ئەھۋالىنى ئاشكارىلايدىكەن، بىز بەدىنىمىزنى ئالدىغا ئازراق قىيسايتىپ، ياخشى ئۆگىنىشكە تەييارلاندۇق.

«PageRank تورىدىكى ھەممە تور بەتلەرنى كۆرۈپ، ھەر بىر بەتكە قارىتىلغان باشقا ئۇلانمىلارغا ئاساسەن شۇ بەتنىڭ قىممىتىنى ئۆلچەيدۇ. ئىشەنچلىك تورتۇرالاردىن كەلگەن ئۇلانما قانچە كۆپ بولسا، بۇ بەتنىڭ PageRank قىممىتى شۇنچە چوڭ بولىدۇ. بۇ مەخپىيەتلىكنىڭ ئالدىنقى يېرىمى. »

مەن «كۆزئەينەك» نىڭ ئاستىغا «PageRank» نى يېزىپ، ئۇنىڭ ئەتراپىغا ئىللىپسىتىن بىرنى سىزدىم، قارىماققا كۈلكىلىك ئېغىزغا ئوخشىغاندەك قىلاتتى، شۇنىڭ بىلەن ئۇستىگە ئادەم بېشىدىن بىرنى سىزىپ، يېنىغا ئازراق چاچ قوشۇپ قويدۇم.

«كېيىنكى يېرىمى قايسى نەتىجىلەرنىڭ بىز تاپشۇرۇۋالغان مۇئەييەن سۇرۇشتۇرۇش بىلەن بولغان مۇناسىۋەت دەرىجىسىنىڭ ئەڭ يۇقىرى ئىكەنلىگىگە ھۆكۈم قىلىشتۇر. بىزنىڭ زور كۆپچىلىك رىقابەتچىلىرىمىزنىڭ قارايدىغىنىنىڭ ھەممىسى ئاساسىي ئۇچۇرلار، مەسىلەن: مەلۇم بىر سۆز بىر بەتتە قانچە قېتىم پەيدا بولدى. بىزنىڭ قارايدىغىنىمىز سۇرۇشتۇرگەن تۇر بەتتە قانداق ئىشلىتىلگەن. ئۇلاپلا بۇ سۆز قانداق سۆز بولۇپ كۆرۈنگەن؟ ئىشلەتكىنى قارا خەت نۇسخىسىمۇ ياكى باشقا ئوخشىمايدىغان خەت نۇسخىسىمۇ؟ ئۇ بەتلەرگە قارىتىلغان ئۇلانمىلاردا، بۇ سۆز قانداق كۆرۈنگەن؟ بۇ خىل ئۇلانما تەھلىلى ئىنتايىن مۇھىم. بىر بەتكە قارىتىلغان ئۇلانمىدا كۆرۈنگەن سۆز ئۇلانما لەڭگەر تېكىستى دەپ ئاتىلىدۇ. »

يان كومپيۇتېردا، بايىقى كۈلكىلىك ئېغىزدىن ئۇزۇن ئۇلانمىدىن بىرسى ئۆسۈپ، تاكى بەت ئاستىغىچە يېتىپ، ئاستىدا توساتتىن بىر لەڭگەر پەيدا بولدى، ئەتراپى چىشلىرىنى ھېڭگايتقان بېلىقلار سەييياھ بىلىقلار تۇراتتى.

كىرائىگ سۆزىنى داۋاملاشتۇرۇپ: «سۇرۇشتۇرۇشكە ماس كېلىشىنىڭ ياخشى يامانلىقى ئىزدەش سۈپىتىمىزگە تەسىر كۆرسىتىدۇ، باھالاپ سۇرۇشتۇرۇش ياخشى ماسلاشتىمۇ يوق ئاز-تولا بولسىمۇ سوبيېكتىپ، شۇڭلاشقا بۇ ھەقىقي بىر پەن-تېخنىكا مەسلىسى ئەمەس. ئەگەر سىزنىڭ ئىزدەش ئۇچۇن كىرگۈزگىنىڭىز ‹jaguar› (ئامېرىكا قاپلىنى) بولسا، سىزنىڭ كۆرسەتكىنىڭىز ماشىنا، قاپلان ۋە ياكى پۇتبول كوماندىسى؟ مۇشۇنىڭغا ئوخشاش سۇرۇشتۇرۇشكە نسبەتەن، بەزىدە كۆپ مەنىسىنى يوقاتماق بەك قېيىن. »

مەن «كۆپ مەنىسىنى يوقاتماق» دېگەن سۆزنى يېزىپ، ئىچىمدە ئۇچ قېتىم ئوقۇپ، ئۇنى ئۆزەمنىڭ سۆزلۈكى قىلىپ ئۆزگەرتىشنى قولايلاشتۇردۇم. ئاندىن ئانچە مۇنچە داغلىرى بار تۈلكىگە ئوخشايدىغان نەرسىدىن بىرنى سىزدىم، ئۇ تۆمۈر لەڭگەرنىڭ ئەتراپىدىكى بېلىقلارنى قوغلاۋاتاتتى. ئەتراپ سۇ بولغانلىقى ئۈچۈن، مەن بىر قانچە سۇ كۆپۈكچىلىرىنى قوشۇپ قويدۇم.

«كېرەكلىك تور بەتنىڭ كۆرسىتىش تەرتىپى مۇقىملاشسىلا، ئىزدەش نەتىجىسىنى سۇرۇشتۇرگەن ئىشلەتكۈچىگە ئىنكاس قىلىدۇ. بۇنى دەل ‹gwiss› قىلىدىغان ئىش. » كىرائىگ سۆزلەپ «gwiss» قا كەلگەندە، ئاق دوسكىغا «GWS»نى يېزىپ، ئاستىغا Google تور مۇلازىمېتىرى (Google Web Sever) دەپ ئەسكەرتىپ قويدى.

«GWS ــ بىر يۈمشاق دېتال سىستېمىسى بولۇپ، ئىشلەتكۈچى سۇرۇشتۇرۇشنى تاپشۇرغان ھەمدە ئىزدەش نەتىجىسىنى ئىنكاس قىلىپ قايتۇرغان ۋاقىتتا، ئەمەلىيەتتە ئۇ ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن ئۆزئارا تەسىرلىشىدۇ. بىز Google نىڭ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزىنى يېڭىلىماقچى بولساق، يېڭىدىن بىر GWS سىستېمىسىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىپ ئۆزگىرىشنى ئىشقا ئاشۇرىمىز. »

مەن GWS نىڭ قانداق ئىكەنلىكىنى تەسەۋۋۇر قىلالمىدىم، شۇڭلاشقا بايىقى ئادەم بېشىنىڭ ئارقىسىغا شۇڭبىتسارىيە پىشلاقلىرىنى سىزىپ قويدۇم. كىرائىگ سۆزلەپ بولغاندا، مەن Google نىڭ ئىشلەش ئۇسۇلىغا نىسبەتەن چوڭقۇر چۈشەنچىگە ئىگە بولدۇم، ئۇنىدىن باشقا يىغقۇچۇمدا غەلىتە سىزما ئەسەردىن بىر پارچە قوشۇلدى، بۇ يېڭى ئىشداشلىرىم بىلەن ھەمبەھىرلىنىدىغان نەرسە ئەمەستە.

كېيىن، ئۇرس ماڭا لارى بىلەن سېرگېي 1998-يىلى ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدىن ئايرىلىشتىن ئىلگىرىلا، Google ئىزدەش سۇپىتى تەرەپتە غەلىبە قازىنىشىنىڭ ئاساسىغا ئېرىشكەنلىكتىن، ئۇلانما تەھلىلى ئىنتېرنېتتىكى كۆيدۈرسىلا ئالتۇنغا ئايلىنىدىغان تاش ئىدى. Google ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ يۇقىرى باغلىنىشچانلىقى دەسلەپكى ئىشلەتكۈچى ۋە ئاخبارات تاراتقۇلارغا غايەت زور تارتىش كۈچىنى شەكىللەندۈردى، ئەمما ئارقىسىدا يىمىرىلىش گىردابىغا بېرىپ قالغان ئاجىز ئاساس يوشۇرۇنغان ئىدى. ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «بىزنىڭ رەتكە تىزىش ئۇسۇلىمىز Alta Vista دىن خېلىلا ئىلغار، ئەمما سۈرئىتى ناھايىتى ئاستا، ئۇنىڭ ئۇستىگە مۇقىم ئىشەنچلىك ئىندېكس قۇرغىلى بولمايدۇ. »

Google قانداق قىلىپ يامىشىش، ئىندېكسلاش ۋە مۇلازىمەت جەھەتتە ئۆزئارا تەسىرلىشىش ئۇنۇمىنى ياخشىلايدۇ؟ دەل مۇشۇ رىقابەت ئۇرسىنى Google غا كىرگۈزگەن. ئۇنىڭ مۆلچەرىچە ياخشىلاش پىلانىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۈچۈن بىر يىل ئەتراپىدا ۋاقىت كېتىدۇ، ئاندىن ئۇ ياۋروپاغا كېتىدۇ. ئۇرس «پۈتكۈل ئىشلار سىستېما خاراكتېرلىق مەسىلە بولۇپ، مېنىڭ بۇنىڭغا مۆلچەرىم يېتەرلىك ئەمەس» دەپ ئېتىراپ قىلدى، «بىزنىڭ ئىلگىرى ئىشلەتكىنىمىز ئالىي مەكتەپتىكى سىستېما بولۇپ، ھازىر ئاساسىي جەھەتتىن قايتا يېزىش كېرەك. » گەرچە Google ئۆزى ئىگىلىگەن سانلىق مەلۇماتلارغا نىسبەتەن ياخشى قىلالىغان بولسىمۇ، ئەمما ئۇ توپلىغان ئۇچۇرلار تېخى يېتەرلىك ئەمەس، ئۇنىڭ ئۇستىگە سانلىق مەلۇمات ئىزدەش سۈرئىتىمۇ ئانچە تېز ئەمەس.

سۈرئەت بىلەن كۆلەمدىن بىرنىلا تاللاش كېرەك. بىزنىڭ ياماشقان تور بەتلىرىمىز قانچە كۆپەيگەنسېرى، ئىندېكس شۇنچە چوڭىيىدۇ، PageRank ھېسابلاش ئۇسۇلى پايدىلىنىدىغان سانلىق مەلۇماتلار تېخىمۇ كۆپىيىدۇ، مۇشۇنداق بولغاندىلا ئاندىن بىز مۇناسىۋەتنى تېخىمۇ ياخشى نەتىجىگە ئېرىشەلەيمىز. بۇ نۇقتا تېخىمۇ كۆپ ئىشلەتكۈچى ۋە تەتقىقاتچىلارنى جەلپ قىلدى، شۇڭلاشقا بىزنىڭ ئەگەشكۈچىلەر قوشۇنىمىز ئۆزلۈكسىز زورىيىۋاتىدۇ. شۇنداقتىمۇ، تېخىمۇ كۆپ ئىندېكسكە تېخىمۇ كۆپ كومپيۇتېر تېخىمۇ كۆپ بىر تەرەپ قىلىش جەريانىنى ئىجرا قىلىشى زۆرۈر، تېخىمۇ كۆپ بىر تەرەپ قىلىش جەريانى تېخىمۇ كۆپ ۋاقىت سەرپ قىلىشى زۆرۈر. تورغا چىققانلارنىڭ ھەممىسى بىلىدۇ، ئىشلەتكۈچىلەر ئاۋۇسا تورغا تېخىمۇ كۆپ تەلەپلەرنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ، شۇنىڭ بىلەن سۈرئەت ئاستىلايدۇ.

Google نىڭ كەلگۈسى ئىستىقبالىغا نىسبەتەن، بىر ئاخىرقى پونكىت بولامدۇ ياكى باشقا تورتۇرالارنىڭ مۇلازىمەت تەمىنلىگۈچىسىمۇ، لارى بىلەن سېرگېي بۇ تاللاشقا ئامالسىز يۈزلەنگەنده، ئۇلار ھەر ئىككىسىنى قىلىدىغانلىقىغا قارارلاشقان. ئومۇمىيۈزلۈك كېڭىيىشنى تاللىغان تەقدىردىمۇ، Google نىڭ ئىزدەش سۈرئىتىنى يەنىمۇ تېزلىتىش كېرەك. ئۇلار تەبىئەت قانۇنىيىتىگە نىسبەتەن ئۇلارغا تاڭغان چەكلىمىگە قاراشقا چولىسى يوق، شۇڭلاشقا ئۇلار ئوخشاش يولدىكى كىشىلەرنى ئىزدەشكە باشلىدى.

سەۋەبنى تېپىپ، قايىسسىنى تاللايدۇ؟

«ئۇ چاغدا، ئاساسلىقى ئۇرس نىشان بېكىتەتتى، چۈنكى لارى بىلەن سېرگېي سودا ساھەسىدە بىر تەرەپ

قىلىدىغان مەسىلىلەر تېخىمۇ كۆپ ئىدى، ئۇلار سودىلىشىش تۈرىدىكى ئىشلارنى كۆپرەك قىلاتتى. » دەسلەپكى مەزگىلدە Google غا كىرگەن ئىنژېنېر جىق دېئان ماڭا دەپ بەرگەن. لارى بىلەن سېرگېي ھەر ئىككىسى پروگرامما يازالايدۇ، ئەمما بۇ ئۇلارنىڭ ئۇستا ئىشلىرى ئەمەس.

«مەن لارى بىلەن سېرگېي تۈزىگەن پروگراممىغا ئىشىنەلمەيمەن، ئۇلار ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدا ئوقۇۋاتقاندا قالدۇرغان قالايمىغان پروگرامما كودلىرىنى بىر تەرەپ قىلمايلا ئامالسىز يوق، ئىچىدە مەسىلىلەر ئىنتايىن كۆپ. ئۇلار تەتقىقاتچى تېپىدىكى پروگراممىر بولۇپ ئىشتىياقى بولسا ئىجرا قىلغىلى بولىدىغان پروگرامما يازالايدۇ، ئەمما ئاسراشقا قولاي پروگرامما ئەمەس. » دېدى كرائىگ سلۇېرستېين ئۇدۇللا. جىق دېئاننىڭ دېيىشىچە، ستانفورد نەشرىدىكى Google سىستېمىسىدا، غەلىتە بىر خىل ئەھۋال بولۇپ: ھەر قېتىم پروگراممىدا بىنورمالىلىك كۆرۈلسە، ھېچقانداق چۈشەندۈرۈشى يوق خاتالىق ئۇچۇرىدىن بىرى قوشۇلغان ئىكەن. خاتالىق ئەسكەرتىشىنىڭ مەزمۇنى ئىنتايىن ئاددىي بولۇپ: «ئات، توختاپ قالدى!»

خۇددى كرائىگنىڭ ئەسلىگىنىگە ئوخشاش، «ئۇرس ئۆزىنىڭ كىينىشى ۋە ئىتى بىلەن ناھايىتى جەلپكار ئىدى»، خۇددى «سېھىرگەر ئۇزۇك» دېگەن كىنودىكى بۇلۇت تۇمانلار يۇقىرى كۆتۈرۈلگەن سېھىرلەنگەن ئورماندىن ئاق يېپىنچىلىق گەندەك چىققانغا ئوخشايتتى، ئۇ Google دا ھەممە ئىنژېنېرلارنى باشقۇرۇش رولىنى ئۈستىگە ئالغان ئىدى. ئۇرس قارىماققا سېھىرگەرگە ئوخشاش ھەممىنى بىلىدىغان قابىلىيىتى بارەدەك كۆرۈنەتتى، ئۇ Google نىڭ ئىنژېنېرلىرىغا ۋەزىپە بېكىتىپ، ئۇلارنى ئىنتېرنېتنىڭ قاراڭغۇ بۇلۇڭلىرىدىن سانلىق مەلۇمات توپلاتقۇزۇپ، ئاندىن بۇ سانلىق مەلۇماتلارنى ئۇلارنىڭ مۇلازىمېتىر قوشۇنىغا يوللاپ بېرەتتى. بەلكىم ئۇرس ھەر كۈنى كىيىۋالىدىغان قىزىل پايپاقتىن ئېرىشكەن سېھرىي كۈچ بولسا كېرەك.

ئۇرس شۇڭېتسارىيە باسېل شەھەر ئەتراپىدىكى 10 ئىنگلىز ملى كېلىدىغان جايدا چوڭ بولغان بولۇپ، ئەسلىدە خىمىيەگە ئائىت ئىش قىلىشنى ئويلىغان، ئەمما كېيىن پروگرامما تۈزۈش ئۈنى تېخىمۇ قەتئىي ئىرادىگە ئەكىلەلەيدىغانلىقىنى بايقىغان. ئۇ چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى: «بۇنىڭدا ئۆزىنىڭ نەرسىسىنى ياسىغىلى بولىدۇ، ئەگەر مەسىلىنى ھەل قىلغىلى بولمىسا، ئىزچىل ھالدا كەلتۈرۈپ چىقارغىلى بولىدۇ. بۇنىڭدا خىيالىغا كەلگەننى قىلغىلى بولمايدۇ. «بىر ئىش يا تۇغرا يا خاتا، ئەگەر خاتا بولسا، ئۇنىڭ سەۋەبى بار، شۇڭلاشقا ئۇنىڭغا ئامال قىلىپ، توغرا نەتىجىسىنى تاپقۇچە ھەل قىلسىز. ئىنژېنېرلار ئىككىلىك سىستېمىدىكى دۇنيادا ياشايدۇ، مەن بەزىدە ئۇلارنىڭ ئېنىق ۋە چۈشىنىشلىك تۈرمۇشىغا ھەۋەس قىلىمەن.

سىيۇرىختا ئالىي مەكتەپتە ئوقۇۋاتقان چاغدا، ئۇرسنىڭ دىققەت نۇقتىسى كېچىكىلەپ كومپيۇتېرنىڭ سىستېما قۇرۇلما مەسىلىسگە مەركەزلەشتى، كېيىن قىتئە ئاتلاپ، ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىغا كېلىپ ئاسپىرانت ئوقۇدى، تەتقىقات خىزمىتى «ئۈسكۈنىلەرنى تېخىمۇ تېز ماڭدۇرۇش... ئۈسكۈنىلەرنى تېخىمۇ ئەرزان سېتىش». ئۇ ئوقۇش پۈتتۈرگەندىن كېيىن كالىفورنىيە ئونىۋېرسىتېتى ساينت باربارا تارمىقىدا ئوقۇتقۇچىلىق قىلغان، كېچىك كۆلەملىك بىر ئىگىلىك تىكلەش پىلانىدا Java مەۋھۇم ماشىنا (JVM) نىڭ يادرولۇق پروگراممىسىنى ئىجاد قىلغان. مەن يالغانچىلىق قىلىپ، JVM نىڭ مەنىسىنى بىلمەن دېسەم، مەن بىلەن ئوقۇرمەنلەر ئارىسىدا قۇرۇلغان ئىشەنچكە خىلاپ بولىدۇ. لېكىن، كومپيۇتېر ئىشلىتىشتە پەقەت ئېلخەت قوبۇل قىلىشنىلا بىلىش كۈپايە بولىدىغان Google لىقلار ئۈچۈن، JVM نى قىلغان خىزمەت تەجرىبىسى مەلۇم مەنىدىن ئۇرسقا چوقۇنۇشنى كەلتۈرۈپ چىقارغان. شۇڭلاشقا، ئۇرس Google دا ساقلانغان مەسىلىنى ھەل قىلىمەن دەپ، ئۇلارنىڭ «ئوقۇغۇچى تۈرى» نى مۇقىم ئىشەنچلىك راۋۇرۇس سىستېمىغا ئۆزگەرتكەندە، لارى بىلەن سېرگېي ناھايىتى ھاياجانلاندى.

بەزىلەر پانىي دۇنيانىڭ شاۋقۇن-سۈرەنلىرىدىن يىراق تۇرۇشنى خالىسا، كۆڭلىدە ھېچقاندان سان بولمىسمۇ ئاساسەن كۆرگىلى بولمايدىغان سىستېما (ئالدىنقى شەرتى ئۇلارنىڭ ئايلىنىش ئۈسۈلى توغرا يولدا بولۇشى) نى ياخشىلاش ئۈچۈن كۈچ چىقىرىدۇ، ئۇلارغا نسبەتەن، ئازغىنە تەۋەككۈلچىلىك ئىدىيەسگە بولغان كېچىككىنە چوقۇنۇشتىن سىرت، ئاساسىي مۇئەسسىسە ھەممە ھاياجانلىنىش نۇقتىسىدۇر. Google

ئىنژېنېرلىرنىڭ قاتارىدا، لارري بىلەن سېرگېيېنىڭ ئورنى ئەلۋەتتە ئەڭ يۇقىرىدا، ئەمما ئۇلار پىروگراممىنى قانداق يېزىشنى چۈشىنىدىغان يېڭىياچى ئەمەس.

ئەمما، ئۇرس بۇ نۇقتىغا دىققەت قىلىدۇ، ئۇ دىققەت قىلىدىغان نەرسە ناھايىتى كۆپ.

«ئۇرسىنىڭ قىزىقىدىغىنى نەتىجە بولۇپلا قالماستىن، بىز ئېرىشكەن نەتىجىنىڭ جەريانىغا بەكرەك قىزىقىدۇ. يۇقىرى سۈرئەتلىك ئاستىلىتېپ ساقلىغۇچنىڭ دەللىك نىسبىتىنى 2% ئۆرلەتكەندە، 300 كومپيۇتېرنى تەجەپ قالغىلى بولىدۇ. بۇلار دەل ئۇرسىنىڭ ئېرىشمەكچى بولغىنىدۇر. ئەگەر ئۇ بولمسا، Google نىڭ ئاساسىي مۇئەسسەسى ئىككىي يىلغا پايلىمايدۇ. » دېدى GWS ئىجادىيىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان ئىنژېنېر بېن شىمس.

Google نىڭ ئۇرسنى ھەمكارلىششقا ئەكىرەلىشى، نېمە دېگەن تەلەيلىك ئىش ھە، مەن دەسلەپتە بۇ نۇقتىنى تونۇپ يەتمەپتىكەنمەن. مېنىڭ قارىشىمدا، ئۇ پەقەت ئاق دوسكىدا قالايمىغان ئاتالغۇلارنى يازىدىغان يەنە بىر ئىنژېنېر ئىدى. ئەمما ئۇنىڭ قول ئاستىدىكىلەر بىلەن پاراڭلاشقاندىن كېيىن، مەن ئۇنىڭ ھەقىقەتەن قۇرۇلۇش تۈرى باشلىقى دېب كېللى (Deb Kelly) دېگەندەك «ھالقىلىق كىشى» ئىكەنلىكىنى ئاستا-ئاستا تونۇپ يەتتىم.

دېبىنىڭ ماڭا دەپ بېرىشىچە: «مەن ئۇچراتقان بارلىق كىشىلەرنىڭ ئارىسىدا، ئۇنىڭ تەپسىلاتلارنى ئىگىلىشىگە ھېچكىم يەتمەيدۇ، ھەتتا ئادەمنىڭ ئىشەنگۈسى كەلمەيدۇ. ئۇنىڭ مېڭىسىدىكى تەشكىلي قۇرۇلمىنىڭ كۆپلۈكى ئادەمنى ھەيران قالدۇرىدۇ. » ئۇنىڭ ئاساسىي مۇئەسسەگە پىششىق بولۇشى لارري بىلەن سېرگېيېنىڭ ئىشەنچىسىگە ئېرىشتى، ھەمدە شىركەت قۇرغۇچىلىرى بىرىنچى سەپتىكى ئىنژېنېرلار بىلەن بىۋاستە ئۇچراشمىسمۇ بولىدىغان بولدى.

ئىزدەش سۈپىتىنى تىزگىنلەشكە كاپالەتلىك قىلىدىغان ئىنژېنېر بېن گومبس (Ben Gomes) مۇنداق دېدى: «لارري بىلەن سېرگېي باشقا ئىشلارغا كۆڭۈل بۆلسىلا، ئۇرس قۇرۇلۇش تېخنىكىسى ساھەسىدىكى ھالقىلىق كىشى بولاتتى. قانداق ۋاقىتتا جىددىي ئەھۋال كۆرۈلۈشىدىن قەتئىينەزەر، كۆپچىلىك ئۇنى ئىزدەپ نەق مەيدانغا بېرىپ بىر تەرەپ قىلاتتى. »

ئۇرسقا مەدھىيە ئوقۇيدىغان ئىنژېنېرلارنىڭ كۆپلىكىدىن، بۇ كىتابنى «خۇدا ئاتا قىلغان كىود ئاسىرىغۇچى مۇرت ئۇرس»نىڭ «مۇرتىنىڭ سۆز-ھەرىكەت ئەسلىمىسى» گە ئايلاندۇرۇپ قويىاتتى. مۇنداقچە ئېيتقاندا، ئۇرسنىڭ قوشۇنىدىكى ئەزالار ئۇنىڭ ئالاھىدە ئەقىل-پاراسىتىگە تەلۇلەرچە چوقۇنمىغان تەقدىردىمۇ، چىن يۈرىكىدىن ئۇنىڭ ئالاقە ماھارىتىگە مەدھىيە ئوقۇيتتى، دەل مۇشۇ خىل ماھارەت باشقىلارنىڭ ئۇنى ھاكاۋۇر يوغانچى دەپ قېلىشىدىن ساقلاپ قالغان.

بېن گومبس يەنە مۇنداق دېدى: «ئۇ ئىلگىرى ئۆزى مۇناسىۋەتلىك ئەھۋالنى پەقەت چۈشەنمەيدىغان بىر يىغىنغا قاتنىشىدۇ، يىغىن ئېچىلىپ يېرىملاشقاندا، ئۇ بايقاش ئىقتىدارى يۇقىرى بىر قانچە مەسىلىنى ئوتتۇرىغا قويالايدۇ. ئۇ باشقىلار بىلەن مەسلىھەتلىشىپ، تالاش-تارتىشنى يوقىتىپ، كىشىنى بۇ سېپنىڭ ھازىر قىلىشقا تېگىشلىك ئىشڭ دەپ خاتاسىز چۈشەندۈرەلەيدۇ. ئىگىلىك تىكلىگۈچى — خىيالپەرەس، بۇ نۇقتا ئىنتايىن مۇھىم. بىراق، ئۇرس ئىزچىل ھالدا «لايىھەنى ئەمەلىيلەشتۈرۈش»نىڭ ئاخىرقى جاكارچىسى. »

يۇقىرىدا سۆزلەنگەن ئەھۋالغا نىسبەتەن، Google ئېلىخەت مۇلازىمەت (Gmail) نىڭ قۇرغۇچىسى پائۇل بۇچېت (Paul Bucheit) ماڭا ئەمەلي ئەھۋالنى چۈشەندۈرگەن. ئۇنىڭ ئەسلەپ بېرىشىچە بىر قېتىم ئۇرسقا مۇنداق دەپتۇ، بىر مەسىلىگە ھېچقانداق تەدبىر تاپالماپتۇ.

«لارری بىزنىڭ بارلىق مەزمۇنلارنىڭ ھەممىسىنى ئەسلەككە قويۇشنى دەپتۇ. »

ئۇرس چرايىدا ھېچقانداق ئىپادە يوق ھالدا مۇنداق جاۋاب بېرىپتۇ: «شۇنداق، لاررىنىڭ نۇرغۇن ئۇيغۇر خيالىرى بار. ئەمما سىز قولىڭىزدىكى ئىشنى ياخشى قىلىشنى داۋاملاشتۇرسىڭىزلا بولىدۇ. »

پائۇل بۇچېتنىڭ ماڭا ئېيتىپ بېرىشىچە: «مەن دەل مۇشۇ چاغدا شۇنى ھېس قىلدىمكى، سىز چوقۇم ئۆزگىرىشىڭىز كېرەك، ئەگەر لاررىنىڭ پىكرىنىڭ نۆۋەتتە ئەھمىيىتى بولمىسا، سىز ئۇنىڭ دېگىنى بويىچە قىلسىڭىز بولمايدۇ. » ئۇرس Google پاراۋۇزنىڭ رىلىستىن چىقىپ كەتمەسلىكىگە كاپالەتلىك قىلغۇچى بولۇش سۈپىتى بىلەن، بۇ نۇقتىنى باشقا ھەر قانداق ئادەمدىنمۇ بەكرەك چۈشىنەتتى. ئۇنىڭ دىققەت نۇقتىسى بۇ ياش شىركەتنىڭ خاتا ھالدا تۈيۇق يولغا كىرىپ قېلىپ سىزىقتىن ھالقىپ مەغلۇپ بولۇشىدىن ساقلاپ قالدى.

شۇنداقتىمۇ، ئۇرسنىڭ ئەڭ چوڭ تۆھپىسى Google نىڭ قۇرۇلۇش قوشۇننى تەشكىللەپ قۇرۇپ چىقىشتۇر. ئۇ ئۇچرىغانلا ئادەمگە مۇنداق دەيتتى: «بىر ئىنژېنېر بولۇش سۈپىتىڭىز بىلەن، ھاسىل قىلالايدىغان ئەڭ چوڭ تەسىرىڭىز، سىز بىلەن ئوخشاش مۇنەۋۋەر ياكى سىزدىنمۇ مۇنەۋۋەر كىشىلەرنى ئىزدەپ تېپىشتۇر. چۈنكى كېيىنكى يىلدا، ئۇ سىزنىڭ ھاسىلاتىڭىزنى بىر قاتلايدۇ. ئەگەر ھاسىلاتىڭىزنىڭ بىر ھەسسە قاتلىنىشىنى ئويلىسىڭىز، ھەتتا سىز تۇغما ئەقىللىق بولغان تەقدىردىمۇ، ئۇنىڭدىن باشقا ئامال يوق. »

كىرىمنىي جىلغىسى يوغان پۈۋلەنگەن يۇقىرى پەن-تېخنىكا كۆپۈكى، پەقەت نەپەس ئالالايدىغانلا پىروگراممىر، نۇرغۇن شىركەتلەردە BMW ماركىلىق ماشىنىغا ئوخشاش پايدىغا ئېرىشەلەيدۇ. ئۇرس پەقەت ھېچ بولمىغاندا ھازىرقى خىزمەتچىلەر بىلەن ئوخشاش مۇنەۋۋەر ئىنژېنېرلارنىلا تەكلىپ قىلىشتا چىڭ تۇراتتى، دەل مۇشۇ نۇقتا ئۇنى باشقىلاردىن ئالاھىدە پەرقلەندۈرۈپ تۇردى. «ئەگەر سىزنىڭ ناھايىتى مۇنەۋۋەر ئىختىساس ئىگىلىرىڭىز بولسا، ئۆزى ئۈچۈن بىخەتەر تۇردىن بىرنى قۇرغانغا تەڭ. ناۋادا بىرەر خاتالىق كۆرۈلسە، ئۇلار ئۆز ئالدىغا تۈزىتەلەيدۇ. سىزنىڭ ‹ھەي، بۇ مەسىلىگە دىققەت قىلىڭلار.› دەپ ئۇلارغا بىلدۈرۈشىڭىز ھاجەتسىز. ئۇلارنىڭ خوجايىنلىق قارىشى بار، ھەتتا سىز مەسىلە كۆرۈلگەنلىكىنى بىلمەي تۇرۇپ، ئۇلار خاتالىقنى تۈزىتىدۇ. » ئۇرس بۇنىڭغا شەك-شۈبھىسىز ئىشىنىدۇ.

جىف دىئان (Jeff Dean) بىلەن سانجاي گېماۋات (Sanjay Ghemawat) لار شۇنداق خادىملاردۇر. ئەگەر ئۇرسنى Google نىڭ لايىھەلىگۈچىسى دېسەك، ئۇنداقتا جىف بىلەن سانجاي گېماۋات تورۇسنى توختىتىپ، ئۆينىڭ لىمى ۋە ئېغىرلىق چۈشىدىغان تامنى مىخ بىلەن بىرلەشتۈرگەن ماھىر ئۇستىلاردۇر. نەدە ھەل قىلىدىغان مەسىلە بولسا، شۇ جايدا سانجاي گېماۋاتنى — Google ھۆججەت سىستېمىسىنى ئىجاد قىلىشتىن، Google ئېلان تېخنىكىسىنى ئىجاد قىلىشقىچە؛ ماشىنا تەرجىمىسىنىڭ سۈرئىتىنى تېزلىتىشتىن، MapReduce قۇرۇشقا ئوخشاش بۆسۈش خاراكتېرلىق قوراللارغىچە ئۇنىڭ سايىسىنى تاپقىلى بولىدۇ.

جىنتىن خۇددى تويي مۇراسىمىدىكى شامپان فونتانىغا ئوخشاش، توختىماستىن ئالدىنقى قاتاردىكى پىروگراما كودلىرى ئېتىلىپ چىقىدۇ. ھېچقانداق كۆچمەيلا، ئۇنىڭ يېنىدىن تۆگىمەس بۇلاق سۈيى ئېتىلىپ چىقىدۇ، ئۇلار بىرلىشىپ كۆپۈكلىرى لەيلەپ تۇرغان پىروگراما ئېقىنىنى ھاسىل قىلىپ، دانە دانە قالتىس ئىشلارنى تاماملايدۇ. ئۇ ئىلگىرى ئامېرىكا كېسەللەرنى تىزگىنلەش مەركىزى ئۇچۇن يۇقۇملۇق كېسەللەرگە ئىشلىتىدىغان مەخسۇس ستاتىستىكا سانلىق مەلۇماتىنى باشقۇرىدىغان 200 مىڭ قۇرلۇق ئەپتىن بىرنى يازغان. بۇ بىر يۈرۈش يۇمشاق دېتال ھازىرغىچە يەنىلا ئىشلىتىلۋاتىدۇ، ئۇنى Google دا ئون يىلدا ئىجاد قىلغان نەچچە ئون خىل پاتېنت ھوقۇقى بار پىروگراممىلارنىڭ ھەر قانىدىغى بىلەن سېلىشتۇرغاندا، ئۇ بىر يۈرۈش پىروگراما ئوخشاش كەسىپتىكلەر ئەڭ كۆپ نەقىل ئالغان پىروگراممىدۇر. ئەسلىدە ئۇ تولۇق ئوتتۇرا مەكتەپتە ئوقۇۋاتقان ۋاقتىتىكى يازلىق تەتىلدىكى پىراكتىكا تۇرى ئىدى.

ئېگىز بويلۇق، ئورۇق گەۋدىلىك، بىر ئاز كەمسۆز، يۈزىنىڭ كۆپتى ئېنىق بولۇپ، جىق كىشىگە ئاسانلا كىنو ئارتىسى گارى كۇپېر (Gary Cooper) نى ئەسلىتىدۇ. 1999- يىلى 6- ئايدا، ئۇرس جىققا تېلېفون بېرىدۇ، شۇ چاغدا ئۇ ئەمدىلا رەقەملىك مەھسۇلاتلار شىركىتى (DEC) تەتقىقات مەركىزىدىن ئايرىلغىلى ئۇزۇن بولمىغان ئىدى، قايناملىق-تاشقىنلىققا تولغان ئىنتېرنېت قىزغىنلىقىدا يېڭى بىر ئىش بىلەن شۇغۇللىنىۋاتاتتى.

ئۇرس مۇنداق دېدى: «ئۇ ئىشتا چۈشۈپ 3 ئايدىلا خىزمىتىنى يەڭگۈشلەپتۇ ھەقىقەتەن ئويلىماپتىكەنمەن، ئەمما ئۇ مۇشۇنداق دېگەن. ‹دەل پۇرستى، چۈنكى مەن زېرىكتىم. بۇ شىركەت ھەل قىلىشقا تېگىشلىك تېخنىكىلىق مەسىلىلەرنىڭ ھەممىسنى ھەل قىلىپ بولدۇم، شۇڭلاشقا ئۆزەمنى خاتا تاللاشتىن بىرنى قىلغاندەك ئويلاۋاتىمەن. ›»

جىق تاقەتسىزلىك بىلەن Google نىڭ چاقىرىقىنى قوبۇل قىلدى. رەسمىي تىزىمغا ئالدۇرۇشتىن ئىلگىرىكى بىر قانچە ھەپتىدە، ھەتتا يەنە بىر شىركەتتىن ئىستېپا بەرمەي تۇرۇپلا، ئىشقا چۈشتى. گەرچە مائاش تارقاتمىسىمۇ، ئۇ پىروگراممىا يېزىشقا باشلىدى، چۈنكى ئۇ «سۈرئەتنى تېزلىتىپ دەرھال ئىشقا كىرىشىپ كەتتى».

DEC شىركىتىنىڭ 20 نەچچە تەتقىقاتچىسى جىققا ئەگىشىپ Google غا كەلدى. بۇلارنىڭ ئىچىدە سانجاي گېماۋاتنى ئۆز ئىچىگە ئالغان نۇرغۇن كىشىلەر بار بولۇپ، ھەممىسى جىنىڭ Google غا بارغانلىق خەۋىرىدىن ئېلىھاملانغان. جىق ئۇرسنىڭ ئېسىل خادىملارنى تەكلىپ قىلىش پىكرىنى چىڭ ئەستە تۇتقان بولۇپ، ھەممە ۋاستىلارنى قوللىنىپ، بارلىق كۈچىنى چىقىرىپ پەزىلەتلىك كىشىلەرنى قوبۇل قىلدى. ئۇنىڭ ئىچىدە بارلىرى: بەزىلەر «TLB shootdown» (بەت جەدۋەل غەملەكنى تاقاش)، « lock free synchronization» (قۇلۇپلىماي قەدەمداشلاش) دېگەندەك پىروگراممىا تۈزۈش بىلەن ئازراق مۇناسىۋىتى بار ئاز ئۇچرايدىغان ھالقىلىق سۆزلەرنى كىرگۈزگەندىمۇ، ئادەم قوبۇل قىلىش ئېلانى قاتقىپ چىقاتتى. (ئىنژېنېر پائۇل بۇچېت Google غا قوشۇلغاندىن كېيىن، جىققا مۇنداق دېدى: «‹قۇلۇپلىماي قەدەمداشلاش› مەسىلىسىنى ھەل قىلىش ئۈچۈن ئادەم تەكلىپ قىلغان ھەر قانداق شىركەت، مەن ئۇچۇن يېتەرلىك ياخشى ھېسابلىنىدۇ. »)

گەرچە DEC تىن كەلگەن نۇرغۇن ئىنژېنېرلارنىڭ ھەممىسى Google دا مۇھىم روللارنى ئالغان بولسىمۇ — مەسىلەن، مونىكا خېنزىنگېر (Monika Henzinger) تەتقىقات ئېچىش بۆلۈمنىڭ مۇدىرى بولدى، كىرىشنا بارات (Krishna Bharat Google) خەۋەرلىرىنى قۇردى — ئەمما پەقەت سىستېما لايىھەلىگۈچى سانجاي گېماۋات جىنىڭ توسقىلى بولمايدىغان ئېھتىياجىنى باتۇرلارچە ئالغا ئىلگىرىلەيدىغان ھەرىكەتلەندۇرگۈچ كۈچكە ئايلاندۇردى. سانجاي گېماۋات ئېگىز بوي، ئاۋازى بوش ئىنچىكە، چېچى بالدۇرلا ئاقىرىپ كەتكەن، كاربىدوردىن تۇشىسىز مېڭىپ، سەممي تەبىئىي بولغان كەسپي قەدىر-قىممىتىنى ئاشكارىلاپ تۇراتتى.

جىق ئىككەيلەننىڭ ئارىسىدىكى ئىناق ھەمكارلىق مۇناسىۋىتىنى مۇنداق تەسۋىرلەيتتى: «سانجاي گېماۋات بىلەن مەن ئارتۇقچىلىق يېتەرسىزلىكلىرىمىزنى ئۆزئارا تولۇقلىساق، ئۇنۇمى تېخىمۇ يۇقىرى بولىدۇ، چۈنكى ئۇ دائىم ئۈزۈل-كېسىل تەھلىل قىلىشقا مايىل، لېكىن دائىم ئېھتىماللىق قالدۇرىدۇ، ئەمما مەن ‹ھازىرلا باشلايلى، ئاۋال قىلىپ بولغاندا ئاندىن بىر گەپ بولار› دېيىشنى خالايتتىم. ئىككىمىزنى بىر يەرگە قويغاندا، ئىش قىلىش سۈرئىتىمىز دەل جايىغا كېلەتتى. »

بېن گومېس سانجاي گېماۋات بىلەن بىر ئىشنى بىللە قىلسا ئىنتايىن راھەت دەپ قارايتتى، ئۇ ماڭا ھەر خىل سەۋەبلەرنى چۈشەندۈرگەن، ئەمما دېيىلىشى سەل ئوخشىمايدۇ: سانجاي گېماۋات ئىنتايىن ئەقىللىق، ئۇنىڭ تەپەككۇر ئۇسۇلى سىستېمىلىققا ئىگە، شۇڭلاشقا ئاسان يېتىشەلەيدۇ، «لېكىن جىق پەقەتلا نوقۇل ئەقىللىق». ئۇ يەنە مۇنداق تولۇقلىدى: «ئەقىللىق بولۇشنى ئۆگىنەلمەيمەن. »

قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ سۈرئىتى نىشانى بار، ئۇلار تېخىمۇ ياخشى Google سىستېمىسى قۇرۇش نىشانىنى بويلاپ سۈرئىتىنى تېزلىتىپ ئالغا ئىلگىرىلەۋاتىدۇ. بىزنىڭ بازار بۆلۈمىدىكى بۇ كىشىلەرمۇ Google نىڭ تېخىمۇ ياخشى بولۇشىنى ئويلايدۇ، ئەمما بۇ نىشانىنى قانداق ئىشقا ئاشۇرۇشتا، بىزنىڭ ئۇلارغا ئوخشاش ئېنىق يولىمىز يوق.

يۈرگۈزۈش باشقۇرغۇچىسى جىم رىس مۇنداق ئېتىراپ قىلغان: «تېخنىكا جەھەتتىن سۆزلىگەندە، بىر ئىش يا بولىدۇ، يا بولمايدۇ. ئەگەر تورتۇرايمىز ياخشىلانسا، ئۇنداقتا ياخشىلاندى. لېكىن بازارچىلىق تەرەپتە، تېخىمۇ كۆپرەكى خۇنۈك بەلباغ. » شىركەت قۇرغۇچىلىرىنىڭ قارىشىدىن كۆرە، بۇ خۇنۈك بەلباغنىڭ چېگرالىرى ئىنتايىن سىلىق يانتۇلۇق، يانتۇلۇقنىڭ ئاستىدا قەستەن ئالدايدىغان يۇنده ئازگىلى بار. مەن ئەمدىلا Google كېلىپ ئىشقا چۈشكەن بىر قانچە ھەپتىدە، بىز چوقۇم ئىشنىڭ جىددىيلىك ۋە مۇھىملىق دەرىجىسى بويىچە ئىش تەرتىپىنى رەتلەپ چىقاتتۇق، ھەر بىر ئادەمنىڭ رولىنىمۇ بەلگىلەيتتۇق، شۇڭلاشقا لارى بىلەن سېرگېي بىزنىڭ زادى نېمە ئىش قىلىدىغانلىقىمىزنى ئېنىق بىلمەسلىكى بىكار ئەمەسكەن. بىراق، ئۇلارنىڭ ئۇلار قالدۇرغان يىپ ئۇچىدىن بازارچىلىققا بولغان ئادەتتىكى قاراشتا ئىكەنلىكىنى ئېپادىلەيدۇ.

«چوقۇم ھەقىقىي بازارچىلىقنى ئىشلىتىش كېرەك ئەمەستۇ. » شىركىتىمىزنىڭ تور بەت مەزمۇنىغا، بۇنداق چاقچاق قىلغۇدەك.

«چۈنكى بازارچىلىق خادىملىرى يالغان سۆزلەشكە ئامراق. » لارى ئېھتىياتسىزلىقتىن دەپ سالدى. ئۇ بۇ گەپنى دېگەندە چىرايى كۆلۈمسىرەيتتى، ئەمما ماڭا بەرگەن تەسىرى، بىزدەك بازارچىلىق خادىملىرى تۇغۇلۇشىمىزدىنلا ئالداش خاراكتېرىدىكى ئالاقە ماھارىتى ۋە دائىملىق سېتىشنى ئىلگىرى سۈرۈش تەشۋىقاتى ئارقىلىق، مىقدارلاشتۇرغىلى بولمايدىغان دۇنيادا، ئىنژېنېرلار قىلىشنى ياقتۇرمايدىغان ھەممە ئىشلارنى ھەل قىلىشقا مەسئۇل بولىمىز. كىم بىر خىل كۆز قاراشنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، بازارچىلىقمۇ ئاساسىي بار پەن دەپ قارايدىكەن، ئۇنداقتا تەڭرىگە رەھمەت.

لارى بىلەن سېرگېي بازارچىلىققا گۇمان پوزىتسىيەسى تۇتىدۇ، نەتىجىدە، بىزنىڭ بازار بۆلۈمىدە ئۇرۇس قۇرۇلۇش بۆلۈمىگە ئېلىپ كەلگەن بۇرچ تۇيغۇسى ئەزەلدىن بولۇپ باقمىغان. سىندى ئاممۇئى مۇناسىۋەتنى بىر تەرەپ قىلىشتا تاشقى كېسەل ئوپېراتسىيەسى قىلغانىدەك دەل جايىغا كەلتۈرەلەيدۇ، لارى بىلەن سېرگېي ئۇنىڭغا ئىشىنىدۇ، ئەمما بازارچىلىققا نىسبەتەن، بۇ ئىككى ئىگىلىك تىكلىگۈچى قار تېيلىش چانىسىغا ئوخشاش ۋەزىيەتكە قاراپ چۈشۈشنى ئويلايدۇ، ئوپېراتسىيە پىچقىنى ئېلىپ ئىنچىكە ئىشلەشنى خالىمايدۇ. ئاشكارىلاشقا تېگىشلىك ئىش بولسا، ئادەتتە ئۇلار سىندىغا «خەۋەر ماقالە» تارقىتىدىغانلىقىنى ئۇقتۇرىدۇ. بۇنداق ئۇسۇل قوللىنىشتا، ئۇلارنىڭ مەقسىتى ئاخبارات تاراتقۇلارغا بىزنىڭ بەزى ئىشلارنى ئۆزگەرتكەنلىكىمىزنى بىلدۈرۈش. ئىنژېنېرلار بۇنىڭغا كۆڭۈل بۆلگەندىن سىرت، ھېچكىم بۇ مەزمۇنلارغا كۆڭۈل بۆلمەيدۇ. پەقەت ئىتلا ئاڭلىيالايدىغان پۇشتەك ئاۋازىغا، ئاخبارات مۇخبىرلىرى ھەرگىزمۇ كارى بولمايدۇ. سىندى تامامەن ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەرنىڭ مەقسىتى بويىچە قىلماي، بەلكى تاراتقۇ ساھەسى بىلەن تېخىمۇ چوڭقۇر ئۆزۈن مۇددەتلىك مۇناسىۋەت ئورناتتى، بۇنداق بولغاندا، بىزدە ئاخىرقى ھېسابتا سىرتقا تارقىتىدىغان تەشۋىقات بولغاندا، ئاخبارات تاراتقۇلار بىزگە دىققەت قىلىدۇ.

بىراق، ئاخبارات ئېلان قىلىش يىغىنى ئېچىشتىن ئىلگىرى، ئاخبارات ماقالىسىنىڭ ئالدى بىلەن پۈتكۈل شىركەتتىكىلەرنىڭ ئالدىدىن ئۆتۈشته چىڭ تۇرىدۇ.

«مەن قوشۇلمەن، ئەمما پىكرىمنى ساقلاپ قالمەن» دېدى سىندى، «باشقا شىركەت بولغان بولسا، مەن ھەرگىز بۇنداق قىلمايتتىم. مەن ئالما شىركىتىدىكى ۋاقتىمدا ئىنژېنېرلار بىلەن بۇنداق مۇناسىۋەتته ئەمەس ئىدىم، چۈنكى بازار بۆلۈمى بىلەن تېخنىكا بۆلۈمى ئارىسىدا دەرىجە مۇناسىۋىتى بار ئىدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ

مېنىڭچە ئادەتتىكى لايىھە. بىز بىر بىنادا ئىشلىمەيتتۇق، ئوخشاش بولمىغان دۇنيادا ئايرىم ياشايتتۇق. Google خىزمەتچىلىرىنىڭ قايتۇرغان ئىنكاسىنىڭ كەيپىياتى ۋە سۈپىتى مېنى ھەيران قالدۇردى. »

Google مانا مۇشۇنداق باشقىلارغا ئوخشىمايدۇ. گەرچە پىلان بويىچە، ئىنژېنېرلارنىڭ ئورنى ئۆزئارا ئايرىلغان، ئەمما ئېلخەت ئالاقىنى توسالغۇسىز قىلىۋەتتى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئاممىۋى ئاشخانا ئۇلارنى پىكىر ئالماشتۇرۇش پۇرسىتى بىلەن تەمىنلەيدۇ. گەرچە سىز پروگراممىرلارنىڭ ھەممىسىنى ئۇندىمەس، قاتمال كىشىلەر دەپ قارىشىڭىز مۇمكىن، ئەمما سىز ئۇلارنى چۈشەنگەندىن كېيىن، ئۇلارنىڭ ئىپادىلەشكە شۇنچە ئۈستىلىقىنى، شۇنچە شوخ قىزىقارلىق ئىكەنلىكىنى بايقايسىز، بۇ تەرىپى مېنى ھەيران قالدۇردى.

«ئېنىقسىز ئىپادىنى ئاجرىتىش. » كرائىگ مەن يازغان ماقالىنىڭ كۆپەيتىلگەن نۇسخىسىنىڭ ئۈستىگە يېزىپتۇ.

«بۇ جايدا ‹a› نى ئەمەس ‹the› نى ئىشلىتىدىغان بولغىيتىڭ؟ » ئۇرس ئاخىرلاشتۇرۇش سۆزىدە ئىشلەتكەن مىقدار سۆزگە شۇنداق سوئال قويدى.

«‹This› بىلەن ‹FAQs› بىرلىك كۆپلۈك شەكلى بىردەك ئەمەس. » دەپ مېنى يەنە بىر ئىنژېنېر ئەسكەرتتى.

مەن ئەزەلدىن تىلقۇرما جەھەتتىكى تەكلىپ ۋە ئۆزگەرتىشلەرگە پەرۋا قىلىپ كەتمەيتتىم، بۇ مېنى ھەر ۋاقىت ھۇشيار تۇرۇشنى ھەمدە باشقىلارنىڭ مەن يازغان نەرسىگە دىققەت قىلىۋاتقانلىقىنى بىلدۈردى. ئەمما، بۇ مېنىڭ باشقا بۆلۈملەردىن كەلگەن بازارچىلىققا ئارىلىشىدىغان ھەممە تەكلىپلەرنىڭ ھەممىسىنى قارشى ئالمىدىغانلىقىمنى بىلدۈرمەيدۇ. بۇ خىل ئەھۋال ئەمەلىيەتتە ناھايىتى كۆپ.

چىقىپ كېتىش

مەن Google دا ئىشلىگەن بىرىنچى ئايدا، سالار كامانگار (Salar Kamangar) مېنى يارەدەم قىلىشقا ئىزدەپ كەلدى، ئەينى چاغدا ئۇ ھەققىدە ھېچنېمە بىلمەيتتىم. بەزىلەر ئۇنى پىراكتىكانت دېدى، بۇ نۇقتىدىن، ئۇنى بوش چاغلاپتىمەن، مەن زور كۆپچىلىك كىشىلەردىن مۇشۇنداق گۇمانلىنىمەن. 1999-يىلى باھار، لارى بىلەن سېرگېي ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنى پۈتتۈرگەن سالارنى تەكلىپ قىلدى، ئۇ شۇنىڭدىن باشلاپ Google نىڭ توققۇزىنچى خىزمەتچىسى بولدى. ئۇلار ئالدى بىلەن سالارغا بىر قانچە ھەپتىلىك سىناپ ئىشلىتىش ۋاقتى بەردى، سىناق ۋاقتى ئاخىرلاشقاندىن كېيىن رەسمىي قوبۇل قىلىندى. سالار ئېنىق مەسئۇلىيىتى بولمىغان كەسپىي تېخنىكا خادىمىدىن ئۆسۈپ يېتىلىپ، شىركەتنىڭ تەرەققىيات جەريانىدا دۇچ كەلگەن ھەممە قىيىنچىلىقلارنى بىر تەرەپ قىلىشقا مەسئۇل بولدى، باشقۇرغۇچى تەكلىپ قىلىشتىن تارتىپ 25 مىليون دوللار پۇلنى بىر بانكىدىن يەنە بىر بانكىغا يۆتكەشكىچە، ھەممىسى ئۇنىڭ ۋەزىپە دائىرىسىدە ئىدى. ئەينى چاغدا ئۇ ئەمدىلا 22 ياشتا ئىدى.

سالار Porsche دىن ئورالغان دودگې (Dodge Dart) ئىدى. ئۇنىڭ قاپقارا چېچى، بىر جۈپ روشەن قوڭۇر رەڭ كۆزى، كىشىنى تەسىرلەندۈرىدىغان تارتىنچاق كۆلكىسى، «سەۋەپسىز قارشىلىق» كىنوسىدىكى سال مىنېئو (Sal Mineo) نىڭ ئورنىغا ئالماشقۇچى بولالايتتى. گەرچە سالارنىڭ يۈرۈش-تۇرۇش سالاپىتىدىن كىشىنىڭ ھوشيارلىقىنى قوزغىمىسىمۇ، ئەمما ئۇ ئۆزىنىڭ مەيدانىنى شەرھىلىگەندە ناھايىتى ھاياجانلىنىپ، قەتئىي بوشاشمايتتى. مۇشۇنداق بىر ئورۇق ئادەم، ھەممە جايدا ئۇياقتىن-بۇياققا چېپىپ يۈرسە، ئۇنىڭغا

ھەقىقەتەن ئۇۋال قىلىنغان بولاتتى.

سالارنىڭ دوستى ئىشلەتكۈچىلەرگە ھەقسىز ئاتكىرىتكا ئەۋەتىپ بېرىدىغان، ئىنتېرنېت شىركىتىدىن بىرنى ئاچىدۇ. ئۇلارنىڭ كىرىمى ئاتكىرىتكىغا بېسىلغان ئېلاندىن كېلىدۇ.

«بىزنىڭ ھەقسىز ئىشلىتىشىمىز ئۈچۈن، مەن ئۇلار بىلەن كېلىشىم ئىمزالىدىم» دەپ سالار ماڭا ئۇقتۇرۇش قىلدى، «سىز ئۇلار بىلەن كۆرۈشۈپ، بىرلىكتە بۇ ئىشنى باشلامسىلەر؟ بىز ‹Google نىڭ دوستلار خەۋەرلىرى› (Google Friends newsletter) ئارقىلىق ئۇلارنىڭ بۇ كەسپىنى ئىلگىرى سۈرۈشكە يارەملىشەلەيمىز. » Google نىڭ بازارچىلىقىغا نىسبەتەن، ئاتكىرىتكا قارىماققا بىر خىل غەلىتە ئۇسۇلدەك كۆرۈنەتتى. بىزنىڭ بازار بۆلۈمىدىن بولمىغان — ئەمەلىيەتتە، ئۇنىڭ بۆلۈمى يوقتەك قىلىدۇ — بىر كىشى بازارچىلىق قارارى چىقارسا، مەنمۇ ئانچە خۇشال بولمايمەن. شۇنداق بولغان تەقدىردىمۇ، مەن سالارنىڭ قارىشىنى پۈتۈنلەي ئىنكار قىلىش نىيىتىم يوق، شۇڭلاشقا سىناپ بېقىشقا قوشۇلدۇم.

فۇجى سالىلى بىزگە سىرتتىن مەخسۇس لايىھەلىگۈچىدىن بىرنى تېپىش تەكلىپىنى بەردى. ئۇ قەتئىيلىك بىلەن شۇنداق قارىدىكى: «بۇ ئىش ئەڭ سادىق 30 مىڭ ئەگەشكۈچىمىزگە مۇناسىۋەتلىك، ھەر قانداق ئىشقا جىددىي ۋە ئەستايىدىل مۇئامىلە قىلىشىمىز كېرەك. بولۇپمۇ Google ماركا قۇرۇلۇشىنىڭ تېخى باشقا يولى يوق ئەھۋالدا، تېخىمۇ شۇنداق بولۇشى كېرەك. »

«ھە ھە ھە، بۇ ئىشنى ئۆزەملا قىلالايمەن — بۇ ئاسانلا قولغا كەلگەن پۇرسەت. » دەپ ئويلىدىم. ئۇندىن باشقا، مېنىڭمۇ كۆڭلۈمدە سان بار، لارىي بىلەن سېرگېيىنىڭ پۇلنى ئەركىن كەسپىتكىلەرگە خەجلەشنى خالىمايدىغانلىقىنى بىلىمەن. شۇنىڭ بىلەن پۈتۈن زېھنىم بىلەن بۇ ئىشقا كىرىشىپ، بىر قانچە سائەت ۋاقىت سەرپ قىلىپ، ھەر خىل چىرايلىق رەسىملەرنى ئىزدەپ، ئۇستىگە خەتلەرنى يېزىپ، ئاشۇ چېچىلىپ كەتكەن ئوبرازلارنى Google مەھسۇلاتلىرى بىلەن ئاتايىن باغلاپ چىقتىم.

ئەمما ئۇ شىركەت تېخى بىر پارچە ئاتكىرتكىنىمۇ ئەۋەتمەي تۇرۇپ ۋەيران بولدى. ئەقلىنى ئىشلىتىپ تاپقان قوش بىسلىق سۆزلەردىن باشقا، مېنىڭ ئەمگىكىممۇ ئىپادىسىنى تاپالمايدىغان بولدى. مۇشۇنداق ئانچە مۇھىم بولمىغان بىر تۇرگە نىسبەتەن، ئۇنى ئالدىنقى ئورۇنغا ئورۇنلاشتۇرغانلىقىمدىن، ئۆزۈمنى كۆڭلۈمدە ئەيىپلەپ كەتتىم. چوقۇم قىلىشقا تېگىشلىك بۇنىڭدىنمۇ ئەھمىيەتلىك ئىشلار بار، مەن بۇ جاينىڭ خىزمەت مۇھىتىغا نېماندىق تەستە ماسلىشىدىغاندىمەن؟

مەن ھېس قىلغان چەكسىز كۆپ ئېھتىماللىق بىر خىل غەلىتە پالەچلىكنى كەلتۈرۈپ چىقاردى. مېنىڭ ئىش ئۇسۇلىمنى قايتا جايلاشتۇرۇپ، بېجىرىشكە تېگىشلىك ئىشلارنىڭ تىزىمنى قايتا تەرتىپلەيدىغان پۈرسىتىمدىن قانچىسى بارىدۇ؟ شۇنىڭ بىلەن مەن ئالدى بىلەن ئۆزەم پىششىق بىلىدىغان تەرەپتىن ئالدىن بىر تەرەپ قىلىدىغان ئىشلارنى ئىزدەشنى قارار قىلدىم. مەن ئىلگىرى ئىشلىگەن Knight Ridder شىركىتى، تورىدىكى سەھىپىسى كەسپى NewsHound نى بىكار قىلىدىغانلىقىنى جاكارلىدى. Google ئۇلارنىڭ تېخنىكىسىنى ئالدىن سېتىۋېلىپ، ئاندىن ياخشىلىغاندىن كېيىن، قايتىدىن ماركا بىلەن پەردازلاپ، ئاخىرىدا بۇ كەسپىنى قايتا باشلىسا بولاتتى. تورىدىكى ئاخبارات كەسپى Google غا ئىنتايىن ماس كېلىدىغاندەك قىلاتتى، چۈنكى بىز كىشىلەرگە ھەر جەھەتتىن ئەتراپلىق ئۇچۇر بىلەن تەمىنلەيمىز. مەن لارىي بىلەن سېرگېيغا بىر نۇسخا تەكلىپنامە يوللىدىم، ئۇلار ئويلاپ بېقىشقا ئەرزىيدۇ دەپ قارىدى، ھەمدە مېنىڭ بىر قېتىم يىغىن ئېچىشىمنى ئېيتتى. بۇ يامان ئەمەس بولدى — مەن بىر ئادەملا كونا يېڭى تاراتقۇلارنىڭ پىكىر ئالماشتۇرىدىغان كۆۋرۈكى بولىدىغان بولدۇم.

«راستىنى ئېيتقاندا، بىز نېمىنى سېتىۋالىمىز؟ » يىغىن ئېچىلىشتىن بىر قانچە كۈن ئىلگىرى، سېرگېي مەندىن مۇشۇنداق سورىدى.

«بىز ئۇلارنىڭ سۈزۈش تېخنىكىسىنى سېتىۋېلىپ، ھەقىقىي خەۋەر تەمىنلىگۈچىلەر بىلەن ئايرىم-ئايرىم سۆھبەتلىشىمىز. » دەپ جاۋاب بەردىم.

«ھە، ئۇنداقتا ئانچە چوڭ ئەھمىيىتى يوق. » دېدى لارري.

«شۇنداق، خەۋەر ماتېرىياللىرى بىز قىزىقىدىغان بۆلەك. باشقا مەسىلىلەرنى مۇنازىرە قىلىشقا مېنىڭ قاتنىششىمنىڭ ھاجىتى يوق. سالار قاراپ باقسۇن، ئاندىن داۋاملاشتۇرۇشقا ئەرزىمەيدۇ يوق قارار قىلايلى. » دەپ سېرگېي لاررېنىڭ پىكرىنى قوللىدى.

مەن دىققىتىمنى تېزلىكتە سالارغا ئاغدۇرۇپ، دەسلەپكى تەكلىپنامىدىكى مەزمۇننى قۇتقۇزۇپ قېلىشقا ئۇرۇندۇم. سېرگېي خەۋەرنى بىزنىڭ ئىندېكسىمىزغا قويماقچى بولۇپ، بۇنداق بولغاندا بۇ ئىش ژوجۇنقا چىقامدۇ؟ سالارنىڭ پوزىتسىيەسى يۇمشاق ئىدى. سېرگېي بىلەن سۆزلەشكەندىن كېيىن، ئۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «تورتۇرادا خەۋەر قوشىدىغان ئۇسۇل، بىزگە لازىملىقى ئەمەس. »

ئەمەلىيەتتە، ھېكايە تېخى ئاخىرلاشمىدى. NewsHound خۇددى ئەسكى ئاياغقا ئوخشاش تاشلۇېتىلدى، لارري بىلەن سېرگېي قاراپمۇ قويمىدى، ئۇلار Google نىڭ تېخنىكا مەسئۇلاتلارنى ياساپ چىقالايدىغانلىقىنى بىلەتتى. كود يېزىش ناھايىتى ئوڭاي، ئۇنداقتا نېمە ئۈچۈن پۇل خەجلەپ ياماق يامايدىغان سىستېمىنى سېتىۋالغۇدەك؟ بىز ھەقىقىي ئېھتىياجلىق نەرسە مەزمۇن، چۈنكى خەلقئارالىق ئاخبارات ئورگىنىدىن بىرنى قۇرۇش ئىنتايىن مۇرەككەپ ھەمدە چىقىم غايەت زور بىر ئىش.

ئەگەر NewsHound بىر خىل كەسىپ ھالىتىنى ئاغدۇرۇش خاراكتېرلىق تېخنىكا بولغاندا، لارري بىلەن سېرگېيگە كودلارلا ئەمەس، كودنىڭ ئارقىسىدىكى يۇقىرى سەۋىيەلىك ئىنژېنېرلارمۇ لازىم ئىدى. دەل مۇشۇنداق ئىش بىجىرىش ئۇسۇلى، Google ئىلگىرىكىگە ئوخشاشلا، كەلگۈسىدىكى بۆسۈش خاراكتېرلىق ئىدىيەگە ئىگە بولماقتا. ئەگەر ئەقلىي مەنبەلەرنى سېتىۋالغىلى بولسا، لارري بىلەن سېرگېي پەقەتلا ئىجارە ئېلىشنى خالىمايدۇ. دۇنيادا ھەقىقىي ئەقىللىق ئادەملەر شۇنچىلىكلا تۇرسا، نېمە دەپ ئۇلارنىڭ ھەممىسىنى تەكلىپ قىلىپ ئەكەلمەيدۇ؟

مەن ئوتتۇرىغا قويغان باشقا تەكلىپلەرمۇ Google نىڭ ئىش بېجىرىش ئۇسۇلى بىلەن توقۇنۇشاتتى. ئىشقا چۈشكەن بىر ئايدىن ئارتۇق ۋاقىتتا، بىر تۇرنى تاماملىدىم — كارۇن بىلەن بىللە ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى لايىھە پىلانىنى تۈزۈش بولۇپ، بۇ بىزنىڭ زورمۇ-زور كەسپىي نەتىجە دېگىلى بولغۇدەك ئىشمىز ئىدى.

مېنىڭ باشلىنىشتىلا ئانچە ئوڭۇشلۇق بولماسلىق ۋەزىيىتىم بارغانسېرى ئېغىرلاشتى. مەن ئىچىمدە، ھېچكىمنىڭ نومۇر خاتىرىلەش تاختىسىنى كۆرمەسلىكنى تىلەپ دۇئا قىلاتتىم.

تۆتىنچى باب
بازارچىلىق يوق بازارچىلىق

«كارخانا قۇرۇشنى باشلىغاندا، ئۆزىنىڭ نېمە ئىش قىلىدىغانلىقىنى بىلىش كېرەك. ئىجادىيەت قورالى ئارقىلىق ئىش تەرتىپىنى باشقۇرۇشچىلىز، تور مۇلازىمېتىر پىروگراممىسى تۈزۈشچىلىز كېرەك... بۇ ئىشلارغا سەرپ قىلىدىغان ۋاقىت ئىنتايىن ئاز، شۇ سەۋەبتىن كارخانا كۆلىمى كىچىك ۋاقىتتا، قىلماق نىسبەتەن ئوڭاي. » دېدى كرائىگ. ئۇ بازارچىلىق خادىمى ئەمەس بەلكى ئىنژېنېرلىق سالاھىيتى بىلەن بۇ گەپنى دېدى.

شۇنىڭغا مۇناسىپ، ماركا باشقۇرغۇچى كارخانىنىڭ بەلگە تۇغى، مىغزلىق شىركەت شوئارىنى قۇرۇشى، بازاردىكى ئورنىنى بېكىتىشى، بازار ئىگىلەش نىسبىتىنىڭ ئۆسۈش پىلانىنى تۈزۈشى كېرەك. بىزنىڭ بىر بەلگىمىز بار، شوئارىمىز بولمىسمۇ ئانچە چوڭ زىيىنى يوقتەك تۇرىدۇ، شۇڭلاشقا مەن دىققىتىمنى مەركەزلەشتۈرۈپ بازارچىلىق ئۇسۇلىدىن قانتىق نەپرەتلىنىدىغانلىقىنى ئاخىرى ئىسپاتلىدى. ئۇ سكوتنىڭ نەچچە مىليون سەرپ قىلىپ «ماركا قۇرۇش» پىلانىنى رەت قىلدى. سكوت بىپايان قاراڭغۇلۇقتا يوقاپ كەتكەندىن كېيىن، ئۇلار سىندىنىڭ سېتىش مەسئۇلىيىتىنى ئۈستىگە ئېلىشنى بېكىتتى. ئاممۇى مۇناسىۋەت جەھەتتىكى سالاھىيەتلىك بولۇش سۈپىتى بىلەن، قاغجىراپ كەتكەن ئېلانچىلىققا قەۋەت-قەۋەت پۇل چېچىپ ماركا تىكلىگەندىن، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئالقىشى ئارقىلىق خېرىدار تووپى قۇرۇشنىڭ مۇھىملىقىنى تونۇپ يەتتى. Google نىڭ سۆزلىگىلى بولىدىغان ياخشى ھېكايىسى بار، ئۇنىڭ ئۈستىگە پۇل خەجلەپ ئېلان بېرىشتىن ئاۋال، ئاممۇى مۇناسىۋەتتىن پايدىلىنىپ ئاسان ئۆزگىلى بولىدىغان مۇئىلەرگە ئېرىشكىلى بولىدۇ. سىندىغا كېرىكى پەقەتلا ئازراق ياردەم.

سىندىنىڭ كېيىن ئەسلەپ بېرىشچە: «1999-يىلى يازنىڭ ئاخىرى، بىزنىڭ ئىنتايىن قىيىن ئەھۋالدىكى ۋاقتىمىز، ھېچكىم بىزگە تېلېفون قايتۇرمايتتى، بىزنى كۆزگە ئىلمېۋ قويمايتتى. بىز بىر شىركەتنى تەكلىپ قىلىپ بازار ئاچماقچى بولدۇق، ئەمما ئاخىرىدا ئامالسىز ئۇلارنى كەتكۈزۈۋەتتۇق، چۈنكى ئۇلار پەقەت ئۆزلىرى مەبلەغ سېلىپ پاي قوشقان شىركەتلەر بىلەنلا ھەمكارلىشىدىكەن، بىراق لارى بىلەن سېرگېي بۇ تەلەپكە قوشۇلمىدى. بۇنداق بولۇشى ئۆزىمىز قىلىشىمىزنىڭ زۆرۈرلۈكىنى ئىلگىرى سۈردى، كىچىك گۇرۇپپىدىن بىرنى تەشكىللەپ، بىر قىسىم كەسپىي بىلىملەرنى توپلاپ، ئاخباراتچىلىق تەھلىلچىلەر ۋە ئۇلارغا مۇناسىۋەتلىك ساھەدە تەسىرى بار شەخسلەر بىلەن بىۋاستە مۇناسىۋەت ئورناتتۇق. » لېكىن، بۇ جايدا توخۇ تۇخۇم تۇغقانمۇ ياكى توخۇ تۇخۇمدىن چىققانمۇ دېگەندەك قىيىن بىر مەسىلە بار: تاراتقۇلار Google غا دىققەت قىلمايدۇ، چۈنكى Google ھەممە ئادەم دىققەت قىلىدىغان شىركەت ئەمەس.

سىندىنىڭ ئەسلەپ بېرىشچە: «مەن ‹سان فرانسىسكو مۇھىم خەۋەرلەر گېزىتى› ۋە ‹سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى› بىلەن كۆرۈشۈپ باققان، ئەينى چاغدا پەقەت ئۇلار بىلەن مۇناسىۋەت قۇرۇشنىلا

ئويلىغان. ‹سان فرانسسكو مۇھىم خەۋەرلەر گېزىتى› ئەزەلدىن ماڭا تېلېفون قايتۇرمايتتى. ئەڭ ئاخىرى مەن ‹سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى› ئىشخانىسىدىن بىر كىشىنى تۇتۇۋالدىم، ئۇ ماڭا Google نى زىيارەت قىلمايدىغانلىقىنى ئېيتتى، چۈنكى بىزنىڭ ئىشخانىمىنىڭ ئورنى ‹شىمال تەرەپتە بەك يىراق› ئىدى. »

ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئالقىشى ئارقىلىق تەرەققىي قىلىپ زورىيىش، لارىرى بىلەن سېرگېيىنىڭ ئېلاندىن قاتتىق نەپرەتلىنىدىغان پوزىتسىيەسىگە ماس كېلەتتى. ئۇلار دائىم ئىگىلىك تىكلىگۈچى كارخانىلارنىڭ خالىغانچە بەدخەجلىك قىلىدىغانلىقىنى زادىلا قىلمىدۇ، قىزىق نۇقتا تەنتەربىيە پروگراممىسىدا ئېلان قىستۇرۇش قىلمىشىنى، تېلېۋىزىيە ئېلانىنىڭ ئۇنۇمى تۆۋەيلىدىن ئۆلچىگىلى بولمايدۇ. سىز بىر قانچە مىليون تاشلىشىڭىز مۇمكىن، ئەمما بىر كۆرۈرمەننىڭ خېرىدارىڭىزغا ئايلانغانلىقىنى بىلمەيسىز. ئىنژېنېرلار «ماركا كېڭەيتىش» نامى بىلەن ئېلىپ بېرىلىدىغان سەرمايە يۆقىرى ئۇنۇمى تۆۋەن بۇنداق ئىشنى ئۆچ كۆرىدۇ.

«ماركا ئالغا ئىلگىرىلەش توختاپ قالغاندا قېپقالغان نەرسە. » بۇ ئىنژېنېر ماتت كاتتس (Matt Cutts) لارىرى ۋە سېرگېي بىلەن ئاچقان يىغىندا ئاڭلىغان كۆز قاراش. پەقەت مەھسۇلاتنىڭ رىقابەتچىلەرنىڭكىدىن ئەۋزەللىكى بولمىغان چاغدا، ماركا ئاندىن تەسىر كۆرسىتىدىغان ئامىلغا ئايلىنىدۇ. ئۇ چاغنى كۈتۈپ تۇرغاندا، سىز ئاللىبۇرۇن ئۈتتۈرغان بولىسىز. ناھايىتى ئۇزۇن بىر مەزگىل، لارىرى ھەتتا «ماركا» دېگەن سۆزنى ئىشلىتىشنىمۇ رەت قىلغان، چۈنكى ماركا دېيىلسە تېخنىكىنىڭ ئۆزىگە تايىنىپلا مۇۋەپپەقىيەت قازانغىلى بولمايدىغان تەسىر بېرىدۇ.

مېنىڭ بازارچىلىق پىلانىم بۇ خىل ھالەتنى ئۆزگەرتىشى كېرەك. لارىرى بىلەن سېرگېي بىزنىڭ ھەر خىل ئۇسۇللار بىلەن ئىشلەتكۈچىلەر ۋە كارخانىلارنىڭ دىققىتىنى تارتىپ، ئۇلارنى قايىل قىلىپ Google مۇلازىمىتىنى سىناپ ئىشلەتكەنىنى كۆرەلەيدۇ. مەن پۈتۈمنى ئۈستەلگە ئېلىپ، كۆزۈمنى كومپيۇتېر ئېكرانىغا تىكىپ، ھەرپىتاختىنى تىزىمغا قويۇپ، خەت ئۇرۇشقا باشلىدىم.

«Google نىڭ ئاخىرقى نىشانى ئاۋامنىڭ بازارىغا يۈزلىنىپ ئىزدەش ھەل قىلىش لايىھەسى تەمىنلەش بولۇپ، ئاخىرقى ئىشلەتكۈچىگە بېۋاستە مۇلازىمەت قىلىدۇ، شۇنىڭ بىلەن بىللە نىشان تورتۇراغا تېخنىكىلىق قوللاش بىلەن تەمىنلەيدۇ. » دەپ يازدىم. ئاندىن كېيىن، بىزگە يارەملىشىپ بۇ نىشاننى ئىشقا ئاشۇرالايدىغان ھەر خىل بازارچىلىق تەكلىپلىرىنى تىزىشقا باشلىدىم.

ئۇنداقتا، پىلانچۇ؟

مەن Google غا ئىشقا چۈشكەن بىرىنچى ھەپتىدە، سىندىدىن شىركەتنىڭ ئىستراتېگىيەلىك پىلانىدىن بىر نۇسخا ئېلىشنى ئويلىغان. ئۇ ماڭا قاراپ قويۇپ: Google نىڭ ئىستراتېگىيەلىك پىلانى يوق. خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىپ مەبلەغ سالغۇچىلارنىڭ خاتىرجەم مەبلەغ سېلىشى ئۈچۈن تاييارلىغان PPT (بىر خىل كۆرسەتمە تەسۋىر پروگراممىسى) كۆرسەتمە تەسۋىر ھۆججىتىدىن باشقا، شىركەت تىرىشىپ قانداق نىشاننى ئىشقا ئاشۇرىدۇ، ھېچقانداق يېزىقچە ماتېرىيال يوق. بۇ مەزمۇنلارنىڭ ھەممىسى لارىرى بىلەن سېرگېيىنىڭ مىڭسىدە، ئۇلار ئەزەلدىن بۇلارنى ئوتتۇرىغا چىقىرىپ مۇنازىرە قىلىشنى خالىمايدۇ.

مەن خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلەغ سالغۇچىلارغا كۆرسىتىدىغان كۆرسەتمە ھۆججەتنى تېپىپ، بىزنىڭ ئىستراتېگىيەلىك نىشانىمىزنىڭ تۇنجى بەتنى ئېچىش ئىكەنلىكىگە ئىشەندىم، ئۈستىدە بىر كارتون رەسىم، كارخانىچى بېرنى (Bernie) نىڭ دېيىشچە: «... قاراڭلار ئىزدەش موتورى ياسايدىغانلارغا، ئۇلارنىڭ قاتتىق مال-مۈلكى يوق، بارى پەقەت كۆپچىلىكنى شاتلاندۇرىدىغان يۇمشاق دېتال. بىراق، ئۇلارنىڭ بازار قىممىتى ھە

دېگەندە مىليارد دوللار بىلەن ھېسابلىنىدۇ! ئەلۋەتتە، ئەگەر باشقىلار ھەقىقەتەن ئىشلىتىش ئۈچۈن ئېقلىي ئىدراكلىق ئىزدەش موتورىنى يېرىم يولدا ۋۈجۇدقا چىقارسا، ئۇ شىركەتلەر بىر كېچىدىلا ئۇن تىنسىز غايىپ بولۇپ كېتىدۇ. »

مەن كۆرسەتمە ھۆججەتنى قايتا-قايتا كۆرۈپ، ئۇنىڭدا Google نىڭ باشقۇرۇش قوشۇننى يۈزەكى چۈشەندۈرگەنلىكى، كەسپىي رىقابەتچىلەرنى تىزغانلىقى ھەمدە بازار ئىگىلەش نىسبىتى سانلىق مەلۇماتى ۋە مەبلەغ سېلىش خامچوتنى تەمىنلىگەنلىكى، يەنە بىر بەتتە مۇنداق يېزىلغانلىقنى كۆردۈم: «Google نىڭ مەخپىيىتى نېمە؟ تۆت يىلدىن ئارتۇق ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدىكى تەتقىقات تارىخى + Google.com تەتقىقات تەجرىبىسى + يۇقىرى ساپالىق قوشۇن. » جاۋابى ئېنىق بولدى.

«مەن ئامالنىڭ بارىچە تەپسىلىيرەك سۆزلەشنى ئويلىساممۇ، ئەمما ئۇلار ھېچنېمنى ھەمبەھرلەشنى خالىمايدۇ. » مەن بۇ ئاددىي مەزمۇنلارنىڭ ئارقىسىدىكى ئوي-پىكرىنى سوربغىنىمدا، سالار شۇنداق جاۋاب بەردى. بۇ PPT كۆرسەتمە ھۆججەتنى تۇپلاپ ياساش ئۇنىڭ Google كەلگەندىن كېيىنكى تۇنجى ۋەزىپىسى. Google بىلەن كۆرۈشكەن بەزى مەبلەغ سېلىش شىركەتلىرى ئىلگىرى رىقابەتچىلەرگە مەبلەغ سالغانلىقىنى لارى بىلەن سېرگېي بىلگەنلىكتىن، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ ياخشى ئامماللرىنى ئاشكارىلاشنى خالىمغان.

«شۇنداق بولغاچقا كۆرسەتمە ھۆججەت قۇپقۇرۇقتەك چىقىپ قالغان، سېرگېينىڭ ئامالى يېغىن ئېچىلىشتىن ئىلگىرى ئاخشىمى، ئۇنىڭ ئۇستىگە كەسمە رەسىم قوشۇش ئىدى. » دېدى سالار. مەن تىرىشىپ مۇنداق بىر مەنزىرىنى ئويلايتتىم: كىرىمنىي جىلغىسىدىكى ئەمەلىي كۆچى كۆچلۈك مەبلەغ سالغۇچى ۋاستىچىلار پۈتۈن زېھنىنى يېغىپ نەچچە يۈز مىليون مەبلەغ سېلىشقا باش قاتۇراتتى، ئەمما Google نىڭ يوشۇرۇن تىجارەت كىرىمى (تېخنىكا سېتىش، ئېلان سېتىش) نىڭ جىرالىرىنىڭ ئەتراپىدا، ئالتۇنداك چاقناپ تۇرغان تىللا تۆكىلىدىغان دەرەخلەر پارقىراپ تۇراتتى. Google ئىككى يىل ئىچىدە پۈتكۈل ئىنتېرنېت ئىزدەش كەسپىدە 50% بازار نىسبىتىگە ئېرىشىدىغانلىقىنى بىلدۈردى، بۇنداق يۈكسەك ئىرادىلىك پىلانغا نىسبەتەن مەنمۇ ئۇلارنىڭ ئىنكاسىنى تەسەۋۋۇر قىلىۋاتىمەن. كىرىمنىي جىلغىسىدا بولغان تەقدىردىمۇ، ھېچقانداق بىر شىركەتنىڭ بۇنداق تېز سۈرئەتتە ئاشقانلىقى كۆرۈلۈپ باققان ئەمەس.

ناۋادا 1999-يىلى Google نىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىدىغانلىقىنى ئالدىن پەرەز قىلىشتا، سىزنىڭ ئادەتتىن تاشقىرى ئالدىن پەرەز قىلىش ئىقتىدارىڭىز بولۇشى ياكى ئالاھىدە ئۇنۇمى بار دورا ئىچىشىڭىز كېرەك. ئۇنداق بولمايدىكەن، ئۇ پەقەتلا پۇل كۆيدۈرۈش خالاس. شەمشاد كاپىتالى بىلەن KPCB نىڭ مىڭسىنىڭ سۈيى بار، چۈنكى خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلەغ سالمىغان بۇ ئىككى سودىگەر Google غا ئايرىم-ئايرىم ھالدا 12 مىليون 500 مىڭ دوللار مەبلەغ سالغان. بۇنى كىرىمنىي جىلغىسىدىكى بىر قىسىم كىشىلەر ھەزىل قىلىپ مۇنداق دېگەن، «Google» نىڭ مەنىسى مەبلەغ توپلاشقا سودا پىلانى يېزىش زۆرۈر ئەمەس.

Google نىڭ بازارچىلىقى ھەققىدە، كۆرسەتمە ھۆججەتتە بىر ئېغىزمۇ تىلغا ئېلىنمىغان، شۇڭلاشقا مېنىڭ پىلانىم باشتىن باشلىنىشى كېرەك. مەن پىرامىدا شەكىللىك دىئاگراممىا بىلەن ئىشلەتكۈچىلەر قەۋىتىنى لايىھەلىدىم، ئەڭ ئۈستۈنكى قەۋىتى «تېخنىكىلىق ئىشلەتكۈچى»، ئەڭ ئاستىنقى قەۋىتى «تۇردىكى يېڭىياچىلار». مەن ئۈچ باسقۇچلۇق پىلاندىن بىرنى تۈزدۈم، قەدەم باسقۇچ بويىچە ئالغا سۈرگىلى بولىدۇ. مەن جاۋابى يوق مەسىلەردىن بىر نەچچىنى ئوتتۇرىغا قويدۇم: تېخنىكىلىق ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ بازار كۆلىمى قانچىلىك؟ بىز بۇ ساھەدە يېتەكچىلىك ئورۇننى ئىگىلىدۇقمۇ؟ بىز يېڭى مەھسۇلات تەتقىق قىلىپ تېخنىكىغا ئانچە پىششىق ئەمەس ئىشلەتكۈچىلەرنى جەلپ قىلىشىمىز زۆرۈرمۇ؟ تەكشۈرۈش نەتىجىسى بىزگە جاۋابنى دەپ بېرىدۇ، ئەمما شۇنىڭ بىلەن بىللە ئۆزەمنىڭمۇ پىكرىنى ئوتتۇرىغا قويدۇم: مەخسۇس ساندان ۋە دائىرە نامى خەتلەش ئۈچۈرنى ئىزدەشكە يول قويۇش، قىزغىن ئىشلەتكۈچىلەرنى مۇكاپاتلايدىغان «Google

ئەگەشكۈچىلىرى» (Google Fellows) پىلانىنى قوزغىتىش. مەن تولۇپ تاشقان ئىشەنچ بىلەن پىلانىنى بىزنىڭ باشقۇرۇش قوشۇنىدىكىلەرگە ئەۋەتتىم. مەن كۆپ پۈل خەجلەپ ئاساسىي تاراتقۇلاردا ئېلان بېرىشكە تەكلىپ بەرمىدىم، ئۇنىڭ ئۈستىگە سانلىق مەلۇمات توپلاشنىڭ مۇھىم ئەھمىيىتىنى تەكتلىدىم. لارى بىلەن سېرگېي سانلىق مەلۇماتنى بەك ياقتۇرىدىغاندەك قىلاتتى.

«بەك قالتىس، بۇ چىقىش نۇقتىسى ناھايىتى ياخشىكەن. » دەپ سېرگېي جاۋاپ قايتۇردى. ھەقىقەتەن، سېرگېي مېنىڭ زور كۆپ قىسىم ئاساسلىرىمغا گۇمان بىلەن قارىسىمۇ ئەمما ئۇ مېنىڭ پىلانىمنى بىر پاي ئوق بىلەنلا ئۇجۇقتۇرۇۋەتمىدى، بۇنىڭدا يېتەرلىك كۆزىتىش ئىقتىدارى بارلىقىنى ئىپادىلەيتتى. لارى تېخىمۇ ئېھتىياتچان، ئەمما ئۇ مەن ئوتتۇرىغا قويغان مەسىلىنى بەك ياقتۇرۇپتۇ ھەمدە «Google ئەگەشكۈچىلىرى» دېگەن ئويىنى «بەك قالتىس» دەپ قاراپتۇ.

مېنىڭ تەشەببۇسۇمغا نىسبەتەن، كۆپچىلىكنىڭ تەدرىجىي كەڭ بەلباغلىق تور ئۇلىنىشى ئىشلىتىشىگە ئەگىشىپ، سۈرئەت مۇھىم پەرقلەندۈرۈش ئامىلى بولمايدۇ دەپ قارايدىكەن. ئۇنىڭ دېيىشچە: «سۈرئەت ماڭا نىسبەتەن مەسىلە، مەن ئۆيدە مودىم ئىشلىتىمەن. ئەگەر ئىزدەش موتورىنى ھەم تېز ھەم ياخشى قىلغاندا، سىزنىڭ تەپەككۇر جەريانىڭىز بىلەن ئىككىسى بىرلىشىپ كېتىدىكەن.» » ئۇنىڭ قارىشىچە، Google پەقەت مۇئەييەن بىر نەرسىنى ئىزدەش قورالى بولۇپلا قالماستىن بەلكى، ھەر بىر ئىشلەتكۈچىنىڭ ھۆكۈم قىلىش جەريانىدىكى كۆرگىلى بولمايدىغان مۇھىم ئاملىغا ئۆزگىرىۋېتىپتۇ. كۆرۈنۈپ تۇرۇۋېتىۋكى، «مېڭىنى توپلاشتۇرۇش» (brain integration) ھازىرغا كەلگۈچە Google شىركىتى ئىزچىل ئاشكارىلىمىغان كارخانا نىشاندۇر.

چوڭ تېپتىكى دەرۋازا تورتۇرالارنى زىيارەت قىلدىغان ئىشلەتكۈچىلەرنى جەلپ قىلىش ئۈچۈن، بىز نىشان ۋەزىپىمىزنى قوشۇشمىز كېرەك، سېرگېي مېنىڭ بۇ يەكۈنۈمگىمۇ قوشۇلمىدى. ئۇ مېنى يېتەكلەپ مۇنداق دېدى: «غەيرى ئىقتىدار خاراكتېرى — بىر ئالاھىدىلىك، بىز مەھسۇلات قوشۇش ئارقىلىق تور بەت زىيارەت مىقدارىنى ئاشۇرۇشمىز ھاجەتسىز. » لارى بىلەن سېرگېي ھەمشە كۆلەم نۇقتىسىدىن مەسىلىنى ئويلايتتى. سېرگېينىڭ قارىشىچە، ئوخشاش بولمىغان دەرۋازا تورتۇرالارنى زىيارەت قىلىدىغان ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ سانىدىكى پەرق ئانچە چوڭ ئەمەس، لېكىن ئوخشاش بىر تورتۇرادىكى ئوخشاش بولمىغان بەتنى زىيارەت قىلغان ئادەم سانىدىكى پەرق ناھايىتى چوڭ. ئىزدەش مۇلازىمىتىدە غەلىبە قىلغۇچىلار پەقەت مەۋجۇت ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ چېكىلىش قېتىم سانىنى ئاشۇرۇشقىلا قارىمايدۇ، بەلكى ئەڭ كۆپ بولغان تور ئىشلەتكۈچى مىقدارىغا ئىگە بولۇشى كېرەك. سېرگېي Google نىڭ كېيىنكىسى بولۇشنى قارار قىلدى.

بىردىنبىر غەلىبە قىلىش يولى

بازار پىلانىدىن بىرنى تاپشۇرۇپ تەستىقلاشنى كۈتكەندىن كېيىن، ئۆزۈمنى ئازراق يەڭگىل ھېس قىلدىم. مەيلى بىزنىڭ مەھسۇلاتىمىز قانچە يېڭىلىق ياراتقان بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، باشقا تەرەپلەردە ئاخىرى بېرىپ يەنىلا مەھسۇلاتقا ماسلىشىشى كېرەك، بۇ كارخانا تەرەققىياتىدىكى ئورتاق قائىدە. شۇنداق بىر كۈن كېلىدۇ، بازارچىلىق ئارقىلىق ئىستېمالچىلارغا ئېنىق تاللاشنى ۋۈجۈتقا كەلتۈرىدىغان؛ شۇنداق بىر كۈن كېلىدۇ، مەن ئالغا بېسىپ، يۇقىرى ئاۋازدا: «مەن تەييارلىنىپ بولدۇم، تىرىشىپ ئۆزەمنىڭ ئىشىنى ياخشى قىلىمەن» دەيدىغان.

ئۇ كۈن ئىزچىل كەلمىدى.

ئەمما بۇ Google نىڭ باشلىنىشتىلا ھەممىنىڭ ئالدىدا ئىكەنلىكىدىن ئەمەس، بەلكى ئەزەلدىن ئارقىسىدىكىلەرگە قارىمايدىغانلىقىدىن بولغان. شىركەتنىڭ دەسلەپكى ۋاقتىتىكى ئەھۋالىنى تىلغا ئالغاندا، ئۇرس مۇنداق دەيدۇ: «بىز ئانچە ئالدىدا ئەمەستۇق، ھەقىقەتەن شۇنداقتى. ئۆز ئارا سېلىشتۇرغاندا، Alta

Vista ۋە Inktomi ئىككىسى غايەت زور مەخلۇق ئىدى. Inktomi نىڭ مۇلازىمېتىرى بىلەن بىزنىڭكى بىر سانلىق مەلۇمات مەركىزىدە ۋاكالىتەن باشقۇرۇلاتتى، ئۇلارنىڭ كۆلىمى Google نىڭ 20 ھەسسىسىگە تەڭ بولۇپ، بىزنىڭكىدىن كۆپ ياخشى ئىدى. ئۇلار تامغا شىركىتىنىڭ بەلگىسىنى ئاسقان بولۇپ، بىز پەقەت تىرىشىپ ئازراق يېڭى نەرسە قىلىۋاتقان كىچىك شىركەت ئىدۇق. بىزنىڭ تور بەتنى رەتكە تىزىدىغان ھېسابلاش ئۇسۇلىمىز ھەقىقەتەن ياخشى ئىدى، ئەمما سۈرئىتى Inktomi دىن ئاستا ئىدى. بىزنىڭ پەقەت ئارقىدىن قوغلاش ئىمكانىيىتىمىز بولۇپ، ئۇلارنىڭ ئېقىم مىقدارى بىزنىڭ 100 ھەسسىسىگە توغرا كېلەتتى. »

يىغىن چاقىرىپ ئۆزەم ئوتتۇرىغا قويغان بازار پىلانىنىڭ ئاخىرقى قەدەم باسقۇچلىرىنى مۇزاكىرە قىلىدىغان ۋاقىتتا، مەن Google شىركىتىنىڭ زادى قانچىلىك ئاجىز ئىكەنلىكىنى ھەقىقىي ھېس قىلمىغان ئىكەنمەن، بۇ يېرى خېلى يامان ئەمەس. ئەگەر ئۇنداق قاراش بولغاندا، بەلكىم مەن خاتا ھالدا ئۆزەمگە بولغان ئىشەنچكە تولۇپ، تەكلىپنامەم ھەممە جاۋابنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ دەپ قالاتتىم. ھازىرقى ئەھۋال مۇنداق، مەن تىزىپ چىققان پىلان تىزىسىغا نسبەتەن، ھەر بىر باسقۇچتا سالىدىغان سېلىنمىنىڭ مۇڭاپىقلىقىنى چوقۇم ئىسپاتلىشىم كېرەك ئىدى. بۇ پىلاننى ئەمەلىيلەشتۈرۈش ھەمدە بەزى خىزمەتلەرنى جىددىي بىر تەرەپ قىلىشنىڭ سەۋەبى، بۇلارنى بىرمۇ بىر تىزىپ چۈشەندۈرەتتىم.

مەن مۇنداق دېدىم: «بىزنىڭ ئىچكى قىسمىدىكى تەتقىقاتىمىزدىن مەلۇم بولۇشىچە، رىقابەتچىمىز Google نىڭ ئىزدەش سۇپىتىگە يېقىنلىششقا باشلىدى، بۇ نۆۋەتتە ئويلىشىدىغان ئەڭ مۇھىم ئىش. مۇشۇنداق ھەممە ئىزدەش موتورلىرىنىڭ مۇلازىمەت سۇپىتىنىڭ ئانچە پەرقى يوق دۇنيادا، بىز ماركىغا تايىنىپ ئۆزىمىزنى رىقابەتچىمىزدىن پەرقلەندۈرۈشىمىز كېرەك. »

يىغىن زالى تىمتاس ئىدى.

مەن ئەنسىزلىك بىلەن تۆت ئەتراپقا نەزەر سالدىم. مېنىڭ دېگىنىم خاتامۇ؟ شۇنداق، خاتا بولغان تەقدىردىمۇ، ھەر قانداق ئىشنى ئىدراكلىق ھېسابلاش ئۇسۇلى بىلەن تەكرار قوللىنىش ئارقىلىق ياخشىلاشقا قەتئىي ئىشىنىدىغان ئىنژېنېرلارغا نسبەتەن ئېيتقاندا، بۇ خۇددى يالغان تەلىماتتەكلا تۇيۇلاتتى. لاررىنىڭ تەلىماتىغا قارشى سۆزلىرى تەلتۆكۈس ئاشكارىلىناتتى.

«ئەگەر بىز سۈپەتتە غەلىبە قىلالمىساق، باشقا ئىشلارنىڭمۇ پايدىسى يوق. » دېدى لارى ئېغىر-بېسىقلىق بىلەن. ئۇنىڭ قارىشىچە، نوقۇل بازارچىلىق ئۇسۇلى ئارقىلىق غەلىبە قىلىش ئالدامچىلىق بولىدىكەن، چۈنكى ئۇنداق بولغاندا كىشىلەرنى ئالداپ ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ جانجان مەنپەئەتىگە خىلاپ ھالدا ناچار مۇلازىمەتنى ئىشلىتىشتىن دېرەك بېرىدىكەن. قورالنى قولغا ئېلىپ مەڭگۈ تۈگىمەيدىغان ئاۋارىچىلىق مەسىلىلەرنى ھەل قىلىشلا، تېخىمۇ ئۇلۇغۋار ئۇسۇلكەن.

باشقىلارنىڭ ئالدىدا مېڭىشقا جۈرئەت قىلىش

Google شىركىتىنىڭ 1999-يىللىق تەتىلىك يىغىلىشى ئوقۇش پۈتتۈرىدىغان ئوقۇغۇچىلار ئېلىپ بارىدىغان مەكتەپتىن ئايرىلىش پائالىيىتىدىن پەرقلەنمەيتتى، نەچچە ئون ئادەم ئاق دوسكا بىلەن بىزەلگەن ئۆيگە قىستىلىۋالغان ئىدى. چۈنكى ئاشخانا مەسلىسى تۈپەيلىدىن، تاماق قورۇملار كېيىن چىققاچقا، ھەممىسى سوۋۇپ قالغان ئىدى. سېرگېي دىئامېتىرى 5 فۇت كېلىدىغان قىزىل توپنىڭ ئۈستىدە تۇرۇپ تەبرىك سۆزى قىلدى، گەرچە ئۇ شۇ جايدىكى سېرىك ئۆمىكىدە تەربىيەلەش دەرسىگە قاتناشقان بولسىمۇ، ئەمما تەڭپۇڭلۇقنى ساقلىيالمىدى. ئۇ ئويلانمايلا بىر قانچە چاقچاق قىلىپ، ئاغزىنىڭ ئۇچىدىلا ھەممە ئىشلارنىڭ

ئۇڭۇشلۇق ئىكەنلىكى دېدى، بىزنىڭ كېلەر يىلى تەبرىكلەش يىغىنى ئاچقان ۋاقتىمىزدا شىركەتنىڭ مەۋجۇت ئىكەنلىكىگە ئىشەندۈرۈش ئۈچۈن، پارلاق كەلگۈسى ھەققىدە ھېچنېمە دېمىدى.

يىغىلىش ئاخىرلاشقاندىن كېيىن، بىز شىركەتتىن ئايرىلدۇق. مېنىڭ بىر ئائىلە چوڭلۇقىدىكى تۇرمۇش كاپالىتىگە ئېرىم يولدا ۋەيران بولۇشى مۇمكىن بولغان ئىگىلىك تىكلەۋاتقان شىركەتتىكى خىزمەت ئورنىغا تېگىشكەنلىكىمگە، كىرىستېن بۇرۇنقىدىنمۇ بەكرەك ئىشىنەتتى. بالىلار فورد ماركىلىق ماشىنىنىڭ ئارقا ئورۇندۇقىدا، يول بويى جىمجىت ئولتۇردى.

«ئۇلار قارىماقتا ... يامان ئەمەس... لېكىن، ئۇلار ئۆزىنىڭ نېمە ئىش قىلىۋاتقانلىقىنى بىلەمدۇ؟ كەيپىيات سەل قالايمىقانداەك. » دېدى كىرستېن.

«دەم ئېلىش ۋاقتى توشتى، مەسىلىلەرنىڭ ھەممىسىنىڭ ھەل بولۇشىغا ئىشىنىمەن. ئۇلار ھازىر يەنىلا ئادەم توپلاۋاتىدۇ، ئاۋال شىركەتنى ماڭدۇرغاندا، سەل قوپالراق بولۇشتىن ساقلانغىلى بولمايدۇ. شىركەت ئەمەلىيەتتە يۇزەكى قارىغاندىكىدەك ئۇنداق ناچارمۇ ئەمەس. » دەپ ئۇنىڭغا تەسەللى بەردىم.

مەن قالايمىقانچىلىقتا ئاللىبۇرۇن كۆنۈپ كەتتىم: ئويۇنچۇق، قورال-سايمان، تېخنىكىلىق ماتېرىياللار ھەممە يەرگە قالايمىغان قويۇلىدۇ، ئۇياقتىن-بۇياقتا يۈگرەۋاتقان ئىت كارىدوردىن كېلىۋاتقان تۇك ماشىنىدىن ئۆزىنى قاچۇرۇۋاتىدۇ، ھەقسىز يېمەكلىك بىلەن تەمىنلەيدىغان كىچىك ئاشخانىلار ھەممىلا يەردە بار. شىركەتتىكى ئىشخانىنىڭ ھەممە جايىنىڭ مەلۇم ئىشلىتىش ئورنى بارلىقىنى تەدرىجي بايقىدىم.

1999-يىلى، جورج سالاخ (George Salah) خوككېي تۇپى ئۇيناىدىغان چاغدا لارري ۋە سېرگېي («ئۇلار ئىككىسى مېنىڭ تەسەۋۋۇرۇمدىكى ئىنژېنېرلارنىڭ سەۋىيەسىدىن خېلىلا يۇقىرى ئىدى» دېدى) بىلەن تونۇشقان، كېيىن Oracle شىركىتىدىن ئايرىلىپ، Google غا كېلىپ ئارقا سەپ تەمىنات باشقۇرغۇچىلىق ۋەزىپىسىنى ئۈستىگە ئالدى. Oracle ناھايىتى مۇۋەپپەقىيەت قازانغان دۆلەت ھالقىغان كارخانا بولغانلىقتىن، ئۇلارنىڭ ئەڭ ياخشى ئەمەلىيىتىنى ياش ئىگىلىك تىكلەش كارخانىسىغا قوللىنىش ئىنتايىن ئەھمىيەتلىك بىر ئىش.

جورج مۇنداق دېدى: «Oracle شىركىتىدە، ھەر خىل ئۆلچەملەر بار، مەن شۇ ئۆلچەملەرنى ئىشلەتسەم بولىدۇ، مەن لارري بىلەن سېرگېيغا ئېيتتىمكى، ‹بۇ پورتلاند ئېھتىياجلىق نەرسە. مەن ھەر قېتىم ئىشنى ئايرىم باشلاشنى خالىمايمەن. سىلەر مېنىڭ بىر يۈرۈش ئۆلچەم قۇرۇشۇمغا قوشۇلامسىلەر؟ › خۇددى مەن ساراڭدەك، ئۇلار ماڭا قاراپ تۇراتتى. »

«ھەرگىز بولمايدۇ! ھەر قانداق ئىشتا، ھەممىز ئۆلچەم بويىچە ئىش قىلىشنى خالىمايمىز. بىز ھەر قانداق ئىشنىڭ ‹ئۆلچەملىك› بولۇشنى خالىمايمىز. » ئىككى ئىگىلىك تىكلىگۈچى ماڭا شۇنداق دېدى.

جورج ئايدىڭ بېشىنى سىلاپ تۇرۇپ «مېنىڭچە شۇ ۋاقىتتىن باشلاپ چېچىم چۈشۈپ تاقىر باش بولۇپ قالغان» دېدى، «ئۇلار ئىلگىرىكى ھەممە شىركەتلەر بىلەن پۈتۈنلەي ئوخشىمايدۇ. مەيلى مەزمۇن ياكى شەكىل جەھەتتىن بولسۇن، ھەممىسىدە ئەڭ ئالالاشتۇرۇشنى ئىشقا ئاشۇرىدۇ. مەن ئىلگىرىكى كەسپي تارىخىمدا ئۆگەنگەن ھەممە نەرسىلىرىمنى ئامالسىز بىر ياقتا تاشلاپ قويۇپ، ئىككى ئىگىلىك تىكلىگۈچىنىڭ ئارزۇسىنى چۈشىنەلەيدىغان، بارلىق ئىمكانىيەتلەردىن پايدىلىنىپ ئەڭ ياخشى خىزمەت ئورنىنى تەمىنلىگۈچى، ھۆددە ئالغۇچى ۋە لايىھىلىگۈچى ئىزدەيتتىم. گۈزەللىك ئامىلىنى ئويلاشماي، ئەزەلدىن ئىقتىدار شەكىلدىن ئۈستۈن تۇرىدۇ. »

خىزمەتدىشىم ۋە مەنمۇ «ئادەتتىكى قائىدە» بويىچە ئىش قىلىشقا رۇخسەت يوق. خۇددى سىندى

ئېيتقانـدەك: «Google نـڭ بازارچىلىقىغـا نسبەتەن، لارى بـىلەن سېرگېي تېڭـى تەكتـىدىن ئېيتقانـدا ھەر قانـداق شـەكىلدىكى قېلىپلاشـقان ئۇسـۇلغا قارشـى تۇرىـدۇ. مەن ئىلگـىرى ئىشـلەپ باققـان ھەر قانـداق بـىر شىركەت، تاراتقۇ بىلەن ئۇچراشماقچى بولغانـدا، ھەمىشە بـىر قىسـىم ئۇچـۇرلارنى تەييارلايـدۇ، ئـادەتتە PPT شەكلىدە تەمىنلەيدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇلارغا بىر قىسىم مۇناسىۋەتلىك ماتېرىياللارنى تەمىنلەيدۇ. سىز ئىشتىن ئـاۋال مەخسـۇس مەشـقىنى قوبـۇل قىلـىپ، تولـۇق تەييـارلىق بـىلەن، تـاراتقۇلار ئوتتۇرىغـا قويغـان ھەر قانـداق مەسـىلىگە لايىقـدا جـاۋاب بېرەلەيـدىغان بولۇشـىڭىز كېـرەك. لارى بـىلەن سـېرگېي بـۇ خىـل ئۇسـۇلنى ياقتۇرمىغاچقا، نېمە ئېزىلغان بولسا شۇنى ئوقۇپ بېرىشنى رەت قىلىدۇ، PPT مۇ ئىشلەتمەيدۇ، نېمە دېگۈسى كەلسە شۇنى دەيدۇ. بۇ نۇقتا تۇيۇقسىز ئىلدىن، ئاخبارات تاراتقۇلار ئۇلارنى ئىنتايىن ياخشى كۆرىدۇ. »

تورسـىز بازارچىلىققـا مەسـئۇل خىزمەتدىشـىم فـۇجى سـاللى شـىركەت قۇرغۇچىلىرىنىـڭ بۇنـداق ئالاھـىدە قىلىقلىرىغا ئانچە كۆنمەيتتى. ئۇ بوشاشماستىن سېرگېيدىن پۇل خەجلەپ بـازار تەكشۈرۈشـنى تەلەپ قىلاتتـى، ئۇنىڭ سىرتتىن ۋاكالەتچى كىرگۈزۈشنى ئۆتۈنەتتى، بۇلارنىڭ ھەممىسى سېتىشنى ئىلگىرى سـۈرۈش ھەرىكىتـى ئېلىپ بېرىش ئۈچۈن ئىدى. ئۇ غۇدۇڭشـۇپ مۇنـداق دېـدى: «ئـۇلار زادى ئـاممۇۋى بازارنـىڭ ماركـا قۇرۇلۇشـىغا بولغان مۇھىملىقىنى بىلمەيدۇ، ئۇ بىزگە ئىشىنىشى كېرەك، بىزنىڭ بـازارچىلىق قـارارى چىقىرىشـىمىزغا، قىلىشـقا تېگىشلىك ئىشىمىزنى قىلىشىمىزغا يول قويۇشى كېرەك. »

بىز ھەممىمىز Google نىڭ مۇجەل تەشكىلىي قۇرۇلمىسى بىلەن كـۈرەش قىلـۇاتىمىز. كىم پايچـاك؟ پىكرى بىردەك بولمىغان چاغدا، ئەڭ ئاخىرقى قارارنى كىم چىقىرىدۇ؟ بىز قىلغان بارلىق ئىشلارنىڭ ھەممىسىنى لارى بىلەن سېرگېي تەستىقلىشى كېرەكما؟ كۆرۈنۈپ تۇرۇۋېتىۋكى، بىزنـىڭ ئۇنـۇمگە مەركەزلەشـكەن دىققىتىمـىز قارار باشقۇرۇش تەرەپكە كېچىەيمگەن.

فۇنكسـىيە چېگراسـىنىڭ مـۇجەللىكى كەلتـۈرۈپ چىقارغـان قايلايمىغـانچىلىق چـېكىگە يەتتـى، بـىراق شەكىلسىز چېگرادىن ھالقىشتىنمۇ ئوسـال ئەھـۋال بـار. مەسـىلەن، بـىر ئىگىلىـك تىكلىگـۈچى بەزىـدە «ياخشـى پىكىر» دىن بىرنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ.

مەن Google غـا كېلـىپ ئىشـلەپ بـىر قـانچە ھەپتە بولغانـدىن كېيىنكـى بـىر كـۈنى، سـېرگېي سۈسـان ۋوججىككىغا مۇنداق دەپتۇ: «مېنىڭ ياخشى بـىر پىكـرىم بـار. بـىز نېمىشقا بـازارچىلىق خـامچوتىنى چىقىرىـپ، چېچىنىيەدىكى مۇساپىرلاردا تارقالغان خولىرا كېسىلىنى قۇتقۇزۇشقا يارىدىم بەرمەيمىز؟ شۇنداق قىلسـاق ماركـا داڭقىنـى ئۆستۇرۇشـىمىزگە يـارىدىم قىلـىپلا قالمـاي، يەنە تېخمـۇ كـۆپ يېڭـى ئىشـلەتكۈچى Google نـى ئىشلىتىدۇ. »

ئۇ چاغدا، شىركەت قۇرۇلۇپ تېخى ئاران بىر يىل بولغان ئىدى. بىزنىڭ ھەقىقىي تىجارەت كىرىمىمىز يـوق ئىدى، مەبلەغ سـالغۇچىلارنىڭ نەچچە مىليـون دولـلار مەبلىغىنـى ئاسـىيادا يـۈز بەرگەن بـىر مەيـدان يەر يـۈزى ئۇرۇشىغا خەجلىسەك، بۇ ھەقىقەتەن بازار ئىگىلەش نىسبىتىنى كېڭايتىدىغان ئىنقىلاب خاراكتېرلىق ئۇسۇلكەن.

سېرگېي راست دەۋاتامـدۇ؟ شـۇنداق. مۇشـۇنداق بـىر غەلـىتە تەكلـىكە نسـبەتەن، مەن قانـداق رەددىـيە بېرىمەن؟ مەن ئىلگىرىكى ئىش ئورنۇمدا، رادىيو، تېلېۋىزور ياكى باشقا تەرەپلەردىكى كۆز قاراش ۋە ئاۋازلاردىن پايدىلىنىپ ئىشداشلىرىم بىلەن مۇنازىرە قىلاتتىم. لېكىن، سېرگېي ماڭـا ھېچقانـداق تاقابـل تۇرغـۇدەك ۋاقىـت قالدۇرمىدى.

ئون يىلدىن كېيىن ئەينى ۋاقىتتىكى ئەھۋالنى ئەسـلىگەندە، مەلـۇم دەرىجـدە سـېرگېينىڭ كـۆز قارىشـىنى چۈشـەندىم. پۈلغـا ئېلان بەرگەنـدىن، ئادەمنـىڭ جـانلىرىنى قۇتقـۇزۇش خـامچوت مەبلىغىنـى تېخمـۇ ياخشـى ئىشلىتىش بولىدىكەن. ئاشۇ ئېلانلار ئىشلەتكۈچىلەرگە كاشىلا پەيدا قىلىدۇ ئەمەلىي ئۇنۇمى يوق، شۇڭلاشقا بـۇ ئەسكىلىك قىلغانلىق بولىدۇ. نېمە ئۈچۈن ئىنسانپەرۋەرلىك ئىشلىرىغا زور مىقداردا ئىئانە قىلىپ ياخشى ئىش

قىلمايمىز؟ سېرگېينىكنىڭ مەسىلە ھەل قىلىدىغان ھەممە ئامىللىرى بۇ لايىھە ئىچىدە تەل ئىدى: ئورتاق يۇزلىنىدىغان مەسىلىگە ئادەتتىكى قائىدىگە پەقەت تۇغرا كەلمەيدىغان ھەل قىلىش ئۇسۇلىنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، تېخنىكىنى قوللىنىپ ئىنسانلارنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇش ئەھۋالىنى ياخشىلاپ، خەلقئارا نەزەر بىلەن مەسىلىلەرنى ئويلاپ، ئاخبارات تاراتقۇلىرىنىڭ بىزنىڭ كارخانا نشانىمىزنى ئىلگىرى سۈرىدىغان قورالغان ئايلاندۇرۇشنى ئۈمىد قىلاتتى.

سېرگېي فۇجى ساللى بىلەن مېنىڭ بۇ تەكلىپكە قانداق قارايدىغانلىقىمىزنى سورىمىدى. ئۇ بىزنىڭ مەسخىرە قىلىدىغانلىقىمىزنى بىلەتتى. ئۇ سۇسانغا بۇرۇلدى، سۇسان ئۇ ئىشىنەلەيدىغان ساناقلىقلا بازارچىلىق خادىملىرىدىن ئىدى. Google ئالىي مەكتەپ كوچىسىدا خىزمەت قىلىۋاتقان ۋاقتىتا، سۇسان شىركەتنىڭ كىچىك چەمبىرىدىكى ئىچكى ئەزا ئىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئىلگىرى Google ئۇنىڭ ئۆيىنى ئىجارىگىمۇ ئالغان. سېرگېي سۇسانىنىڭ ئائىلىسىدىكىلەر (كېيىن ئۇنىڭ سىڭلىسى بىلەن تۇيې قىلغان) نى كۆرگەن، سۇسانمۇ سېرگېينى تولۇق چۈشىنەلەيتتى، شۇڭلاشقا ئۇنىڭ مۇشۇنداق غەلىتە تەكلىپلىرىنى دەرھال ئىنكار قىلمايتتى. ئەكسىچە، ئۇ ھەمىشە سانلىق مەلۇماتلارنى تۇپلاپ ئىسپاتلايتتى. بۇ قېتىم، سۇسان پالو ئالتو شەھىردە ئوقۇتقۇچىلىق قىلىدىغان ئانىسىدىن يارەدەم سورىدى. سۇسانىنىڭ ئانىسى بىر مائارىپ خىزمەتچىسى بولۇش سۈپىتى بىلەن، سېرگېيغا نىسبەتەن ئۇنىڭ ئۆزىگە لايىق نوپۇزى بار ئىدى. بىزنىڭ رۇسىيەگە ساتقىنلىق قىلغان ئارمىيەنى قوللىشىمىزغا نىسبەتەن، ئۇ ئۆزىنىڭ گاڭگىراپ قالغانلىقىنى ئاشكارا ئېتىراپ قىلدى، سېرگېيمۇ ئازراق ئۈمىدسىزلىنىپ قالدى.

شۇنداق بولغان تەقدىردىمۇ، ئۇنىڭ يەنە بىر زاپاس پىلانى بار ئىدى. «ئەگەر بىز ئوتتۇرا مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرى ئارىسىدا Google ماركىلىق تۇغۇتتىن ساقلىنىش قاپچۇقىنى ھەقسىز تارقاتساق، قانداق بولار؟ »

سېرگېي فۇجى ساللى بىلەن مېنىڭ مۇشۇنداق پىكىر يولى بويىچە، خەيرى-ساخاۋەت ئارقىلىق تەشۋىقات قىلىدىغان باشقا ئۇسۇللارنى تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشنى تەلەپ قىلدى. بىز سادىقلىق بىلەن تەلەپ بويىچە قىلدۇق، ئەمما بۇ بىزنىڭ پىكرىمىزنى ئۆزگەرتەلمەيتتى پەقەت تازىنىڭ ئەقلى چۈشتىن كېيىن دېگەندەكلا ئىش ئىدى. سۇسان بازار بۆلۈمىنىڭ بىر ئەزاسى، ئەمما فۇجى ساللى بىلەن مەن ئەسلىدە بۇ بۆلۈمنى باشقۇرۇشقا مەسئۇل ئىدۇق، بىز ئۆزىمىزنىڭ چەتكە قېقىلغانلىقىنى ھېس قىلدۇق. تەشكىلي قۇرۇلمىدىكى مۇجمەللىككە مەن تاقابىل تۇرالسامىمۇ، لېكىن مەن ھەقىقەتەن ئۆزەمنىڭ قايسى تەرەپكە كۆچسەم تۇغرا بولىدىغانلىقىنى بىلىشىم زۆرۈر ئىدى.

بىز بۇرۇنقىدەك ئۇسۇلدا ئىش قىلساق بولمايدۇ، بىز باشقا شىركەتلەرنىڭ ئۇسۇلىنى كۆچۈرمەيمىز، بىز باشقىلارنىڭ كارخانا ئىستراتېگىيەسىنى دەپ بېرىشنى ساقلاپ تۇرمايمىز، ئەگەر راستىنلا مۇشۇنداق بىر ئىستراتېگىيە بولىدىغان بولسا. بىز ھەممىمىز ئۆز ئالدىمىزغا مۇستەقىل قاتناشقۇچى، بىرلىكتە قائىدىگە بويسۇنمايدىغان زىچ قوشۇن. مېنىڭچە مەن چۈشەندىم: مەن مەسىلە تېپىپ ئۇلارنى ھەل قىلىشىم كېرەككەن. شۇنىڭ بىلەن مەن شۇنداق قىلدىم.

بەشنچى باب
جەريانىنىڭ ھەممىسى بولۇشى كېرەك

2000-يىلى 1-ئاي، يېڭى بىر يىل، يېڭى مىڭ يىل، يېڭى مەن.

مەن Google دا ئىشلىگەن بىرنچى ئايدا نەتىجە چىقىرالمىدىم، ئەمما ھازىر قەتئىي ئىزاھە بىلەن، Google نىڭ دەسلەپكى باسقۇچىدىكى تەشكىلىي قۇرۇلمىسىدىكى تېيىلغاق پاتقاقتا بىر كىشىلىك ئورۇن تېپىشقا بەل باغلىدىم. تۇنجى قەدىمىم مۇۋەپپەقىيەت يولۇمنى توغرىسىغا توسقان روشەن توساقلارنى سۈپۈرۈپ تاشلاش: Google دا ئىش تەرتىپى كەم. مايكىنىڭ لايىھەلىنىش لايىھەسىدىن تارتىپ، مەھسۇلات ئېچىش مۇندەرىجىسىگىچە، بۇ ئىشلارنىڭ ھەممىسىنىڭ قارارىغا نىسبەتەن، ئېنىق روشەن بولغان يول بولۇشى لازىم. تەلىيىمگە، مەن 7 بۆلۈم، نەچچە ئون تەھرىر ۋە تەكرارلاشنى چەكسىز سۆيىدىغان ۋە ئەسلەيدىغان تەشكىلدىن كەلگەن، ئىش تەرتىپىنىڭ ئىجرا قىلىنىشىنىڭ ئۇجۇر-بۇجۇرىگىچە چۈشىنىمەن. مۇۋەپپەقىيەت قازانغان كارخانىلار نىشانىنى قانداق تۈزىدىغانلىقىنى بىلىمەن، مەن بۇ خىل ئەقىلنى Google غا ئېلىپ كەلمەكچى.

«ئىلگىرى مەسىلە بايقىغان، ھازىر مەسىلە ھەل قىلىش كېرەك. » دەپ ئويلىدىم.

مەن بىر قېتىملىق بۆلۈم ھالقىغان يىغىن تەشكىللىدىم، مەقسىتىم ئالدىن پىلان تۈزۈش، بايلىق تەقسىملەشنىڭ زۆرۈرلۈكىنى تەكىتلەش ئىدى. بازارچىلىق بىلەن كارخانا تەرەققىياتى شىركەتنىڭ كەلگۈسىدىكى بازاردا پۇت دەسسەپ تۇرۇشىدىكى ئىككى ئاساس بولۇپ، بۇ ئىككى بۆلۈم زىچ ھەمكارلىشىپ، كارخانا ئۆسۈپ يېتىلىشىنىڭ مۇستەھكەم سۈپىسىنى ئورتاق قۇرۇپ چىقىشى لازىم. مەن بىلەن بىر ئىشخاندا تۇرىدىغان ئايدىن يىغىنغا قاتنىششقا قوشۇلدى، بۇنداق بولغاندا، يىغىنغا قاتناشقانلاردىن فۇجى ساللى، سۇسان ۋە باشقا شىركەتنىڭ تەرەققىيات ئىشلىرىغا مەسئۇل ئىشداشلىرىم بار.

بىرنچى قېتىملىق يىغىندا، كۆپچىلىكنىڭ ئەقىل-پاراسىتىنى جارى قىلدۇرۇپ، ئىش تەرتىپىنىڭ قۇرۇلما مەسىلىسىنى بىللە ئويلاشتۇق. بىز بازار رىقابەت ئەھۋالى، شىركەتنىڭ بازاردىكى ئومۇمىي ئورنى شۇنداقلا پۈتكۈل ساھەنىڭ ئىلگىرىلەش يۆنىلىشىنى تەھلىل قىلدۇق. بۇ بىر قېتىملىك ناھايىتى ياخشى بولغان، ئۇنۇملۇك يىغىن بولدى، يىغىن ئاخىرلاشقاندا، بىز ئىستراتېگىيەلىك باشقۇرۇش پىلانى تاپشۇرۇشقا تەرەددۇت قىلدۇق، بۇ دەل Google دا كەم بولغىنى ئىدى. ئىش تەرتىپى باشقۇرۇش دائىرىسىگە كىرگۈزۈلگەن Google قانچىلىك چوڭلۇقتىكى بازار نىسبىتىگە ئېرىشەلەيدۇ؟ ھېچكىم بىلمەيدۇ.

لارى بىلەن سېرگېي بىزنىڭ مەقسەتلىك ھالدا ئىنژېنېرلارغا پىلان تۈزۈپ بېرىپ، ئۇلارنىڭ شۇ بويىچە ئىجرا قىلىدىغانلىقىنى ئاڭلاپ، دەرھال بېشىمىزغا بىر داس سوغۇق سۇ سەپتى. بۇ بىر داس سوغۇق سۇ دەل سالار ئىدى. ئۇ بىزنىڭ ھەيئىتىمىزنى بىۋاستە تارقىتىۋەتمىدى، ئەمما ھەيئەت ئوخشاشلا ئاتتا بار ئەمەلىيەتتە يوق ئىدى. سالار لارىنىڭ بىر تىزىق مەسىلىلەرگە ناھايىتى ياخشى جاۋاب بېرەلەيدىغانلىقى، شىركەتنىڭ ئىستراتېگىيەسىنى ئېنىق چۈشەندۈرەلەيدىغانلىقىنى ئېيتتى. لېكىن، مەھسۇلات ئېچىش يەنىلا ئالاھىدە ئېتىبارغا ئېرىشىدۇ تاكى كەلگۈسىدە يەنمۇ بىر قەدەم ئىلگىرىلەپ دىققەت مەركەزلەشكەن ۋاقىتتا ئاندىن دېيىشەيلى.

شۇنداق بولغىنىغا قارىماي، ئىشتا ئازراق ئىلگىرىلەش بولدى، چۈنكى سېرگېي ئەتىسى پۈتكۈل شىركەتكە بىر بايانات ئېلان قىلىپ، بىزنىڭ ئالدىن ھەل قىلىشقا تېگىشلىك ئۇچ ئىشمىزنى تىزىپ بەردى: «مەھسۇلاتنىڭ ئەۋزەل ئۇنۇمى، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ راۋاجلىنىپ زوربېيشى، تىجارەت كىرىمى. » بۇنى ھەتتا بىر ھەرىكەت پىلانى دېگىلمۇ بولمايدۇ. «بىز ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ سادىقلىقىنى قانداق ساقلاپ قالىمىز؟ »«بىزنىڭ بازار كېڭەيتىش تەدبىرىمىز نېمە؟ » مۇشۇنىڭدەك تېخىمۇ كەڭ دائىرىلىك مەسىلىلەرگە نىسبەتەن، بايانانتا جاۋاپ بېرىلمىگەن ئىدى.

شىركەت قۇرغۇچىلىرى مەقسەتلىك ھالدا ئۆزىنىڭ بىۋاستە سەزگۈسىگە تايىنىپ باشقا يول ئېچىپ، پۈتكۈل شىركەتنى ئۈستىگە ئېلىپ، بازار رىقابىتى ئىنتايىن كەسكىن بولغان سازلىقتىن كارامىتىنى كۆرسىتىپ چىقىپ كەتمەكچى ئىدى. مەن بۇ نۇقتىغا ئىشەنگەندىن كېيىن، ئۇ مەسىلىلەرنى قايتا سوربىمدىم، چۈنكى بۇنداق بىر ئىستراتېگىيەلىك تەلەپتە ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ قابىلىيىتىگە چەكسىز ئىشىنەتتى.

«ئۇلار شۇنچە ئۆزىگە ئىشىنەتتىكى، ھەتتا سېرگېي يالغۇز ئۆزىگە تايىنىپلا ئەيدىز كېسىلىنى ساقايتالايدىغان مەخپىي رېتسېپتا ئېرىشەلەيدىغانلىقىغا ئىشىنەتتى. » دېدى ئىنژېنېر چاد لېستېر (Chad Lester) ھەيران قالمىغان ھالدا. نېمە ئۈچۈن ئۆزىگە ئىشەنمەيدۇ؟ بانكىدا 25 مىليون دوللار ئامانەت قويۇلغان، ئىگىلىك تىكلىگۈچى ناۋادا سەل ئۆزىنى چوڭ چاغلاپ قالسا بۇنىڭ ھەيران قالغۇچىلىكى يوق. باشقا ھەر قانداق كىشىنىڭ پىكرىگە قۇلاق سالماي، ئۆزىگىزنىڭ قارار چىقىرىشى ئۈچۈن، ھايات سىزگە ئانچە كۆپ پۇرسەت بەرمىگەن، ئەمما Google سىزگە دەل مۇشۇنداق پۇرسەت تەمىنلىگەن. KPCB دىكى جون دوئېر (John Doerr) بىلەن شەمشاد كاپىتالدىكى مايك موربتز (Mike Moritz) بۇ ئىككى خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلەغ سالغۇچى Google نىڭ مۇدىرىيىتىنىڭ ئورۇندۇقىدا ئولتۇردى، ئەمما مۇدىرىيەت شىركەتنى تىزگىنلەش ھوقۇقىغا ئىگە ئەمەس — Google لارىي بىلەن سېرگېيغا تەۋە. مۇدىرىيەت قىلالايدىغان ھەممە ئىشلىرى كۈچىنىڭ بارىچە ئۇلارنى يېتەكلەش.

لارىي بىلەن سېرگېي سىندىنى بازارچىلىقنى باشقۇرىدىغان مۇئاۋىن باشلىق ۋەزىپىسىنى ئۈستىگە ئېلىشقا تاللىدى، ئۇ ئاممۇى مۇناسىۋەت ۋە مەھسۇلات سېتىشنى تېزلىتىشكە مەسئۇل، ئەمما مەھسۇلات ئېچىشقا ئۇ مەسئۇل ئەمەس. مۇدىرىيەت باشقا بىر ئادەم تېپىپ مەھسۇلات ئېچىش بۆلۈمىنى تەشكىللەيدۇ — ئۇ ئادەمنىڭ تېخنىكا ئارقا كۆرۈنۈشى بولىدۇ، ئەمما ئىنژېنېر ئەمەس. ئەگەر ئىنژېنېر پويىزنى ھەيدىسە، ئۇلار بەزىدە دىققەت نۇقتىسىنى پويىزنى قانداق قىلىپ تېز ھەيدەشكە قارىتىپ، مېڭىش يۆنىلىشىگە دىققەت قىلمايدۇ.

لارىي بىلەن سېرگېي ئادەم ئىزدەشكە زورمۇ-زور قوشۇلدى، گەرچە ھېچبىر ئەنئەنىۋى ئىستېمال بازىرى بىلەن شۇغۇللانغۇچى ئۇلارنىڭ نەزىرىگە ئېلىنمىغان بولسىمۇ. مۇڭاپىق كىشى چوقۇم پىروگراممىرلار بىلەن ياخشى پىكىر ئالماشتۇرالايدىغان، چوقۇم يۇقىرى ئۇنۇملۇك ئىجرا قىلىش قابىلىيىتى بار، شۇنداقلا ئەقىللىق بولۇشى كېرەك. ئۇنىدىن باشقا، يەنە مىزلىك پۇرىشى كېرەك. سېرگېي ئىلگىرى بىر خىزمەت ئىزدىگۈچىنى رەت قىلغان، سەۋەبىنىڭ بىرى «مېنىڭچە ئۇنىڭ بەدىنىدە بىر خىل غەلىتە پۇراق بارىكەن».

جوناسان روسېنبېرگ (Jonathan Rosenberg) ئىلگىرى Excite@Home شىركىتى (كەڭ بەلباغلىق تور تەمىنلىگۈچى) نىڭ ئىجرائىيە ئەمەلدارى بولۇپ، ئۇ ئىنتايىن ئەقىللىق، مۇدىرىيەت ئۇنىڭ Google تەلەپ قىلغان ئەڭ ياخشى نامزات ئىكەنلىكىنى كۆچلۈك تەۋسىيە قىلغان. جوناساننىڭ باشقا ئويى بولۇپ، ئۇ Excite شىركىتىدە يەنە ئىككى يىل ئىشلەشنى قارار قىلىپ، ئاندىن Google غا كېلىپ مەھسۇلات باشقۇرغۇچى مۇئاۋىن باشلىقلىق ۋەزىپىسىگە ئولتۇرغان. لېكىن، ئۇنىڭ قالدۇرغىنى پەقەت بىر نۇسخا قىسقىچە تەرجىمىھالا ئەمەس. ئۇ لارىي بىلەن سېرگېينىڭ، پەقەت قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ ھوقۇقى (پەقەت مۇشۇنداق بولغاندىلا)نى تارتۇالمىسىلا، مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمى تەشكىللەش ئىمكانىيتى بارلىقىغا ئىشەندۇردى. تەڭرى Google نىڭ بازار ھەرىكەتلەندۇرۇش تېپىدىكى كارخانا بولۇشىغا يول قويمىدى. بازار

ھەربىر كىشىلىك كارخانىسىدىكى كارخانىدا، تەكشۈرگۈچى خادىملار ئىستېمالچىلارنىڭ ئېھتىياجىنى جەزملەپ، ئاندىن مەھسۇلات باشقۇرغۇچى ئىنژېنېرلارنى مۇناسىپ مەھسۇلات تەتقىق قىلىشقا يېتەكلەيدۇ. بىراق مېنىڭ تەجرىبەمدىن قارىغاندا، بۇنىڭ خاتا يېرى يوق.

«بىز يوچۇق تەھلىلى قىلىپ باقايلى، قايسى ئېھتىياجلار قانائىتلەندۈرۈلمىدى؟ بىزنىڭ ئىگىلىيەلەيدىغان بازار نىسبىتىمىز قانچىلىك؟ » مەن گېزىتخانىدىكى چېغىمدا دائىم مۇشۇنداق دەيتتىم.

ئەگەر سىز ناھايىتى ئىقتىدارلىق بىر ئىنژېنېر بولسىڭىز، ئۆزىڭىزنىڭ قالتىس پىكرىڭىز تەسىرى ئانچە ياخشى بولماي قوبۇل قىلىنمىسا، ئۇ خىل ھېسسىيات خۇددى كۆز ئالدىڭىزدا بىر ئەبلەخ كىپىنەكنىڭ قانىتىنى يۇلۇۋاتقاندەك بولىدۇ. توغرا ئۇسۇل ھەق يولدىن يانماي مەھسۇلاتنى ياخشىلاپ، شۇنىڭ ئارقىلىق ئۆزىنىڭ شۇنداق قابىلىيىتى بارلىقىنى ئىسپاتلاش، ئۇنىڭ ئۈستىگە سىزنىڭ قىلۋاتقىنىڭىز ناھايىتى قالتىس بىر ئىش — ھە، ئاخىرىدا سىز ناھايىتى قالتىس ئىشتىن بىرنى تاماملايسىز.

يۇرىكى ساپ تېخنىكا سەۋدالىرى بىرىنىڭ ئارقىسىدىن بىرى مەھسۇلات ھەربىر كىشىلىك كارخانا قۇرغان دوۋزاختىن قاچىدۇ، بۇنداق جايدا، كارخانا پۈتۈن ۋۇجۇدى بىلەن مۇكەممەل مەھسۇلات ئەمەس بەلكى پايدا قوغلىشىدۇ، شىركەت خوجايىنىمۇ تېخنىكىدىن ھېچنېمە بىلمەيدۇ. مەھسۇلات باشقۇرغۇچىنىڭ بۇ خىل كارخانىدىكى رولى ئۆزىنىڭ ھەقىقىي مەقسىتىنى بىلمەيدىغان نادان ئاممىنى قارماققا ئىلىندۇرۇش، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئېڭىنىرلارنى ئاۋارىچىلىق بولغان ئۆزگەرتىشكە قۇلدەك زورلاش، ئاندىن ئۇراپ قاچىلاپ مەھسۇلات سېتىشنى تېزلىتىش، خۇددى لەۋ سۇرۇخ سۇرۇلگەن چوشقىدەك ئىستېمالچىلار ئالدىدا كۆز-كۆز قىلىشتۇر.

لارى بىلەن سېرگېي بۇنداق ئەھۋالنىڭ Google دا يۈز بېرىشىگە يول قويمايدۇ. ئۇلارنىڭ ھوزۇرلىنىدىغىنى تېخنىكىدا بۆسۈش ھاسىل قىلىش، شۇنداقلا ئۇستىلىق بىلەن مۇستەقىل يۈرگۈزۈلگەن ئىلھامدىن كەلگەن لايىھە كەلتۈرۈپ چىقارغان ئىچكى گۈزەللىكنى بىرلەشتۈرۈش، خۇددى كىشىلەرنى ئىسمى «Britney Spears» نىڭ نەچچە يۈز خىل تۈرلىنىشىگە ئىملا تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىش ياكى نۇر تېزلىكىنى ئاپتوماتىك ھالدا كىشىلەرگە تونۇش بولغان ئۆلچەم بىرلىكلىرىگە ئايلاندۇرۇش قاتارلىق. مۇشۇنداق مەقسەتكە يېتىش ئۈچۈن، Google نىڭ مەھسۇلات باشقۇرغۇچىسى چوقۇم بەك دانا بولۇشى، ئىنژېنېرلارنى چۈشىنەلىشى، ئەمما ئىنژېنېرلارنى مەجبۇرلىماسلىقى، ئىنژېنېرلارنى قول ئاستىدىكىلەرگە ئايلاندۇرۇپ قويماسلىقى كېرەك. بۇ كىشى كارخانا قۇرغۇچىغا خىزمەتتىدىن بۇئاستە دوكلات بېرىدۇ. لازىم بولغاندا، بۇ كىشى ئۇلارنى قوللىشى، ئەمما بىر قىسىم چىگىش ئۇششاق تەپسىلاتلار مەسلىسىدە ۋاقىت ئىسراپ قىلماسلىقى كېرەك.

«مەن قۇرۇلۇش بۆلۈمى بىلەن بىرلىكتە مەھسۇلاتقا ئېنىقلىما بېرىدىغان لېكىن ئىنژېنېر ئەمەس تۇنجى كىشى، بىز بۇ ئىشنى مەھسۇلات باشقۇرۇش دېيىشنى قارار قىلدۇق. » دېدى سالار.

سالار پەقەت بىرلا ئادەم بار بۆلۈمگە ئايلىنىپ، باشقا ئىش تەرتىپلىرىنى مۇكەممەل تولۇقلىدى. 2000-يىلى 1-ئايدا، ھەممە ئىش شۇنداق تەرتىپلىك بولۇپ كەتتى.

«ئىنتېرنېت ھە دەپ كۆپتۈرۈلۈۋاتاتتى. » جون دوئېر (John Doerr) تور قىزغىنلىقى ئەمدى باشلانغاندا مۇشۇنداق دېگەن. كىرىمنىي جىلغىسى ئۇنىڭ ئاۋازىغا بەك كۆڭۈل بۆلىدۇ، چۈنكى ئۇ KPCB ئارقىلىق Sun، Netscape، Compaq، Amazon قاتارلىق بازاردا ئۇتۇق قازانغان شىركەتلەرگە مەبلەغ سېلىش ئارقىلىق تەسەۋۋۇر قىلغىلى بولمايدىغان سەزگۈر ئالدىن كۆرەرلىكىنى ئىسپاتلىغان. ھازىر، جون دوئېر بىزنىڭ مۇدىرىيەت ئەزايىمىز بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئىلگىرىكى مۇڭۇپپەقىيەتلىك مەبلەغ سېلىش تەجرىبىسىگە ئاساسلىنىپ، بىزگە ئەڭ ياخشى بولغان باشقۇرۇش ئىش تەرتىپى تۈزۈپ، Google نىڭ ئاجىز ئىش تەرتىپى باشقۇرۇش ئىقتىدارىنى كۈچەيتىپ، ئەسلىدىلا بوش بولغان قارار چىقىرىش ھالقىسىنى چىڭىتسا بولاتتى.

«بۈگۈن ئەتىگەن جون دوئېر بىلەن ئاچقان يېغىندىن كۆپ مەنپەئەتلەندىم، ئۇنىڭ تىرىشچىلىقىدا كىشىلەرگە سىڭدۈرۈۋاتقان ئىدىيەسى ماڭا ئىنتايىن چوڭقۇر تەسىر قالدۇردى. » بىر كۈنى سىندى مۇشۇنداق دېدى.

جون دوئېرنىڭ كارخانا ئۆسۈپ يېتىلىشىنى تىزگىنلەش ئۈسۈلى ئۆزى قۇرۇلما شەكىللەندۈرۈپ، نىشان بىكىتىش ھەمدە راۋاجلىنىش ئەھۋالىنى ئۆلچەيتتى، ئۇ «كارخانا نىشانى ۋە ئاچقۇچلۇق نەتىجە سىستېمىسى» (OKRs: Objectives and Key Results) دەپ ئاتايتتى. بىر ھەپتە ئىلگىرى سېرگېي شىركەتنىڭ نىشانىنى ئېلان قىلغاندا ئىشلەتكەن مۇجمەل ئالاھىدە تىزىملىكتىن، بۇ قۇرۇلما تېخىمۇ سىستېمىلىق ئىدى.

جون دوئېر لارري بىلەن سېرگېيغا تەلىم بېرىپ مۇنداق دېدى : «نىشاننىڭ مۇھىم ئەھمىيىتى بار، نىشان ھەرىكەتنى يېتەكلىيەلەيدۇ، نىشان سىز ئىشقا ئاشۇرماقچى بولغان مەزمۇننى ئىپادىلەيدۇ، لېكىن ئاچقۇچلۇق نەتىجە بۇ نىشانلارنى قانداق ئەمەلگە ئاشۇرۇشنى پارچىلاپ ئىنچىكىلەشتۈرۈشتۇر. » مۇشۇنداق دېگەندە، ھالقىلىق نەتىجە — يۈكسەل ئىرادە، ئۆلچەشچانلىق، ئېنىق ۋاقىت جەدۋىلىدۇر. جون دوئېر كارخانا قۇرغۇچى ئىككىيلەنگە نەسىھەت قىلىپ، نىشان بىلەن ئاچقۇچلۇق نەتىجە بەك كۆپ بولسا بولمايدۇ: 5 نىشان، 4 ئاچقۇچلۇق نەتىجە، مۇشۇنىڭ ئۆزى كۇپايە.

لارري بىلەن سېرگېي ئەڭ دەسلەپتە ئوتتۇرىغا قويغان نىشانلار: «بازار رەھبىرى بولۇشقا تىرىشىش»، «ئەڭ ياخشى بولغان ئىشلەتكۈچى تۈيغۇسى بىلەن تەمىنلەش»، «تىجارەت كىرىمى پىلانىنى تاماملاش ياكى نورمىدىن ئاشۇرۇپ تاماملاش». بۇ كەڭرى نىشانلارنىڭ دائىرىسى كەڭ بولغاچقا ئۇزۇن مەزگىل ئۆزگەرمەيدىكەن، ئەمما بىز نىشانىنى ئىشقا ئاشۇرۇش ئۈچۈن باسقۇچلىرىمىز، يەنى ئاچقۇچلۇق نەتىجە، ئۆزلۈكسىز ئۆزگىرىدۇ : باشتا «ھەر كۈنى 500 مەڭ ئىشلەتكۈچى زىيارەت مىقدارىنى ئاشۇرۇش»، كېيىن «10 خىل تىل نەشرىدىكى Google مۇلازىمىتىنى قوزغىتىش»، ئەڭ ئاخىرىدا «باش ئىجرائىيە ئەمەلدارىنى تاللاش».

ئەگەر تور باشقۇرغۇچى كارۇنىنىڭ ئالدىنلىق ۋەزىپە ئورۇنلاشتۇرۇشى، ياكى سىندى ۋە ياكى لاررىنى كۆرمەكچى بولسىڭىز، شىركەتنىڭ ئىچكى توربىدا تېلېفون نومۇرىنى ئىزدەپ، شۇ كىشىنىڭ ئىسمىنى چەكسىڭىزلا بولىدۇ. بۇ خىل ئۇسۇل ناھايىتى ئۇنۇملۇك، چۈنكى پىلانىنىڭ ۋاقتى توشۇش ئالدىدىكى بىر قانچە كۈندە، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى يۈگرەپ بېرىپ، ئۆزىنىڭ ۋەزىپە تىزىملىكىدىكى قايسى ئىشلارنى تېخى قىلمىغانلىقىنى كۆرىدۇ. ئەگەر باشقىلارنىڭ ۋەزىپىسىنىڭ راۋاجى مېنىڭ ئەھۋالىمغا ئاساسەن جەزملەنسە، مەن ئالدىن ئاگاھلاندۇرۇلمەن، ئۇلار توختىماي مېنى سۈيلەيدۇ، مەنمۇ ئۆزەمنىڭ ھەمكارلاشقۇچىلرىنىڭ مەن ئۈچۈن نېمىلەرنى قىلىپ بېرىشىنى ئېنىق جەزملەشتۈرۈشۈم كېرەك.

كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى كۈچلۈكلۈكنى تالىشىپ باشقىلارنى بېسىپ چۈشۈشنى ئويلايدىغان بىر كارخانىدا، ھەمىمە ئادەم ئۆزلىرىنىڭ OKRs دىكى ھەمىمە ۋەزىپىلىرىنى ۋاقتىدا ئورۇنلىيالايدۇ دەپ ئويلاپتىكەنمەن. ئەمەلىيەت بۇ پەرەزنىڭ خاتالىقىنى ئىسپاتلىدى. ۋەزىپىنى تاماملاشنىڭ مۇۋاپىقىيەتلىك بولۇش نىسبىتى پەقەت 70%، بۇ سان بىزنىڭ ناھايىتى راھەتتە ئۆتىدىغانلىقىمىزنى ئىپادىلەيدۇ. لارري بىلەن سېرگېي بىزگە كاپالەت بېرىپ، ۋەزىپىنى ئورۇنلىيالمىساق نەتىجە ئۇنۇم باھالىشىغا خاتىرىلىمەيدىغان بولىدى، چۈنكى ئەگەر شۇنداق قىلغاندا، بىز خەتەرنى ئۈستىمىزگە ئېلىشنى ئانچە خالىمايمىز.

OKRs بىزنىى يىلدا ئاز دېگەندە تۆت قېتىم ئالدىن تاماملايدىغان ۋەزىپىنى قايتا باھالاشقا مەجبۇرلىدى. ئەگەر بىزنىڭ بۇ كەسپىتە ئازراق ئۆزگىرىش بولسا ياكى كارخانا نىشاندا ئۆزگىرىش بولسا، بىز چوقۇم جىددىي تەدبىرنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، بۇ تەدبىرلەرنى سىستېمىغا كىرگۈزۈشىمىز كېرەك. مەن ئىلگىرى ئىشلىگەن گېزىتخانىدا، بىر پىلان ئىجرا قىلىنىشقا باشلانسىلا، يېرىم يولدا توختاپ قالىدىغان ئېھتىماللىق

مەۋجـۇت ئەمەس. مەن ئىلگـــرى بـــر قېتىملـــق قارارغـــا قاتناشـــقان بولـــۇپ، گېزىتنـــىڭ مەھەلـــلە خەۋەرلەر سەھىپىسىگە بىكاردىن بىكار پۇل خەجلەۋاتقانلىقىمىزنى بىكىتكەن، شۇنىڭ بىلەن بىكـار قىلىشـنى قـارار قىلغـان. بىراق، بىر قانچە ئاي ئۆتكەندىن كېيىنمۇ، ئىزچىل ھۆججەت چۈشمىگەن. Google دا بۇنداق بولۇشى مۇمكىن ئەمەس. لارى بـىلەن سـېرگېيىنىڭ ئارزۇسـى بـويىچە، ھەر ۋاقىـت نەتـىجە بـىلەن مەھسـۇلات ئۆلۈكمـۇ ھايـاتمۇ، چوقۇم سانلىق مەلۇماتنى ئاساس قىلىشى، ھېسسىياتقا تايىنىپ ھۆكۈم قىلماسلىق كېرەك.

OKRs نـى ئـش تەرتىپىنـىڭ راۋاجـى ۋە شەخسـي نەتـىجىنـى ئۆلچەيـدىغان ئـۆلچەم قىلغانـدا، ئۇنـىڭ ئۇنۇمىگە نسبەتەن خۇشاللىق بىلەن قايغۇ يېرىمدىن ئىگىلەيدۇ. مەن ئـۆز مەسـئۇلىيەت دائىرەمـدە مەھسـۇلات ئېلان قىلمەن، ئۆزەم مۇستەقىل تاماملىيالايمەن، چۈنكى بۇ تورتۇرادا ماقالە يېزىش يـاكى سېتىشـنى تېـزلىتىش پىلانـى تـۆزۈش بولۇشـى مـۇمكىن. ئەممـا، ئەگەر قۇرۇلـۇش تەرەپتىكـى مەنـبە بولغانـدىلا ئانـدىن تامـاملىغلى بولىدىغان پىلان بولسا، ئۇ چاغدا مەن خېلى قىينىلمەن. مەسىلەن، تورىدىكى ساقلاش سىستېمىسـنى ئۆڭشـاش، ماشىننىي سىمسىز تورغا كىرىـدىغان كـۆچمە نۇقتـا (لاررىنـىڭ ئويى)غا ئـۆزگەرتىش، قوشـۇمچە تـۇردىن بىرنـى قوزغىتىش، تورتۇرانىڭ ئېقىمىنى ئاشۇرغان تور باشقۇرغۇچىغا ھەق بېرىش (بۇ لاررىنىڭ ئويى) قاتارلىق.

سىندى چاقىرغان پەسىل ئوتتۇرىسىدىكى ۋەزىپە پىلانىنى تـۆزىتىش يىغىنـدا، ئىشداشـلارنىڭ دوكلاتـى ۋە ئوخشاش بولمىغان رەڭدىكى چەمبەر سىزىلغان OKRs ۋەزىپىلىرىنـى تەتقـىق قىلىشقا باشـلىدىم. يېشـىل رەڭ تاماملىغان ياكى تاماملىنىش ئالدىدا دېگەننى بىلدۇرىدۇ، قىزىل رەڭ ئاساسىي كاشىلغا يولۇققىتى يـاكى تۇيـۇق يولغا كىرىپ قالدى دېگەننى بىلدۇرىدۇ. ئاممۇي مۇناسىۋەت بۆلۈمىنىڭ تام تەسۋىرى ھەمىشە شۇنداق نۇرلۇق راۋان كۆرۈنىدۇ، لېكىن مېنىڭكىگە ئوخشاش تېخنىكىغا تايىنىدىغان نىشانلىق ئىشلار قۇيـاش نـۇرى ئاسـتىدا ئىشلەيدىغان ئاق كېسـەل بىمارلىرىغا ئوخشايتتى. ئاخىرقى نەتىجىگە يەنە بىر قاراپ باقـايلى، ئىلگـىرىلەش بارەڭ قىلمايتتى. OKRs يۇرگۈزۈلۈشكە باشلىغان بىر مەزگىل ئىچىدە، مەن گېزىتخانىدىكى بىر دوسـتۇمغا ئېيلىخەت يـازدىم، ئۇنـىڭ مەزمـۇنى مۇنـداق: «بىـز توسـاتتىن نىشـانى ئىنتـايىن ئېنىـق بولغـان بىـر شـىركەتكە ئايلاندۇق، بۇ جايدا ھەقىقەتەن بىر ئىش قىلالايدىغانىدەك ھېس قىلدىم. »

بىر نىيەتتە ھەمكارلىشىپ قوشۇن قۇرۇش

«گەرچە بەزى مەسـىلىلەردە تـالاش-تـارتىش بولسـىمۇ، ئەممـا شـۇ ئىـش سـەۋەبلىك ئۆچمەنلىـك پەيـدا بولمايـدۇ. ھېچكىم شـاتۇتىدەك دورامچىلىـق قىلمايـدۇ، ھەممـە ئىشقا قۇربـانلىق قـوي ئىزدىمەيـدۇ. شـىركەت كۆلىمىنىڭ ئۆزلۈكسىز كېڭىيىشىگە ئەگىشىپ، كارخانا سىياسىيسىمۇ شەكسىز پەيدا بولـدۇ، ئەممـا نـۆۋەتتىكى ئەھۋالـدىن قارىغانـدا، كىشـلەرنىڭ ھەممىسى كۆڭلىـدە ھېچقانـداق سـان بولمسـىمۇ ئىشـنى قانـداق قىلغانـدا ياخشى قىلغىلى بولىدىغانلىقىغا كۆڭۈل بۆلىدۇ، ئۆزئارا پىتنە تارقىتىپ كۆڭۈل ئاغرىتىدىغانـدا چولسـى يـوق. » مەن باشقا بىر ئاغىنەمگە ئەۋەتكە ئېلخەتكە مۇشۇنداق يازدىم.

ئەلۋەتتە، بىزنىڭ ناھايىتى كۆچلۈك بولغان شەخسي غايىمىز بار، ئەممـا شەخسي ئىمپېرىيە قـۇرۇش قـارا نىيىتىمـز يـوق. كىچـىك توقۇنـۇش بولغـان تەقـدىردىمۇ شەخسـنىڭ ئۆزىنىـڭ كـۆز قارىشـىغا ئىشـەنگەنلىكىدىن بولغان، ھەرگىزمۇ ھوقۇق تالىشىش ئارزۇسىدىن بولمىغان. بۇ جايـدا ئىلگـىرى باشقا شـىركەتلەردە ئـۆز كـۆزۈم بىلەن كۆرگەن قانلىق جەڭ قىلىدىغاندەك مەنزىرىنى ھەرگىز كۆرگىلى بولمايـدۇ. قۇرۇلـۇش بۆلـۈمى قۇرۇلۇشـنى باشقۇرىدۇ، بازار بۆلۈمى بازارنى باشقۇرىدۇ. سـىزنىڭ چېگرانـىڭ قايسـى تەرىپىـدە تۇرىـدىغىنىڭىز، ئوپئوچـۇق. بەختكە قارشى، مېنىڭ شىركەت سىياسىيسىغا قارىتا شىركەت كۆلىمىنـىڭ كېڭىيىشـىگە ئەگىشـىپ كۆرۈلـىدىغان ئالـدىن قىياسـىم، Google نـىڭ ئۆسـۈپ يېتىلىش سـۈرئىتىنى ئويلىشـىپ كىرگـۈزمىگەن مەن ئالـدىن قىيـاس قىلغان بىر قانچە يىل ئەمەس، بەلكى پەقەت بىر قانچە ھەپتىدە، بىرىنچى چېگرا تەكشۈرۈش پونكىتى كۆرۈلدى.

سندى يېڭى مىڭ يىل كېلىش ئالدىدا، بىزنىڭ بۆلۈمنىڭ ئىچكى قىسمىنىڭ مەسئۇلىيەت دائىرىسىنى قېلىپلاشتۇرۇپ، بازارچىلىقنى ئىككى گۇرۇپپىغا بۆلۈپ، بىر گۇرۇپپىغا فۇجى ساللى باش بولىدىغان، يەنە بىر گۇرۇپپىغا مەن مەسئۇل بولىدىغان بولدۇم. ئەمما، بۆلۈم بىلەن بۆلۈم ئارىسىدا تۇنجى قاشانى تىكلىگىنى سالار.

مەن ئىزچىل تەشەببۇس قىلغان تەشكىلي قۇرۇلمىسى ئېنىق بولۇش ئاللىبۇرۇن تۇنجۇقۇپ قالدى، ئەمما سالارمۇ بۇ نۇقتىنى تونۇپ يەتتى، ماسلاشتۇرۇلمىغان قارارنىڭ بىردەك بولمايدىغانلىقى، بولۇپمۇ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى مەسلىسىدە شۇنداق ئىپادىلىنىپ چىقتى. ئۇ شۇنىڭ ئۈچۈن ناھايىتى ئاقىلانە ھەل قىلىش ئۇسۇلىدىن بىرنى ئوتتۇرىغا قويدى. ماربىسسا مايبىر ئادەم بىلەن ماشىنا تەسرلىشىش مەسلىسىگە قوشۇمچە مەسئۇل ئىنژېنېر بولۇپ، ئۇ ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ سىرتقى كۆرۈنۈشى ۋە ئومۇمىي تۈيغۇسىغا تەكلىپ بېرەتتى، ئەمما كارۇن بىلەن مەن باشقا ھەممە بەتلەرنىڭ مەزمۇن ۋە لايىھەسىنى تەكشۈرۈشكە مەسئۇل ئىدۇق. ماربىسسا بىلەن مەن ھەر ئىككىمىز Google باش بېتىنى ئۆزگەرتىشكە تەكلىپ بېرەلەيمىز، لارى سىناق سانلىق مەلۇماتى ۋە ئۆزىنىڭ قارىشىغا ئاساسەن ئاخىرقى قارارنى چىقىرىدۇ. بۇ خىل ۋەزىپە تەقسىماتى نەزىرىيە جەھەتتە ھېچقانداق مەسىلە بولمىسىمۇ، ئەمما ئەمەلىي ئەھۋال ئۇنداق بولۇشى ناتايىن..

بىر قانچە كۈندىن كېيىن، ماربىسسا «ئىشلەتكۈچى ئارا يۈزى گۇرۇپپىسى» نىڭ ئەزالار تىزىمىنى ئوتتۇرىغا قويدى، بۇ گۇرۇپپا تور بەت كۆرۈنۈشىگە مەسئۇل بولۇپ، ئىشلىتىش مەسلىسى جەھەتتىكى تالاش-تارتىشنى ھەل قىلىدۇ. تىزىمدا كارۇن، ماربىسسا، مەن، سالار، فۇجى ساللى ۋە باشقا ئۈچ ئىنژېنېر بار. بىز ھەر ھەپتىدە يىغىلىپ يىغىن ئېچىپ، يېڭى كەسپىنى چۈشەندۈرىدىغان تېكىست، مۇناسىۋەتلىك ئۇلانمىنى كۆرستىش رەڭگى ياكى يارىدەم بېتىنى كۆرسىتىدىغان ئۇلانما خېتىنىڭ چوڭلۇقىنى جەزملەشتى پىلان قىلدۇق. مۇشۇنداق ئورۇنلاشتۇرۇش ئارقىلىق، لارى ئومۇمىي ۋەزىيەتنى تىزگىنلەپ تۇرالايتتى، تەپسىلاتلارغا ئانچە دىققەت قىلىپ كەتمىسىمۇ بولاتتى.

گۇرۇپپا يىغىنى بىر قانچە كۈن كېچىكتۈرۈلۈپ، ئاخىرىدا شامال ئۆتۈشمەيدىغان يىغىن زالىدا ئېلىپ بېرىلدى. چىراغ ئۆچۈرۈلۈپ، پىروېكتورنى ئېچىپ، غوڭ-غوڭ ئاۋاز ۋە ئوخشاش بولمىغان بەت لايىھەسى بىردىن-بىردىن كۆرۈندى. لايىھەلىگەن لايىھەگە نسبەتەن، ئەلۋەتتە مېنىڭ ئۆزەمنىڭ كۆز قارىشى (كۆپچىلىك ھەممەيلەننىڭ بار) بار، ئەمما كۆپچىلىك ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ تۆتىنچى بېتىدىكى ئۈچ پىكسىللىق تۈز سىزىقتا قانداق كۆك رەڭلىك سايە ئىشلىتىش مەسلىسىدە 10 مىنۇت مۇنازىرە قىلغاندىن كېيىن، مەن مەنسىز ھېس قىلىپ سىزما رەسىم سىزدىم: پەرىشان پاكار بىر كىشى دېھقانچىلىق مەيدانىدىكى كومپيۇتېرنىڭ يېنىدا ئولتۇراتتى. ئادەم بىلەن ماشىنا ھەقىقي تەسرلىشىش.

«مۇندەرىجىنىڭ تۇك يولى كەڭلىكى 650 كە يەتتى، ئوتتۇرىدىن ئىككى رەتكە بۆلۈپ، كەڭلىكىنى مۇقىملاشتۇرسا قانداق؟ » ئىنژېنېر بەي (Bay) مۇندەرىجىنى ئوتتۇرىدىن ئىككىگە بۆلۈشنى ئۇمىد قىلدى.

«بەت يۈزى تېمىسى بەك سولغا توغرىلىنىپ كېتىپتۇ. يان قىرنىڭ چوڭلۇقىنى تەڭشەيلى ياكى ھەر ئارىلىقنى كىچىكلىتەيلىمۇ؟ » ماربىسسا قايتىپ كېلىپ زور قىزىقىش بىلەن مۇنازىرىنى داۋاملاشتۇردى.

«سىز ئىككىنچى تۈرنىڭ كەينىگە پەشتىن بىرنى قوشۇپ قويۇپسىز. » نەق مەيداننىڭ كەيپىياتىنى تۆۋەنلىتىش، ھەمدە ئۆزەمنىڭ مۇسىگە ئازراق ئوكسىگىن تولۇقلاش ئۈچۈنلا، شۇنداق بىر جۈملىنى تاشلىدىم.

لايىھە ئىدىيەسىنى HTML سخېمىسى بىلەن ئىپادىلەيدۇ، كۆپچىلىكنىڭ سخېمىغا بولغان تالاش-تارتىشى ئۆزلۈكسىز داۋاملىشىپ، تېزلىكتە كەسكىنلىشىدۇ. يان كومپيۇتېرغا ئۆلانغان پروېكتور تامدا نەچچە ئون ھەتتا نەچچە يۈز بەتنىڭ جايلاشتۇرۇش لايىھەسىنى كۆرسىتىدۇ، كۆزلەيدىغىنى ئىشلەتكۈچىنىڭ ئېھتىياجىنى ئەڭ ياخشى قاندۇرالايدىغان ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۈسۈلىنى تېپىپ چىقىش ئۈچۈندۇر.

هەتتا ئىنگلىزچە سەۋىيەم كاشلا بولۇپ قالدى — بۇ مەن يالغۇز بەرداشلىق بېرىدىغان ئارتۇقچە يۈك ئىدى. مەن HTML ئاساسىي بەلگىلىرى (قانداق بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، بىر ئىدىيە) نى چۈشەنگەنلىكىمدىن بولماستىن، بەلكى مېنىڭ چەكلىك بىلىمىم تۈپەيلىدىن ئۆز ئالدىمغا تەسلىم بولدۇم. ئويۇنچۇق تاپانچا بىلەن قولىدا ئاپتومات بار كىشى بىلەن جەڭ قىلىۋاتقاندەك ئويلىدىم. ئىشداشلىرىم كودلارنى قۇيۇنىدەك ئۆزگەرتىپ، تەكرار كۆرگەزمە قىلاتتى، مەن چەتتە تۇرۇپ قەغەز قەلەمدىن يارەدەم سورايتتىم، ئۆزەمنىڭ ئويلىغانلىرىنى ئوخشاش بولمىغان رەڭ بىلەن تۇزىتەتتىم.

ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى گۈرۈپپىسىنىڭ پىكرى بەزىدە بىرەك بولمايتتى، بۇنداق ۋاقىتتا بىز تېخىمۇ سەگەكلىكنى ساقلايتتۇق. قۇرۇلۇش بۆلۈمى، تەتقىقات بۆلۈمى، بازار بۆلۈمنىڭ ھەممىسى ئۆزىنىڭ پىكرىنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، ئىتتىپاقداشلىق مۇناسىۋەت بەزىدە ئۆزگىرەتتى. مەن دائىم پىكرىمنىڭ بەي (Bay) ۋە كارۇن بىلەن بىرەڭ ئىكەنلىكىنى بايقايتتىم، بەي (Bay) نىڭ دوكتۇرلۇق ئىلمىي ماقالىسىنىڭ تەتقىق قىلىدىغىنى دەل ئادەم بىلەن ماشىنا تەسرلىشىش مەسلىسى ئىدى، كارۇن تۇيغۇسىغا ئاساسەن قانداق نەرسىنىڭ «ئادەتتىكى كىشى» (يەنى ستانفوردنى پۈتتۈرگەن، پەن-تېخنىكا ئۇنۇۋانى بار يۇقىرى مەلۇماتلىق ئىشلەتكۈچى ئەمەس) گە لازىمى بارلىقىغا ھۆكۈم قىلاتتى.

كۆپىنچە ئەھۋالدا، ماربىسسانىڭ پىكرىنىمۇ قوللايتتىم. ئۇ ھەمىشە ئىشلەتكۈچىنى سىناش نەتىجىسى ياكى شىركەت مۇلازىمېتىرى ئۆزلۈكىدىن ھاسىللىغان ئىشلەتكۈچى خاتىرىسىدىكى ئادەم بىلەن ماشىنا تەسرلىشىش خاتىرىسىدىن، ئېھتىياتچانلىق بىلەن ئۆزىنىڭ كۆز قارىشىنى شەكىللەندۈرەتتى. «ئۇرس مېنى ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى ئىشىغا مەسئۇل قىلغان ۋاقىتتا، بىزنىڭ ئۆزىمىزنىڭ كۆز قارىشى بولۇشىنىڭ لازىمى يوقلۇقىنى دېدى. بىز ئوبيېكتىپ ئەمەلىيەت ۋە تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشنى، ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى مەسلىسىدە ياخشى قارار چىقىرىشنىڭ ئاساسى قىلىشىمىز لازىم. » دەپ بىزنى ئەسكەرتتى.

مەسىلە شۇكى، بىز يۈزلەنگەن مەسىلگە سانلىق مەلۇمات ئارقىلىق جاۋاب بەرگىلى بولمايتتى. رەڭ بالداقنى ئابزاس بەلگىسى قىلامدۇق ياكى بەت ماۋزۇسىلا قىلامدۇق؟ تاق تاللاش توپچىسى ئىشلىتەمدۇق ياكى تارتما تىزىملىكمۇ؟ ئىشلەتكۈچىگە مەجبۇرىي ئىنچىگە خەتتە كۆرسىتەمدۇق ياكى ئۇلارنىڭ ئۆزلىرى ياقتۇرىدىغان خەت نۇسخىسى ئىشلىتىشىگە يول قويامدۇق؟ پىكىر ئىختلاپى بىرەمدىلا يامان گەپلەرگە ئۆزگىرىپ كېتىش ئېھتىمالى بار ئىدى.

«ئىشلەتكۈچى مۇئەييەن ئىزدەش مەزمۇنىغا ئاساسەن ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ سانىنى تەڭشىيەلەيدۇ، بۇ سۇرۇشتۇرىدىغان مەزمۇننىڭ ئوخشىماسلىقىغا قاراپ ئۆزگىرىدۇ» بىر مەيدان مۇنازىرە مانا مۇشۇنداق ئۆزگىرىشى مۇمكىن، ئۇنىڭ ئارقىسىدىن، «كالۇامۇ بىلىدۇ، ھەر بىر ئىزدەش نەتىجىسى بار بەتتە ئۇلارغا تاللاش قالدۇرۇشىمىز كېرەك. »

«ماركىسىنىڭ تەيىنى يوق زاپچاسلاردىن قوراشتۇرۇلغان مىڭىز بۇزۇلغانىدەك تۇرىدۇ!» «ئىنكاس قايتۇرۇش بەزىلەر ئۈچۈن مۇۋاپىق بولماسلىقى مۇمكىن»، «ئىشلەتكۈچىلەر ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ سانىنى بىر قېتىمدىلا تەڭشەشنى خالايدۇ. بۇ تاللانما سىستېما پاييىاقتەك، ھەر قېتىملىق ئىزدەشتە ئىشلەتكۈچىنىڭ ئالدىدا پەيدا بولماسلىقى كېرەك. »

«سەن راستلا مىڭىنى ئىشلەتمەيدىغان ئەخمەقكەنسەن! تۇردىكى قىلمىشلارنى پەقەت چۈشەنمەيدىكەنسەن! سەن «ئىشلەتكۈچىنى يادرو قىلغان سستېما لايىھەسى» نى كۆرگەنمۇ؟

«ياق، مەن كۆرمىگەن. ئەمما ئاناڭنىڭ «سستېما لايىھەسى» نى كۆرگەن...

بولدى، بۇ خىل ئەھۋال بىزنىڭ بۇ جايدا ئەزەلدىن يۈز بېرىپ باقمىغان. ئەكسىچە، بىز باشقا تورتۇرالارنىڭ ئۇسۇلىدىن پايدىلىنىپ، ئاندىن ئۆزىمىزنىڭ تەجرىبىسى بىلەن بىرلەشتۈرۈپ، ئەڭ ئۇنۇملۇك ئۇسۇلنى تېپىپ چىقمىز. بىز رەسمىي قارار چىقىرىپ ئەمەلىيلەشتۈرۈشتىن ئىلگىرى، ھەقىقىي ئوبيېكتىپ، ئەقلىي ھالدا يەكۈنلىنىپ چىقماسلىقى مۇمكىن. ئەگەر ئۇسۇلىمىز خاتا بولسا، ئىشلىتىش قېتىم سانى تۆۋەنلەپ، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئېلخەت سانى ئاۋۇيدۇ.

«نېمە ئۈچۈن كۆرۈنۈش خەت نۇسخىسىنى ئۆزگەرتەلمەيمەن؟ بۇ ئامېرىكا ئەمەسمۇ؟ » كىشىلەر بىلىشكە تېگىشلىك سەۋەبلەر.

ئارتۇر س كىلارك (Arthur C. Clarke) كېسىپلا مۇنداق دېگەن: «ھەر قانداق يېڭى بىر تېخنىكىنى سېھىرگەرلىكتىن پەرقلەندۇرۇش قېيىن. » ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى گۇرۇپپىسىنىڭ ئىشى تېخنىكا مۆجىزىسى ئۈچۈن سۈپا ھازىرلاش، مەيلى قاچان بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، ئىزدەيدىغان ئادەملا بولىدىكەن، بۇ خىل مۆجىزە چوقۇم يۈز بېرىدۇ. تېگى تەكتىدىن ئېيتقاندا، بىز Google نىڭ كۆرۈنۈشىنى ئىشلىتىشكە ئىنتايىن قولايلاشتۇرىمىز. بىزنىڭ قىلغان تاللىشىمىز قارىماققا ئىنتايىن يۈزە بولۇشى مۇمكىن، ئەمما بۇ دەل كىچىك گۇرۇپپىمىزنىڭ مۇڭەپپەقىيەت قازانغانلىقىنىڭ بەلگىسى. ھەشەم بىلەن ئىشلەتكۈچىلەرنى جەلپ قىلىدىغان ھەر قانداق نەرسىدىن پايدىلانمايمىز، چاقنايدىغان رەڭ، كۆزنى قاماشتۇرىدىغان كۆرۈنۈش ياكى كىشىلەرنى ئالدايدىغان ھىيلە-نەيرەڭ بىلەن ئىشلەتكۈچىلەرنى دەرۋازا تورتۇراغا كىرىشكە قىزىقتۇرمايمىز. ئەكسىچە، تەمىنلەيدىغىنىمىز ئىخلاس بىلەن تەييارلانغان لايىھە، چاڭ-توزان قونمىغان پاكىز بوشلۇق، ئەمما ئىنتېرنېتتىن ئىبارەت قارا ئۆڭكۈردىن توشقانلارنى بىر بىرلەپ ئېلىپ چىقىدىغان ئادەتتىن تاشقىرى ئەقىل-پاراسەتنى نامايەن قىلىدۇ. ھە، ئەگەر سىز توشقان ئىزدىمىسىڭىز.

ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى گۇرۇپپىسى تېز سۈرئەتتە زورايدى. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى Google نىڭ ئاممۇڭى ئوبرازىغا شەرەپ قوشۇشنى خالايدۇ. بىز ئالدى ئۈچ مەھسۇلات گۇرۇپپىسىدىن بىرنى ئاجرىتىپ چىقتۇق، مەسلىنى ئەمەلىيلەشتۈرۈشكە مەسئۇل قىلدۇق، بۇنداق بولغاندا ئەسلىدىكى ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى گۇرۇپپىسى ئومۇمىي لايىھە ئىدىيەسىگە دىققىتىنى مەركەزلەشتۈرەلەيدۇ. سۈممېر ئالدى ئۈچ مەھسۇلات گۇرۇپپىسىغا تەجرىبەخانىدىن بىرنى قۇردى، ئىچىدە ئوخشىمىغان تېپتىكى نەچچە ئون كومپيۈتېر بولۇپ، ھەتتا تور تېلېۋىزىيە تېرمىنالىمۇ بار، مەقسەت ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ Verdana خەت نۇسخىسى ئىشلىتىشتەك كونا يولغا مېڭىشنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈندۇر. گۇرۇپپىغا بىر قىسىم ئىنژېنېر، لايىھەلىگۈچى ۋە ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى تەھلىلچىسى قوشۇلغان بولسىمۇ، ئەمما مېنىڭ بىردىنبىر يازارمەنلىك ئورنۇم يەنىلا مەزمۇت تۇرۇۋۇەردى.

گەرچە مەن ئەزەلدىن تۆۋەن قاتلامغا چوڭقۇرلاپ كودنى قايتا يازمىساممۇ، ئەمما گۈزەللىك نۇقتىسىدىن ئوتتۇرىغا قويغان تەكلىپىم بەزىدە تورتۇرادا ئەكس ئېتىپ قالاتتى، يېزىق تەرەپتىكى نوپۇزۇم بارغانسېرى كۆچەيدى. ئۆزەمنىڭ ئىشنى ئۆز ئالدىمغا باشقۇرىدىغان رولۇمنى ھېس قىلىشقا باشلىدىم. تېخنىكا باشلىقى بولالمايمەن، لايىھە باشقۇرغۇچىسىمۇ بولالمايمەن، ئەمما Google دۇنياسىدىكى مۇھىم ئەرباب بولىمەن.

ئالتىنچى باب
ھەقىقىي سىگنال كىرىش

لارري بىلەن سېرگېيې ئىنتېرنېتتىكى ئېلانلارنى ياقتۇرمايتتى-ۋال-ۋۇل چاقناپ تۇرىدىغان چاسا رەسىم شۇنداقلا كىشىنى بىزار قىلىدىغان ۋارقىراش ئاۋازى بىلەن ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ دىققىتىنى تارتىش، ئۇلار بۇ خىل ئېلانلارنى Google تورتۇراسىغا ئېلىپ كەلمەيتتى. ئەمەلىيەتتە، ئۇلار ئېلاننى قەتئىي ياقتۇرمايتتى، چۈنكى ئۇلار ئېلان خېرىدارلىرىنىڭ پۈلىنى ئالغاندىن كېيىن، خېرىدارلىرى ياقتۇرىدىغان ئادىل بولمىغان ئىزدەش نەتىجىسى يوللۇق بولۇپ قالغاندەك ھېس قىلاتتى. شۇنداق بولسىمۇ، خەتەرگە تەۋەككۇل مەبلەغ سالغۇچىلارغا كۆرسەتكەن دەسلەپكى كۆرسەتمە ھۆججىتىدە، ئۇلار ئېلان سېتىشنى كىرىم مەنبەسىنىڭ بىرى بولۇشى مۇمكىن دەپ كىرگۈزگەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇلار بۇ مەسلىنى ئەستايىدىل ئويلىشىشنى خالايتتى-ئەگەر ئېلان نىشانلىق كىشىلەر توپىغا قارىتىلسا ھەمدە ھەقىقەتەن كېرەكلىك بولسا، كىشىنى بىزار قىلمىسا بولاتتى.

تەننەرخ تىزگىنلەش پەقەت بىزنى ھازىرقىدەك ئورۇنغىچە بەرداشلىق بەرگۈزەلەيتتى. Google مەلۇم ۋاقىتتا كىرىم پەيدا قىلىپ، كارخانىنىڭ مەۋجۇت بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىشى كېرەك ئىدى. بىز ئەينى ۋاقىتتا باشقا شىركەتلەرگە ئىزدەش مۇلازىمىتىنى سېتىۋاتاتتۇق، شۇڭلاشقا Inktomi، Alta Vista غا ئوخشاش بۇنداق ئورنى يۇقىرى يۆلەنچۈكى كۈچلۈك ئىزدەش مۇلازىمەت سودىگەرلىرى بىلەن رىقابەتلىشەتتۇق، ئەمما بىزنىڭ بۇ ساھەدىكى ئۆرلەش يوشۇرۇن كۈچىمىز قارىماققا چەكلىك كۆرۈنەتتى. گەرچە Google ئىزدەش مۇلازىمىتى ساھەسىدە ئۆزىنىڭ ئوبرازىنى شەكىللەندۈرۈۋاتقان بولسىمۇ، ئەمما بىز ھەقىقىي چوڭ شىركەتتىن بىرىگە ئىزدەش مۇلازىمىتىنى تەمىنلەپ باقمىغان ئىدۇق.

بۇ خىل ئەھۋال لارري بىلەن سېرگېيىنى ئېلان سېتىش مەسلىسى ھەققىدە قايتا ئويلانىدۇردى. ئېلان تەتقىقات كەسپىنى DoubleClick قا ئوخشاش كەسپىي شىركەتلەرگە ھۆددىگە بېرىش لوگىكىغا ئۇيغۇن بولغان ئۇسۇل ئىدى، ئۇلارنىڭ يادرولۇق كەسپى تورتۇراغا ئېلان تارقىتىش ئىدى. قانداقلا بولمىسۇن بىز پەقەت ئىزدەش شىركىتى، ئېلاننى تۇردا تارقىتىش سودىگىرى ئەمەستە. كرائىگ سىلۋېرستېين بۇنىڭ ئۈچۈن لارري بىلەن سېرگېيىنى ئىزدىدى.

«بۇنچە كۆچەپ قانداق قىلسەن؟ نېمە ئۈچۈن ئېلان سۈپىسى تەتقىق قېلىپ ئېچىشتەك بۇنداق ئىشقا دىققىتىمىزنى چاچىمىز؟ » دەپ ئۇ ئىككىيلەندىن سورىدى كرائىگ.

«ھازىرقى ئېلان سۈپىلىرىنىڭ بىرىمۇ بىزنىڭ ئېھتىياجىمىزغا ماس كەلمەيدۇ، شۇڭلاشقا ئۆزىمىزنىڭ سۈپىسىنى يېزىشىمىز كېرەك. » دەپ جاۋاب بەردى ئۇلار.

«مېنىڭچە ئۇلارنىڭ دېگىنى ناھايىتى توغرا، لېكىن يەنىلا ئازراق ئىچىم سىقىلاتتى. » دېدى كرائىگ.

لارري بىلەن سېرگېيغا لازىملىق ئېلان ساپ تېكىست بولۇپ، DoubleClick شىركىتى يارەملىشىپ قۇرماقچى بولغان ئىنتېرنېتتا ھەممىلا يەردە كۆرگىلى بولىدىغان قىستۇرما شەكىلدىكى رەڭلىك ئېلان تاسمىسى ئەمەس ئىدى. 2000-يىللارنىڭ بېشىدا، ھېچكىم ساپ تېكىستلىق ئېلاننىڭ ئۇنۇمىنى جانلىق ۋە شوخ بولغان

ھەربىرىڭىز ئۆزىڭىزنىڭ ئىسمىنى ئىشلىتىڭ.

«DoubleClick ئىشتىراكچىلىرى بىزنىڭ ئىشلىرىمىزنى كۆرۈپ قېلىپ، ئۇلار بىلەن ئالاقىلىشىپ: ‹بىزنىڭ ئىشلىرىمىزنى ئاڭلاپ باقسىڭىز بولامدۇ›، - دەپ سورىدى.

ئۇنىڭدىن باشقا يەنە بىر مەسىلە بار.

«ئۇلار ئىشلەپچىقىرىش قۇرالىمايدىكەن، ئەمما بۇ نۇقتا ئىنتايىن مۇھىم. شۇڭلاشقا، بۇ مەسىلە مۇشۇنداق ھەل بولماي ئايىغلاشتى. » دەپ تولۇقلىدى ئۇرس. لارى بىلەن سېرگېي ستانفوردتىكى ۋاقتىدا تونۇشقان بىر قەدىناس ئاغىنىسى ھاۋارايى توري Wunderground.com دا ئىشلەيتتى، ئۇ ئىلگىرى ئۆزى ئېلان سۈپىسىدىن بىرنى يازغان، ئۇنىڭ ئۇستىگە بۇ سۈپىنى ئىشلىتىش نىسبەتەن ئوڭاي ئىدى، لارى بىلەن سېرگېي شۇ سەۋەبتىن خاتىرجەملىك ھېس قىلاتتى.

سۈسانىڭ ئەسلەپ بېرىشچە: «بىز ئەينى چاغدا ئەللىك ئاتمىش ئادەم بولۇپ، ئىزدەش مۇلازىمىتى ساھەسىدە بازار ئىگىلەش نىسبىتى بىزدىن بەكلا چوڭ بولغان شىركەتلەر بىلەن رىقابەتلىشىشكە باشلىغان ئىدۇق. شۇنىڭ بىلەن بىللە، ‹ھە، تۇغرا، ئەلۋەتتە بىزمۇ ئۆزىمىزنىڭ ئېلان سىستېمىمىزنى قۇرۇشىمىز لازىم ئىدى›. بىز ھەممە دۆلەتلەردە ئېلان كەسپىنى قانات يايدۇراتتۇق، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئېلان ھەر بىر سۈرۈشتۈرۈش بىلەن نىشانلىق باغلىنىش مۇناسىۋىتىنى شەكىللەندۈرەتتى. بىز يەنە تېز مۇلازىمەت بىلەن تەمىنلەيتتۇق. » ئەمما قارىماققا شىركەت يۈزلەنگەن كەلگۈسىنىڭ ھېچقانداق ئىجرا قىلىشچانلىقى يوقتەك قىلاتتى.

سۈسان تولۇقلاپ مۇنداق دېدى: «دەل مۇشۇ ۋاقىتتا، لارى دۇنيادىكى ھەممە كىتابلارنى تەسۋىرگە چۈشۈرۈش قارارىنى چىقاردى. » بۇ تېخىمۇ مۇمكىن ئەمەس ئىدى.

جىق دېئان قول سېلىپ ئېلان رىقابىتى ئۈچۈن خىزمەت قىلىدىغان يۇمشاق دېتال سىستېمىسىنى ئىجاد قىلىپ باشقۇرۇشقا مەسئۇل ئىدى. بىر قانچە ھەپتىدىن كېيىن، يېڭىدىن تەكلىپ قىلىنغان ئىنژېنېر خوۋارد گوبىئوف (Howard Gobioff) بىلەن جىق بىللە ئىشلىدى. خوۋارد كارنېگى مېلوك ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ دوكتورى بولۇپ، ئۇ ئۆز ئالدىغا ئويلىغۇچى بولۇپ، ئادەتتە چېچىنى بىر تال ئۆيەپ، چېنىقىش زالىغا كىرىپ ھەربىر ھەپتىنى ئادەتتىكىدەك ئىدى. بىر قانچە كۈن ئۆتمەيلا، جىق بىلەن خوۋارد بىر سىستېمىنىڭ دەسلەپكى شەكلىنى ۋۇجۇدقا چىقاردى. كېيىن ئۇلار ماتېرىيالنى يېنىغا تارتىپ ھەمكارلاشتۇردى، ئەمما ئەينى چاغدا ئېلان مەزمۇنى بىلەن ئىزدەش نەتىجىسىنى ماسلاشتۇرىدىغان ئامال ئىزدەۋاتاتتى. ئۇلار ناھايىتى تېزلا نىشانلىق ئېلان سىستېمىسىدىن بىرنى لايىھەلەپ چىقتى.

بۇ خىل دەسلەپكى سىستېمىنى سىناش ئۈچۈن، جىنىڭ يېتەكچىلىكىدە، Google ئامازونىڭ بىرلەشمە ئەزاسىغا ئايلاندى. ھەر قېتىم كىشىلەر بىزنىڭ كىتاب ئېلانلىرىنى چەكسە، ھەمدە شۇ سەۋەبتىن ئامازون تورتۇراسىدىن بۇ كىتابنى سېتىۋالسا، Google بىر بۆلۈك ھەققە ئېرىشەتتى. جىق بۇ يېڭى سىستېمىغا 100 مىڭ كىتابنىڭ ئىسمىنى قويغان بولۇپ، قاچان بولسۇن، پەقەت كىشىلەر كىتاب ئىسمى بويىچە كىتاب-ژۇرنال ئىزدىسىلا، بۇ كىتاب-ژۇرناللارنىڭ ئېلانى Google نىڭ ئىزدەش نەتىجىسىدە پەيدا بولاتتى. گەرچە ئىشلەتكۈچى ھەر بىر ئېلاننى چەكمىسمۇ، ئەمما كۆرۈنۈپ تۇرۇپتۇكى بۇ سىستېما ناھايىتى پايدىلىق ئىدى. كۆزنى يۇمۇپ ئاچقۇچە، Google ئېلان سىستېمىسى گەرچە سوممىسى ئانچە كۆپ بولمىسمۇ، تىجارەت كىرىمىگە ئېرىشتى. غەلبە شاتلىقى، غەلبىنى تەبرىكلەيدىغان شامپان بولمىسمۇ، كۆپچىلىكنىڭ ئارزۇسى شۇ سەۋەبتىن ئۆسمىدى، يەنە نۇرغۇن خىزمەتلەر تاماملاشنى كۈتۈپ تۇراتتى.

Google قانداقلارچە ئېلان بىلەن شۇغۇللانغان

ئامازوننىڭ ئەزالار ئېلانى قارىماققا ئۇنۇملۇكتەك قىلاتتى. ھازىر بىز تىرىشىپ ئېلانلىنى ئەزا بولۇش پىلانى يوق شىركەتلەرگە ساتماقچى ئىدۇق. بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجە بېتىمىزنىڭ ئۈستىدىكى تېكست رامكىسىدا كۆرۈنگەن ئېلان، كۆرسىتىش قېتىم سانى (CPM) بويىچە باھا ھېسابلىنىپ سېتىلاتتى. مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا، Google ھەر بىر قېتىم ئېلان مەزمۇنىنى كۆرسەتكەندە، باشقىلار چەكسۇن چەكمىسۇن، ئېلان خېرىدارلىرى ھەق تۆلەيتتى، خراجىتىنىڭ ئاز كۆپلۈكى ئېلانىنىڭ كۆرۈنگەن مىڭ قېتىملىق سانى بويىچە ھېسابلىنىپ ئېلىناتتى. ئەمما، Google نىڭ ئېلانىنى ھەقىقىي بىر مەھسۇلات قىلىپ چىقىش ئۈچۈن، شىركەت ئېلان خېرىدارلىرىغا، ئۇلار سېتىۋالغان ئېلانىنىڭ كۆرىستىلىش قېتىم سانىنىڭ زادى قانچىلىك ئىكەنلىكىنى دەپ بېرىشى كېرەك ئىدى. مەسىلەن، ئېلان سودىگىرى «گولف توپ كۇلۇبى» نى ئىزدىگەنلەرگە، ھەمىشە ئۇلارنىڭ ئېلانىنى كۆرىستىشنى ئويلايتتى، ئۇنداقتا بىز «گولف توپ كۇلۇبى» نىڭ بىزنىڭ ئىزدەش كەسپىمىزدە كۆرۈلۈش چاستوتىسىنىڭ قانچىلىك يۇقىرى ئىكەنلىكىنى ھېسابلاپ چىقىشىمىز كېرەك ئىدى.

SGI شىركىتىدىن Google غا قوشۇلغان ئېد كارىرېلس (Ed Karrels) بۇنىڭ ئۈچۈن ئېلانىنىڭ ئومۇمىي مىقدارىنى مۆلچەرلەيدىغان قورالدىن بىرنى ئىجاد قىلدى، ئۇ بىزنىڭ كۇنىدىلىك خاتىرە سىستېمىمىزدىن سانلىق مەلۇماتلارنى ئاجرىتىپ، شۇ ئارقىلىق كۆرۈنگەن ئېلانىنىڭ قېتىم سانىنى ئالدىن ھېسابلاپ چىقىشقا كاپالەتلىك قىلاتتى. ئېد كارىرېلسنىڭ ئىشداشلىرى ئۇنتالمايدىغان مۇنداق بىر ئىشى بار: ئۇ بىر جۈمە كۈنى ئەتىگەنىدە ماشىنا بىلەن 35 ئىنگلىز مىلى يول يۈرۈپ، ئەڭ يېقىن Krispy Kreme دۇكىنىدىن 4 بولاق dozen donut سېتىۋېلىپ، ئاندىن كۇمۇشرەڭ بېنز SLK230 نى يول بويى قۇيۇنىدەك ھەيدەپ ئىشخانىغا قايتىپ كەلگەن. بۇگۈنكى كۈندە، Google جۈمە كۈنى dozen donut تەمىنلەيدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە ھەقىقىي ئېلان كەسپى بار بولدى.

2000-يىلى 1-ئايدا، Google نىڭ ئېلان كەسپى داۋراڭسىزلا بازارغا كىردى، تاراتقۇلاردا ئازراقمۇ شەپە يوق ئىدى. سىندى داغدۇغلىق تەشۇنق قىلايلى دەپ قارايتتى، ئەمما ئۇنىڭ پىكرى رەت قىلىندى، پەرىزىمچە لارىرى بىلەن سېرگېي بىزگە ئوخشاش ئىگىلىك تىكلەۋاتقان شىركەتلەرنىڭ ئەتراپىدىكى چوڭ لەھەڭلەرنى چۆچۈتۈۋەتمەسلىك سەۋەبىدىن بولسا كېرەك، چۈنكى يېڭى مەززىلىك سېمىز بېلىقلار ئۇلارنىڭ دېڭىز تەۋەلىكىدە ئۈزۈپ يۈرەتتى. Google نىڭ ئىزدەش نەتىجە بېتىدە، ئەمەلىيەتتە تېكست ئېلان كۆرسىتىش نىسبىتى ئىنتايىن ئاز ئىدى. كۆپ يىللاردىن بۇيان كىشىلەر، Google نىڭ تورتۇراسىدا ئېلان كۆرمىگەنلىكىنى بىزگە ئېيتاتتى. بۇ ئەھۋالنى Google نىڭ سادىق ئىشلەتكۈچىلىرى ئويلاپ يېتەلمەيتتى، چۈنكى بىزنىڭ كىرىم مەنبەيىمىز يوق، قانداق مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇۋاتقانلىقىمزنى چۈشەنمەيتتى. ھەتتا بەزىلەر بىزگە پۇل ئىئانە قىلىشنى ئۈتتۈرىغا قويدى، ئەمما بىز چىرايلىقچە رەت قىلدۇق.

ئەلۋەتتە، بىز ئېلان سىستېمىسىغا سىناق ئېلىپ بېرىشىمىز كېرەك. مارىسسا بىلەن باشقا ئىككى ئىنژېنېر ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ كومپيۇتېر تەجرىبخانىسىدا ئېلان سىستېمىسىنىڭ قوللىنىشچانلىقى ھەققىدە تەتقىقات ئېلىپ بارغان.

«مەن بىلمەيمەن، ئەمما ئەخلاقسىزلىقتەك تۇيۇلدۇ، مەن پەقەت ئىزدەش نەتىجىسى دەپلا بىلىپتىكەنمەن. ئەمما رەڭلىك تاسماق ئېلانغا نىسبەتەن، روشەنكى ئۇلار پۇل خەجلەپ سېتىۋالغانلىقىنى چوقۇم بىلىسىز. » دەپ يىغىنغا قاتناشقۇچىدىن بىرى ئۈتتۈرىغا قويدى.

بۇ نۇقتا بىر ئاز ئويلىغىنىمىزدەك چىقمىدى. تېكست ئېلانىنى توختىماي چاقناپ تۇرىدىغان رەڭلىك تاسماق ئېلانغا سىلىشتۇرغاندا تېخىمۇ ئەخلاقسىزمۇ؟

«بىز رەڭلىك ئېلان بىلەن تېكست ئېلانلىرىم-ئايرىم سىناپ بېقىشىمىز كېرەكمۇ، ئىشلەتكۈچىلەر قايسىسىنى تېخىمۇ ياقتۇرىدۇ؟ ئېلان تاسمىقىغا بولغان ئۇزۇن مەزگىللىك نۇقتىئىنەزىرىمىز زادى نېمە؟ ئەگەر بۇ خىل شەكىلدىكى ئېلانلىرى ئىشلەتمىسەك، بىز قانچىلىك كەسىپ مىقدارىدىن قۇرۇق قالىمىز؟ » پىكرىنى ئاڭلىغاندىن كېيىن، شۇنداق سورىدىم. مېنىڭ مۇنداق بىر قىياسىم بار: رەسىملىك ئېلان ئادەمنى تېخىمۇ بىزار قىلغانلىقتىن، بىز تېخىمۇ يۇقىرى ئۆلچەم بىلەن ھەق ئېلىشىمىز كېرەك. مەن يەنە بىر قېتىم خاتا تەرەپتە تۇرۇدۇم، ئەمما تەلىيىمگە، لارى بىلەن سېرگېي مېنىڭ پىكرىمنى رەت قىلدى. ئۇلارنىڭ قارىشىچە، ئەگەر ھەقسىزتەن زۆرۈر بولسا، تېكست ئېلانلىرى رەسىم ئېلانغا يۈكسەلتسەك بولىدۇ، ئەمما رەسىملىك ئېلاندىن تېكست ئېلانغا قايتىش تېخىمۇ قىينىلىشىدۇ. تېكست ئېلانلىرى ساقلاپ قېلىپ، ھېچ بولمىغاندا ئېلان كەسپىدە مۇڭۇپىيەتىت قازانغان ئەھۋالدا ئىزچىل ساقلاپ قېلىش كېرەك. بۇ نۇقتىغا قارىتا مەندە ئىزچىل گۇمان بار ئىدى. ئىزدەش نەتىجىسى بىلەن تېخىمۇ ياخشى پەرقلەندۇرۇش ئۇچۇن، ئېلان خېتىگە رەڭلىك تەگلىك قوشتۇق، لېكىن مېنىڭچە بۇ Windows سىستېمىسى چىقىشتىن ئىلگىرىكى DOS دەۋرىگە قايتقانغا ئوخشايتتى.

جىق بىلەن خۇۋارد ئۆزى پەيدا قىلغان بۇ سىستېمىنىڭ يېتىلىپ موتورنى كۇچلەندۇرىدىغانلىقىنى ئويلىمىغان ئىدى، ئۇ پەقەت ئۆزىمىزنىڭمۇ ئېلان كەسپى بىلەن تەمىنلىيەلەيدىغانلىقىمىزنى ئىسپاتلاش ئىدى. بۇ سىستېما ئىجاد قىلىنغاندا بۇاستە ساندانغا ئۇلانغان بولۇپ، ئۇنى زاپاسلىغىلى بولمايتتى. بۇ خىل ئاددىي ئۇنۇمسىز ھالەت لارىنى چىرمۇالغان ئىدى. ھالبۇكى، سىستېما قوزغالسىلا، ھېچكىم ئۇنى توختىتىشنى ئويلىمايتتى.

«ئاخىرىغا بارغاندا خېرىدارنى نىشانلاش ئۇنۇمى ئانچە ياخشى بولمىدى، ئەمما بىز بۇ يادرولۇق مۇلازىمەت سىستېمىسىنى نۇرغۇن يىل ئىشلەتتۇق. ئەڭ دەسلەپتە لايىھەلىگەندىكى ئەزىز قىممىتى يەنىلا مەۋجۇت. » جىق يېقىندا بۇ نۇقتىنى بىزگە ئېتىراپ قىلدى.

ئېد كارىرىلس (Ed Karrels)، رادىكا مالپانى (Radhika Malpani)، ماتت كاتتس (Matt Cutts)، خۇۋارد گوبىئوف (Howard Gobioff) ۋە چاد لېستېر (Chad Lester) قاتارلىق بىر قانچە ئىنژېنېر كېيىن بۇ بىر يۇرۇش سىستېمىنى ئۆتكۈزۈۋېلىپ، ئېلان قوغدىغۇچىلىرىغا ئايلاندى. ئۇلار خېرىدارلارنىڭ ئېھتىياجىغا ماس كېلىدىغان خاسلىقتا ئىگە مەھسۇلاتنى ئېچىپ، بۇ كەسپىنى ساغلام ئۆستۇرىدۇ. جەن مەننىڭ (Jane Manning) بۇ گۇرۇپپىنىڭ تۇر باشقۇرغۇچىسى بولغانلىقتىن سېتىش بۆلۈمى بىلەن ئىستېمال ئېھتىياجىنى پىكرلىشىدىغان كۆۋرۈكلۈك رول ئويناندى.

سېتىش بۆلۈمىنىڭ مەسئۇلى بارت ۋويتوۋىز (Bart Woytowicz) بولۇپ، ئۇنىڭ بويى تەخمىنەن ئىككى مېتىر، كوماندىدىن چېكىنگەن يېرىم كەسىپي ۋاسكېتبول تەنھەرىكەتچىسى بولۇپ، ئىزچىل ھەشەمەتلىك تۇرمۇشنى قوغلىشىدۇ. ئۇ ئىنژېنېرلار بىلەن بۇاستە سۆھبەتلىشىشنى ياقتۇرىدۇ، ئىنژېنېرلارمۇ ئۇنىڭ بىلەن سۆزلىشىشنى ياقتۇرىدۇ، چۇنكى ئۇ ئىنژېنېرلار يازغان كودنىڭ ئاخىرقى ئىشلەتكۈچىسى. ئۇنىڭدىن باشقا، بارت ۋويتوۋىز ھەمىشە بىر خىل ئازادە روھلۇق كەيپىيات ئېلىپ كېلىدۇ، ئۇ ئىلگىرى پەرىشتىلەر بايرىمىنىڭ ئالدىنقى كېچىسىدىكى تەبرىكلەش پائالىيىتىدە نىقاپ تاقاپ، كالتەك توپ كىيمى كىيىپ، قىزىقچىنىڭ رولىنى ئالغان. بارت ۋويتوۋىز ئۆزىنى ئىنژېنېرلارنى ۋاقتىدا ئىش تاپشۇرۇشقا قىستايمەن دەپ قارىمايدۇ، ئۇ بۇ ئىشنى تۇر باشقۇرغۇچىنىڭ ئىشى دەپ قارايدۇ. ئەمما، ئۇلارغا ئۆزى گۇمانلىق دەپ قارىغان نەرسىنى ئېنىق دەيدۇ: بىزنىڭ ئېلان خېرىدارلىرىمىزغا تەمىنلىگەن CPM باھا ھېسابلاش مۇلازىمىتىمىز سەكراتقا چۈشكەن سودا ئەندىزىسى.

بازار ئاللىبۇرۇن «چېكىلىش قېتىم سانىغا ئاساسەن ھەق تاپشۇرۇش» (CPC) ھالىتىگە ئۆزگەردى. بۇ خىل ھالەتنى قوللانغاندىن كېيىن، پەقەت ئىشلەتكۈچى ئېلانلىرى ھەقىقىي چەككەندە، ئېلان خېرىدارى ئاندىن ھەق تاپشۇرىدۇ. بىزنىڭ رىقابەتچىمىز GoTo شىركىتى دەل مۇشۇنداق قىلغان. GoTo شىركىتىنىڭ

ئەندىزىسى بويىچە، ھەر قېتىم چەكىكەن ۋاقىتتىكى باھا شۇ پەيتتە كىم ئارتۇق قىلىپ ساتقان نەتىجىگە ئاساسەن بەلگىلىنىدۇ، قويغان باھاسى ئەڭ يۇقىرى خېرىدار تور بەتتىكى ئەڭ ياخشى ئورۇنغا ئېرىشىدۇ.

GoTo نىڭ ئەندىزىسى بىر خىل يېڭىلىق يارىتىش ئەمما كەمچىلىكى بار. بۇ خىل ئەندىزىدە ئېلان خېرىدارلىرىنىڭ تالىشىپ يۇقىرى باھا قويۇشىنى ئىلھاملاندۇرىدۇ ئەمما ئېلانىنىڭ پەقەت مۇناسىۋىتى بار ئىزدەش ھالقىلىق سۆزىگىلا بېرىلىشىگە كاپالەتلىك قىلغىلى بولمايدۇ. مەسىلەن، تاشپاختىنىڭ زىيانكەشلىكىگە ئۇچرىغان بىر كىشىگە ۋاكالىتەن كوللېكتىپ ئەرز سۇنغان ئادۋوكات ئېلان بەرمەكچى بولسا، ئۇنىڭغا نىسبەتەن بىر يېڭى خېرىدار نەچچە تۈمەن دوللارغا يارىشى مۇمكىن، ئۇنداقتا ئۇ يۇقىرى باھا قويۇپ ھېچقانداق مۇناسىۋىتى يوق نەچچە ئون ھالقىلىق سۆزنى تالىشىپ، ئىزدەش نەتىجە بېتىدە ئۆزىنىڭ ۋاكالەتچىلىك ئېلانىنى قويۇشى مۇمكىن. [«Mesothelioma» (ئارىلىق تېرە ئۆسمىسى) ئىلگىرى Google باھا تالاشتۇرۇپ ئەڭ يۇقىرى باھادا ساتقان ھالقىلىق سۆز ئىدى.] 99% ئېلان نەزەرگە ئېلىنمايدۇ ئەمما بۇ ئادۋوكات ئانچە ئېرەڭ قىلىپ كەتمەيدۇ، چۈنكى زور كۆپ قىسىم كۆرىستىشكە پۇل خەجلىمەيدۇ. شۇنداقتىمۇ، نىشانلىق بولمىغان باھا تالاشتۇرىدىغان يۇقىرى باھالىق ئېلان مۇناسىۋەتلىك دەرىجىسى تېخىمۇ يۇقىرى بولغان باشقا ئېلانلارنى چېكىلىشى تۆۋەن بولغان ئورۇنغا سۈرۈۋېتىدۇ. GoTo شىركىتى چېكىلگەن ئېلانغىلا پۇل ئالغانلىق سەۋەبىدىن، ئۇلارنىڭ كىرىمى ئېقىپ كېتىدۇ. GoTo شىركىتى بۇنىڭ ئۈچۈن ئادەم باھالاپ تەستىقلايدىغان ئىش ھالقىسىنى كىرگۈزۈپ، ئېلان خېرىدارلىرىنىڭ پەقەت ئۆزى سېتىۋالقان مەھسۇلاتقا مۇناسىۋەتلىك ھالقىلىق سۆزلەرنى سېتىۋالالايدىغانلىقىغا كاپالەتلىك قىلدى، شۇغىنىسى ئۇلارنىڭ قىلىۋاتقىنى يەڭگىلى بولمايدىغان جەڭ ئىدى.

لارى GoTo شىركىتىنىڭ باھا تالاشتۇرۇپ سېتىش سىستېمىسىنىڭ خېلى قىممىتى بارلىقىنى تونۇپ يەتتى. گەرچە ئۇ ئۇنىڭدىكى كەمچىلىكنى قانداق ئوڭشاشنى بىلمىسىمۇ ئەمما ئۇ يەنىلا بىزنىڭ CPC باھا ھېسابلاش ئەندىزىمىزنى قوللىنىپ ئۇلار بىلەن رىقابەتلىشىشمىزنىڭ زۆرۈرىيىتى بار يوقلۇقىنى ئويلىشىۋاتاتتى. ئەگەر بىز شۇنداق قىلىپ، مۇكەممەل بولمىغان ئېلان بېرىش سىستېمىسىنى ئىشلەتسەك ئەلۋەتتە يېتىشمەيدۇ. نېمىلا دېمەيلى، GoTo شىركىتىنىڭ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىغا ئىشىنىش تەس ئىدى، ئۇلارنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىنى ھەرگىز Google نىڭكى بىلەن سېلىشتۇرغىلى بولمايتتى. لارى ئاۋال بۇ مەسىلىنى بىر چەتكە قويۇپ تۇرۇشنى قارار قىلدى. نۆۋەتتىكى ئەھۋالنى ئېلىپ ئېيتقاندا، يەنە ئۇنىڭدىنمۇ مۇھىم ئىشلار Google نى توختىماي ئەنسىرىتىۋاتاتتى.

ھەقىقىي ئەخلاق مۇشكۈلاتى

رەڭلىك تاسماق ئېلان چەكلەنگەندىن كېيىن، نوقۇل تېكىس ئېلان شەكلىنى تولۇقلاش ئۈچۈن، بىز باشقا كىرىم مەنبەسىنىمۇ ئىزدەۋاتاتتۇق. RealNames نامىدىكى بىر شىركەت (ھەممىباب تور ئادرېسى مۇلازىمىتى تەمىنلىگۈچى) بۇ پىلانغا ماس كېلىدىكەن، ئەمما ئادەمنى ئانچە رازى قىلالمايدىكەن.

2000-يىلى يىل بېشىدا، رىقابەتچىمىزنىڭ قوللانغان ئەڭ مۇھىم پۇل تېپىش تەدبىرى ئورۇن بويىچە ھەق ئېلىش بولۇپ، بۇ ئۇسۇلدا ئېلان سودىگەرلىرى ھەق تۆلەش ئاساسىي ئىزدەش نەتىجىسىدە تېخىمۇ گەۋدىلىك بولغان كۆرىستىش ئورنىغا ئىگە بولالايتتى. GoTo ئەندىزىسىنىڭ قوللانغىنى ئۇزۇل-كېسىل ھالدا ئورۇن بويىچە ھەق ئېلىش ئۇسۇلى ئىدى، چۈنكى ئۇلار ئەڭ ياخشى ئورۇننى پۇلنى ئەڭ كۆپ چىقارغان خېرىدارغا سېتىشنى ئاشكارا ئېتىراپ قىلاتتى. باشقا تورتۇرالار پەقەت ئېلان مەزمۇنىنى ئىزدەش نەتىجىسىدە تىزىپ قويىاتتى، شۇڭلاشقا خېرىدار ھەق تۆلىگەنلىكتىن ئېلانىنى شۇ جايغا قويۇپ قويغانلىقىنى سېزىۋالالمايتتى.

ئورۇن بويىچە ھەق ئېلىش ئۇسۇلى لاررىنى غەزەپلەندۈردى. قايىسسى ھەقىقىي ئادىل، ئىشلەتكۈچىگە پايدىلىق، قايىسسى بەزىلەر ھەق تاپشۇرغانلىقى ئۈچۈن ئالدىغا تىزىپ كۆرسىتىلگەن، ئىشلەتكۈچى ئاڭقىرالمايتتى، بۇ ئەخلاقسىزلىق ئىدى. بۇنىڭدىن باشقا، بۇ خىل ئۇسۇل ياخشى ئىزدەش ھېسابلاش ئۇسۇلىنى ۋەيران قىلدى. ئەگەر پايدىلىق ئىزدەش نەتىجىسى ھاسىل بولغان تۈرۈقلۇق، نېمە ئۈچۈن قىممىتى تېخىمۇ تۆۋەن ئۇچۇرلار سۈنئىي ھالدا بۇ نەتىجىلەرنى بۇزىدۇ؟ لارى بىلەن سېرگېي ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدا ئاسپىرانتلىقتا ئوقۇۋاتقان ۋاقىتتا بىرلىشىپ بىر پارچە ئىلمىي ماقالە يازغان، ئۇلار ئەينى چاغدىلا ئورۇن بويىچە ھەق ئالدىغان ئۇسۇل «ئېلاندىنمۇ خەتەرلىك، چۈنكى كىمنىڭ قانداق جايدا ئىكەنلىكى ئېنىق ئەمەس، كىمنىڭ ھەق تاپشۇرغانلىقى ئۈچۈن ئىزدەش نەتىجىسىدە كۆرۈنگەنلىكىنى بىلگىلى بولمايدۇ» دەپ قارىغان.

دىنىي پىرىنسىپتىن سۆزلىگەندىمۇ، بۇ مەسىلە ئېتىقاد قىلغۇچىنىڭ ئەنئەنىگە خىلاپ ئۆلچەمنى قوللانغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ. بىزگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، RealNames شىركىتى ھەقىقىي ئېتىقاد قىلغۇچى بىلەن سۈيىئىستېمالچىنى پەرقلەندۈرىدىغان سىناق تاشتۇر. ئۇلار مۇناسىۋەتلىك شىركەتلەرگە ھالقىلىق سۆزنى ساتىدۇ، ئاندىن ئىزدەش موتورىنى تەڭشەپ، خېرىدارنىڭ باش بېتىنى كۆرسىتىدىغان ئۇلانمىنى ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ بىرىنچى تۈرىدە كۆرسىتىشكە كاپالەتلىك قىلىدۇ. مەسىلەن، فورد شىركىتى «فورد تەكشۈرگۈچى» دېگەندەك ھالقىلىق سۆزنى سېتىۋېلىپ، شۇنىڭ ئارقىلىق ئىشلەتكۈچى بۇ سۆزنى ئىزدىگەندە، فورد شىركىتىنىڭ شۇ ماركىلىق ماشىنىسى تونۇشتۇرۇلغان بەتنىڭ ئۈلانمىسىنى كۆرەلىشىگە كاپالەتلىك قىلىشى مۇمكىن. ئەگەر بىز بۇ بەتنىڭ ئۈلانمىسىنى بىرىنچى ئىزدەش نەتىجىسى قىلىپ تىزمىساق، RealNames بىزگە پۇل بېرىدۇ، بۇ ئۈلانمىنى بەتكە قويغۇزىدۇ ئەمما بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىمىز بىلەن پەرقلەندۈرىدۇ. MSN، Alta Vista ۋە Go.com لارنىڭ ھەممىسى ئەينى ۋاقىتتا مۇشۇنداق قىلغان ئىدى، ئەمما بىز بۇنىڭ ئۈچۈن قاتتىق باش قاتۇرۇپ، قانداق قىلغاندا RealNames ئۈلانمىسىنى كۆرسىتىش بىلەن بىرگە، يەنە ئۈلارنىڭ يا Google ھاسىل قىلغان ئىزدەش نەتىجىسى ئەمەس، يا ھەقلىق ئېلان ئەمەسلىكىنى ئېنىق ئىپادىلىگىلى بولىدىغانلىقىنى ئىزدىدۇق.

«RealNames نىڭ بۇ ئىشىدا، مەن ئۆزىمىزنى سېتىۋەتكەندەك ھېس قىلدىم. RealNames شىركىتى ھەقىقەتەن بىر ئەخلەت مەنبەسى ئىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە بارغانسېرى ناچارلىشىۋاتاتتى. » ئىنژېنېر پائۇل بۇچېت (Paul Bucheit) لارى ۋە سېرگېينى ئۆز ئىچىگە ئالغان بىر توپ Google لىقلاردىن ئاغرىنىپ شۇنداق دېدى. ئۇ قۇرۇلۇش سۈپىتى ئەدەپ-ئەخلاقنىڭ ئىنتايىن كۆڭۈل بۆلىدىغان بولۇپ، بولۇپمۇ ئىككىسى كېسىشىدىغان دائىرىدە تېخىمۇ شۇنداق ئىدى. ئۇزۇن ئۆتمەي، پائۇل بۇچېت ئۆزىنىڭ بۇ خىل پوزىتسىيەسىنى «يامانلىق قىلماسلىق» دەپ خۇلاسىلىدى. بۇ خىل ئاتاش بىر دەمدىلا مودا بولۇپ كەتتى.

«بۇ ھەتتا ئىزدەش نەتىجىسىنى باھا تالاشتۇرۇپ سېتىشتىنمۇ قەبىھ. مەن پەقەت قىزىقارلىق ئويۇنىدەك تۇيۇلۇپلا، RealNames تورتۇراسىغا «Craig Barrett» نى خەتلەتكەن. ھازىر سىز Google دا «Craig Barrett» دەپ ئىزدىسىڭىز، بىرىنچى ئىزدەش نەتىجىسى سەتلىكىدىن ئادەمنى قورقىتۇېتىدىغان بىر تور بەتكە ئۇلىنىدۇ. » دېدى پائۇل بۇچېت ئاغرىنىپ. مەن سناپ باقتان ئىدىم، نەتىجىدە پۈتۈن ئېكرانغا لاپلداپ توختىمايدىغان رەسىم ۋە رەڭلىك تاسماق بىلەن تولغان تور بەتنى كۆرگەنلىكىمنى بايقىدىم. كرائىگ بارىرېتت (Craig Barrett) ئەينى چاغدا ئىنتىل شىركىتىنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى ئىدى.

مەن ئىلگىرى ئەزەلدىن ئىزدەش موتورىنىڭمۇ ئۆزىنىڭ دۇرۇس ئىناۋەتىنى قوغداش كېرەكلىكىنى ئويلىماپتىكەنمەن، ئىنتېرنېتدىكى ئىزدەش موتورى ئىجتىمائىي نازارەتچى ئەمەس بەلكى سودا قىلمىشى بولغان تەقدىردىمۇ. شۇنداقتىمۇ، RealNames ھەققىدىكى تالاش-تارتىش ئۆزەممۇ سەزمىگەن ھالدا 1998-يىلى «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» مۇدىرىيەت يىغىنىدا يۈز بەرگەن ئىشنى ئەسلەتتى. مەن ئىلگىرى Siliconvalley.com تورتۇراسىنىڭ ئېلان قوبۇل قىلىش بېتەكچى قائىدىسىنى تۈزگەن، تارقاتقۇچىلار ھەر خىل ئەڭ ناچار ئەھۋاللارغا قارىتا مەندىن قاتتىق سۈرۈشتە قىلغان. «مىكروسوفت ئۆزلىرىنىڭ «مونوپوللۇقتا قارشى تۇرۇش قانۇنى» غا خىلاپلىق قىلىشتا چېتىشلىق خەۋەرنىڭ يېنىدىكى ئېلاننى سېتىۋالامدۇ يوق؟ » دەپ

سوربدى، «ئۇنداق بولغاندا، كشىلەر بىزنىڭ خەۋەرنىڭ ئوبيېكتىپلىقىنى تەھرىرلەۋاتقاندا مۇرەسسە قىلىدۇ دەپ قارايدۇ. » مەن يەنە بىر قانچە ھەپتە ۋاقىت سەرپ قىلىپ يېتەكچى قائىدىگە زور تۆزىتىش ئېلىپ بارغاندىن كېيىن ئاندىن تارقاتقۇچى رازى بولدى.

2000-يىلى يىل بېشىدا، بىز پەقەت RealNames بەلگىلىگەن ھەر بىر ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ ئارقىسىغا كىچىككىنە «RN» خېتى قوشتۇق، بۇ Google شىركىتىنىڭ ئىچكى قىسمىدىكى ئۇسۇل ئىدى. بۇنداق قىلغانلىقىڭ نەتىجىسى ئانچە ياخشى ئەمەس، ياكى ئۇدۇللا ئېيتقاندا، «بەكلا» ياخشى. ئەمما ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنى پۈتتۈرگەن ئاشۇ ئوقۇغۇچىلار RealNames نىڭ ئۇلانمىسىنى بەك ئالاھىدە ئىزدەش نەتىجىسى دەپ قارىدى، بىزنىڭ يورۇتۇپ كۆرسىتىشىمىزنىڭ سەۋەبى، ئۇ بىز ئىزدەپ تاپقان باشقا ئەخلەتلەردىن ياخشىراق.

ئومىد كوردېستانى كارخانا تەرەققىياتىنى باشقۇرۇشتا مەسئۇل مۇئاۋىن لىدىر بولۇپ، شىركەت قانداق كىرىم قىلىشقا ئۇ مەسئۇل. ئۇ دەسلەپتە RealNames نىڭ كەسپىنى قوغدىدى، مەن ئۇنىڭ تەكشۈرۈش خۇلاسىلىرىنىڭ ھەممىسىدە كەمتۈكلۈك بار دېگەننى باھانە قىلىپ ھەممىسنى قوبۇل قىلىشنى رەت قىلدۇ دەپ ئومىد كۈتۈۋاتقان ۋاقىتتا، ئۇ كىشىنىڭ خىيالىغا كەلمەيدىغان مۇنداق گەپنى دېدى: «ئەمما Google ھەر قانچە بولسىمۇ ئۆزىنىڭ سۈپىتىنى ساتماسلىقى كېرەك، ھەتتا مول كىرىم مەنبەسى بولغان تەقدىردىمۇ قەتئىي بولمايدۇ. »

نېمە؟ بىر سودىگەر قولىغا كىرىپ بولغان پۇلنى قوبۇل قىلىشنى رەت قىلغانمۇ بارمۇ؟ بۇنداق بولسا ئادەم ھەقىقەتەن نېمە قىلارىنى بىلەلمەيدىكەن. بۇنداق ۋەدىسىدە تۇرىدىغان زادى قانداقراق «تىجارەتچى»دۇ؟

1999-يىلى باھاردا، لارى بىلەن سېرگېي ئومىدنى تەكلىپ قىلدى، ئۇ Google نىڭ 11-نومۇرلۇق خىزمەتچىسى بولۇپ قالدى. ئومىد ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ سودا-سانائەتنى باشقۇرۇش ماگىستىرى (MBA) ئۇنۋانىغا ئېرىشكەن بولۇپ، ئىلگىرى Netscape شىركىتىدە ئىجرائىيە ئەمەلدارى بولغان. ئۇ ئۇچىسىغا قارا رەڭلىك ئامانى ماركىلىق يۇرۇشلۇك كىيىم كەيسە، قارىماققا بەستى زىلۋا كۆرۈنەتتى، ھەر تەرەپكە چېپىپ تاپقان سېمىزلىكى سايا‌ھەتنىڭ يالدامسى ئىدى. ئومىد دائىم كۈلۈپ تۇراتتى، باشقىلار سۆزلەۋاتقاندا، ئۇ ئەستايىدىل تىڭشايتتى. ئۇ بەك ياخشى ئادەم بولغانلىقتىن، سودا قىلالماسلىقىدىن ئەنسىرەيتتىم. ھەر خىل ھەر تۈرلۈك كەسپى سېتىش تەتقىقات سىنىپلىرىدا پىروفېسسورلارنىڭ مەجبۇرلاش خاراكتېرىدىكى سەممىيلىكى نەگە كەتتى؟ رىقابەتچىگە قاتتىق تاقابىل تۇرۇشنى تەشەببۇس قىلىدىغان ئۇسۇل نەگە كەتتى؟ ئومىد سىزنى ئەدەب بىلەن يېڭىدۇ، لېكىن يوقتىۋەتمەيدۇ. ۋاقتىنىڭ ئۆتۈشىگە ئەگىشىپ، Google يەنە ئۇنىڭ باشقا تەرەپلىرىدىن پايدىغا ئېرىشىدۇ، بىراق ئويۇنچۇق ئېيتقا ئوخشاش ئوماق بولۇشقا تايىنىپ ئەمەس، بەلكى ئارقىغا يوشۇرۇنغان ئادەتتىن تاشقىرى ئەقىل-پاراسەت ۋە تەھلىل قىلىش مېڭىسىگە تايىنىدۇ. ئومىد سېتىش قوشۇندىكىلەرنىڭ قەيەردە تۇرسا بولىدىغانلىقىنى ئېنىق بىلەلەيدۇ، گەرچە ئۇ باشقىلار ھەيۋە قىلغان ۋاقتىتا، ئانچە-مۇنچە قىر كۆرستىپ قويسىمۇ. ئەمما ئۇ كىشىنى قىستمايلا سۆھبەتنى ئىككى تەرەپ ئىختىلاپنى ھەل قىلىدىغان ھالقىلىق نۇقتىغا يېتەكلىيەلەيدۇ.

«ئەگەر RealNames شىركىتىنىڭ ئىزدەش نەتىجىسى ياخشى بولمىسا، ئۇ ھەقىقەتەن ناھايىتى ئوسال ئىش. لېكىن، بۇ بىزنىڭ ئۇلار بىلەن ھەمكارلاشماسلىقىمىز لازىملىقىنى بىلدۈرمەيدۇ. بىز ئېنىق قىلىپ ئۇلارنىڭ مەزمۇنى بىلەن بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىمىزنى پەرقلەندۈرۈشىمىز كېرەك، مۇشۇنداق بولغاندا ئىشلەتكۈچىلەر ئۇلارنىڭ ھەق تاپشۇرۇپ سېتىۋالغان ئىزدەش نەتىجىسى ئىكەنلىكىگە ھۆكۈم قىلالايدۇ. » دېدى سېرگېي.

لارى ھەر قانداق ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈشنى خالىمايتتى. ئۇنىڭ دېيىشىچە: «ئەگەر ئىشلەتكۈچىلەر RealNames بەلگىلىگەن مەزمۇن بىلەن بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىمىزنى ئارىلاشتۇرۇۋەتسە، ھېچنېمە بولمايدۇ. ئەگەر RealNames شىركىتى بەلگىلىگەن ئۇلانما ياخشىراق بولسا، ئىشلەتكۈچى شۇ ئۇلانمىنى چېكىدۇ.

پەقەت كىشلەر بۇنىڭ رەسمىي مەندىكى ئىزدەش نەتىجىسى ئەمەسلىكىنى چۈشەنسىلا، مېنىڭچە چاتاق يوق. » ئۇندىن باشقا، ئۇ RealNames شىركىتى بەلگىلىگەن تۈرلەرنى «ئىنتېرنېت ھالقىلىق سۆزى» قىلىپ تىزىشنى خالىمايدۇ، چۈنكى بۇنداق قىلغانلىق ئۇلارنىڭ ماركىسىنى ھەقسىز كېڭەيتىپ بەرگەنلىك بولۇپ، ئۇلارنى رىقابەتچىمىز قىلىپ يېتىشتۈرۈپ چىقىدۇ.

لارىي: «كەسپىمىزگە نىسبەتەن ئازراق پايدىسى بار، ئىشلەتكۈچى ئارايۈزىگە نىسبەتەن ئانچە ياخشى ئەمەس.» دەپ ئېتىراپ قىلدى. ئەڭ مۇمكىنچىلىكى بار ئەھۋال شۇكى، ئۇ RealNames شىركىتىنىڭ شۇ يىلدىن ئۆتۈشكە بەرداشلىق بېرەلمەيدۇ دەپ ھېس قىلدى. ئۇلار ۋەيران بولۇشتىن ئىلگىرى، ئەگەر بىز ئۇلارنىڭ مەنبەسىدىن پايدىلىنىپ Google نى راۋاجلاندۇرساق، ئۇنداقتا جەمئىيەتكە تېخىمۇ ياخشى مۇلازىمەت قىلالايمىز.

لارىي بۇ مەسىلىدە شۇنداق ئىختىيارىي بولۇپ، مەن بەك ھەيران قالدىم. ئۇ قارىماققا بىزنىڭ دۇرۇس بىھۇرمەتلىكىنى سىغدۇرالمايدىغان مەيدانىمىزدىن ۋاز كەچكەندەك تۇيۇلدى. تەلىيىمىزگە، بەزىلەر ئۇنىڭدىكى خەتەرنى كۆرسىتىپ بېرىشنى خالايتتى.

«مەن قوشۇلمايمەن. گەرچە ئۇسۇل نىسبەتەن مۇۋاپىقتەك قىلسىمۇ ئەمما ئۇ يەنىلا پۇل خەجلەپ سېتىۋالغان ئورۇن، ئەگەر يۇزەكى قارىغاندا ‹ئوبېيكتىپ› بىر ئىزدەش نەتىجىسىدەك قىلسىمۇ، بۇ بىر ئالدامچىلىق. «نيۇيورك ۋاقىت گېزىتى» ھەقلىق ئېلان بىلەن مۇستەقىل خەۋەرنى پەرقلەندۈرگەنلىكى ئۈچۈن ئالدىنقى قاتاردىكى تاراتقۇغا ئايلانمىغان. » دېدى ئۇرس.

ئاخىردا يەنىلا ماربسسا ھەل قىلىش ئامالىنى تاپتى. ئۇ باشقا تورتۈرالارنىڭ RealNames شىركىتى بەلگىلىگەن ئۇلانمىنى بىر تەرەپ قىلىش ئۇسۇلىنى تەتقىق قىلغاندىن كېيىن، بىزنىڭ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزىمىز ئۇلار بىلەن بىر ئۆلچەمدە ئەمەس دەپ خۇلاسە چىقاردى. ئۇ RealNames بەلگىلىگەن ئۇلانما بىلەن بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىمىزنى تېخىمۇ ئېنىق پەرقلەندۈرىدىغان مودىلدىن بىر قانچىنى تاپشۇردى، لارىي ئۇنىڭ ئىچىدىن بىرنى تاللىدى. بىزنىڭ RealNames شىركىتى بىلەن بولغان ھەمكارلىقىمىز 12 ئاي داۋاملاشتى، بىز ھەمكارلىششنى توختىتىپ بىر يىلدىن كېيىن، RealNames شىركىتى ئۇن-تىنسىز يوقاپ كەتتى.

مەسىلە ھەل قىلىنغاندىن كېيىن، مەن ئۆزەمنىڭ كۆرگەن ئاڭلىغانلىرىم ھەققىدە ئويلىنىمەن. مەن ئىلگىرى ئىشلىگەن گېزىتخانىدا، بىر تۈرلۈك پىلان تەستىقلىنىشى ئۈچۈن، يىغىن كۈنتەرتىپىگە تىزىپ ھەمدە يازما دوكلات يوللاش كېرەك، ئارىلىقتا ئادەتتە بىر قانچە ئاي كۈتۈش كېرەك. ھەر خىل پىكىرلەرنى رەسمىي ئوتتۇرىغا قويۇپ، مۇنازىرە قىلىپ، باھالاش كېرەك، ئۇنىڭدىن باشقا ئېھتىياتچانلىق بىلەن قايتا-قايتا تۈزىتىش كېرەك. بىراق Google دا، تېز مودېلنىڭ پىكىر بايان قىلىش ھوقۇقى ئەڭ كۈچلۈك، سانلىق مەلۇماتنىڭ قايىل قىلىش كۈچى ئەڭ زور، بىر قانچە سائەتتىلا قارار چىقارغىلى بولىدۇ. لېكىن، Google يەنىلا مەقسەتلىك ھالدا پاك دىيانەتلىك بولغان كەسىپ ئۆلچىمىدىن بىرنى تۈزدى. مەن بۇ كۆز قاراشنى ياقتۇرمەن: سۈرئەت ئەخلاقنىڭ دۈشمنى بولۇشى ھاجەتسىز. شۇنىڭدىن بۇيان، ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ تىزىلىش قاتارىنى ساتىدىغان رىقابەتچىلىرىمىزگە نىسبەتەن، ئەگەر سېپى ئۆزىدىن ئەسكىلىك ھېسابلانمىغان تەقدىردىمۇ، ئۇ قىلمىشنىڭ تېشى پالپال ئىچى غالغال ئىككى يۈزلىمچىلىك دەپ قاراشقا باشلىدىم.

G.O.D نىڭ 9 مىليارد ئىسمى

ھازىرغا كەلگۈچە، شىركەتنىڭ ماركا قۇرۇلۇشى جەھەتتىكى تەجرىبەم ئىزچىل ھالدا بولۇشقا تېگىشلىك

قىممىتىنى ئىپادىلىمىدى. ئەمما، بىزنىڭ ئىزدەش موتورىدىن كېيىنكى تۇنجى ئاساسىي مەھسۇلاتىمىز ئېلان قىلىنىش ئالدىدا، بۇ خىل ئەھۋالنىڭ ئۆزگىرىشى ئۈچۈن دۇئا قىلغان ئىدىم. G.O.D ياخشى بىر پۈرسەت. مېنىڭ بۇ جايدا G.O.D دېگىنىم Google Open Directory (گۇگىل ئوچۇق مۇندەرىجە).

G.O.D بولسا Netscape شىركىتىنىڭ ئوچۇق مۇندەرىجىسىنى ئاساس قىلىدۇ، Yahoo دىن ئىشلەتكۈچىلەرنى تارتىپ كېتىدۇ، گەرچە 2000-يىلى 1-ئايدا بۇ نۇقتىنىڭ ئاقىلانە ئەمەسلىكىنى ئوچۇق ئاشكارا ئېتىراپ قىلغان بولسىمۇ. بىز Yahoo بىلەن دوستانە مۇناسىۋەتنى ساقلاپ قېلىشنى ئۈمىد قىلمىز، ئۇلار پۈتكۈل يۇلتۇزلار سىستېمىسىغا ئىگە، ئەمما بىز ئەمدىلا كۆتۈرۈلۈۋاتقان كىچىك يۇلتۇز. گەرچە G.O.D قا ئانچە كۆپ زېھىن كەتمىسمۇ ئەمما ئازدۇر-كۆپتۇر ئادەمنى بىزار قىلىدۇ.

«ھەر بىر كىشى پەقەت ئىزدەش مۇلازىمىتىنىلا ئىشلىتىشى كېرەك.» دېدى لارى ئاغرىنىپ. مۇندەرىجە مۇلازىمىتىنىڭ ئىستىقبالى يوق. مۇندەرىجىدىن بىر نەرسە ئىزدەشتە، ئۇنىڭ قۇرۇلما ئورۇنلاشتۇرۇلۇشىنى چۈشىنىپ، ئاندىن قەۋەتمۇ-قەۋەت ئىزدەپ لازىملىق مەزمۇننى تاپقىلى بولىدۇ. ئىزدەش مۇلازىمىتىنى ئىشلەتكەندە، ھەممە نەرسىنى سانلىق مەلۇمات بىلەن توشۇپ كەتكەن چوڭ چىلەككە تاشلاپ قويساقلا بولىدۇ، سىزگە نېمە كېرەكلىكىنى ئېنىق تەسۋىرلىيەلمەيسىز. سانلىق مەلۇماتنىڭ نەدە ئىكەنلىكى، ئانچە مۇھىم ئەمەس، چۈنكى ياخشى ئىزدەش موتورى سانلىق مەلۇماتلارغا نىسبەتەن ئېرىشىش، باھالاش، تەرتىپلەش ئېلىپ بارىدۇ، چاشقىنەكنى مىدىرلىتىشنىڭ ھاجىتى يوق، ئىزدەش نەتىجىسى ئۆزلۈكىدىن ئالدىنىزدا نامايان بولىدۇ. ئىزدەش؟ يوقىرى ئۇنۇم. مۇندەرىجە؟ ئۇنداق ئەمەس.

گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، بەزىدە ئادەمىلەردە ئاشۇنداق ئەقلىيلىك، لوگىكىلىق بولمايدۇ، ئۇلار سانلىق مەلۇماتلارنى ئۆزلىرى ئىزدەشنى خالايدۇ، ۋەزىپىنى غايەت زور توردىكى ياخشى ئىزدەش موتورىغا تاپشۇرۇشنى خالىمايدۇ. بەلكىم يەنە قانداق باشقا ئۇچۇرلار بار دەپ كۆرۈپ بېقىپ ئۇلارنىمۇ ئوخشاش بىر مۇندەرىجىگە قويۇشنى ئويلايدىغانىدۇ، بەلكىم ئۆزى ئىزدەپ تاپقان ئازراق نەرسە ئۈلارنى تېخىمۇ راھەت ھېس قىلدۇرىدىغاندۇ. ئەگەر كىشىلەر ۋاقتىنى ئىسراپ قىلىدىغان ئۇسۇل بىلەن سانلىق مەلۇماتقا ئېرىشىشتە چىڭ تۇرۇپ، ئىزدەش مۇلازىمىتىگە پەرۋا قىلمىسا، ئۇنداقتا Google ئامالسىز ئۇنىڭ ئورنىغا باشقا ئامال تەمىنلەيدۇ يەنى، ئىزدەش موتورىغا يەتمەيدىغان ئۇنىڭ ئورنىغا ئالماشتۇرىدىغان ئامال، ئەمما نېمىلا بولمىسۇن پەقەتلا بىر ئالماشتۇرىدىغان ئامال.

بىز ھەممەيلەنگە داڭلىق بولغان مۇندەرىجىنى Google مۇلازىمىتىگە سىڭدۈرسەك بولمايدۇ، چۈنكى ئۇ Yahoo غا تەۋە. شۇڭلاشقا Google ئوچۇق مۇندەرىجە بىلەن باغلىنىپ قالدى، بۇنى Netscape (ۋە ئۇنىڭ ئانا شىركىتى America Online) باشقۇرغان بىر تۈر. مىليونلىغان پىدائىيلار ھەر خىل تورتۇرالارنى ئوقۇپ سېلىشتۇرۇغاندىن كېيىن، ئۇلارنى مۇناسىپ مۇندەرىجە تۈرىگە قوشقان. بۇ خىل سۈنئىي ئارىلىشىش ئىزدەشنىڭ ساپ بولۇشىنى تەشەببۇس قىلغۇچىلارنىڭ چىشىغا تېگىدۇ. تورتۇرانىڭ مۇندەرىجىلەرگە دەل جايلاشتۇرۇش مەسلىسىدە، كىمگە ئىشەنگىلى بولىدۇ؟ يېرىم ئىدراكلىق ۋەزىپە ۋاكالەتچىسىنى تاپالىغان تەقدىردىمۇ، ھەممە تورتۇرالارنى كۆرۈپ، ئۇلارنىڭ مەزمۇن خاراكتېرىنى ئېنىقلاپ، ئاندىن مۇۋاپىق مۇندەرىجىگە قويۇشتەك، بۇ خىل ئادەم كۈچى مەشغۇلاتى ھەرگىزمۇ ئىنتېرنېتنىڭ ئېشىش قەدىمىگە يېتىشەلمەيدۇ. ماشىنا يۈمشاق دېتالى ھارغاننى بىلمەي نۇر تېزلىكىدە تورتۇرالارنىڭ ھەمىسىنى ئۆتكۈزەلەيدۇ، بۇ دەل كەلگۈسى يۆنىلىش.

Google مۇندەرىجە مۇلازىمىتى قىلىپ قالسا، پەقەت ئۇنى ئىزدەش موتورىغا باغلاپ قويۇپلا بولىدى قىلمايدۇ. سىز داتلىشىپ كەتكەن لەمپىنىڭ ئاستىغا فارالى (Faraly) ماشىننى توختاتمايدىغانسىز. پائۇل بۇچېت Google نەشرىدىكى ئوچۇق مۇندەرىجىنىڭ ئۇستىگە ئىزدەش قۇرۇلما دېتالىدىن بىرنى قوشتى. ھازىر ئۇچۇرغا كۆز يۈگۈرتۈشتە چىڭ تۇرىدىغانلار ھېچ بولمىغاندا ئىزدەش مۇلازىمىتىنى ئىشلىتىپ مۇناسىپ كۆز يۈگۈرتىدىغان مۇندەرىجىگە ئېرىشەلەيدىغان بولدى. بۇ كۆرۈمسىز بوۋاق بولسىمۇ، ئەمما ئۇ بىزگە تەۋە.

هازىر بۇ كۆرۈمسىز بوۋىقمىزغا ئات قويۇشىمىز لازىم.

مەھسۇلاتقا ئات قويۇش ماھارەت لازىم بولىدىغان جەريان. يېڭى مەھسۇلاتقا ئات قويغاندا، ئۇنى يادرولۇق كەسىپ بىلەن ئۇزۇل-كېسىل ئايرىۋەتكىلى بولامدۇ؟ مۇھىمى ماركا ئىسمىنى سېتىۋېرىپ شۇ مەھسۇلاتنىڭ بار بولغان مەھسۇلاتلار بىلەن ئوخشاش ئىكەنلىكى، ئەمما ئازراق پەرقى بارلىقىنى ئىپادىلىگىلى بولامدۇ؟ ياكى ئادەتتىكى ئاتتىن بىرنى ئويلاپ، بۇنىڭ باشقا بىر مۇلازىمەت ئىكەنلىكى، مۇستەقىل مەۋجۇت بولمايدىغان پۈتۈنلەي ئوخشمايدىغان مەھسۇلات ئىكەنلىكىنى ئىپادىلىگىلى بولامدۇ؟

مەن سالارغا مۇنداق دېدىم: «بىز ئۇنى ئىنگلىزچە كىچىك ھەرپ d بىلەن ئىپادىلەپ، شۇنى ئالاھىدىلىك قىلايلى، ھم بۇنى كەلگۈسىدە مەھسۇلاتقا ئات قويۇشنىڭ ئۆلچىمى قىلايلى. ھەمىمە مەھسۇلاتىمىزنىڭ ماركا بايلىقىمىزدا Google نىڭ ئسمى بولسۇن، ئۇلارنى تارماق مەھسۇلات دەپ مۇئامىلە قىلمايدۇ. » مەن ماركا سىستېما قۇرۇلمىسىنىڭ دەسلەپكى خەرىتىسىنى سىزدىم، Google ئەڭ ئۈستىدىكى مۇستەقىل بىر چاسىنىڭ ئىچىدە، «Directory» ۋە باشقا يوشۇرۇن كەسپلەر ئاستىدىكى كىچىكرەك چاسدا ئىدى. «بۇنداق بولغاندا Google تېخىمۇ ياڭراق ئاساسىي ماركا بولۇپ، شۇنىڭ بىلەن بىز كىرگۈزگەن ھەر قانداق بىر يېڭى كەسپىنىڭ ئىشەنچلىكلىكىنى ئاشۇرىدۇ. » دەپ چۈشەندۈردۇم.

سالار پىكرىمگە قوشۇلدى. ئۇ مۇنداق دېدى: «Google رەسىم قاتارلىق ئۇچۇر مۇلازىمەتلىرىنىڭ يېڭى تۈرنى كۆپەيتىش جەريانىدا، بۇ تەدبىرده چىڭ تۇرايلى. بۇ كەسپلەرنى Google كەسىپلىرىنىڭ تەبىئىي راۋاجى دەپ قاراپ، پۈتۈنلەي يېڭى بىر مەھسۇلات دەپ قارىمايلى. » بىر قانچە مىنۇتتا چىقارغان بۇ قارار، Google ئىنژېنېرلىرىنىڭ كىشىلەرنى ئەيمەندۈرىدىغان نەتىجىلىرىنىڭ ھەممىسى Google دېگەن ئاتقا شان-شەرەپ قوشىدىغان، نەچچە يۈزلىگەن ئوخشىمىغان ئىشلەپچىقىرىش لىنىيەسى دەپ چۈشەندۈرۈلمەيدىغان بولدى.

ئەينى ۋاقتتىكى ئەھۋالنى ئەسلىگەندە، ئەينى ۋاقتتا سەرپ قىلغان بىر چارەك ۋاقىت ھەقىقەتەن ئەرزىيدۇ دەپ قارايمەن.

ماركا بىر مەھسۇلات ياكى مۇلازىمەت ئىگە بولغان بارلىق «تېگىشىش نۇقتىسى» نىڭ يىغىندىسى — تەسىرلىشىش، تەسىرات، ئارزۇ، يەنە تاسادىپىي ئېرىشكەن كەچمىشمۇ بار. ماركا باشقۇرغۇچى بۇ تېگىشىش نۇقتىلىرىنى بىرەدەك ماسلاشتۇرۇپ تىرىشىپ كۆرەش قىلىشى كېرەك. ماركا باشقۇرغۇچى Google دا ھەممىدىن خەۋەردار بولۇشى، تور بېتىمىزدىكى ھەر بىر پىكسىل، ئىشلەتكۈچى تورخېتىدىكى ھەر بىر تىنىش بەلگىسى، سېتىش ھۆججىتىدىكى ھەر بىر سۆز، ئاۋاز قويۇش سۈپىسىدا قويۇلغان ھەر بىر ئۇدارنىڭ ھەممىسىنى بىر بىرلەپ تەكشۈرۈپ چىقىشى كېرەك. بۇ ئاساسەن مېنىڭ خىزمىتىم. بۇ خىزمەت ناھايىتى قالايمىغان، نۇرغۇن زېھىن سەرپ قىلدۇرىدۇ، ئۆزەم بۇ سەۋىيەم بىلەن Google نىڭ 1000 تارماق ماركىسىنى ياخشى باشقۇرالمايدىغانلىقىمنى بىلىمەن.

«بىز نېمە ئۈچۈن Google نىڭ 1000 تارماق ماركىسنى ياراتمايمىز؟ » بىرەدىن كېيىن، سېرگېي مەندىن مۇشۇنداق سورىدى. «مۇشۇنداق بولغاندا، Google رىقابەتچىلىرى ماھىر بولغان نەرسىلەرنى تەمىنلىيەلەيدۇ، ھەمدە ئىزدەش نەتىجىسى ئۇلاردىنمۇ ياخشى بولىدۇ. بىز خۇددى iWon غا ئوخشاش ئات بەيگىسى لاتارىيە بىلىتى تورتۇراسى قۇرالايمىز، ياكى دەرۋازا تورتۇرا قۇرالايمىز ۋە ياكى تەبىئىي تىل ئۇسلۇبىغا ئىگە بولغان ئىزدەش مۇلازىمىتى تەمىنلىيەلەيمىز، پەقەت Google نى ئارقا سۈپىدا ئەملي ئىزدەش موتورى قىلساقلا بولىدۇ. »

ئۇنىڭ لوگىكىسى قارىماققا يوللۇق ئىدى: ئەگەر سىز رىقابەتچىڭىز ئېلىپ كەلگەن ھەممە پايدىغا

ئېرىشسىڭىز، ئۇنىڭ ئۈستىگە ھەقىقەتەن ئىشلىتىش قولاي ئىزدەش موتورى قوشۇلسا، نېمە ئۈچۈن يەنە باشقا نەرسىنى ئىشلىتىدۇ؟ بىزنىڭ چەكلىك مەنبەيىمىز بىلەن، نەچچە ئون نەچچە يۈز ماركىنى راۋاجلاندۇرۇشىمىزنىڭ ئانچە ئۇنۇمى بولمايدۇ، يەنە بىر قانچە ماركا باشقۇرغۇچى تەكلىپ قالساق قانداق بولاركىن دەپ ئۇنىڭغا تەكلىپ بەردىم. سېرگېي ئۆزىنىڭ تەشەببۇسىدىن ۋاز كەچتى ئەمما ھەر قېتىم رىقابەتچىمىز بىزنىڭ ئىزدەش تېخنىكىمىزغا يەتمەي تۇرۇپ بازار ئۈلۈشىگە ئېرىشكەن ۋاقتىدا، ئۇ بۇ ئويىنى قايتا ئوتتۇرىغا قويياتتى.

Google نىڭ مۇندەرىجە مۇلازىمىتى ئىزچىل ئانچە مۇۋاپىقىيەتلىك بولمىدى. بىز دەسلەپتە توق يېشىل رەڭلىك ئۈلانما شەكلىدە تورتۇرانىڭ باش بېتىدىكى كۆرۈنەرلىك جايغا قويدۇق، كېيىن تۆۋەنلىتىپ ئىزدەش قۇتىسىنىڭ ئاستىدىكى بىر بەلگىگە ئۆزگەرتتۇق. مۇندەرىجە مۇلازىمتىنىڭ ئىشلىتىلىش مىقدارى ئىزچىل تۆۋەن بولدى، ھازىرمۇ «تېخىمۇ كۆپ Google مەھسۇلاتلىرى» بېتىدە تىزىلغان ئانچە كۆپ ئىشلىتىلمەيدىغان مۇلازىمەت تۈرلىرىنىڭ ئارىسىدىن ئۇنى تاپقىلى بولىدۇ.

خاسلىقنى «ھەقىقىي» مەھسۇلاتقا ئايلاندۇرالماسلىقنىڭ ئۆزىمۇ بىر ياخشى ئىش. بۇ كەسىپلەر ۋاقىتنىڭ ئۆتۈشىگە ئەگىشىپ يوقالغاندا، ئۈلارنى ئەسلەيدىغانلار يوق.

يۈزلىگەن بايراقلار لەپىلدىسۇن

Google نىڭ ئۆسۈپ يېتىلىپ قۇدرەت تېپىشى پۈتۈنلەي ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئالقىشىغا تايانغان دېسەك، ئانچە توغرا بولمايدۇ. بىز توردا ئېلان بېرىشكە ئانچە پەرۋا قىلىپ كەتمەيمىز، پەقەت بۇنىڭ ئۈچۈن پۇل خەجلەشنى خالىمايمىز خالاس. بىزنىڭ Netscape ۋە Go2Net شىركىتى بىلەن تۈزىگەن مۇلازىمەت ئالماشتۇرۇش كېلىشىمىمىز بار، شۇڭلاشقا بىز — مەن — ئۈلارنىڭ تورتۇراسىدا رەڭلىك تاسماق ئېلان تارقىتىش لايىھەسىنى تۈزۈشۈم كېرەك. مەن Google غا كېلىپ ئىشلەشتىن ئىلگىرى، شىركەت ئەركىن ئىش قىلىدىغانلارنى ئىزدەپ بىر قانچە ئېلان شوئارى ئىجاد قىلغان. بىر ئېلاندا، تۈرقى كىشىنىڭ قورقۇسىنى كەلتۈرىدىغان سېھرىگەر بالا ئوتتۇرىغا چىقىپ Google نىڭ قارا سېھىر ئىشلىتىپ ئىزدەش نەتىجىسىگە ئېرىشىشنى ئىنكار قىلدۇ. بۇ ئېلان كىشىگە تېمىغا ماس كەلمىگەن تۈيغۇ بېرىدۇ.

فۇجى ساللى بىزنىڭ تۈنجى قېتىم ئاشكارىلىغان بازارچىلىق پائالىيىتىدە قېينچىلىققا ئۇچرىشىمىزنى ئۈمىد قىلمايتتى، شۇڭا ئۇ ئىنچىكىلىك بىلەن رەڭلىك تاسماق ئېلان تارقىتىش پىلانىنى تۈزۈپ، خامچوت ۋە ۋاقىت جەھەتتىكى ئىلگىرىلەش سۈرئىتىنى جەزملىدى. بىز بازارنى تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشىمىز، تەتقىقات نەتىجىسىنى تەھلىل قىلىشىمىز، 100 مىڭ دوللاردىن ئاشمىغان ھالدا ۋاكالەتچى ياللىشىمىز، يېڭىلىق يارىتىشچانلىققا ئىگە تەشۋىقات تېزىسى يېزىشىمىز، ئەندىزىسى جەزملەنگەن ئۇچۇرغا ئېرىشىشىمىز، مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرىش باسقۇچىغا كىرىپ، ئاندىن ئېلان تارقىتىشمىز كېرەك، بۇ ئىشلارنى چوقۇم 7 ھەپتە ئىچىدە تاماملىشىمىز كېرەك. بۇ ئالدىراش جەددىي، خاتالىق چىقىشقا يول قويۇلمايدىغان ۋاقىت جەدۋىلى بولۇپ، شۇنىسى Google نىڭ ئېلان سۈرئىتىنى قوغلىشىدۇ دەپ قارايدىغان ئۆزگەرمەس مايىللىقغا نسبەتەن، فۇجى ساللى بىر قېتىم يول قويۇشنى قارار قىلدى. ئەنئەنىۋى بازارچىلىق ئۆلچىمى بويىچە، بۇ ئېلانلارنى بىر كېچىدىلا تەييارلاپ بولۇش كېرەك.

سېرگېيمۇ ئېلانىنىڭ بىر كېچىدىلا مەيدانغا كېلىشىنى ئارزۇ قىلاتتى، ئەمما ئۇ تېخىمۇ ئەنئەنىۋى ئۆلچەمنى قوللانىدى: بىزگە پەقەت 24 سائەتلا ۋاقىت بەردى. ئۇ سېھرىگەر بالا ئېلانىنىڭ ئانچە كۆڭۈلدىكىدەك بولمىغانلىقىنى ئېتىراپ قىلدى ئەمما بىزنىڭ سېتىشنى تېزلىتىش ھەرىكىتىمىزنىڭ چوقۇم زور تېپلىق ماركىنى ئېتىراپ قىلىش پىلانىنىڭ بىر قىسمى بولۇشنىڭ ھاجىتى بار دەپ قارىمىدى. ئەگەر بىز يېڭى ئېلان ئىشلەتسەك،

ئۇ تەرەپتە مەسلە يوق.

«ئەتە ئىشتىن چۈشۈشتىن ئىلگىرى، قانچىلىك ئېلان چىقىرىپ بولالايسەن؟ » سېرگېي بۇ سۆزنى ماڭا قاراپ دەۋاتقاندا، مەن تۇردىكى بازارچىلىق باشتۇرغۇچىسى ئىدىم. «100 رەڭلىك تاسماق ئېلان بولسا قانداق؟ شۇنداق بولغاندا بىزنىڭ بېتەرلىك كۆپ خىل ئىرسىيەت گېنىمىز بولىدۇ، قايسىلىرىنىڭ ئۇنۇمى بار، قايسىلىرىنىڭ ئۇنۇمى يوق كۆرۈپ باقالايمىز. ئاندىن ياخشى ئەمەسلىرىنى شاللىۋېتىپ، ئۇنۇمى ياخشىلىرىنى ئۇلۇگە قىلىپ، يەنە 100 يېڭى لايىھە ئوتتۇرىغا قويىمىز. » مەن كەسپىي ھاياتىم ئۇچۇن تەييارلىق قىلىۋاتقان ۋاقىتتا «ئوگىلۋىنىڭ ئېلان ھەققىدە ئېيتقانلىرى (Ogilvy on Advertising)» نى ئوقۇغان، سېرگېي «تۇرلەرنىڭ كېلىپ چىقىشى» نى ئوقۇغان.

سېرگېي بىزنىڭ ۋاكالەتچى ياللىشىمىزنىڭ زۆرۈرىيىتى يوق دەپ تەشەببۇس قىلاتتى. Google دا بىر توپ بازارچىلىق قىلىدىغان ئادەملەر بار، بىز گەرچە پىروگراممىا يازالمىساقمۇ ئەمما ئېلاننى چوقۇم يازالايمىز. بۇ ئىشلارنى تاماملىغاندىن كېيىن، بىز رەسمنى ئالالاشتۇرۇپ، ھەربىرىنى شەكلىدىكى ھۆججەت ھاسىل قىلالايمىز. بۇ ئىش پىروگراممىا تۇزۇش ئەمەس، پەقەت پىچمىلاشتۇرۇش. «نېمە ئۈچۇن ئۆزلۈكىدىن Photoshop (بىر خىل سۈرەت بىر تەرەپ قىلىش يۇمشاق دېتالى) ۋە HTML يۇمشاق دېتالى ئۆگەنمەيدۇ؟ » دەپ سورىدى سېرگېي. يۇمشاق دېتال ئىشلىتىش ماھارىتىم ئىزچىل ئىلگىرىلەۋاتىدۇ ئەمما Google نىڭ قاتتىق تەلىپىگە يېتىشكە، يەنە ئۇزۇن بىر مەزگىل ۋاقىت كېتىدۇ. سېرگېي خالىمىغان ھالدا سىرتتىن لايىھەلىگۈچى تەكلىپ قىلىشىمغا قوشۇلدى ئەمما خەجلىگەن پۇلغا پەقەت رازى بولمىدى.

سىندى بۇنىڭدىن، سېرگېينىڭ شىركەتكە بازارچىلىق خادىملىرىنى تەكلىپ قىلغانلىقىنىڭ ئاقىلانە بولغان بولمىغانلىقىدىن گۇمانلىنىشقا باشلىغانلىقىنى جەزملىدى، چۈنكى بىزنىڭ ھەر قانداق ئىشنى ئۆز ئالدىمىزغا تاماملىيالمايدىغانلىقىمىز ئېنىق ئىدى. » سەن ئازراق ئۆزگەرمىسەڭ بولمىدى، دوگلاس. سەن يوشۇرۇن مەسلە ۋە توسالغۇلاردىن ئەندىشە قىلما، پەقەت ئامال قىلىپ ئىشنى ياخشى قىلساڭلا بولىدۇ. » مېنىڭ Google دا تاماملاپ بولالمىغان نەتىجە تىزىمىنى باشقىلار تېخى تەلتۆكۈس نەزەردىن ساقىت قىلمىغان ئىدى. ئەگەر مەن ناھايىتى تېز سۈرئەتتە بۇ ئېلانلارنى تاماملىيالمىسام، Google دىكى كۈنلىرىم بارماقتا سانغىدەكلا قالغان بولاتتى.

«يۇز ئېلان ۋەزىپىسى» مېنىڭ بۇرۇلۇش نۇقتامغا ئۆزگەردى. مەن پۈتۈن كۈچۈم بىلەن بۇ ۋەزىپىگە ئاتلاندىم، مېڭەمدە ئەكس ئەتكەن ھەر بىر ئويۇمنىڭ ھەممىسنى خاتىرىلەپ چىقتىم. مەن تەبىئىي تالانتلىق ئېلان يازغۇچى جون ئونېل (ئۇ كىنايە قىلىشنى ياقتۇرىدۇ، Abba مۇزىكا ئەترىتىنىڭ ئەگەشكۈچىسى) نى تەكلىپ قىلىپ ئەكىرىپ، ئۇنى يېڭى ئۇقۇم ئوتتۇرىغا قويۇشۇمغا يارىدەملەشتۇردۇم.

«بىزنىڭ قۇرغۇچىمىز ئىنتايىن ياش. » مېنىڭ بىر رەسىملىك ئېلانىم شۇنداق باشلىنىدۇ. «ئۇسكۇنە مەسئۇلىمىز مېڭە تاشقىي كېسەللەر دوختۇرى. » كېينكىسىگە يازدىم. «ئاشپىزىمىزنىڭ ئاشپەزلىك ھۇنىرى قالتىس. » ئاخىرىنى داۋاملاشتۇردۇم. «شۇڭا بىزنىڭ ئىزدىشىمىز باشقىلارغا ئوخشىمايدۇ. »

لېكىن، يەنىلا جوننىڭ ئوتتۇرىغا قويغىنى سېرگېينىڭ ئارزۇسىغا ماس كەلدى. ئۇ «ئەڭ ئاخىرقى ئەخلەت يوق ئىزدەش موتورى. » دەپ يازغان ئىدى. سېرگېي «ئەخلەت» دېگەن سۆزنى ئىشلىتىشنى بەك ياقتۇردى.

لايىھەلىگۈچىدىن تۇنجى تۇركۈمدىكى ئېلان لايىھەسىنىڭ دەسلەپكى نۇسخىسىنى ئېلىپ كەلگەندىن كېيىن، شىركەتتىكى ھەممەيلەن ئېلخەتتىن ئىبارەت ئوتتا ئۇلارنى قايتا-قايتا قاقلاپ چىقتۇق. مۇتلەق كۆپ قىسىم پىكىر گۇزەللىك تەرەپكە توپلاندى، سەل تەڭشەلسلا ھەل قىلغىلى بولاتتى. پەقەت بىر جايغا سېرگېي قەتئىي قارشى تۇردى. لايىھەلىگۈچى «ئۇلار ھەقىقەتەن بىزنى ياخشى كۆرىدۇ» دېگەن بىر قۇر سۆزگە قىستۇرما رەسىم سەپلىگەن بولۇپ، رەسىمدە قارا كۆزەينەك تاقىغان، شارپا ئارتقان، ئاغزىغا ئۇزۇن

سېگارت قىستۇرغان كىنو چولپىنى ئىدى. سېرگېي بۇ رەسىمنى قەتئىي ياقتۇرمىدى، هوللىۋۇدچە ساختا ياسالما شەخس خاراكتېرىدىن تارتىپ، رەسىمدىكى تاماكا چېكىدىغان ناچار ئادەتكىچە، هەممىسى ئۇنى قاتتىق يىرگەندۈردى.

لارري هەتتا ئۇنىڭدىنمۇ قەتئىي ئىدى. «مەن تاماكا ئېلانى تارقاتمايمەن. » دەپ جاكارلىدى.

ئۇدا بىر قانچە كۈن هەر خىل ئىنكاسلارنى تاپشۇرۇۋالدۇق. سېرگېي بىز ئىشلەتكەن يېشىل سايىنى ئانچە ياقتۇرمىدى. سىندى بىر ئېلانىنگ رىقابەتچىمىزنىڭ ئېلانىغا بەك ئوخشاپ قالغانلىقىنى هېس قىلدى. بىر كىيىم مودىلى بەك ياش، يەنە بىرسى بەك قېرى ئىكەن. مەن سېرگېينىڭ لوگىكىسى بويىچە، پادىچى ئىتنىغا ئوخشاش بۇ تەنقىد پىكىرلەرنىڭ هەممىسىنى سغدۇردۇم.

«بىز كۆپچىلىكنىڭ هەممىسى ياقتۇرىدىغان ئېلاندىن 50 نى ئوتتۇرىغا قويالمايمىز. چىقىرالغان تەقدىردىمۇ، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ هەممىسى ياقتۇرۇشىغا كاپالەتلىك قىلالمايمىز. بۇ دەل بىزنىڭ ئېلانلارغا سىناق ئېلىپ بارغانلىقىمىزنىڭ سەۋەبى. » دەپ ئوتتۇرىغا قويدۇق.

«دېگىنىڭ توغرا. هەممەيلەننىڭ خۇشال بولۇشىنى ئويلىشىشىمىزنىڭ هاجىتى يوق. » دەپ سېرگېي مېنىڭ بايىقى سۆزۈمگە قوشۇلدى. ئەمما، تەنقىد پىكىرلەر يەنىلا ئارقا-ئارقىدىن كەلدى.

«بەك ئاستا. »

«سىزىق بەك كۆپ. »

«خەت بەك كۆپ. »

ۋاقىت ئاتقان ئوق دېگەندەك يەنە بىر هەپتە ئۆتۈپ كەتتى، سېرگېي يەنە كېلىپ پىكىر بايان قىلدى.

ئۇ مۇنداق دېدى: «بىز بۇ ئېلانلارنىڭ هەممىسىنى تۇركۈملەپ چىقىرىپ، ئۇنۇمنى كۆرۈپ باقساق قانداق بولار. ئېلان قىلماي، ئاخىرقى پىكىرنى ساقلاش، ۋاقىت ئىسراپ قىلغانلىق. بۇئاستە ئېلان قىلايلى، بۇ يا تېلېۋىزوردا سېتىشنى ئىلگىرى سۈرۈش پائالىيىتى بولمسا. 100 ئېلاننى تارقىتىپ، زادى قانداق كۆرۈپ بېقىپ، ئاندىن ئۆزگەرتەيلى. »

سېرگېي ئاخىرى ئېغىز ئاچتى، مەن ناھايىتى خۇشال. تورتۇرا ئېلاندىن ئىبارات بۇ نۆۋەتچى ئاپتوبۇس بېكەتتىن ئايرىلىپ يولغا چىقىدىغان بولدى.

دەل شۇ چاغدا، تورسىز بازارچىلىق باشلىقى فۇجى سالللى ئوتتۇرىغا چىقتى. ئۇ مۇنداق دېدى: «سېرگېي، مەن هەممە ئېلانلارنىڭ كەم كۆتسىز بولغاندا ئاندىن ئېلان قىلىشقا ساقلىماسلىقتا قوشۇلمەن ئەمما بىز سۈپەت ئۆلچىمىنى بەلگىلىمسەك، شىركەتنىڭ ماركىسىغا زىيان يەتكۈزۈش خەتىرىگە دۇچ كېلىمىز. بۇ دەل هەر قايسى شىركەتلەر تەجرىبىلىك بازارچىلىق خادىملىرىنى تەكلىپ قىلىشنىڭ سەۋەبى. بىزنىڭ هۆكۈمىمىزگە ئىشىنىڭ. »

هازىر مەن فۇجى سالللى بىلەن سېرگېينىڭ ئوتتۇرىسىدا تەڭقىسلىقتا قالدىم، ئالدىنقىسىنىڭ مەن ئەتىۋارلايدىغان كەسىپي پىكىرى بار، كېيىنكىسى مېنىڭ بازاردا ئېلاندا يېڭىلىق يارىتىشنى تەكشۈرۈپ دەللىلىشىگە هوقۇق بەرگەن. مەن ئېلان مەزمۇنىنى تېزلىكتە تۈزەتتىم هەمدە باشقا تۈزىتىش پىكرىگىمۇ يېشىل چىراغ ياقتىم.

سۆھبەت كېلىشىم تۈزدى، يېڭىلىق يارىتىش خىزمىتىمۇ تامامىلاندى، قېيقالغان ئىش ئېلانىمىزنى ھەمكارلاشقۇچىمىزنىڭ تور بېتىگە قويۇشلا قالدى، قايسى ئېلانىنىڭ ئۇنۇمى ئەڭ ياخشى كۆرۈپ باقايلى. دەل مۇشۇ پەيتتە، ھېچقانداق بىر شىركەتنىڭ Google غا ئوخشاش بۇنداق يۇرۇشمەيدىغانلىقىنى ئاندىن بىلدىم. بىزنىڭ ئېلان تارقىتىدىغان ئىشىمىزغا نىسبەتەن، ھەمكارلاشقۇچى شىركەتلەرنىڭ ئېلان كەسىپىگە مەسئۇل كىشىلىرى يا قەستەن بايقۇت قىلدى، يا ۋەزىپىنىڭ ھۆددىسىدىن چىقالمىدى ۋە ياكى ھەر ئىككىلىسى بار. بىر تورتۇرا توختامدا كېلىشكەن ۋاقىت بويىچە ئېلاننى تارقاتمىدى. يەنە بىر تورتۇرا بىزنىڭ تېلېفون ۋە ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرمىدى. ھەتتا Netscape شىركىتىمۇ كېلىشكەن بىر قانچە مىليون ئېلانىنىڭ ئارىسىدىكى بىر تالنى ئېلان قىلمىغانلىقىنى جەزملىمىدى.

ئېلان تارقىتىلغاندىن كېيىن، تاپشۇرۇۋالغان نەتىجە كىشىنى ئۈمىدسىزلەندۈرەتتى. ئارزۇيۇم ئەسلىدىنلا ئانچە يۇقىرى ئەمەس ئىدى، چۈنكى مەن بۇرۇنلا تور ئېلانىنىڭ چېكىلىش قېتىم سانىنىڭ ئۆزلۈكسىز چۈشۈش يۇزلىنىشىنى كۆرۈپ يەتكەن ئىدىم. مەن گېزىتخانىدىن ئايرىلغاندا، پەقەت 0.5% تور بەت كۆرگۈچى ئېلان چېكەتتى. مەن بۇ نىسبەت يەنە چۈشىدۇ دەپ قارايتتىم. شۇڭلاشقا، بىز ئېلاننى ئېلان قىلغاندا، مەن ئىزچىل بۇ ئېلانلارنىڭ چېكىلىش نىسبىتىنىڭ سېرگېي بەلگىلىگەن 3% لىك نىشانغا يېتەلەيدىغان يېتەلمەيدىغانلىقىدىن گۇمانلىناتتىم. دېگەندەك يەتمىدى. زور كۆپ قىسىم ئېلانىنىڭ چېكىلىش نىسبىتى 0.3% كە يەتمىدى، بۇ سېرگېينىڭ قارىشىچە بىر مەيدان ئاپەت ئىدى. ئۇ ئېلان تارقىتىشنى دەرھال توختىتىشنى تەلەپ قىلدى، چۈنكى ئۇ بۇنى پۈلنى ئىسراپ قىلغانلىق دەپ قارايتتى. ئۇنىڭ قارىشىچە، كۆرسىتىلىشى 5000 قېتىمغا يەتكەن ئېلانىنىڭ چېكىلىشى 1% كە يەتمىگەنلىكى بايقالسىلا، دەرھال تېخىمۇ يېڭىلىق يارىتقان ئېلانغا ئالماشتۇرۇش كېرەك ئىدى. بىزنىڭ ئېلانىمىزنىڭ كۆرسىتىلىش قېتىم سانىنى ئون مىليون ھېسابلىغاندىمۇ، مۇڭلاپ ئوخشىمىغان ئېلان ياساپ ۋە باشقۇرۇشىمىز كېرەكلىكىنى بىلدۈرەتتى، چۈنكى مۇۋەپپەقىيەت قازانغان ئېلان بولغان تەقدىردىمۇ، ۋاقىتنىڭ ئۆتۈشىگە ئەگىشىپ ئۆتە ئاشكارىلىنىپ كەتكەچكە، كۆيۈپ كېتەتتى.

ئۇنىڭ ئۇستىگە، ھەمكارلاشقان شېرىكلىرىمىز تەمىنلىگەن سانلارمۇ ئىشەنچلىك ئەمەس. Netscape شىركىتىنىڭ دېيىشىچە، بىر ئېلانىمىزنىڭ چېكىلىش نىسبىتى 476% ئىكەن، بۇ ھەرگىز مۇمكىن ئەمەس. ئۆزىمىزنىڭ كۈندىلىك خاتىرە تەھلىل قىلىش قوشۇندىكىلەردىن ئېلانىنىڭ ئەمەلىي چېكىلىشىنى دەللىلەپ بېقىشنى ئويلىدىم، ئەمما كۆپچىلىك ھەممەيلەننىڭ پىروگراممىا تۈزۈپ بۇ ئىشنى تامامىلاشقا ۋاقتى يوق ئىدى.

مەن ھەر كۈنى ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزنىڭ تورتۇراسىدا ئېلان قىلغان ھەر بىر ئېلانىنىڭ ئەھۋالىنى خۇلاسىلاپ، بۇ سانلىق مەلۇماتلارنى جەدۋەلگە قىستۇرۇپ، ئاندىن بىسىپ چىقىرىپ، ئۆز قولۇم بىلەن لارىرى بىلەن سېرگېينىڭ قولىغا يەتكۈزەتتىم. مەن ئىپادىسى ئەڭ ياخشى بولۇۋاتقانلىرىغا بەلگە قويۇپ، قايسى ئېلانلارنى ساقلاپ قالىمىز، قايسى ئېلانلاردىن ۋاز كېچىمىز ئۇلارغا بىلدۈرەتتىم. ئەمەلىي سانلىق مەلۇماتلار بىلەن بىرلەشتۈرۈشۇم ئىككى ئىگىلىك تىكلىگۈچىنىڭ كۆڭلىدىكى ئورنۇمنى يۇقىرى كۆتۈردى. ئۇلار جەدۋەلدىكى ھەر بىر مەزمۇننى تەپسىلىي كۆرۈپ، بەزى ئېلانلارنىڭ ئىپادىسى ئېگىز-پەس ئۆرلەپ چۈشكەنلىكىنى ياكى ئوخشاش بىر ئېلانىنىڭ ئوخشىمىغان تورتۇرالاردىكى ئىپادىسىنىڭ پەقەتلا ئوخشىمايدىغانلىقىنى سورايتتى. مەن ھەمىشە سوئالنىڭ جاۋابىنى بىلىشىم ناتايىن ئىدى ئەمما مەن مۇناسىۋەتلىك سانلىق مەلۇماتلارنى تېپىپ، پەرەز قىلىپ تەھلىل قىلاتتىم. مەن سانلىق مەلۇماتنىڭ قايىل قىلىش كۈچىگە ئىشەنگۈچىلەر قاتارىغا ئۆتتۈم، ھەمدە شۇنداق قەسەم قىلمەنكى، بۇندىن كېيىنكى ھەر قانداق ھۆكۈم پەقەت ئەمەلىي سانلىق مەلۇماتلارنىڭ كۈچلۈك قوللىشى بولغاندىلا ئاندىن قارار چىقىرىلىدۇ.

ھازىر، دىققىتىم ئىپادەمگە ئەمەس بەلكى ئېلانغا مەركەزلەشكەن بولغاچقا، يۇقىرىنىڭ بېسىمى ئازراق بولسىمۇ ئاجىزلىغان ئىدى. بىز ھەم تېز ھەم تىجەشلىك ھالدا تۈنجى تۈركۈمدىكى يۈز ئېلاننى تەتقىق قىلىپ چىقتۇق، ئۇنىڭ ئۇستىگە ياسلىش تەننەرخى ئۆزلۈكسىز چۈشەتتى. ئۇنۇمى ئەڭ ياخشى ئېلانىمىز ئاق تەگلىكى

بار ئىزدەش قۇتىسى، شىركەتنىڭ بىر تۈرى، ئۇنىڭغا ئازراق خەت قوشۇلغان («جاۋابى مۇشۇ جايدا»، سىز كىمنى ئىزدەيسىز؟ »)، بۇنداق ئېلانلارنى، تور باشقۇرغۇچى كارېن ياكى Wacom دىكى دېننىس خۇاڭ ((Dennis Hwang پەقەت 15 مىنۇتتىلا بىرنى ياسىيالايدۇ. مەنمۇ بىر قىسىم ئەملىي نەتىجىلەرگە ئېرىشتىم، قۇرۇلۇش بۆلۈمىدىكى ئەمەلدارلارنىڭ كۆڭلىدە مەۋجۇد بولۇشۇمنىڭ زۆرۈرلۈكىنى ئىسپاتلىيالايدىغان بولدۇم.

ئىشەنچىم ئەمدى قۇپقۇرۇق ئەمەس. شۇنداق بولسىمۇ، ھەر كۈنى كەچتە كۆزۈمنى يۇمۇپ ئۇخلاشتىن ئىلگىرى، پالتىنى بىلگەن ئاۋاز ئاڭلىنىپ، قەدەملىرىم ئاستىلاپ، ياغاچقا پالتا ئۇرۇۋاتقاندەك تۇيۇلىدىغان بولدى.

مەن ھەر ۋاقىت سەگەك تۇراتتىم.

يەتتىنچى باب
ساغلام بىخەتەر بولماسلىق تۈيغۇسى

قانداقراق ھېس قىلىۋاتسىز — Google نىڭ خىزمەتچىلىرى تېخى 60 قا يەتمىگەن ۋاقىتتا ئۇنىڭغا قوشۇلغاندىكى تۈيغۇ قانداقراق بولىدىكەن؟ مەن ئاددىيلا سۆزلەپ باقاي. مەن Google غا ئىشقا چۈشۈشتىن ئىلگىرى، خىزمەت جەھەتتە ئەزەلدىن تۆۋەندىكىدەك گەپنى دەپ باقمىغان.

«شۇنداق، كىتاب تەكچىسىدە پىروگراممىا تۈزىدىغان كىتابتىن 8 نى كۆردۈم. لۇغەتنى نەگە قويغان؟ ياق، مەن توردىن كۆرگەن سۆزنى بېسىپ چىقىرىپلا ئىشنى تۈگەتسەم بولمايدۇ. »

«ھەممە ۋېلىسىپىتنى ئوت ئۆچۈرۈش يول ئېغىزىنى بويلاپ توختىتايلى، بۇ چارە بولامدىكەن؟ »

«كەچۈرۈڭ، مەن ئەسلىدە سالارنى نىشانلىغان ئىدىم. پىرىنتېر قېنى؟ 15 فۇنتنىن ئېشىپ كەتسە، سۇ تاپانچىسى دەل پۈركىيەلمەيدىكەن. »

«ئەگەر Windows سىستېمىسى جەھەتتىكى مەسىلە بولسا، كىمدىن سورايمەن؟ سورايدىغان ئادەم يوقما؟ راستما؟ »

«پاھ، لارری، ئىشخاناڭدا كىم بۇزغۇنچىلىق قىلىۋاتىدۇ؟ ھە، بۇ راست... ھە، مەن دېمىگەن بولاي. »

«قوراشتۇرۇلغان ئايلانما ئوقلۇق مۇز تىيىلىش چاقنى سېتىۋېلىش، تېخىمۇ ئاسان ئەمەسمۇ؟ »

«ھورداقخاندا ھوردىنىش ۋاقتىنى يېرىم سائەتتىن ئارتۇق بەلگىلەشكە ئامال بارمۇ؟ »

«ئايالارنىڭ كىيىم ئالماشتۇرۇش ئۆيىدىن لۆڭگە ئوغرىلاپ ئىشلىتىپ باقسا، بولامدۇ بولمامدۇ؟ »

«ۋووي، كەچۈرۈڭ، بۇ جايدا ئارام ئېلىۋاتقانلارنىڭ بارلىقىنى ئويلىماپتىمەن. »

«ماڭا قارا، ئەگەر توپنى ئۇدۇل دوملىتىپ ئاپارماي، ئۇرۇپ قاڭقىتىپ ماڭساڭ، تېخىمۇ كۆپ ئەخلەت چىلىكىنى ئۆرىيەلەيسەن. »

«ئاۋۇ بىر دۆۋە قەھۋە قۇتىسىنىڭ كەينىدە، مۇھىم ئەربابلار ئادەتتە ئاۋۇ جايدىن ئۆتۈپ ماشىنا توختىتىدۇ. »

«مەن 90 مىنۇت ئورۇنلاشتۇرماقچى، لېكىن كۈنتەرتىپ لىق ئورۇنلاشتۇرۇلغان. شۇڭلاشقا مېنىڭ بىر سائەتلا ۋاقتىم بار. تېمىنى ئېنىقراق قىلىپ بېرەلەمسەن؟ مېنىڭچە بۈگۈن ئەتىگەندە ئالدىغا سۈرۈپ باقايلى. »

قانائەت قىلماي ئالغا ئىلگىرىلەش

مەن ئازراق ئارام ئېلىۋېلىشىم كېرەك. كومپيۇتېر ئېكرانىغا تىكىلىپ قاراپ ئولتۇرغىلى ساق ئىككى سائەت بولدى، مەن يېڭى تور ئېلانىنى قانداق ئىجاد قىلىش، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئىنكاسىغا قانداق جاۋاب قايتۇرۇش ھەققىدە ئويلىنىۋاتىمەن، شۇنىڭ بىلەن بىللە «دوستلىرىمغا ئېلىخەت يوللاش» نىڭ بازارچىلىق پىلانىنىمۇ ئويلىشىۋاتىمەن، سېرگېي بۇ خىل ۋىروس شەكىللىك بازارچىلىقنىڭ خېلى يوشۇرۇن كۈچى باركەن دەپ قارىدى.

«ئىشلەتكۈچى ئىسمىڭىز توغرا ئەمەس، بىرەر ھەرپنى خاتا كىرگۈزۈپ قالغان بولۇشىڭىز مۇمكىن. بۇ سىزنى تەنقىد قىلغانلىق ئەمەس. » پىروگراممىدىن خاتالىق كۆرۈلگەندە بۇ جۈملىنى يازمەن. ئۇزۇن ۋاقىت ئېكرانغا تىكىلىپ تۇرۇپ سەل چىداشلىق بېرەلمەيۋاتىمەن، ھۆكۈم قىلىشىمغا تەسىر كۆرسىتىشكە باشلىدى.

مەن بازار بۆلۈمىدىكى ئۈستىلىمىدىن ئايرىلىپ، سىرتقا چىقىپ ئازراق گېلىكوزا ۋە كوفېئىن تېپىپ ئازراق ئېنېرگىيە تولۇقلاي. Google تەرەققىي قىلىپ زورىيىۋاتىدۇ. يېڭى ئەسىر باشلانغاندا، شىركەت بىر كورپۇس بىنادا ئۆزىنى ئۆزى تەمىنلەيدىغان تۈرمۈش كەچۈرەتتى، ئەمما ھازىر ئەتراپتىكى ھەممە جايلارنى ئىگەللەپ بولدۇق.

ئۆتكەن بىر كۈنى، موسكۇللىرى تەرەققىي قىلغان، تېنىگە كوكۇس يوپۇرمىقى سانجىۋالغان ساموياللار شىركىتىمىزگە كەلدى، ئۇلار بوش جايدا كاتەكچە ئۆيى سالماقچى ئىكەن. بۇ رايون ھازىر تەننەرخى ئەرزان، قالايمىقان ماسلاشتۇرغان ئايرىش تاختىسى بىلەن توسۇلغاچقا، خۇددى سىرلىق ئوردىغا ئوخشايتتى. يېڭىدىن گۇللەنگەن تور شىركىتىنىڭ ھەر خىل تاشلاندۇق ۋە كېرەكسىز نەرسىلىرى ئەتراپىمىزدا دۆۋىلىنىپ تۇراتتى. تېز تاماق ئويۇنچۇقى، ئەقىل سىناش تاختىسى، بوش ئىچىملىك قۇتىسى، يەنە ئاز ئۇچرايدىغان غەلىتە نەرسىلەر، خىزمەت سورۇنىنىڭ چوڭ بىر ئالاھىدىلىكى بۇلۇپ قالغان ئىدى. كىرىسلو كارۋاتلار بوش ئورۇنلارغا تىزىلغان بولۇپ، گىلەمنىڭ ئۈستىدە قەھۋەنىڭ دۇغىي سىڭىپ كەتكەن ئېغىر قېلىن ماموق يوتقان، ئەتراپىدا كىيىم يۇيۇش سۇيۇقلىقى تىزىلغان ئىدى. مەن 4 دېۋېيم ئۇزۇنلۇقتىكى بىر جۈپ دىنوزاۋۇر مودىلىنى ئېلىپ كېلىپ، ئۇلارنى يېڭى ياتقۇزۇلغان پولنىڭ ئۈستىدە تاماق يېسۇن دېدىم.

كۈلرەڭ سۈسىز دەريا قېنىدا ماڭغاندا، ئېكرانى لىققىدە كود بىلەن توشقان كاللا شەكىللىك مەنزىرىنى كۆرەلەيمەن. بۇ جاي بەلكىم تىمتاس بولۇشى مۇمكىن، ئەمما دەردىنى تۆكىدىغان جاي — پىچىرلىشىپ سۆھبەتلىشىدىغان، قاقاقلاپ كۈلىدىغان، ئاق دوسكا قەلىمى چىقىراق ئاۋاز چىقىرىدىغان، پولدا ۋالبول مەشق قىلىدىغان، كاردىوردا توك ۋېلىسىپىت ھەيدەپ ئۇيان-بۇيان ئۆتۈپ تۇرىدىغان جاي.

ئۇرسنىڭ ھېلىقى يوشكا ئىسىملىك يوغان ئىتى ئۇيان-بۇيان چېپىپ يۈرىدۇ، قۇلاقلىرى پۇلاڭشىپ پالاق-پۇلۇق ئاۋاز چىقارسا، بويۇندىكى قوڭغۇراق جاراڭشىيدۇ. بەزىلەر كىرىسلو كارۋاتتا ئولتۇرۇپ، مۇز تىيىلىش ئايغىنى سېلىپ، پولغا تاشلاپ قويىدۇ. بەزىلەر قەھۋە يۇقىنى تۆكۈۋېتىپ، قېنىق قىلىپ چۈشتىن كېيىنلىك قەھۋە تەييارلايدۇ. بىر تاياق سوقۇپلا، 8 بىلياردىن ئۇرۇقى تۆشمۇ-تۆشتىن دومىلاپ، ئاخىرى توپ خالتىسىغا چۈشىدۇ.

مەن يوشۇرۇن بېسىم ھېس قىلىۋاتىمەن، خۇددى پويىز كېلىشىنىڭ ئالدىدا تۆمۈر يولدىن ئۆتۈۋاتقاندەك. مەن جانىنى تىكىپ ئىشلەپ، زور تىرىشچانلىق كۆرسىتىپ، ئېنېرگىيە خۇددى دولقۇنىدەك سىرتقا تارقىلىۋاتىدۇ، ئۇ بەدەننىڭ راھىتىنى ئىزدەۋاتىدۇ.

بەزى چاغلاردا، بەدەننىڭ راھەتسىنى ئۈي پىكرىمىز بىر يەردىن چىقىدىغان ھەمراھلىرىمىز بىلەن ئىشىكنى چىڭ تاقاپ قويۇپ مەخپىي ئېلىپ بارىمىز.

بىز كۆچ ماغدۇرى قالمىغان خىزمەتچىلەرنىڭ بىر دەم ئارام ئېلىۋېلىشى ئۈچۈن، دەرىزىسى يوق كىچىك ئۆيگە كىچىك كارىۋاتتىن بىرنى قويۇپ قويغان. بىر كۈنى چۈشتىن كېيىن، بىر خىزمەتچى بۇ كىچىك ئۆيگە كىرسە، ئىككى ئىنژېنېر كارىۋاتتا يېتىپ، كومپيۇتېر ئىشلەتمەي ئالدىراش ھالدا ئۆز ئارا تەسىرلىشىۋېتىپتۇ. شىركەت دەرھال قارار چىقىرىپ، بۇ جايدىن تولۇق پايدىلىنىش ئۈچۈن، دېزىنفېكسىيە قىلغاندىن كېيىن ئىشخانىغا ئۆزگەرتىۋەتتى. جازا قوللانمىدى، ئېغىر ئاگاھلاندۇرۇشمۇ بەرمىدى. قوغدىغۇچى يېتەرلىك ئەخلاق ئەۋزەللىكى تاپالمىغاچقا، غەيرى رەسمىي ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى تەجرىبىسى داۋاملىق ئېلىپ بېرىلمۇاتاتتى، پەقەت ۋاقىت يېرىم كېچىگە ئۆزگىرىپ، ئورنى ھېسسىيات ۋە ئېكران يورۇتۇپ تۇرىدىغان ئىشخانىغا يۆتكەلگەن ئىدى. «ھورمۇن ئاجرىلىپ چىقاچقا، ھەممە ئادەم ئىشكنى تاقاپ قويۇشنى ئىسىدە تۇتۇۋەرمەيدۇ. » دەپ ئەسلەپ بەردى ئادەم كۈچى بايلىقنىڭ مەسئۇلى خسىپر كايرىنس.

لارى بىلەن سېرگېي كۆپچىلىكنى ئۆزىدىكى ئارتۇق ئېنېرگىيەنى خوككېي تېپى ئويناشقا سەرپ قىلىشقا ئىلھاملاندۇراتتى. ئىمزا قويۇپ قاتناشقان ئىشچى-خىزمەتچىلەرنىڭ ھەممىسى بىر يۇرۇش ھەقسىز تەنھەرىكەت كىيىمگە ئېرىشەتتى، ئۇستىدە ئۇلارنىڭ ئىسمى ۋە Google نىڭ تۇغى بار ئىدى. خوككېي تېپى يەنە بىر يۇرۇش ئۆلچەم بىلەن تەمىنلىگەن بولۇپ، شۇ ئارقىلىق Google خىزمەتچىلىرىنى باھالايتتى.

ئۇزۇن مۇددەت خوككېي تېپى تەنھەرىكىتىگە قاتناشقان جورج سالاخ (George Salah) : «بىر ئادەمنى چۈشەنمەكچى بولغاندا، بۇنىڭدىنمۇ ياخشى يول يوق. ئۇلارنىڭ ئەسلى قىياپىتىنى كۆرۈش ئۈچۈن، ئۇلار بىلەن بىللە ھەرىكەت قىلىڭ. سىز شۇنىڭدىن ئۇلارنىڭ قانچىلىك كۈچلۈكلۈك تالىشىدىغانلىقىنى كۆرۈپ، ئۇلارنىڭ قانچىلىك رەھىمسىزلىكى، ئون ئىككى نومۇرلۇق تىرىشچانلىق كۆرسىتىدىغان كۆرسەتمەيدىغانلىقىغا ھۆكۈم قىلالايسىز. » دەپ ئىشىنەتتى، نەتىجىدە، شىركەتنىڭ قۇرغۇچىلىرى بىلەن مۇسابىقىلەشكەندە، ھېچكىم ئارقىغا چېكىنمەيتتى. ئەمەلىيەتتە، سىز قانچە كۈچەپ ئويىنىسىڭىز، شۇنچە ھۆرمەتكە سازاۋەر بولىسىز. تەنھەرىكەت ئاياغلىشىدىغان ۋاقىتتا، بەزىلەردىن قان ئېقىش، بەزىلەر يارىلىنىش، ئازراقمۇ غەلىتە ئەمەس ئىدى.

مەن ئەزەلدىن غالىتەكلىك ئاياغ كىيىپ Google نىڭ ھەر پەيشەنبە كۈنى ئېلىپ بېرىلىدىغان غالىتەكلىك خوككېي تېپى مۇسابىقىسىگە قاتنىشىپ باقمىغان ئەمما مەن شىركەتنىڭ ئالغا ئىلگىرىلىشىنى قوزغىتىدىغان رىقابەت روھىغا بېپەرۋالىق قىلمىغان. مەن بەدەن چېنىقتۇرۇش مەركىزىنىڭ بۇلۇڭىدا ئۆزەمنىڭ دەردىنى چىقىرىدىغان يول تاپتىم، ئۇ بولسىمۇ كىمە ھەيدەشنى مەشىق قىلىش ئۈسكۈنىسى، ئۇنى ئىنژېنېر رەي سىدنېي (Ray Sidney) قوراشتۇرغان. ئىككى قېتىملىق يىغىنىڭ ئارىسىدا، مەن ئۆزەممۇ بىلمىگەن ھالدا چېنىقىش مەركىزىگە كىرىپ، سىرىلما ئورۇندۇقتا ئولتۇرۇپ، ساپما كەش كىيگەن پۇتۇمنى پىدالغا سوزۇپ، چوڭقۇر نەپەس ئالمەن. توشۇپ كەتكەن ئېلخەت سانداۋقى، خىزمەت تىزمىدا چاقىرمىسمۇ كېلىدىغان نورمىدىن ئارتۇق ۋەزىپە بولۇپ، ياكى خىزمەتداشلار بىلەن بىردەك بولمىغان پىكىر كۆز قاراشلارنىمۇ، بۇ جايدا ئولتۇرۇپ بىرمۇ-بىر ئويلىنىمەن. مەن كىمە ھەيدەش پالىقنى مەھكەم تۇتۇپ، كۆزۈمنى يۇمۇپ، ھەممە كۈچۈمنى چىقىرىپ، كىچىك قېيىقنى تىپتېنچ سۇ ساھىلىغا ھەيدەپ، ھازىرقى قايغۇمنى ئېلىپ كەلگەن جايدىن يىراقلارغا كېتىمەن.

بۇ ئاتالمىش مۇسابىقە ئەمەس، لېكىن مەن قېيىق مۇسابىقىسىدە چېمپىيون بولۇشنى ئويلىمايمەن، مەقسىتىم ئەڭ قىسقا ۋاقىت ئىچىدە، ئەڭ يۇقىرى ئۈنۈم يارىتىپ، تامغا ئېسىلغان «Google قېيىق ھەيدەش كۇلۇبى» نىڭ نەتىجە تاختىسىدا ئەڭ ياخشى نومۇرغا ئېرىشىش. Google خىزمەتداشلىرىم ئارىسىدا، مەيلى قايسى تەرەپتە «ئەڭ ياخشى» ئاتاقتا ئېرىشسۇن، ھەممىسىنىڭ ئادەتتىن تاشقىرى مۇھىم ئەھمىيىتى بار.

41 يېشمدا، مەن ئىسپاتلايدىغان نۇرغۇن نەرسىلەر بار. باشقىلار ئاساسەن بىلدىغان بىر بىرىكمە سۆزگە نسبەتەن، مەن بەزىدە خېلى ۋاقىت سەرپ قىلىپ ئاندىن ئەسلىيەلەيمەن. مېنىڭ پىكىر تەكلىپلىرىم 21 يىللىق «ھېچقانداق مۇناسىۋىتى يوق» كەسىپىي ھايات تەجرىبەم ئاساسىدا. مەن ھەيدەۋاتقان ئاۋۇ سايامەت ماشىنىسى خۇددى بوۋاقنىڭ ئەۋرەز لاتسىدەك ئادەمنىڭ قۇسقىسىنى كەلتۇرىدۇ. مەن بىلەن كىيىم ئالماشتۇرۇش ئۆيىنى بىللە ئىشلىتىدىغان ياش ئالىي مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرىنىڭ مېنى جىسمانىي ياكى ئەقلىي قابىلىيەت جەھەتتە ئارقىدا ئىكەن دەپ قېلىشىنى خالىمايمەن.

بىر كۈنى چۈشتىن كېيىن، ئالدى سەھىندىن ماڭا تېلېفون قىلدى.

«دوگلاس، سىز بىنادىن پەسكە چۈشۈپ چىقامسىز؟ سىرگېي سىزنى سۇ ئاستىدا نەپەسلەنگۈچنى ماشىنغا بېسىشقا ياردەملىشەلەمدۇ دەپ سوراۋاتىدۇ. ئۇ سىزنى شىركەتتىكى ئەڭ كۈچلۈك بۇرادەر دەيدۇ. »

«چاتاق يوق. » دەپ جاۋاب بەردىم. يېرىم يولغا كەلگەندە، قەدىمىنى ئاستىلىتىپ، ئاندىن توختىدىم. شىركەت قۇرغۇچىسى مېنى قاتتىق يىرىك ئىشلىرىغا ياردەملەشتۇرسە، بۇ ياخشى ئىش ئەمەس، قانداقمۇ ياخشى ئىش بولسۇن؟ بىراق، سىرگېي مېنى بۇ ئىشقا ياردەملىشەلەيدىغان بىردىنبىر كىشى دەپ قاراپتۇ. بۇ بىر پايدىلىق ئامىل، توغرىمۇ؟ بىردىنبىر بولۇش، مەن ئىنتايىن خۇشال، ئەمما بۇنداق سەۋەب ئادەمنى ئوڭايسىزلاندۇرىدۇ. مەن شۇنداق ھۆرمەتلىنىشكە ئېھتىياجلىقمۇ؟

Google نىڭ مىقدارلاشتۇرۇلغان باھالاش ئۇسۇلىنىڭ ئالاھىدە تەرىپى بار، شۇڭا ئۇ مېنى ئۆزەمنىڭ ئىقتىدارىنى چاغلاپ بېقىشقا مەجبۇرلاۋاتىدۇ. مېنىڭ ئوتتۇرىغا قويالايدىغنىم نېمە؟ مېنىڭ چەكلىمەم نېمە؟ مەن باشقىلار بىلەن قانداق سېلىشتۇرىمەن؟ بىخەتەر بولماسلىق تۇيغۇسى Google دىكى ھەممەيلەن ئوينىيالايدىغان ئويۇن، ئەقلىي ئىقتىدار جەھەتتە باشقىلاردىن ئانچە ئۈستۈن تۇرمايدىغان خىزمەتچىلەرگە نسبەتەن، تېخىمۇ شۇنداق. ناھايىتى ئاز ساندىكىلەردىن سىرت، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى شىركەتكە سۆرۈلۈۋالغاندەك ھېس قىلىدۇ. ئۆزىدىن گۇمانلىنىش ۋە يۈرەكلىك ھالدا ئالاقىلىشىش شۇنچە يېقىن، ئەمما Google شۇنچە ئۈستىلىق بىلەن كېيىنكىسىنى پىشاڭ قىلىپ، ئالدىنقىسىنى چوڭايتىپ، بىزنى تىرىشىپ ئالغا ئىلگىرىلەشكە ھەيدەكچىلىك قىلىدۇ، خىزمەتچىنىڭ ئۆزىنىڭ ئالغا بېسىشى بولۇپ ئىپادىلىنىپلا قالماستىن بەلكى بىر پۈتۈن شىركەتنىڭ ئۆزلۈكسىز ئالغا ئىلگىرىلىشى بولۇپ ئىپادىلىنىدۇ دەپ قاراشقا باشلىدىم.

مەن Google دىن ئايرىلىدىغان چاغدا، يېڭىدىن كىرگەن بىر كەسىپىي دىرېكتور مەن ناھايىتى بۇرۇن بايقىغان قائىدىنى سۆزلىدى. ئۇ ماڭا ئاشكارىلاپ مۇنداق دېدى: «دوگلاس، بىز ئۇنىڭغا يۈزلىنەيلى. Google نىڭ يالالايدىغنى ئەقىللىق ھەمدە بىخەتەرلىك تۇيغۇسى يوق كىشىلەر، مەيلى ئۇلار خىزمەتتە قانچىلىك تىرىشسۇن، شىركەت يېتەرلىك بېسىم چۈشۈرۈپ تۇرىدۇ، ئۇلار مەڭگۈ ئۆزلىرىنى مۇۋاپىقلىيەت قازاندىم دەپ قارىمسۇن. بىزنىڭ گۇرۇپپىدىكى ئاشۇ بالىلارغا قاراپ باق، ئۇلارنىڭ خىزمەت ۋاقتىغا ئادەمنىڭ ئەقلى يەتمەيدۇ، بىراق ئۇلار يەنىلا ئۆزلىرىنى باشقىلارغا يېتىشەلمەيۋاتقاندەك ھېس قىلىدۇ. »

ئۆزىنىڭ لاياقەتلىك ئەمەسلىكىدىن ئەنسىرەش كېرەككە كېلىدىغان پىشاڭ، پۈتۈن كۈچىنى چىقىرىدىغان خىزمەتچىنىڭ ئەڭ ئاخىرقى تىرىشچانلىقىنى چىقىرىدۇ، مەن بۇ ھۆكۈمگە قايىل بولماي تۇرالمايمەن. ھەممە ئادەم ئۆزىنىڭ Google ئۆچۈن تۆھپە قوشۇۋاتقان سەرخىللار كۇلۇبىغا تەۋە ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلاشنى ئويلايدۇ. بۇ نەزەريەنى چۈشىنىپ دەپ بەرگەن باشقۇرغۇچى ئۆزىنى ناھايىتى بىخەتەر دەپ قارايدىكەن، شۇڭا بۇ ئويۇننى ئوينىشنىڭ ھاجىتى يوقكەن. بۇ بەلكىم ئۇنىڭ Google دا بىر يىلمۇ ئىشلىمەي كەتكەنلىكىنىڭ سەۋەبى بولۇشى مۇمكىن.

پاكىزلىقنى ساقلاش

Google «تەرتىپلىك قالايمىقان» ئۇقۇمىغا ھۆرمەت قىلىدۇ، بۇ خىل ئىدىيە خىزمەت سورۇنلىرىمىزغىمۇ كېڭەيگەن، ئۇنىڭدىن شەكىللەنگەن ئەھۋال چىرايلىقراق قىلىپ ئېيتقاندا «رەتسىز»، سەتىرەك ئېيتساق «ئېشەك ئېغىلى».

كىيىم-كېچەك ئۆيىدە مونچا ۋە ھورداق ئۈسكۈنىلىرى بار. كىرگەندىلا، ئۆينىڭ ئىچى ھەر خىل پۇراقلارغا تولغان، مەيىنەت تەنھەرىكەت كىيىمى، ئۇيۇپراپ كەتكەن تىزلىق، لاي چاپلىشىپ قالغان مۇز تۇپى ۋە بېشى ئۇزۇلۇپ كەتكەن مۇز تۇپ كالتەكى، تېيىلىشتىن ساقلىنىش قەۋىتىنىڭ يىلمىسى، پۇراق يوقاتقۇچنىڭ تەقسىملىگۈچسى، يىرتىلغان ئىچ كىيىملەر ۋە سېسىق پۇرايدىغان سۇ ھەممىسى ئارىلىشىپ كەتكەن ئىدى. Google كېيىن كىيىم-كېچەك ئۆيىدە لۆڭگە تەمىنلىدى، شۇڭا بېتسىيەدە ئىشلەپچىقىرىلغان تۆۋەن ئېنېرگىيەلىك كىرئالغۇ ئورناتتى، لېكىن كىرئالغۇ ھەپتىدە بىر قېتىم ئايلىنىشىنى تاماملايدۇ، ئۇ بىر يۇرۇش پىشقان مېخانىزمنى قوللىنىدىغان بولۇپ، يۇيۇپ بولاي دېگەندە سىگنال چىقىرىدۇ، كىرئالغۇ تەنھەرىكەت پايپىقى ۋە كۆكىرىپ كەتكەن لۆڭگىنى يۇمايدۇ. ئويلاپ بېقىڭ قېرىنداشلار جەمئىيىتىدىكى غەلىتە ئادەم ئىستىراخۇانىيە شىركىتىگە كىرىپ كەپىلىك رايوندىكى كىشىلەرنىڭ ھوقۇقىدىن بەھرىمان بولۇشنى تەلەپ قىلغانىدىكى مەنزىرە كۆز ئالدىڭىزغا كېلىدۇ.

پەقەت قۇرۇلۇش بۆلۈمىلا قىلچە بىخەستەلىك قىلماي تازىلىقنى ساقلايدۇ. ئۇلارنىڭ بوشلۇقنى ھەقىقىي پاكىز دېگىلى بولمىسمۇ — ئۇلار تۇرمۇشتا ھەممىسى ياۋايى ھايۋانلار — ئۇلارنىڭ خىزمەت قائىدىسى پاكىز دېيىشكە بولىدۇ.

باشتىن تىزگىنلەش ۋە ھاسىللىغۇچ ئاگاھلاندۇرۇشى قاتارلىق تەرەپلەردە، ئۇرس سانائەت ئورنىتىش لايىھەسىدىن ئۆگەنگەن ئەڭ ياخشى ئۇسۇلنى قوللىنىشتا چىڭ تۇرىدۇ.

ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «بىز چوقۇم ھاسىللىغۇچ ئاگاھلاندۇرۇش بەرگەن ئەھۋالدا، ئۇ دەرھال ئىشتىن توختايدۇ، مۇشۇنداق بولغاندا ئاندىن سىز كۆرۈپ تۇرۇپ چەتتە قاراپ تۇرمايسىز. » ئۇ ئەڭ مۇھىم ئېلېمېنتنى بىر ئۇسلۇب يېتەكچىسىگە مۇقىملاشتۇردى ھەمدە كرائىگ سلۇيېرستېيىنىڭ ئىزچىللاشتۇرۇپ ئىجرا قىلىشىغا تاپشۇردى.

كرائىگ ماڭا مۇنداق دېگەن: «ماڭا ئۇسلۇب قوللانمىسى دەيدىغان نەرسىنىڭ كېرىكى يوق، ئەمما ئۇرس بۇنىڭدا تەۋرەنمەي تۇردى. »

ئەڭ ئاساسلىق مەسىلە قايسى خىل پىروگراممىا تىلىنى ئىشلىتىش ئىدى. كرائىگ C تىلى ئىشلەتمەكچى، بىراق ئۇرس C++ ئىشلىتىشكە مايىل ئىدى. ئەڭ ئاخىرى ئۇرسنىڭ تاللىشىنى قوللانىدى، لېكىن ئۇرس Google ھاسىللىغۇچتىكى «C++ نىڭ ياخشى بولغان بۆلەكلىرى» نى ئىشلەتمەسلىككە قوشۇلدى.

مەن ئىلگىرى كرائىگدىن مۇنداق سورىغان: «C++ نىڭ ياخشى بولمىغان بۆلەكلىرى دېگەن نېمىنى كۆرسىتىدۇ؟»

كرائىگ چىرايىنى پۇرۇشتۇرۇپ تۇرۇپ مۇنداق دېدى: «كۆپ قىسمى. »

كرائىگنىڭ قارىشىچە Google بىر خىل ئۇيۇشۇشچانلىققا ئېھتىياجلىق بولۇپ، مۇشۇ ئارقىلىق ئارتۇقچە

تىرىشچانلىق ۋە ئورۇنسىز مۇنازىرىدىن ساقلىنىپ، ئۆلچەمنى قوغداپ، مۇھىم نۇقتىنى تۇتۇپ، ئەسلەپ خۇلاسە چىقارغاندا قايتۇرما ئىنكاس تەمىنلەش كېرەك دەپ قارايدۇ. ئۇ ئاشۇنداق ئۇيۇشۇش كۈچى شەكىللەندۈرۈشنى كۆرەش قىلىش نىشانى قىلىپ، «ھەممىنى بىلىدىغان» بولۇشنى ئويلايدۇ.

كرائىگ ئەسلەپ مۇنداق دېگەن: «بىزدە تەخمىنەن 100 ئادەم بار ۋاقىتتا، مەن يەنىلا ھەر تەرەپكە قاتراپ، ھەر بىر كىشى بىلەن سۆھبەتلىشەتتىم. مەن بەزىدە، ‹خىزمىتىڭ ياخشىمۇ؟ يارىدەم لازىممۇ؟ » دەيتتىم، بەزىلەر بۇنى ياقتۇرمايتتى، ‹بۇ ئەبلەخ دائىم ماڭا كاشلا قىلىدۇ. ئۇ نېمە ئىش قىلماقچى؟ › ئۇرس ئامالسىز مېنى چەتكە تارتىپ قايتا سورىما دەيتتى. » كرائىگ شۇنى تونۇپ يەتتىكى، «ئۇلار ئۇنچە دىققەت تارتىشنى خالىمايدۇ. كۆپچىلىكنىڭ بىر بىرى بىلەن ئارىلىقى ئانچە يىراق بولمىسمۇ، ئۇلار كىمگە گەپ قىلىشنى بىلىدۇ، كۆپچىلىكنىڭ ئالاقە قىلىشى ناھايىتى راۋان. »

تېخىمۇ مۇھىم ئىش كودلاش. مەيلى قاچان بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، كود ئامبىرىدىكى ئۆزگىرىشنى تەكشۈرۈش بايقالسىلا ــ ئۆزگىرىش قانچە كىچىك بولۇشىدىن قەتئىينەزەر ــ كرائىگ ھەر بىر ئاپتوماتىك ئاگاھلاندۇرۇشنىڭ ھەممىسىگە كۆز يۈگۈرتۈپ چىقىپ، يوشۇرۇن مەسىلىنى ئىزدەيدۇ. ئەمما ئايرىم ئىملا تەكشۈرۈش پىروگراممىسى لايىھە چىقىرىۋاتقان كودىنىڭ ئېشىشىغا يېتىشەلمەيدۇ. شۇڭلاشقا، ئۇرس رەسمىي كود تەكشۈرۈش پىروگراممىسىدىن بىرنى قۇردى.

كرائىگ ماڭا مۇنداق دېدى: «سەن ياخشى قۇرۇلۇش ئەمەلىيىتىنى ئىزدەپ ئۇنى يۈرگۈزۈشنىڭ سىناق تېشى قىلماقچى بولساڭ، بىزگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، بۇ سىناق تاش دەل كود تەكشۈرۈپ دەللىلەشتۇر. » كود تەكشۈرۈپ دەللىلەيدىغان جەريانىدىن بىرنى ئېچىشتا، ھاسىللىغۇچ تورىدىكى لايىھە ھۆججەتكە بىر ئىستىرىلكا يوللايدۇ. ھەر قانداق كىشى ئۇنىڭغا باھا بېرەلەيدۇ ئەمما رەسمىي تەكشۈرگۈچى چوقۇم تەكشۈرۈش نەتىجىسىگە ئىمزا قويۇپ جەزملىشى كېرەك.

بۇنىڭدىن كېلىدىغان پايدا كۆرۈنۈپلا تۇرىدۇ. ئىنژېنېر رون دولىن (Ron Dolin) ماڭا مۇنداق دېدى: «دەسلەپتىلا مەسىلە بايقاش كېيىن بايقىغاندىن ئادەمنى يۈز ھەسسە خاتىرجەم قىلىدۇ. »

Google نىڭ يېتىلىشىگە ئەگىشىپ، ئۇلارنىڭ كودلىرىغا ئىسپات كېرەكلىكى ياكى ئۇلارنىڭ باشقىلارنىڭ خىزمىتىنى تەكشۈرۈش مەسئۇلىيىتى بارلىقىنى ھەممە ئادەم ئېتىراپ قىلىپ كەتمەيدۇ. كرائىگ ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «بىز بىر پىروگراما قوشۇپ، تەكشۈرۈشتىن ئۆتمەيلا تاپشۇرۇلغان كودلارنى توسالايمىز، ئەمما سىز يالغان سۆزلىسىڭىز، بۇ پىروگراممىنىڭمۇ ئامالى يوق. »

بۇ پىروگراممىغا تاقابىل تۇرۇش ئۇچۇن، كۆپچىلىك كودلىرىغا يۈزە بولسىمۇ تەكشۈرۈش ئېلىپ بارىدۇ. كرائىگ ماڭا مۇنداق دېدى: «مەن غايەت زور كودنى ئەۋەتتىم، ئۇلار جاۋاب قايتۇرۇپ «قارىماققا يامان ئەمەس» دەيدۇ. مېنىڭچە ئۇلارنىڭ مەن ئەۋەتكەن كودقا بۇنداق ئاددىي باھالىماسلىقىنى ھېس قىلدىم. »

يالالانغۇچىلار كود تەكشۈرۈۋاتقاندا، كرائىگمۇ ئۆزى ئۇلارنىڭ كودىنى تەكشۈرىدۇ، ھەمدە پىروگراما تۈزۈشنىڭ ھەمكارلىشىش سۈپىسى قۇرۇشنى قايتا-قايتا جىكلەيدۇ. بۇنىڭ ئۈچۇن بەزىلەر ئىچىدە مەسخىرە قىلىدۇ. كرائىگ مۇنداق دېدى: «پائۇل بۇچېت بۇنىڭدىن توختىماي قاقشايدۇ، نوئام (Noam) مۇ بۇنى تۇغرا دەپ قارىمايدۇ. ئەمما پائۇل بۇچېت ئاخىرىدا ئۆزى يالغۇز نۇرغۇن كود تەكشۈرۈش ئىشىنى قىلدى ھەمدە ئامالنىڭ بارىچە شۇ خىل ئۇسۇلدا قىلىشقا تىرىشتى. نوئامنىڭ قارىشىچە بۇ ۋاقىتنى ئىسراپ قىلغانلىق ــ ئۇ لارى بىلەن سېرگېيغا ئوخشاش تەتقىقاتچى خادىم ئىدى. ئۇنىڭ دېيىشىچە: ‹بىزنىڭ بۇ كودلارنى تەكشۈرۈشكە كەتكەن ۋاقتىمىز ئۇنى يازغانغا كەتكەن ۋاقتىتنىمۇ كۆپ ــ بۇنى قانداقمۇ ۋاقىتتىن ئۇنۇملۇك پايدىلانىدى دېگىلى بولسۇن؟ ››

سانجاي گېماۋات كود تەكشۈرۈشكە ئانچە ئۆچ ئەمەس. ئۇ ئىلگىرى ئىشلىگەن تەتقىقات ئورنىدا، ئادەتتە باشقىلارنىڭ ھەربكىتنى مۇڭاپىق كۆزىتىشنىڭ شەخسىيەتكە دەخلى قىلغانلىق گۇمانى بار دەپ قارىلىدىكەن. شۇنداقتىمۇ، ئۇ دەرھال دانا تەكشۈرگۈچىنىڭ مەيدانىدا تۇرۇپ كود تەكشۈرۈشنىڭ قىممىتىنى بايقىدى. كود تەكشۈرۈش ئىدىيەنىڭ گىرەلىشپ ئۇچرىششىنى كۈچەيتىپ، شۇنىڭ بىلەن بىللە قوبۇل قىلغىلى بولمىغان ئۆلچەمنىمۇ ئۆستۈردى. سانجاي گېماۋات ماڭا مۇنداق دېگەن: «راستىنى دېگەندە، مۇنداق دېسىڭىز بولىدۇ، ‹بولىدۇ، ئۇسلۇب يېتەكچىسىگە بوي سۇنۇشقا كاپالەتلىك قىلسىڭىزلا بولىدۇ›، بۇ خىل ئۆلچەم ئىنتايىن مخانىك. مېنىڭ تەلىپىم ئوخشىمايدۇ. سىز كودنىڭ ھەقىقىي مۇڭاپىق ئىشلەتكىلى بولمىغان بولۇشىغا ئىشەنسىڭىز، ئاندىن ئاشقۇن ئەھۋال يېكى مەسىلە كۆرۈلمەيدۇ ھەمدە ئاددىي ئاسان چۈشەنگىلى بولىدۇ. بۇنداق گەپنىڭ ئۇنۇمىنىڭ ناھايىتى ياخشى ئىكەنلىكىگە ئىشىنىمەن. »

بېن گومېس سانجاي گېماۋاتنىڭ كودى ۋە كود ئامبىرى قوشۇش ئۇسۇلىنى ئىنتايىن ھۆرمەتلەيدۇ. بېن گومېس ماڭا مۇنداق دېگەن: «بۇ بۇندىن كېيىنكى كودلاشقا ئاساسىي كۆز قاراش بەلگىلەپ بەردى. » شۇنداقتىمۇ، ئۇ يەنە سانجاي گېماۋاتنىڭ ئۆلچىمىنىڭ ئانچە مۇڭاپىق ئەمەسلىكىنى مازاق قىلدى.

بېن گومېس سانجاي گېماۋاتنى ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئۇ مېنىڭ بوش ئورۇننى تولغىرا ئىشلەتمەيدىغان قىلقىمغا پەقەت چىدىيالمايتتى. بىر قېتىملىق كود تەكشۈرۈشتە، ئۇ نۇر بەلگىسىنى ئەڭ ئاستىغا تولغىرلاپ، ئاندىن ‹بۇ جايدا بوشلۇق بار. نېمە ئۈچۈن بوشلۇق بولىدۇ؟ ››

مەن سانجاي گېماۋاتتىن بۇ ئىشنى سورىغاندا، ئۇ چىدىيالماي قاقاقلاپ كۈلۈۋەتتى.

«مېنىڭ ئۇنداق قىلىشىم ئۇنى جىددىيلەشتۈرۈش ئىدى. مەن بىر قانچە يىل ئۆتكەندىن كېيىن ئۇ كودلارنى كۆرگەندە، گەرچە پىروگرامما تۈزۈۋاتقاندا قانداق ئويلىغانلىقىمزنى ئاساسەن ئۇنتۇپ كەتكەن تەقدىردىمۇ، يەنىلا كۆرۈپ چۈشەنگىلى بولىدۇ. بۇ خىل پىچىم خاتالىقى مەسىلە پەيدا قىلىشى مۇمكىن، شۇڭا ئۆزگەرتىش كېرەك. »

ئۇرس ئىنژېنېرلار قوشۇننىڭ مۇرەككەپ مەسىلىلەرنى پارچىلاپ ھەل قىلغىلى بولىدىغان كىچىك بۆلەكلەرگە بۆلۈشكە ئىلھاملاندۇرغانلىقتىن، كود تەكشۈرۈش قايتا قوراشتۇرغاندا ھەر قايسى بۆلەكلەرنىڭ ماسلىششىدا ئىنتايىن مۇھىم. پۈتكۈل سستېما ئىنژېنېرلارغا ئايرىم بوشلۇق تەمىنلەيدۇ ئەمما كود ئامبىرىنىڭ بىر تۈتاش ئۆلچىمىدىن بەك يىراقلاپ كەتمەسلىك كېرەكلىكىنى چەكلەپ تۇرىدۇ.

كۆپ يىللاردىن كېيىن، ئۇرس مۇنداق دېگەن: «نىگىزدىن ئېيتقاندا، بىر ياخشى قوشۇن مەسىلە پەيدا قىلالايدۇ ھەم مەسىلىنى ھەل قىلالايدۇ. ئەگەر قوشۇن بۇ ئىشلارنى قىلىشقا ماس كەلمىسە، ئۇلار بىر قىسىم كىچىك خاتالىقلارنى ئۆتكۈزۈپ ھەل قىلىش لايىھەسىگە بۇزغۇنچىلىق قىلىدۇ، ئەڭ ئاخىرىدا زادى قانداق خاتالىق ئۆتكۈزگەنلىكىنىمۇ بىلمەيدۇ، ئەمما نەتىجىسى خاتا. ھەر كۈنى ھەر ھەپتىگە نىسبەتەن تىزگىنلەش ئېلىپ بېرىشىڭىز كېرەك. بىر يېڭىياچى بۇلارنى ھېچنېمىگە ئەرزىمەيدۇ دەپ قارايدۇ ئەمما ئۇلار توپلىنىشنىڭ ئۇنۇمىنى تونۇپ يەتمىگەن. شۇڭلاشقا بىر قانچە ئاي ئۆتكەندىن كېيىن، سىز ئۆقۇشماستىن خاتالىق ئۆتكۈزىدىغان ئەھۋالدا ھەل قىلىش لايىھەسنى ئۇزۇل-كېسىل بۇزۇۋېتىسىز. بۇلارنىڭ ھەممىسى بىر يۈرۈش كىچىك ئىشلار تېرىغان ئاۋارىچىلىق. »

تۇرمۇشتىكى بىر كۈن

ئىنژېنېرلارنىڭ ئۆزىنىڭ ئىنتىزامى ۋە كۈندىلىك تۇرمۇشى بار—مەنمۇ بۇنىڭ سىرتىدا ئەمەس.

مېنىڭ ئەتىگەنده شىركەتكە كېلىدىغان ۋاقتىم تېخىمۇ بالدۇر، ئىلگىرىكىدىن خېلىلا بالدۇر.

6 بولماي تۇرۇپلا ئۆيدىن ئاستا چىقىپ، ماشىننى ئوت ئالدۇرۇپ، ماشىنا چىرىغىنىمۇ يورۇتماي، ماشىننى ماشىنا يولىغا ھەيدەپ چىقىمەن. بۇنىڭ ئاساسلىق سەۋەبى مېنىڭ ياتاق ئۆيۈم چوڭ يولغا قاراپ تۇرىدۇ، ياتاق ئۆيۈمنىڭ پەنجىرە تاختىسى بۇزۇلۇپ قالغان، كىرىستېن ئۇيقۇغا بەك ئامراق. ماشىننى 85-نومۇرلۇق تاشيولغا ھەيدەپ چىققاندىن كېيىن، ھاۋا تەڭشىگۈچنى قوزغىتىپ، رادىيونى ئېچىپ ماشىنا ئەينىكىنى چۈشۈرىمەن. تېخى Google نىڭ قاپقاراڭغۇ باش ئىشتابىغا يېتىپ بېرىشتىن ئىلگىرى، ئۇيقۇم پۈتۈنلەي ئېچىلىپ كېتىدۇ. ماشىنامنى ئىشىككە يېقىن جايىغا توختىتىپ، ماشىنا چىرىغىنى يانىدۇرۇپ، پەلەمپەينىڭ ئالدىنقى بىر قانچە باسقۇچىدا يېقىن ئەتراپتىكى كىشىنى بىزار قىلىدىغان جىن سىرتتا تۇنىدىمۇ يوق قاراپ باقمەن. تۇنجى قېتىم ئۇنى كۆرگەن ۋاقتىمدا، مېنى بەك قورقتىۋەتكەن ئىدى. ئاندىن كېيىن ئىشخانامنىڭ چىرىغىنى يانىدۇرۇپ، نۇسخا ئالغۇنى قوزغىتىپ، ئاندىن كىيىم ئالماشتۇرۇش ئۆيىگە كىرىمەن.

Google نىڭ بىناسى سان فىرانسىسكو قولتۇقىنىڭ چېتىدىكى سازلىقنى قوغداش رايونى بىلەن قوشنا. ئاستا يۈگرەش يولىنىڭ يېنىدا ئاق، سېرىق، بىنەپشە ۋە ھالرەڭ يۇڭلەر ئېچىلغان بولۇپ، جەنۇبتىن شىمالغا بىر قانچە ئىنگلىز مىلىغا يېيىلغان، موففېت (Moffett) تىكى ئايروپىلان ئامبىرىدىن پىرىستاندىن ئۆتۈپ كېچىك تۆپىلىككە يامراپ پالو ئالتو ئايروپورتىغچە تۇتىشىدۇ. بۇركۈت كۆكتە پەرۋاز قىلسا، لەيلەكسمان قۇشلار كۆل سۈيىدە ئۇزىدۇ. ئېنوت، توشقان ۋە باشقا ياۋايى ھايۋانلار كۆز ئالدىڭىزدا ئوينىسا، پېنسىيەگە چىققانلار توپلىق يولدا پىيادە ماڭىدۇ، يېنىدا كىچىك ھاشاراتلار توپ-توپ بولۇپ ئۇچىشىدۇ، قايتقان دولقۇننىڭ مەززىلىك پۇرىقى دىماققا ئۇرۇلۇپ تۇرىدۇ. مەن ئالدىنقى بىر قانچە باسقۇچ پەلەمپەيدە كېرىلىۋالغاندىن كېيىن، ھەمدەم تىڭشىغۇچنى ئېچىپ، قارامايى يولدىن ئالدىرىماي ئۆتۈپ، دېڭىز قولتۇقى تەرەپكە قاراپ يۈرۈپ كەتتىم.

ئەتىگەن 8 دىن ئىلگىرى، مەن بىر قانچە ئىنگلىز مىلى يۇگرەپ، ھورداقخانىدا يۇيۇنۇپ، سالقىنلىغاندىن كېيىن، گېزىت كۆرۈپ، ئارپا ئومىچى ئېچىپ، ئاندىن كېيىن بىر كېچە خەت ساندۇقۇمغا يىغىلغان بالانۇس قۇلۇلسىنى تازىلاشقا باشلايمەن. شۇ چاغقىچە، پۈتكۈل بىنا قۇپقۇرۇق بىرمۇ ئادەم يوق. ئۇستەل ئۈستىگە توغرا كېلىدىغان نەي لامپىنى ئۆچۈرۈپ، نۇرى تېخىمۇ يېقىملىق ئۇستەل چىرىغىنى قۇيىاش كۆتۈرۈلۈپ، نۇرى دەرىزىدىن چۈشكىچە يانىدۇرىمەن. ئاندىن قۇلىقىمغا قۇلاقلىقنى قىستۇرۇپ، ما يويو (Yo Yo Ma)، ئوتىس سىپەن (Otis Spann) ۋە ئوزوماتلى (Ozomatli) ئورۇنلىغان مۇزىكىنى ئاڭلىغاچ، جىمجىت ئولتۇرۇپ دىققىتىمنى يىغىپ ھەرپىتاختىنى كۆچەپ بېسىشقا باشلايمەن.

بۇنداق ھالەت ئادەمگە تۇرمۇشنىڭ نەقەدەر گۈزەللىكىنى ھېس قىلدۇرىدۇ.

گۈزەل دەقىقىلەر ئادەتتە 10 دىن ئىلگىرىلا ئاخىرلىشىدۇ. ئېلخەت دەسلەپتە ئاز ئازدىن كەلگەن بولسا، كېيىن تەدرىجىي كۆپىيىپ، ئاخىرىدا كەلكۈندەك كېلىدۇ، كۈندىلىك يىغىنمۇ بىرىنىڭ كەينىدىن بىرى ئۇلىشىپ ئېچىلىدۇ. مەن يېڭى ئىزدەش ئالاھىدىلىكىگە ئائىت سۆھبەتتىن يېڭى مەھسۇلات تەرەققىيات خەرىتىسىنىڭ مۇنازىرىسى ئارىسىدا قاترايمەن. Google نىڭ سائىتى تېپىك تېخنىكا شىركىتىنىڭ ۋاقتىدەك ماڭىدۇ، ئەتىگەن سائەت 10 دىن بۇرۇن خىزمەت باشلانمايدۇ، ئەتىسى تاڭ سۈزۈلۈپ دېگەندە، ئىنژېنېرلار كېچىچە تۇنەپ كۆزلىرى قىزىرىپ كەتكەندە ئاندىن ئىشنى توختىتىدۇ. كەچ سائەت يەتتە سەككىز بولغاندا، ماشىنامنى

هەيدەپ ئۆيگە قايتىپ، باللارنى يوتقىنىغا يۆگۈپتىپ، ئاندىن يىراقتىن تىزمىغا كىرىپ، ھۆججەت يېزىشنى داۋاملاشتۇرۇپ، ئوت ئۆچۈرگۈچىگە ئوخشاش توردا ئەمەس ۋاقتىمدىكى بىر قانچە سائەتتە كۆرۈلگەن ئوتنى ئۆچۈرىمەن.

خىزمەت تۈرمۈشىنىڭ ھەر ئىككىلىسىگە سەل قارىمايدىغان ئارزۇنىڭ ھەممىسى مەندىن پۈتۈنلەي يوقالدى، خۇددى دېڭىز تاشقىنى كېلىشتىن ئىلگىرىكى دېڭىز ساھىلىدىكى قايتقان دولقۇندىكى قۇمغا ئوخشاش. كىرىستېن ئانچە خۇشال بولمىسىمۇ، ئەمما ئۇ مېنىڭ سىستېمامدا، چوقۇم «ئىگىلىك تىكلەش جەريانى» بولىدىغانلىقىنى بىلىدۇ. ئۇ باللارنى بېقىشقا مەسئۇل، ئۇلارغا يارىدەملىشىپ كىيىملىرىنى كەيدۈرىدۇ، ئائىلە تاپشۇرۇقىنى تەكرارلاپ بېرىدۇ، ئۇلارنى زەھەرلىك چېكىملىكتىن يىراق تۇرۇش ھەققىدە تەربىيەلەيدۇ.

باللار بىلەن بولغان ئالاقە پىكىر ئالماشتۇرۇشقا كاپالەتلىك قىلىش ئۈچۈن، جۈمە كۈنى بىر سائەت ۋاقىت سەرپ قىلىپ ئۇلارنىڭ سىنىپىغا بېرىپ پىدائى بولىدۇ. Google نىڭ خىزمەتچىسىلا بولىدىكەن، بۇ نۇقتىدا ھېچقانداق مەسىلە يوق، چۈنكى نەزىريە جەھەتتىن ئۆزەمنىڭ كۈنتەرتىپىنى ئورۇنلاشتۇرۇشتا ئاساسەن تولۇق ھوقۇققا ئىگە.

سىندى مېنى ئەسكەرتىپ مۇنداق دېدى: «پەقەت ئۆزۈڭنىڭ خىزمىتىنى تاماملىيالىساڭلا بولىدۇ. » خىزمەتنىڭ مەڭگۈ چېكى بولمىغاچقا، زادى قايسى كۈننىڭ خىزمىتى ئىكەنلىكىنى ئېنىق ئايرىغىلى بولمايدۇ، شۇڭلاشقا مەڭگۈ «تامام» قىلغىلى بولمايدۇ. «سىم ئۇلاش بايرىمى» دىن كېيىن، مېنىڭ كۆپىنچە شەنبە كۈنىدىكى دەم ئېلىش ۋاقتىمنىڭ ھەممىسى كاپالەتكە ئىگە بولدى، گەرچە مېنىڭ يەكشەنبە كۈنى چۈشتىن كېيىنگىچە ئىزچىل ھېچقانداق پىلان ئىچىدىكى قىلىدىغان خىزمىتىم يوقلۇقىنىلا ئىپادىلىسىمۇ ئەمما يەكشەنبە كۈنى چۈشتىن كېيىن، كېيىنكى ھەپتە دۈشەنبە كۈنى ئالدىراش قىلىدىغان خىزمەت ئۈچۈن روھىنى ئۇرغۇتىمەن. شەنبە ياكى يەكشەنبە ئەتىگەندە، توساتتىن جىددىي ئېلىخەت ياكى جىددىي تېلېفون كېلىپ مېنى جىددىي خىزمەت ھالىتىگە چاقىرىۋېلىشى ئىنتايىن ئاز ئۈچرايدۇ، ئۇنداق مۇنداق ئىشلار ئۈچۈن بىر قانچە سائەت ئالدىراش بولۇپ قالىمەن.

مەن ھەپتە ئاخىرىدا شىركەتكە بېرىپ ئىسمىنا قوشۇپ ئىشلىشىم زۆرۈر بولغان ۋاقىتتا، ياشلىق مەزگىلىدە تۈرۈڭاتقان ئوغۇللىرىمدىن، «داداڭلارنىڭ ئىشخانىسىغا بېرىشنى خالامسىلەر؟ » دەپ سورايتتىم، ئۇلار ھەمىشە خالايمىز دەپ جاۋاب بېرەتتى. ئىشخانا بىزنىڭ نامرات، يەيدىغان كەمپۈتمۇ يوق ئۆيدىن مىڭ ياخشى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئىشخاندا ئېلېكترونلۇق ئويۇنچۇق، شارىك، يەنە بوشلۇقتىكى خوككى توپى بار. مەن ئۇلارنى يىغىن زالىدا ئويۇنچۇق ئويناشقا ئورۇنلاشتۇرۇپ قويۇپ، ئاندىن ئاق دوسكىغا يوغان قارا خەتتە تارماق تېلېفونۇمنىڭ نومۇرىنى تەپسىلىي يېزىپ قويىمەن. ئۇلار قەغەز ئىستاكانغا ئارپا ئۇندۇرمىسى شارچىسى، M&M's شاكىلات نوقۇتى ۋە Twizzler كەمپۈتىنى قاچىلاپ، ئاندىن ئويۇنچۇق ئېكرانىنىڭ ئالدىدا ئولتۇرۇپ مېۋە سۈيى، گازلىق سۇ ئىچكەچ، ئويۇن ئويناپىدۇ، قارىماققا ناھايىتى خۇشالدەك كۆرۈنىدۇ. ئەمما، كۆڭلۈمنىڭ چوڭقۇر يېرىدىن، ئۇلارنى سىرتقا ئېلىپ چىقىپ، ئۇلار بىلەن بىللە توپ ئويىنسام ياكى چاپلىما پەنەركە ياكى ياغاچتا قالايمىقان بىر نەرسىلەرنى ياسىسام تېخىمۇ ياخشى بولىدىغانلىقىنى بىلىمەن. باشقىنى دېمەيلى، ئۆزەم «ئىشلەش» نىڭ ئۇلارنىڭ كۆڭلىدىكى تەسىرىنى پۈتۈنلەي بۇرمىلىۋەتكەندەك ھېس قىلىمەن.

مەن ئۆزەمنىڭ قانچىلىك تىرىشچان ئىكەنلىكى ئارقىلىق غوجايىنىنىڭ قېشىدا ياخشى تەسىر قالدۇرۇشنى ئۈيلىمايمەن، مەن پەقەت شىركەتنىڭ قەدىمگە يېتىشۈېلىشنىلا ئويلايمەن. نۇرغۇن 20 نەچچە ياشلىق، كۆچى ئۇرغۇپ تۇرىدىغان ئىشداشلىرىم دېڭىز قولتۇقى رايونىنىڭ سىرتىدىن كۆچۈپ كىردى. ئۇلارنىڭ بۇ جايدا دوستلىرى يوق، باشقا كىشىلىك مۇناسىۋىتىمۇ يوق، ئۇرۇغ-تۇغقانلىرى ئۇلارنى ئاۋارە قىلمايدۇ، ئۇلارنىڭ پەقەت Google لىلا بار.

ئىشچى-خىزمەتچىلەرنى باغچىدەك «ھەقىقىي تۈرمۈش» نىڭ قىزىقتۇرۇشى بىلەن قايىل قىلىش ئۈچۈن،

Google بىزنى ئاساسىي مۇلازىمەت ئورنى تۇرغان غوزەكنىڭ ئىچىدە تۇتۇپ تۇرىدۇ — شۇ جايىنىڭ ئۆزىدە سەرتاراشخانا، ماشىنا يۇيۇش، داۋالاش تەل، بەدەن ئۇۋۇلاش، تاتلىق تۇرۇم، چۈشلۈك تاماق، كەچلىك تاماق ھەقسىز، ئويۇن گۇرۇپپىسى، كىنو كېچىسى، قىزىل ھاراق ۋە پىۋا كۇلۇبى، دۇنياغا داڭلىق ناتىقلارنىڭ تېخنىكا سۆھبىتى ۋە نۇتۇقلىرى بار. مەيلى قەيەرگە بارمايلى، ئەقللىق بۇرادەرلەرگە ئۇچرىشىپ تۇرىسىز. ئەگەر مائۇنتېن ۋىيۇ (Mountain View) شەھرى بىنايىمزنى «غەيرى ئاھاللەر رايونى» قىلىپ پىلانلىمىغان بولسا، نۇرغۇن Google لۇقلار چوقۇم ئۆزىنىڭ تۇرالغۇلىرىدىن ۋاز كېچىپ، بۇ جايدا ئۆزىنىڭ «شىركەت بىيولوگىيەلىك تەسىر دائىرىسى» دىن بىرنى قۇرۇۋالغان بولاتتى.

جورج بىلەن ئۇسكۇنە گۇرۇپپىسىدىكى ئىشداشلار ئارام ئېلىش ئۆيىنى بىر قاتار زىننەتلىۋەتتى — ئوتقاشتەك قىپ-قىزىل بىر جۈپ كىرىسلونىڭ ئەتراپىدا تۈكلۈك يۇمۇلاق يېنى بار، كىرىسلونىڭ ئىككى بېشىدا بىردىن دولقۇن تېپىلىش تاختىسىغا ئوخشاش ئەينەك قەھۋە شىرەسى قويۇلغان، ئۆينىڭ ئىچىگە يەنە بىر قانچە تۈپ يوغان پتېرىد، بىر ئەينەك ۋە بىر قانچە لاۋا چىراغ قويۇلغان. ئۇلار لىفتىنىڭ ئىشىكىگە ئەسلى رەڭدىكى مېتال پارچىسى چاپلاپ قويغان، مېۋە سۇيىي، سوغۇق ئىچىملىكلەر ئۈچۈن سوغۇق ساقلىغۇچ ئورناتتى، پەلەمپەينىڭ ئۈستىگە نېئون چىرىغى بىلەن Google تۇغنى ياساپ ئېسىپ قويدى، قارىماققا كېچىلىك ئولتۇرۇشنىڭ قارشى ئېلىش بەلگىسىگە ئوخشايتتى. بەزىلەر ئويۇن ئوينايتتى، بەزىلەر ئالدى سەھنىدىكىلەر بىلەن پاراڭلىشاتتى، بەزىلەر كىرىسلودا يېتىپ گېزىت ئوقۇيتتى ياكى توپنىڭ ئۈستىدە سەكرەيتتى. بۇ بىزنىڭ ئاممىۋى تۇرمۇش ئۇيىمىز، بىزنىڭ سىرتقا تۇتىشىدىغان يەل تورمۇزىمىز.

بۇ جايدا ھەمىشە ھۆرمەتكە سازاۋەر بولۇۋەرمەيمىز. بىر ئىنژېنېر ئۆزىنىڭ 3 دىيۇيم كېلىدىغان رېزىنكە توپنى ئارام ئېلىش ئۆيىدىن تەپكەنچە تېپىپ ئىككىنچى قەۋەتكە چىقىرىۋېتىشنى سىنىماقچى بولدى، نەتىجىدە Google بەلگىسى چاقناپ تۇرىدىغان نېئون چىرىغىنى چېقىۋەتتى. «ئۇلار نېمە ئۈچۈن لوزۇنكىغا، ئاگاھلاندۇرۇش ‹بۇ ئەتراپتا توپ تەپمەڭ› دەپ يازمايدۇ؟ » دەپ ئۇ ئىنژېنېر غودۇڭشۇپ كەتتى.

سېرگېيىنىڭ قارىشچە، ئارام ئېلىش ئۇيىنىڭ دەرىجىسىنى ئۆستۇرۇش ئۈچۈن پىيانىنودىن بىرنى ئورنىتىش كېرەك ئىكەن. ئۇ جورجغا ھېچكىم چالمىسمۇ ئۆزلۈكىدىن نەغمە چالىدىغان رەقەملىك پىيانىنو ئېلىشقا بۇيرۇدى.

بىر كۈنى يېرىم كېچە سائەت 2 دە، مەن تۇيۇقسىز پىيانىنونىڭ يۇقىرى ئاۋازىنى ئاڭلاپ قالدىم. مەن ئىشخانامدىن تۆۋەنكى قەۋەتكە يۈگرەپ چۈشۈپ، ئۇنى تاقۇەتمەكچى ئىدىم، قارىسام سالار پىيانىنونىڭ يېنىدا ئولتۇرۇپتۇ، چىراغنىڭ يېرىمى يورۇتۇغلۇق، ئۇ توساتتىن Chopin scherzo نى توختىتىپ، كىچىك ئۆيدە ساراڭلارچە پىيانىنو چېلىشقا باشلىدى. مەن بىر چەتتە، نۇقسانسىز چىقارغان ئۇدارلىرىغا قاراپ تۇراتتىم، ئاۋاز تامغا، دەرىزىگە، ئۆي-جابدۇقلىرىغا ئورۇلۇپ، باغلاقتىن بوشانماقچى بولاتتى، ئىشىك سىرتىدىكى ئاي يورۇقىدىكى سازلىقتىن ئۇچۇپ ئۆتەتتى. مەن بۇ نەغمىگە خېلى پىششىق ئىدىم. مەن مىلودىيەگە ئەمەس بەلكى ئۇدارغا پىششىق ئىكەنلىكىمنى ھېس قىلدىم — ئىنتايىن تېز ئۇدار، ئىگىلىمەس-سۇنماس، توختىمايى ئالغا ئىلگىرىلەيدىغان يۇزلىنىشكە ئىگە ئىدى — مەن بۇنىڭغا بەك پىششىق. بۇ خۇددى قاراڭغۇ كېچىدە پۇرسەت ئىزدەۋاتقان Google غا ئوخشايتتى.

بېسىمنى تۆۋەنلىتىپ ئىجاد قىلىش

«كىرىڭ.» دېدى بابېت. ئۇ كومپيۇتېرنىڭ يېنىدا ئولتۇرۇپ كۇنتەرتىپنى كۆرۈۋاتاتتى. «كىيىمڭنى سىلىۋەت، راھەت ھېس قىلغىچە سالساڭ بولدى، ئاندىن يېتىۋال. » ئۇ ئورنىدىن تۇرۇپ ئىشىك تەرەپكە

ماڭدى. «مەن ھازىرلا قايتىپ كېلىمەن. »

ئىشخانىنىڭ ئىشكى ئۈستىگە «Google خىزمەتچىلىرى ئۇيۇشلاش ئورنى» دېگەن بەلگە ئېسىلغان، بۇ ئىشىك بىلەن شىركەتنىڭ باشقا جايلىرىدىكى ئىشكىنىڭ ھېچقانداق پەرقى يوق ئەمما مۇشۇ ئىشكىنىڭ كەينىدىلا يوللۇق ھالدا يالڭاچ بەدەن تۇرغىلى بولىدۇ. (Google نىڭ ئىشخانىدىكى رەسمىي كىيىنىش تەلىپى «چوقۇم كىيىم كىيىش كېرەك».) ئۇنىڭ ئىچىدىكى بىر تامدا كەندىنسكي (Kandinsky) نىڭ «ئوخشاش مەركەزلىك چەمبەردىكى تۆت تەرەپلىك» نىڭ پىرىنتېردا باسقان نۇسخىسى، يەنە بىر تامدا ئادەم بەدىنىدىكى مۇسكۇل سىستېمىسىنىڭ ئاناتومىيە رەسمى چاپلاقلىق ئىدى. يوغان دەرىزىگە ئاچ سېرىق رەڭلىك پەردە بوشلا ئارتىپ قويۇلغان ئىدى، ئۇ جايىدىن ئېگىزدىن پەسكە قارىغاندا سانائەت باغچىسىنى كۆرگىلى بولىدۇ. پولدا سېرىق رەڭلىك لاۋا چىراغ چاقناپ تۇرىدۇ،

مەن ئىلگىرى ئىشخاندا يالڭاچلىنىپ باقمىغان. ناھايىتى غەلىتە تۇيۇلدى، خۇددى ئۆزەمنى شىركەتنىڭ بىر قىسمى ئەمەسلىكى ئاشكارىلانغاندەك، تېخى ئۇلارنىڭ بەدىنىمنى تەپسىلىي ئۇۇشلاشلىرىچۇ تېخى. بۇ Google نىڭ خىزمىتىم بىلەن شەخسىيىتىم ئارىسىدىكى چىتلاقنى بۇزۇۋېتىدىغان مەسىللىرىدىن يەنە بىرى. شۇنداقتىمۇ، بۇ مەزكۇر شىركەتتە ئىشلىگەننىڭ ئەڭ ياخشى تەرەپلىرىدىن بىرى. Google نىڭ يۇقىرى ئېنېرگىيەسى ۋە تېخنىمۇ يۇقىرى ئارزۇسى مېنى ئالاھىدە بېسىمنى ھېس قىلدۇرىدۇ، ھەمدە بۇ ئىككى نەرسە خۇددى مەڭگۈ كەم بولمايدىغاندەك تۇيۇلدۇ. ماڭا نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئۇۇشلىتىش ئەڭ ياخشى بوشىشىش ئۇسۇلى، قېتىپ كەتكەن مۇرە، ئۇيۇپ قالغان بوغۇملىرىم يۇمشاپ، ھاردۇقى چىقىپ ئۇخلىغان ۋاقتىمدا، چىشىمنى قارماپ تۇرغان مېتال ھالقىنىڭ ئاسارىتىدىن قۇتۇلغاندەك ھېس قىلىمەن.

لارى بىلەن سېرگېي بوننى داۋسون ۋە بابېت ۋىللاسېنورنى بىزنى ئۇۇشلاشقا تەكلىپ قىلغان. بىز ئۇزۇن ۋاقىت بوينىمىزنى سوزۇپ ئېكرانغا تىكىلىپ قاراپ ئولتۇرغاچقا بوينىمىز سەل ئەگرى-بۇگرى؛ بارماقلىرىمىز گوللۇم (Gollum) نىڭ سېھرىلىك سائۇرون (Sauron) ئۇزۇكىنى تالاشقاندەك ھەرپتاختىدا توختىماي خەت باسقاچقا سەل ئاغرىيدۇ. Google قۇرغۇچىلىرىنىڭ خىزمەتكە نىسبەتەن ئالاھىدە ئىممۇنىتېت كۈچى يوق. ئۇلارنىڭ ئىسمى دائىم ئۇۇشلىتىشنى تىزىملاش جەدۋىلىدە كۆرۈلىدۇ. ئاقىلانە ئۇسۇل شۇكى ئۇلار قاتناشماقچى بولغان يىغىنىنىڭ ئالدىدا ئۆچىرەتنى تەپسىلىي تەكشۈرۈش زۆرۈر، چۈنكى يىغىن ئۇلارنىڭ ئۇۇشلىتىش ۋاقتىغا توغرا كېلىپ قالغانلىقتىن كېچىكتۈرۈلۈشى مۇمكىن.

لارى بىر قېتىم تۇيۇقسىز ئۇۇشلىتىدىغان بوش ۋاقتى بولغانلىقتىن بىر قانچە ھەپتە ئىلگىرى ئورۇنلاشتۇرغان يىغىنىنى بىكار قىلغان ئىدى. «سىز چۈشىنىسىز، شۇنداقمۇ؟» دېدى ئۇ مەندىن كەچۈرۈم سورىغاچ. ئەمەلىيەتتە، مەن چۈشىنىمەن.

ھەقسىز ئۇۇشلىتىش مۇئامىلىسى ئانچە ئۇزۇن داۋاملاشمايدۇ، ئۇزۇن ئۆتمەي تەمىنلەش ئېھتىياجنى قاندۇرالمىدى، ھەتتا شىركەت سىمۇوللۇق خاراكتېرىدە مۇلازىمەت ھەققى ئالسىمۇ يەنە شۇنداق بولىدى. بۇ مەسىلىنى ھەل قىلىش ئۈچۈن، شىركەت ئالدىن زاكاز قىلىش ۋاقتىغا بەلگىلىمە چىقاردى، كۈنتەرتىپكە ئالدىن كېلىشىش ۋاقتىمۇ ئىختىيارىي بولۇپ، كۈندۈزلۈك ۋە كەچلىك ئىسمىنداى ئىشلەيدىغان خىزمەتچىلەرنىڭ ئوخشاش پۇرسەتكە ئېرىشىشىگە كاپالەتلىك قىلىش ئۈچۈن ئىدى. چوڭ زالغا ئورنىتىلغان يىاپونىيە ئۇسلۇبىدىكى ئاپتوماتىك ئۇۇشلاش ئورۇندۇقىمۇ ئۇۇشلىتىش ئېتبار بىلىتىنىڭ ئاستىرتتىن بولىدىغان سودىسىنى توسىيالمىدى. Google نىڭ كۈلرەڭ ئىقتىسادىدا، گۇۇاھنامە — ئەسلىدە نورمىدىن ئارتۇق ئىشلىگەن خىزمەتنىڭ ئىسپاتى ئىدى — ئەمما ئۇ پارا بېرىشكە ئىشلىتىلىپ، ئۇسكۇنە ۋە تېخنىكا مۇلازىمىتىدىن بەھرلىنىش ھوقۇقىغا ئېرىشىشكە ئىشلىتىلدى، ھەتتا شىركەت يىغىلىش قىلغاندا ئىچىملىك ئىچىش بىلىتىگە ئايلىنىپ قالدى.

بىر دەم ئارام ئالماقچى بولغاندا، ئەگەر ئۇۇشلاش تاختىسىدىن ئۈمىد بولمسا، ئۇنداقتا كۆپچىلىكنىڭ

ھەممسى كۆك رەڭلىك ئۆينى ئويلايدۇ.

مەن سالار بىلەن بىر ماركا مەسلىسنى مۇنازىرە قىلىۋاتقاندا ئىختىلاپ كۆرۈلدى، ھېچكىم ھېچكىمگە يول قويمىدى، مەن ئۇنىڭغا، «بىز قاتمال ھالەتكە كىرىپ قالدۇق، 15 مىنۇتتىن كېيىن كۆك رەڭلىك ئۆيدە كۆرۈشۈپ، بۇ مەسىلنى تەلتۆكۈس ھەل قىلايلى» دېدىم. ئۇ چىققاندا، مەن ئويۇنچۇقنىڭ تىزگىنكىنى ئۇنىڭغا ئۇزىتىپ، ئۆزەممۇ بىرنى ئېلىپ، «قېلىچۋاز ئالۋاستى» ئويۇنىنى باشلىدۇق. شۇنىڭدىن كېيىنكى 10 مىنۇتتا، بىز ئېكراندا رىۋايەتلەردىكى چەۋەندازلاردەك پۈتۈن كۈچىمىز بىلەن قارشى تەرەپنى ۋەيران قىلماقچى بولدۇق. مەن ئۇنىڭ ھاكاۋۇرلۇقىنى سۇندۇرۇپ، ئۆزەمنىڭ بازارچىلىق سەزگۈرلۈكۈم ۋە ئىككى قولۇمنىڭ ئەپچىللىك جەھەتتىكى كۈچلۈكلۈكۈمنى ئىسپاتلىدىم. سالارنىڭ ھۇنىرى، ئۇ مەغلۇپ بولۇشتىن ئەسلىگە قايتىپ، Google دا نۇرغۇن نەتىجىگە ئېرىشتى، بۇ مېنىڭ ئويۇندا ئۇنى سىرىلىپ تۇرۇپ تەپكىنىمگە يەتمەيتتى.

Google نىڭ مەلۇم جايىدىكى مۇلازىمىترى يىمىرىلىپ، كۆپچىلىك بوش ۋاقىت چىقىرىپ ئويۇن ئوينىيالماسلىق كېلىپ چىققاندا، بېن سىمىس (Ben Smith)، رەي سىدنېي (Ray Sidney)، بوگدان كوكوسىپل (Bogdan Cocosel) يەنە جون باۋېر (John Bauer) لار قايتىپ كەلگەندە ئۆلتۇرۇپ تىرىپىرەن قىلىۋېتىدىغانلىقى ھەققىدە قەسەم ئىچەتتى.

«كومپيۇتېر قېتىم قالدىمۇ؟ نەدە؟ شەرقىي قىرغاقتا؟ بولىدۇ، سەل ساقلاپ تۇر، ھازىر ئۇ يەردە چۈشتىن كېيىن سائەت 4 بولدى. مەن بۇ قولنى ئوينۇۋېتەي ئاندىن بىر گەپ بولسۇن، ھېچكىم دىققەت قىلمايتتى. »

ئويۇن بەك قىزىقارلىق، شۇڭلاشقا شىركەتتە كۈندۈزى ئويۇن ئويناش چەكلىنىدۇ، نەتىجىدە پۈتۈن كېچە ئېلىخەت تاغدەك دۆۋىلىنىپ كېتىدۇ، مەزمۇنى شۇ : «مېنىڭ روھىم يەنلا يېنىۋاتىدۇ. »

ھەممگە ماھىر چارلى، ئامىتىڭ كەلسۇن

مەن چارلىغا مۇنداق دېدىم: «ھاجىتى يوق، رەھمەت. مەن بۇنى يېمەيمەن. »

چارلىنىڭ چىرايىدا نىمكەش ماشىنا ساتقۇچىنىڭ ئىشەنچىسى، بەدىنىنى سەل ئېگىپ، ھور كۆتۈرۈلۈۋاتقان پەتنۇسقا قاراپ، ھېجىيىپ تۇرۇپ مۇنداق دېدى: «سېنىڭ يېمەسلىكىڭ ئاناڭ ساڭا بۇنداق ئېتىپ بەرمىگەن، كۆپىنچە ئادەملەر كۆك پۇرچاقنى پىششىق پۇشۇرۇپ، كۈلرەڭ پۇرچاق ئۇنىغا ئايلاندۇرۇۋېتىدۇ. ئەممە ئەمەلىيەتتە كۆك پۇرچاقنى ھەم يېڭى ھەم كۆك ۋاقتىدا يېگەن ياخشى. »

«ھە، بولىدۇ. » دېگەچ تەخسەمگە كۆك پۇرچاقتىن بەش تال قويدۇم.

چارلى «يەنە بىر قانچىنى تېتىپ باق. » دېگەچ، ياغدا پىشۇرۇلغان ساپسېرىق توخۇ گۆشىنى لىق تولدۇرۇۋالغان تەخسىنى كۆتۈرۈپ، خۇددى ئۇ تەخسە يەكشەنبە كۈنى دۇئا-تىلاۋەتكە قاتنىشىدىغان باپتىسلار چېركاۋىدىكى تۆل خوتۇنلارلا ھەيدەيدىغان تۇندرا كەكلىكى ماشىنسىغلا ئوخشايتتى. «سېنىڭچە مەن قورۇما تىزمىلىكىنى نەدىن تاپقاندىمەن؟ مۇشۇك پادىشاھنىڭ شەخسىي ئاشپىزىدىن. مۇشۇك پادىشاھى بىلەن تام پاركېر (Tom Parker) پولكوۋنىك جەنۇبنىڭ ياغدا قورۇلغان توخۇسى بىلەن بۇ ئۇپمۇ-ئوخشاش، بۇ چوقۇم سەن يەپ باققان ئەڭ ياخشى ياغدا قورۇلغان توخۇ. »

مەن شىركەتتە ئۆزەمگە مۇۋاپىق ئورۇن ئىزدەپ جان تالىشىۋاتقاندا، چارلى ئايېرس (Charlie Ayers)

ئۆزىنىڭ شىركەتتىكى ئېنىق ئورنىنى تاپقان يەنى: ئاشخانا. مەن شىركەتكە كەلگەن ئاشۇ ھەپتىسى، لارى بىلەن سېرگېي ئاشپەز چارلىنى تەكلىپ قىلغان. ئۇ كېلىپلا بىنانىڭ ئاستىدىكى تاماق يەيدىغان جايىنى خىزمەت تامىقى زالىغا ئۆزگەرتكەن. ئۇ ئەسلىھەلەردىن بەك ئاغرىناتتى، چۈنكى بۇ ئەسلىھەلەر ئۇ قىلماقچى بولغان ئىشلارنى ئەمەلگە ئاشۇرالمايتتى: ئۇ ئىلگىرى بىل گىراھام (Bill Graham) كونسېرتىنى ھۆددە ئالغان شىركەتتە تاماق ئەتكەن ۋاقتتا ئىشلەتكەن ساغلام ئورگانىك قورۇما تىزىملىكىنى قايتا تۈزمەكچى ئىدى. بىز ئاخىرى چارلىنىڭ ھېكايىسىنى قىسقارتىپ، «مىننەتدارلىق ئۈچۈن ئۆلۈپ بېرىدىغان مۇزىكا ئەترىتىنىڭ سابىق ئاشپىزى» دەپ ئاتىدۇق، ئۇ زېرىكمەي شۇ مۇزىكا ئەترىتىدە يالليىنىپ ئىشلىمىگەنلىكىنى تۇزىتەتتى، ئۇ پەقەت ئاندا-ساندا ئۆلار ئۈچۈن يەيدىغان نەرسە تەييارلاپ بېرىدىكەن. خىزمەتچىلەر ئادەتتە باش ناخشىچى جېررى گارسىيا (Jerry Garcia) نىڭ ئېغىرلىقى ۋە بالدۇر ئۆلۈپ كەتكەنلىكىدىن سۆز باشلايتتى، بۇ چاغدا چارلى مۇنازىرىلىشىپ مۇنداق دەيتتى: «ئۇ ئىش بىلەن مەن ئۇنىڭغا يېيىشكە بەرگەن نەرسىلەرنىڭ مۇناسىۋىتى يوق. »

چارلى 60 تىن ئارتۇق Google لۇقلار ــكۆپىنچەيلەننىڭ يەيدىغان تامىقى كالىدەك كۆپ ياشلار ــ نىڭ چۈشلۈك ۋە كەچلىك تامىقىغا مەسئۇل، پەقەت مۇئاۋىن ئاشپەزلەر باشلىقى جىم گىلاس (Jim Glass) ۋە بىر قانچە ئاشخانا خىزمەتچىسى تاماق ئېتىش، تازىلاشقا يارەملىشىدۇ.

بىز دائىم چارلىنىڭ قاقشىغان ئاۋازىنى ئاڭلاپ تۇرىمىز: «ئۆلگۈر مىكرو دولقۇنلۇق ئوچاق، ئۆلگۈر توڭلاتقۇ، ئۆلگۈر قاچا يۇيۇش ماشىنىسى. » قاقشاش ئۈزۈلمەيدۇ، ئۇلار تاماق يەيدىغانلار، ئۆينى جايلاشتۇرىدىغانلار، سۇ يولى، تەمىنلىگۈچى سودىگەر، ھەتتا ئىنتايىن پىخسىق خوجايىن لارى بىلەن سېرگېيمۇ چالا قالمايدۇ. چارلىنىڭ كۆڭلى بىر جايدا تۇرمايدىغان يالالانغۇچىلارنى تىللايدۇ ــ ئۇلار ئەمدىلا ئالىي مەكتەپنى پۈتتۈرگەن ــ ئۇلارنىڭ ئالدىغنى يېگىنىدىن بىر ھەسسە كۆپ، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئالدىن دەپ قويماي مېھمانلارنى باشلاپ كېلىپ تاماق يەپ، ئۇلارنىڭ پىلانلىغان قورۇما تىزىملىكىنى قالايمىغان قىلىۋېتىدۇ. شۇنداق بولسىمۇ، چارلىنىڭ ھەر كۈنى ئەتكەن تامىقىنى ھەممەيلەن توختىماي ماختايدۇ.

چارلى ئەتكەن تاماقنىڭ ھەممىسى ئاشخاندا تاماملانغان بولۇپ، بولكا بۇنىڭ سىرتىدا، ھەر كۈنى ئەتىگەندە ئاشخاننىڭ سىرتىدا بولكا قاچىلانغان كۆلەڭ ساندۇقلار بار، ئۈستىگە يېزىلغىنى: ئىچىدە بولكا بار-ئەخلەت ئەمەس. چارلى ماتېرىيال تاللىغاندا ئىنتايىن ئەستايىدىل بولۇپ، ئۇ يەرلىك دېھقانچىلىق مەيدانىدا ئىشلەپچىقىرىلغان ئورگانىك مەھسۇلاتنى ياقتۇرىدۇ، يەنە مەن ياقتۇرۇپ يەيدىغان پىششىقلانغان يېمەكلىكنى كەمىستىدۇ، مەسلەن، ھەممە يېرى قايماق گېلاتىن بىلەن تولغان قېتىق، ئۇ ئورگانىك يېمەكلىكنى تېخىمۇ ساغلامراق دېگەن قاراشتا چىڭ تۇرىدۇ، ئەمما مەن ئۇنداق دەپ قارىمايمەن. «سان جوس مىركۇرې خەۋەرلىرى» باش تېمىسىدىكى مەززىلىك تائاملار سەھىپىدىكى يۇمشاق كۆكتات ۋە مايلىق قاقلانغان ئىرىمچىككە سېلىشتۇرغاندا، چارلى ئەتكەن تاماق جەننەتتىكى نازۇ-نېئىمەتلەرگە ئوخشايدۇ.

ھەر كۈنى ئەتىگەندە، ئۇ تاماقلىنىش پىلانى لىق يېزىلغان ئېلخەتتىن بىرنى ئەۋەتىپ بىزنى ئالدىرىتىدۇ، ئۈستىدە يېزىلغان مەزمۇن ئىشتىھايىمىزنى ئاچىدۇ، ھەر كۈنلۈك تىزىملىك ئوخشمايدۇ، مەسلەن:

شورپا تۇرلىرى: مەرۋايىتگۈل پىشلاق، ئالاھىدە تەملىك موگۇ يېسسى پۇرچاق شورپىسى

سالات: تايلاندچە چۆپ، كىلاسسىك باقلە سالات، سەۋزە كەرەپشە، ئورگانىك كۆكتات ئارىلاشمىسى

ئاساسىي قورۇما: قوناق قوتۇرمىچى شەربەت بىلەن قاقلانغان كۈركە توخۇ، يېرىك گۈرۈچ دۇمبەپ پىشۇرۇلغان دۇفۇ پېدىگەن

قوشۇمچە قورۇما: قاقلانغان تاتلىقياڭيۇ، كۆك پۇرچاق

ھەر قېتىم بىنادىن چۈشۈپ ئاشخانىنىڭ ئەتراپىدىكى كىچىك توسۇلغان ئۆيگە كىرگىنىمىدە، چۈشلۈك تاماق يەيدىغانلارنىڭ ئۆچىرەت بولۇپ تۇرغانلىقىنى، بىراق سائەتنىڭ تېخى 12 بولمىغانلىقىنى كۆرىمەن. مەن ھەمىشە قولۇمدىكى ئىشنى قويۇپ قويۇپ، ھېچنېمىگە قارىماي ئۆچىرەتتە تۇرىمەن.

ئەگەر ئۇ تېخى تاماق چىقىرىشتا تەييارلىق قىلىپ بولالمىغان بولسا، ئاشخانىغا كىرگەن ئادەم بەك كۆپ بولۇپ كەتسە، ئۇ بىزگە شالىسنى چاچرىتىپ تۇرۇپ مۇنداق دەيدۇ: «قوڭغۇراق چېلىنغاندا ئاندىن كېلىڭلار!» شۇڭا ئاشخاندا قورۇملار تېخى تەييار بولمىغان بولسا بەك يېقىن بىرىۋىلىشقا بولمايدۇ، بەك خەتەرلىك.

«دىققەت. قىزىق شورپا!» چارلى بىر تەرەپتىن ژارقىراپ بىر تەرەپتىن قاياقاۋاتقان شورپا قازىنىنى ئېگىز كۆتۈرۈپ يولىنى توسۇۋالغانلارنى ئىتتىرەتتى. چارلى يۇگرەپ يۇرۇپ، قولىدا پىچاق، بىزەك قورۇمنى يالپاق ياكى ئۇششاق توغراپ، بولكىنىڭ ئارىسىغا سالاتنى، ئۇنىڭ مىجەزى ئىتتىكلىكىدىن چوڭ قورۇما قازىنىنىڭ ئاستىدىكى گاز ئوچقىغا ئوخشايتتى. پەقەت ھەممە ئىشلارنى مۇۋاپىق تەييارلىۋالغاندىلا، ئۇ ئاندىن ئۇستەلدىكى قوڭغۇراقنى چېلىپ، ھازىر بىخەتەر ھالدا تاماق چىقىرىدىغانلىقىنى ئېپادىلەيتتى. ئۆچىرەتتىكىلەر ئاستا يۆتكىلىپ، ئالدى بىلەن سالات ۋە ئاساسىي قورۇمنى ئۈسسۈپ، ئاندىن تاتلىق تۇرۇم ۋە سوغۇق ئىچىملىكلەر تەرەپكە ماڭاتتى. لېكىن، بىز چارلىنىڭ ئاچچىقىنى كەلتۈرۈشكە رازى ئىدۇقكى، ياقتۇرمىدىغان ئىشتىها ئاچىدىغان قورۇما ياكى ئالاھىدە تەملىك شاكىلاتلىق مۇرابباىنى تالىشاتتۇق. يۇرگۈزۈش بۆلۈمى بۇرۇنقىدەك خىزمەت ئۇنۇمىنى ياخشىلاش ئۈچۈن كوچ چىقىرىۋاتىدۇ، ئۇلار ئىشكىنىڭ ئۈستىگە تور كامېراسى ئورنىتىپ، ئاشخانىنىڭ ئەمەلىي ئەھۋالى، قاتارنىڭ ئۇزۇنلۇقى ۋە چارلىنىڭ ھاياجانلىنىش دەرىجىسىنى خاتىرىلەيدۇ.

بىز ئىشلىتىدىغان 6 دىيۇيم كېلىدىغان قاتلىما ئورۇندۇقنى ئىشخانا بۇيۇملىرى ساتىدىغان بىر دۇكاندىن سېتىۋالغان بولۇپ، ئەتراپى ئەرزان باھالىق مېتال ئورۇندۇقلار، چىركاۋدا دۇئا-تىلاۋەت قىلغاندا ياكى دەپنە مۇراسىمدا ئىشلىتىدىغان ئورۇندۇقلار بىلەن قورشالغان ئىدى. بۇ جايدا مۇنداق بىر بىكىتىلمىگەن قائىدە بولۇپ، ئۇ بولسىمۇ يېنىدا ئادەم بار ئورۇندۇقتا ئولتۇرۇش، مەيلى ھازىرلا ئولتۇرغان ئىنژېنېر، ساتقۇچى ۋە ياكى ئۈسكۈنە ئاسرىغۇچى بولسۇن، ھەممەيلەن ئولتۇرغاندىن كېيىنلا ئۇلارنىڭ مۇنازىرىسىگە قاتنىشىش لازىم. بەزىدە سۆھبەتكە گېرمانچە ياكى خەنزۇچە ئارىلىشىپ قالىدۇ، ھەتتا ئوخشاشلا چۈشىنەلمەيدىغان باش ھەرپىگە قىسقارتىلغان سۆزلەر بولىدۇ. مەن بىر تەرەپتىن تاماق يېگەچ بىر تەرەپتىن كۆپچىلىكنىڭ رىقابەتچىلەرنىڭ مەھسۇلاتىنى سۆكۈۋاتقانلىقى ياكى Google تور مۇلازىمېتىرىنىڭ ئېچكى قائىدىسىنىڭ تەپسىلىي چۈشەندۈرۈلۈشىنى ئاڭلايمەن، ئۇلار ھەتتا قەغەز قوليا‌غلىقنىڭ ئۈستىگە شەكىل سىزىدۇ. مەن تاماق يەۋاتقاندا نۇرغۇن مەسىلىلەرنى سورايمەن، تېخنىكا ۋە كەسىپ بىلەن مۇناسىۋەتلىك نۇرغۇن بىلىملەرنى ئۆگەنگىلى بولىدۇ، بۇمۇ لارى بىلەن سېرگېينىڭ ئىشچى-خىزمەتچىلەرگە ھەقسىز تاماق تەمىنلىشىنىڭ دەسلەپكى مەقسەتلىرىدىن بىرى ئىدى.

Google نىڭ ھەقسىز تاماق پىلانى (بەزىلەرنىڭ مۆلچەرىچە، ھەر يىلى 72 مىليون ئامېرىكا دوللىرى خەجلىنىدىكەن) ھەققىدە، يېتەرلىك كۆپ يېزىلدى، ئەمما بۇ پىلان ئىنتايىن ئاددى: چۈشلۈك ۋە كەچلىك تاماق ھەقسىز، بىز شىركەتكە كىرگەن تۇنجى كۈنى قانچىلىك يېمەكچى بولسا شۇنچىلىك يەيمىز، تاكى بىز شىركەتتىن ئايرىلغان شۇ كۈنگىچە ئىزچىل ئوخشاش. كۆپ ساندىكى Google لۇقلارغا ئوخشاش، چۈشلۈك تاماقتا بىر سائەتكە يېقىن ۋاقىت سەرپ قىلمەن، ئەگەر ۋەزىپە بولۇپ تاماملايدىغان بولۇپ قالسام، پەتنۇسنى كۆتۈرۈپ ئىشخانامغا قايتىپ شىرەدە يەيمەن. ئەگەر شىركەتتە تاماقخانا بولمىسا، 20 مىنۇت سەرپ قىلىپ ئاشخانىغا بېرىپ، يېرىم سائەت تاماق يېسەم، يەنە 20 مىنۇت سەرپ قىلىپ قايتىپ كېلىمەن. شىركەتنىڭ دەرۋازىسىدىن چىقساملا، Google غا مۇناسىۋەتلىك بارلىق مەسىلىلەرنى ئويلىنىشنى توختىتىمەن، كېسەل ۋە بالدۇر قېرىش يولىدا يۈقىرى ماي ۋە تۇز تەركىبى بار يېمەكلىكلەرنى ھەزىم قىلمەن. بۇ نۇقتىدىن قارىغاندا، بۇ سىياسەتنىڭ ماڭا نىسبەتەن ئەھمىيىتى زور.

گەرچە شىركەت مەبلەغ تەمىنلىسىمۇ، چارلىنىڭ خامچوت پىلانى بار، ھەمدە دائىم مەبلەغ چەكلىك دەپ قاقشايدۇ، شۇڭلاشقا ئۇ چۈشلۈك تاماقتا چوڭ راك چىقارغاندا كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ھەيرانلىقتا قېتىپ قالدى.

چارلى كۆپچىلىكنى بەزلەپ مۇنداق دېدى: «ئەنسىرىمەڭلار، مەن پايدا ئالدىم، بۇ چوڭ راكلارنىڭ پەقەت بىرلا قىسقۇچى بار. » كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئۇنىڭ پەقەت بىرلا قىسقۇچى بار چوڭ راكنى نەدىن ئالغانلىقىنى سوراشقا پېتىنالمايدۇ، بەلكىم بۇ راكلار بىلەن لەھەڭلەرنىڭ باردى-كەلدىسى بەك قويۇق بولۇشى مۇمكىن. كۆپچىلىك چوڭ راك تەمىنىڭ بەك ياخشىلىقىنلا بىلىدۇ.

ئۇنىڭدىن باشقا، چارلى بىر تال داننىمۇ ئىسراپ قىلمايدۇ.

ئىنژېنېر چاد لېستېر (Chad Lester) ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ناھايىتى ئۇزۇن ۋاقىتلار ئىلگىرى، چارلى دائىم مېنى پەسكە چۈشۈپ ئېشىپ قالغان قورۇملارنى يېيىشكە چاقىراتتى، دەسلەپتە مەن ئازراق يىيەلەيتىتىم. مەن چۈشلۈك تاماقنى نورمال يەپ، باشقىلارمۇ ئۆزى يېمەكچى بولغانلىرىنى يەپ بولغاندا، ئالاھىزەل چۈشتىن كېيىن 2:30 بولغاندا قورسىقىم يەنە ئاچىدۇ. ئەگەر مەن چارلىنى ئىزدىمىسەم، ئۇ مېنى ئىزدەيدۇ، ئاندىن مەن ئېشىپ قالغانلارنى پاك-پاكىز قۇرۇقدىۋېتىمەن. »

چاد لېستېر خۇشھال ھالدا ماڭا مۇنداق دېدى: «بىر قېتىم مەن 9 پارچە قوۋۇرغىنى ئارتۇق يېگەن ئىدىم. بىر قېتىم چارلى ماڭا بىر چىنە قورداق، مارۇڭنا، خام قايماق، قۇرۇق مېۋە، تاتلىق تۇرۇم يەنە شاكلات قېيامى بەرگەن ئىدى. مەن ئۇلارنى يېگەندىن كېيىن چوقۇم سەمرىدىم. بەكلا ئەسەبىي. »

مەززىلىك تائاملارنى ئۇلۇغ تۇغما ئىقتىدارلىقلارمۇ رەت قىلالمايدۇ.

ئالىي ئىنژېنېر لۇئىز باررووسو (Luiz Barroso) ئىلگىرى VMWare (بىر يۇمشاق دېتال شىركىتى) ياكى Google غا بېرىشتا بىر قارارغا كېلەلمەي تۇرغاندا، ئۇ كۈنى كەچتە ئۇ جىق دىئانغا مۇنداق دەپتۇ: «قايسى بىرىنى تاللاشنى بىلەلمىدىم. مەن ئىجابىي سەۋەب بىلەن سەلبى سەۋەبلەرنىڭ تىزىمىنى تىزدىم، نەتىجىدە ئىجابىي ۋە سەلبىي سەۋەبلەرنىڭ ھەممىسى 112 دىن ئىكەن. »

جىق ئۇ كۈنى لۇئىزنىڭ ئەمدىلا Google نىڭ يۇزتۇرانە ئىمتىھانىنى تۈگەتكەنلىكىنى بىلەتتى، ئۇنىڭ ئۈستىگە چارلى چۈشلۈك تاماقتا فرانسۇزچە crème brûlée ئەتكەن ئىدى.

«سەن فرانسۇزچە crème brûlée نى تىزىملىككە قوشتۇڭمۇ؟ » دەپ جىق لۇئىزدىن سوراپتۇ. «سېنىڭ فرانسۇزچە crème brûlée نى ياقتۇرىدىغانلىقىڭنى بىلمەن. »

«تىزىمغا كىرگۈزمىگەن! ئويلاپ باقمايتىمەن. » دېدى لۇئىز. ئىككىنچى كۈنى ئەتىگەندە ئۇ Google نىڭ تەكلىپىنى قوبۇل قىلدى.

ئىش ئىزدەپ كەلگەنلەرگە راۋۇرۇس بىر ۋاق تاماق تەمىنلەش ئۈلارغا ياخشى تەسىر قالدۇرۇشلا بولۇپ قالماي، يەنە خاراكتېرنى سىنايدىغان بىر خىل زۆرۇر ئۇسۇل. يۇزتۇرانە ئىمتىھان پۈتۈن بىر كۈن داۋاملاشقاچقا، ئىش ئىزدىگۈچىلەرنىڭ يېتەرلىك جىسمانىي قۇۋۋىتى بولۇپ بەرداشلىق بېرەلىشى ئىنتايىن مۇھىم. بىز تاماقلانغاندا ناھايىتى ئاسانلا ئاچكۆزلەرنى بايقىيالايمىز — ئۈلار دېڭىز كۆكى كاستىيۇم كېيىپ بىر چەتتە تەرگە چۈمۈلۈپ ئولتۇرىدۇ، ئۈلارنىڭ يېنىدا كالتە ئىشتان كېيىپ بىر تەرەپتىن تاماق يەپ بىر تەرەپتىن پاراڭلىشىۋاتقانلار Google لۇقلاردۇر. ئىش ئىزدىگۈچىلەرنىڭ ئەتراپىدىكى Google لۇقلارنىڭ ھەممىسى

ئۇلاردىن بىر قىسىم مەسىلىلەرنى سوراپ تاماق يېيىشنىڭ تەم تەڭشىگۈچسى قىلىدۇ، جاۋاب بېرىش سۈپىتى رەسمىي يۇزتۇرانە ئىمتىھان تەرتىپىگە ئوخشاشلا قوبۇل قىلىنىش قىلنماسلىقتا مۇناسىۋەتلىك بولىدۇ. Google خۇيى بار يوقلۇقى ئىنتايىن مۇھىم.

مەن بىر قاچا قوناق ئومچى ئۇسسۇشنى كۈتۈۋاتقاندا كىمگە ئۇچراپ قېلىشىمنى ئەزەلدىن بىلمەيمەن. دەسلەپ زىيارەتكە كېلىدىغان داڭلىقلار پەقەت ئاشۇ تېخنىكا چولپانلىرىلا خالاس، مەسىلەن بىلەرمەن ئېستېر دايسون (Esther Dyson)، دەرىجىدىن تاشقىرى قۇياش چولپىنى كىم پولېسې (Kim Polese)، ئىنتىل شىركىتىنىڭ باش مۇدىرى، كېيىن Google نىڭ داڭقى چىقىشىغا ئەگىشىپ كۈندىن كۈنگە يۈكسەلگەن، سىز ھەتتا نوبىل مۇكاپاتى ساھىبى ۋە دۇنيادىكى داڭلىق سىياسىيونغا ئۇچراپ قېلىشىڭىز مۇمكىن، مەسىلەن مۇھەممەد يۇنۇس، ئىيوردانىيە خانىشى، بىل كىلىنتون ياكى جىممى كارتېر، ئۇلارنىڭ ھەممىسى چارلىنىڭ نازارىتىدە ئالىيجانابلىرى ياسالغان سالاسۇننى بويلاپ ئالدىغا ماڭىدۇ، شۇنىڭ بىلەن بىللە تامدىكى ياڭراتقۇدىن مىنىتدارلىق ئۇچۇن ئۇلۇپ بېرىدىغان مۇزىكا ئەترىتىنىڭ يىغا ئاۋازى ئاڭلىنىپ تۇرىدۇ. «دەۋر» ۋە «بايلىق» شۇنداقلا «سودا ھەپتىلىك ژۇرنىلى» نىڭ مۇخبىرلىرى لارري ياكى سېرگېيىنى ئورىۋېلىپ، بۇ ئىككى ئادەم توخۇ گۆشى ساندۋىچ يېگەچ، كەلگۈسىدىكى ئىزدەشكە كاللا قاتۇرىدۇ. ياپونىيە ۋە فرانسىيەدىن كەلگەن مۇخبىرلار ئاشخانىنىڭ ئوتتۇرىسىدا تۇرۇپ، ئاپپاراتىنى كۆتۈرۈپ، ئۆزلىرىنىڭ ئانا تىلىدا بوش ئاۋازدا قاقشايدۇ. بۇ چاغدا ئاشخانا ئويۇن قويغۇچىلار ئەترىتىنىڭ تەمسگە ئوخشاپ قالىدۇ، دەسلەپكى بىر قانچە ئايدىكى يېقىنلىق تۇيغۇسىمۇ ئاجىزلايدۇ، ئەمما بۇ جايدىكى يېمەكلىكلەرنى رەت قىلىشقا ئامالسىز.

چارلى زور قىزغىنلىق، ئۆزىگە مەسئۇل بولۇش ۋە سەنئەت خۇيى بىلەن، بىزگە چەتئەل تەمىدىكى ئارىلاش يېمەكلىكلەرنى تەييارلىدى، ئارىسىغا دانا سۆھبەت ۋە ئورتاق قىزىقىشتىن شەكىللەنگەن دوستلۇق قىستۇرۇلغان. ئۇ ئاشخاندا ئالدىراش يۈرۈپ، چەكلىك مەنبەلەردىن تولۇق پايدىلانغىنغا قاراپ ئادەمنىڭ ئىشەنگۈسى كەلمەيدۇ، قاشىدىن تەر تەپچىپ، دائىم تاقىۋالىدىغان پەشتامانغا يېمەكلىك قالدۇقلىرىنىڭ ئىزى بىلەن توشۇپ كەتكەن ئىدى. سانلىق مەلۇمات مەركىزىنىڭ تەجرىبىسى ئاشخانىدىمۇ ئوخشاشلا ماس كېلىدۇ: تۆۋەن تەننەرخ بىلەن ئادەمنىڭ ئەقلى يەتمەيدىغان ھاسلاتنى ئىشقا ئاشۇرۇپ، ئۇنۇمنى چېكىگە يەتكۈزىدۇ. مەيلى تور بەت ياكى دۇمبىلەپ پىشۇرۇلغان broccoli بولسۇن، يەكىكە مۇلازىمىتىرنىڭمۇ ئۆمرى ئاخىرلىشىدىغان ۋاقتى بولىدۇ. ئەمما، پەقەت نەتىجە ھاسىل قىلالىسلا، سىستېما رەسمىي تۆگەشمەيدۇ. چارلى، جىم يەنە باشقا Google ئاشخانىسىدىكى ئىشچى-خىزمەتچىلەر، ئەزەلدىن ئاپەت خاراكتېرلىق كاشىلغا يولۇقۇپ باقمىغان، بۇ ئۇلارنىڭ مەڭگۈلۈك ئىناۋىتى. ھەر كۈنى، ئۇلار بىزگە يېمەكلىك تەييارلايدۇ، ئۇلار ئىشچان، ئۆزگىچە ۋە تىرىشچان. بۇ تېپىك Google نىڭ ئادىتى.

سەككىزىنچى باب
چاقچاق قىلغىلى بولمايدىغان پەسكەش

2000-يىلى 2-ئاينىڭ ئاخىرى، سېرگېي ئارايۇز لايىھەلەش قوشۇننىي ئەيىپلەپ: «قانچىلىك Google لۇق بولسا ئاندىن بىر چىراغنى چىڭىتالايسىلەر؟ » ئۇ ئەينى چاغدا تورىكۆرگۈنۈكىڭ توپچىسىدىن ئاغرىنىۋاتاتتى، كۆزگە ئىلمايدىغان بىر كود، ئىشلەتكۈچىلەرنى ئۆزلىرىنىڭ تورىكۆرگۈ يۇمشاق دېتالىغا Google نىڭ ئىزدەش ئۇلانمىسىنى قوشالايدۇ. بىز ئېلىخەتتە ئۇنىڭ ئىسمى ۋە لايىھە تەپسىلاتىنى مۇنازىرە قىلىۋاتمىز، قاتناشقانلار 10 غا يەتتى، ئۇنىڭ ئىچىدە ئۇرس ۋە سندىمۇ بار. سېرگېي بۇنداق قىلىشنى كۈلكىلىك ھېس قىلدى.

ئۇ بىزگە مۇنداق دېدى: «ئەگەر بىز داۋاملىق مۇشۇنداق سۈرئەت بىلەن ھەممە خىزمەتلەرنى ئېلىپ بارىدىغان بولساق، مېنىڭچە بىز ھېچقانداق نىشانغا يېتەلمەيدىغاندەك ھېس قىلىمەن. ئىنچىكە ئېلىپ بېرىلغان ئىشلەتكۈچى سىنىقى ۋە ئىچكى تەكشۈرۈش بۇنىڭ سىرتىدا، ئۇ يەنە مۇنداق دېدى: «بىز بۇاستە مۇلازىمەتنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، بارلىق پۇرسەتلەردىن پايدىلىنىپ سىناق قىلىشىمىز كېرەك. ئۇنتۇپ قالماڭلار، »

سېرگېي ئىزچىل «ئاۋال قوزغىتىپ، ئاندىن قايتا قىلىش» ئىدىيەسىنى يولغا قويدى. ئۇ مۇنداق دېدى: «مېنىڭچە ھازىر يىغىن ئېچىپ ياكى ھەر قانداق تۇپ ئېلىخەت تارقىتىپ بۇنداق تۇرنى مەسلىھەتلىشىدىغان پۇرسەت تېخى پىشىپ يېتىلمىدى، ئىشلەتكۈچىلەرگە مەلۇم بىر تۇرنىڭ رەسمىي قوزغالغانلىقىنى ئېلان قىلغان بولساق ئۇ باشقا گەپ ئىدى. ھەممە كىشىنىڭ بارلىق مەسىلىلەرگە قاتنىششى، كۆپچىلىكنىڭ ۋاقتىنى زور دەرىجىدە ئىسراپ قىلغانلىق. »

سېرگېي بىر كىشىنى مەسئۇل قىلىشنى ئويلايتتى يەنى سالار. سالار مەھسۇلات باشقۇرغۇچى بولۇش سۈپىتى بىلەن كارۇنغا تور بەت ياستالايتتى، ماربىسا ياكى بەي (Bay) ئارايۇز لايىھەسىنى دەلىلەيتتى، ماڭا تۇغ قوشقۇزاتتى، ئاندىن زۆرۈر تېپىلغاندا ئىنژېنېرلار بىلەن بىرلىكتە ئازراق ئۆزگەرتىش كىرگۈزەتتى. سالار مەھسۇلات باشقۇرغۇچى ھەققىدىكى تەربىيەلەشكە قاتنىشىپ باقمىغان، پىچەكگۈل قاپلاپ كەتكەن ئۇنۇۋېرسىتېتنىڭ MBA ئۇنۋانى يوق، نۇرغۇن ھەق ئالمىغان مەسلىھەت بېرىش شىركىتىدە پىراكتىكا قىلىپ باقمىغان، شىركەت قاتلىمىدا بىر قېتىمدا بىر باسقۇچ ئۆرلەپ باقمىغان. ئەمما سېرگېي ئۇنى ئەقىللىق، بۇ ئىشلارنى بىر تەرەپ قىلالايدۇ دەپ بىلىدۇ. سۇسانمۇ شۇنداق، ئۇ ناھايىتى تېزلا سېتىش بۆلۈمىدىن ئايرىلىپ، سالار بىلەن ئوخشاپ كېتىدىغان ئىشنى قىلدى. تېخىمۇ مۇھىمى، لارىي بىلەن سېرگېي ئۇلارنىڭ ئىنژېنېرلارنىڭ خىزمىتىگە توسقۇنلۇق قىلمايدىغانلىقىغا ئىشىنەتتى.

2000-يىلى 3-ئايدا، لارىي ئۆزىنى رەسمىي ھالدا مەھسۇلاتنىڭ باش ئىنژېنېرى، مەھسۇلات تىجارىتىنىڭ يادرولۇق كەسپىگە مەسئۇل قىلدى. ئۇ قۇرۇلۇش مەنبەسى بىلەن مۇناسىۋەتلىك ھەر قانداق تۇرنى تەكشۈرەتتى ــ «Google تۇرلىرى» بىنانىڭ ئەتراپىدا توختىماي چىقىپ تۇردى ــ ئۇنىڭ ئىچىدە Google ئوچۇق مۇنەدىرىجە ۋە يان تېلېفونىنىڭ WAP (سىمسىز قوللىنىش كېلىشىمى) ئىزدەشمۇ بار ئىدى. لارىي بىر يىغىن تەسىس قىلىشنى قارار قىلدى، بۇ جايدىكى قاراشلار باش ئىشتابىنىڭ ھەر قانداق يېرىگە بارالايدۇ، ئۇ تالاش-تارتىشنى بىۋاستە تارقاتسا، ئۇقتۇرۇش تارقاتسا بولىدۇ، ئۇ مەھسۇلاتنى تەكشۈرۈش يىغىنى دەپ ئاتىلىدۇ. Google ئىلگىرى مۇشۇنداق ئىش جەريانىدىن بىرنى تەسىس قىلىپ باققان.

مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىنى لارى بىلەن سېرگېيىنىڭ ئىشخانىسىدا ئېلىپ بېرىلاتتى. مەن ئىنتايىن بالدۇر بېرىپ قارا رەڭلىك خىرۇم كىرىسلودىكى ئورنۇمنى ئىگىلەيتتىم. ئۇنداق بولمىسا، ئۇچ پۇتلۇق رېزىنكە توپىنىڭ ئۈستىدە يان كومپيۇتېرنى تۇتۇپ تەڭپۇڭلۇقنى ساقلاش كېرەك بولاتتى. ئاپپارات مېتال تېرەك (لارىرىنىڭ كىتاب سايىلاش پىلانى ئۈچۈن تەييارلانغان دەسلەپكى لايىھە) نىڭ ئۈستىگە قويۇلغان، بىر گۈرۈپپا چىراغ ئالدىمدىكى قەھۋا ئۈستىلىنىڭ ئۈستىگە يورۇتۇلغان ئىدى. يىغىنغا قاتنىشىدىغانلار زەربىدار گۈرۈپپىدىن كەرېن ۋايت (Karen White)، ماريىسسا مايېر، جېن مەككراس (Jen McGrath)، يەنە قوشۇننىڭ ئەترايىدا قورشاپ تۇرىدىغان كرائىگ سلۇۋېرستېين بار ئىدى. توك سىمنى تام شوللىغۇچ (پىرويېكتور) قا ئۇلىساقلا، ئىشخانا تېمىدا مەھسۇلاتنىڭ دەسلەپكى نۇسخىسىنى كۆرسىتەلەيتتۇق.

سېرگېي ئىشخانا شىرەسىنىڭ كەينىدە، ئورۇندۇقنىڭ يۆلەنچۈكىدە يۆلىنىپ تۇرۇپ، بىزگە قاراپ بىر تەرەپتىن ئوقۇغاچ، بىر تەرەپتىن ساندۇچ يەيتتى. ئۇنىڭ ئاڭلىغان ئاڭلىمىغانلىقىنى راستلا بىلگىلى بولمايتتى.

ماريىسسا كۈنتەرتىپ ئورۇنلاشتۇرۇشتا مەسئۇل بولۇپ قايسى مەھسۇلاتنى مۇنازىرە قىلىش، كىم ئېھتىياجنى نامايەن قىلدۇ ياكى ئۆزگەرتمەسلىك ئەمەلىي مسالى ھەققىدە قارار چىقىراتتى، ماريىسسا ئەينى چاغدا ئەمدىلا 24 ياشتا بولۇپ، ئورۇق، ئالتۇن چاچلىق، ئارايۇز لايىھە مەسلىسىگە ئىنتايىن پىششىق بولۇپ، ھەر قانداق مەسىلىگە يولۇقسا ئامال قىلىپ ھەل قىلاتتى. ماريىسسانىڭ كاللىسى بەك ئىشلەيدۇ، ئۇنىڭ غەملىكى توشاي دېدى، ئۇ ھەر قانداق سۆھبەتنىڭ ئوتتۇرىسىغا ناھايىتى تېزلىكتە بىر بۆلەك سۆز قىستۇرالايدۇ. ئۇ نېمىنى ئويلىغان بولسا شۇنى دەيدۇ، ئارىلىقتا قاقاقلاپ كۈلۈۋېتىپ، ئاندىن ئالدىن قول سىلىپ ئىپادىلىگىلى بولمىدىغان ھەر قانداق قارشى پىكىر ياكى مۇمكىن بولغان كۆز قاراشنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ. گەرچە مەن ئىزچىل نىيۇيوركلۇقلار بىلەن بىللە ياشىساممۇ، ئەمما بىر مەزگىل ۋاقىت سەرپ قىلىپ ئاندىن ئۇنىڭغا ماسلىشالىدىم.

ماريىسسا لارىرىنىڭ قاراۋۇلىنىڭ رولىنى ئالىدۇ، دۇشمەن دۆلەتنىڭ كونسۇلخانىسىدا پوستا تۇرغان قاراۋۇلغا ئوخشاش ئەستايىدىل. ئۇ تولۇپ تاشقان قىزغىنلىق بىلەن، ئاكتىپ ھالدا ئۇ ئۆزى Google نىڭ گۈللىنىپ تەرەققىي قىلىشىغا ئەڭ ياردەمى بار دەپ قارىغان كۆز قاراشنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئىچكى مۇنازىرىنىڭ ئوخشىمىغان كۆز قاراشلارنىڭ بۇزغۇنچىلىقىغا ئۇچرىشىدىن ئامالنىڭ بارىچە ساقلىنىدۇ. كېيىنكى بىر قانچە ئايدا، ئۇ مەھسۇلات تەتقىق قىلىپ ئېچىش تەرتىپى ۋە لارىرىنىڭ شەخسىي تۇرمۇشىغا تېخىمۇ چوڭ تەسىر كۆرسەتتى، ئۇ خۇددى رەڭدار پەردىگە ئوخشاش مەھسۇلات باش ئىنژېنېرى بىلەن كۆرۈشمەكچى بولغانلارنى سۈزۈۋېتىدۇ. ئۇلار يىغىندىن باشقا ۋاقىتلاردا لارى بىلەن خالىغانچە پاراڭلاشسا بولىدۇ، ئەمما گەرچە ھازىر مەھسۇلات تەكشۈرۈپ بېكىتىش يىغىنى رەسمىي قارار چىقىرىدىغان جاي بولسىمۇ، ئۇ سۆھبەتلەر تەبىئىيلا قۇرۇق گەپ دەپ قارىلىپ، لارىرىنىڭ ۋاقتىنى ئىسراپ قىلىدۇ.

ھېچكىم لارىرىنىڭ ۋاقتىنى ئىسراپ قىلىشنى خالىمايدۇ.

لارى ئۆزى ئۇنىڭ يېڭى رولىغا ئانچە كۆنەلمىدى. ئىشخانا ئىنتايىن تار، ئىش ئۈستىلى لارىرىغا ئەڭ يېقىن، ئۇ شۇ جايدا ئولتۇرىدۇ، پەقەت بىزنىڭ سۆھبىتىمىزگە قىزىققاندىلا، ئاندىن ئۇ كۆزىنى قاتار تىزىلغان كومپيۇتېر ئېكرانلىرىدىن ئۈزىدۇ. «Yahoo بۇ ئىشنى قانداق بىر تەرەپ قىلىدۇ؟ » دەپ سورايدۇ، ئاندىن بىزنى ئەگەشتۇرۇپ توردا بىر ئايلىنىپ چىقىپ، مەسىلىمىزنى باشقىلار ھەل قىلىپ بولغانلىقىغا قاراپ باقىدۇ. ئارىمىزدا تالاش-تارتىش يۈز بەرگەندە، لارى سانلىق مەلۇمات تۇپلاپ ھەر قايسى تەرەپلەرنى قوللايدۇ، ئاندىن ئۇ رومىن پادىشاھىغا ئوخشاش ئەقىلغا تولغان خۇلاسىنى جاكارلايدۇ.

لارى خۇلاسە قىلسىلا، ئۇ بۇ ئىشنى قايتا تىلغا ئالمايدىغانلىقىنى بىلدۇرىدۇ. «مەن بۇ ئىشنى قايتا تىلغا ئالغۇم يوق، مۇنازىرە قىلىشنىڭ ھاجىتى يوق، ھەركەتلىنىشنى باشلاڭلار. »

لارری (سېرگېيمۇ ئوخشاش) قارار چىقىرىپ بولغان ئىش ئۈستىدە ۋاقىت ئىسراپ قىلۇاتقانلىقىنى بايقىسىلا، دەرھال سۆھبەتنى توختىتىدۇ. ئۇ مەسىلىنى تەكرار ھەل قىلىشنى خالىمايدۇ، مۇناسىۋەتسىز كىشىلەرنى سۈيلەشنىمۇ خالىمايدۇ. ئۇ كۆپىنچە ئەھۋالدا باشقىلارنىڭ روشەنلىكى كۆرۈنۈپلا تۇرىدىغان ئىشنى چۈشەندۈرۈشگە تاقەت قىلىپ تۇرالمايدۇ. بەزىدە، پەقەت بىر قېتىم قاراپ قويسىلا، مەسىلە ھەل بولىدۇ. تۇر باشقۇرغۇچىسى دېب كېللى (Deb Kelly) مەزمۇنىنى تورغا قويىدىغان يېڭى بىر خىل ئۇسۇلنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، ئاندىن لارریغا چۈشەندۈردى. دېب كېللى بۇ ئىشنى ئەسلىگەن ۋاقتىتا مۇنداق دېدى: «ئۇ قېشىنى مىدىرلىتىپ قويدى. » ئۇ سۆزلەۋېتىپ، لارریدىن ئۆگىنىپ قېشىنى مىدىرلاتتى، «پىلانىتلار ئارا ئازغان ئالەم كېمە سەرگۈزەشتىسى» دىكى سېپوك (Spock) قا قۇيۇپ قويغانىدەك ئوخشايدۇ. «ئۇ ھەتتا نېمە ئۈچۈنلىكىنىمۇ دېمەي، ئۇدۇللا ‹بولمايدۇ› دېدى. ئۇ ئېنىقلا مېنىڭ ئۇسۇلۇمنىڭ ناھايىتى ئەخمىقانە ئىكەنلىكىنى دەۋاتاتتى. »

ئانچە ئۇزاق ئۆتمەيلا تۇنجى قېتىم لارریڭ گۇمان قىلغىلى بولمايدىغان قارار چىقىرىش جەريانىنى كۆردۇم. لارری نەتىجە بېتىدە «غەملەك بېتى» ئۇلانمىسىنى قايتىدىن «ماسلاشقانلىقنى كۆرسەت» قىلىپ بەلگە سالماقچى ئىدى. ئۇلانمىنى چەككەندىن كېيىن، ئىشلەتكۈچى يەنىلا تېزسۈرئەتتە غەملەپ ساقلىغۇچتا ساقلىغان بەتنى كۆرەلەيتتى، ئەمما بەتتە كۆرۈنسە ئىشلەتكۈچىنى گاڭگىرىتىپ قويىدۇ. ئىسىم ئۆزگىرىشىنى ئادەم قوبۇل قىلالمايدىغاندەك ھېس قىلدىم، ئىشلەتكۈچىمۇ چوقۇم گاڭگىراش ھېس قىلىدۇ. بۇ بىر سۆز تاللاش مەسىلىسى، مەن بۇ ئىشلارغا ئەڭ پىششىق. شۇڭلاشقا مەن ئارايۈز لايىھە يىغىندا قارشى پىكرىمنى ئوتتۇرىغا قويدۇم، ئىشتىن ئاۋال تەجرىبە قىلمىغاندا، بۇنداق ئۆزگىرىش قىلغىلى بولمايدۇ، بۇ قاراش يىغىنىڭ قارارىدىن ئۆتتى.

ئىككىنچى كۈنى ئەتىگەندە ئويغانغاندىن كېيىن، بىزنىڭ ئىزدەش بېتىمىزدىكى بارلىق «غەملەك بەت» نىڭ ھەممىسى «ماسلاشقانلىقنى كۆرسەت» كە ئالماشقانلىقىنى بايقىدىم.

مەن سەۋەبىنى سورىسام، بەي مۇنداق دېدى: «بۇ ئارايۈز لايىھەلەش ئەترىتى چىقارغان قارار ئەمەس، لارری ‹ماسلاشقانلىقنى كۆرسەت› نى ئىشلەتمەكچى ئىكەن. «لارری تۇنۇگۈن ماڑىسسا ئۆيگە قايتىۋاتقاندا ئۇنى توسۇپ، ئۇلار ئىككىسى بىرلىكتە قارار چىقىرىپ تەھرىرلىگەن ئىكەن.

مەن لارریڭ يېنىغا بېرىپ چۈشەندۈرگەندە، لارری مۇنداق دېدى: «مەن بارلىق قايتۇرما ئىنكاسلارنى تەپسىلىي ئويلىنىپ باقتىم، بۇ ئىش توغرىسىدا قايتا مۇنازىرە قىلىشنى خالىمايمەن، بىزنىڭ باشقا يەنە قىلىدىغان نۇرغۇن مۇھىم ئىشلىرىمىز بار. بۇ ئىش گەرچە قايتا مۇزاكىرە قىلىنغان بولسىمۇ، خۇلاسە قىلىنىپ قارار چىقىرىلىپ بولغان. »

مەن تېخى كۆرۈنۈش لايىھەلەش قوشۇننىڭ يىغىندا خۇلاسە چىقىرىلىپ بولدى دەپ ئويلاپ قاپتىمەن.

شۇنىڭدىن كېيىن بىز تۇنجى ئىشلەتكۈچىنىڭ ئەرزىنى تاپشۇرۇۋالدۇق: «Google نېمە ئۈچۈن غەملەك بېتىنى كۆرسىتىشنى توختاتتى؟ »

كېيىن ئون نەچچە ئادەم تەلەپ قىلدى: «بىز يۇقىرى سۈرئەتتە ئاستىلىتىپ ساقلىغان ساقلىغۇچتىكى بەتنى ياقتۇرمىز! نېمە ئۈچۈن يوقاپ كەتتى؟ «ئەرز بىر قانچە كۈن داۋاملاشتى، ئەمما بۇ ئىقتىدارنى ھەقىقىي ئىشلىتىدىغان ئادەملەرنىڭ كۆپ بولماسلىقى سەۋەبىدىن، بۇ ئىشنىڭ ئىنتايىن كىچىك ئىش ئىكەنلىكىنى چۈشەندۈردى. ھەممىدىن ئادەمنى چۆچىتىدىغىنى مۇخبىرنىڭ سىندىنى ئەرز قىلىشى بولدى، ھەتتا ئوقۇرمەنلەرنىڭ باھالىرىنى سىندىغا يوللاپ بېرىپتۇ. بىر ھەپتىدىن كېيىن، بىز بەلگىنى «غەملەك بەت» كە ئۆزگەرتىۋەتتۇق، مەنمۇ ئۆزەمنىڭ Google قۇرۇلما رەسمىگە يېڭىدىن 3 سانلىق مەلۇمات نۇقتىسى سىزدىم.

لارری تاماملاندی دېمىگەچكە بۇ ئىش تېخى ئاخىرلاشمىغانلىقىنى بىلدۈرەتتى.

ئۇ قارارىنى ئىجرا قىلدىغان ئادەم بىلەن بىۋاستە ئالاقىلىشاتتى.

ئەگەر ئەتراپتىكى تاماملار ئۆرۈلۈپ كەتكەن بولسا، لارری ئىلگىرى تاشقا ئويۇۋۈتكەن ئۆزگەرتكىلى بولمايدىغان قارارىنى ئۆچۈرۈۋېتەتتى.

ماڭا نسبەتەن، ئۇچىنچى نۇقتا ئەڭ مۇھىم ساۋاق ئىدى، چۈنكى خاتا قىلىنغان ئىشنى تۈزىتىش مېنىڭ Google دا ئىشلەش جەريانىمدا بېشىمدىن ئۆتكۈزگەن مۇھىم ئۆتكەللەردىن بىرى.

بىرىنچى ئۆتكەلنى بىر قېتىملىق چاقچاق كەلتۈرۈپ چىقارغان.

سەن ماڭا چاقچاق قىلىۋاتقانسەن؟

ئەينى چاغدا 3-ئاينىڭ ئوتتۇرىسى بولۇپ، كىچىك تېپتكى ئىسسىتقۇچنى ئېلىۋەتكەن، كالتە ئىشتان ۋە ساپما كەش كېيىدىغان ۋاقىت بولغان ئىدى. 4-ئايمۇ كېلەيلا دەپ قالغان ئىدى. ئۇ مەن Google دا ئۆتكۈزگەن تۇنجى 4-ئاي ئىدى، ئەلۋەتتە مېنىڭ بۇ جايدا ئۆتكۈزگەن تۇنجى 4-ئاينىڭ 1-كۈنى ئىدى. مەن تۇنجى قېتىم Google نىڭ ئالداش بايرەمدىكى چاقچاقلارنىڭ بۇنچە كاللا قاتۇرۇلۇپ جىددىي ھاياجانلىق ئىكەنلىكىنى كۆرۈش پۇرسىتىگە ئېرىشكەن ئىدىم.

مېنىڭ يىلنامەمدە، ئالداش بايرەمى ئۇزۇن داۋاملىشىدىغان قارا ئۆڭكۈردەك بولۇپ قالدى، ۋاقىت جەھەتتە ئۇزۇن مۇددەت دىققىتىمنىڭ ئېغىرلىق كۈچىنى شوربىيالايدىغان قۇدۇق ئىدى. شۇنداقتىمۇ، سېرگېي ئالداش بايرەمنى بەك ياقتۇراتتى. ئۇنىڭ يۇمۇرىستىك تۇيغۇسى سورۇن تاللىمايتتى، ئالداش بايرەمى كەلسلا، ئۇ ئەدەپ-قائىدە تاملىرىنى ئۆرۈپ تاشلاپ، مۇڭاپىق چەكلىمىنى يەتتە قات ئاسمانىڭ نېرىسىغا تاشلۇۋېتەتتى. ئۇ ئىنتايىن قاباھەتلىك بىر ئاي، ھەقىقەتەن شۇنداق.

مەن چارلىنىڭ ئاشخانىسىغا باردىغان يولدا سېرگېيغا ئۇچراپ قالدىم. ئۇ كۈنى ھاۋا خېلى ئىللىق ئىدى، مېنىڭ كەيپىياتىم خۇددى باھارغا ئوخشاش قويۇق پارلاپ تۇراتتى. چارلى مەن ئەڭ ياقتۇرىدىغان ئالما چۆرۈك تاتلىق تۇرۇمى قىلغان ئىدى. مەن تاماق پەتنۇسۇمنى كۆتۈرۈپ ئۆچرەتتە ئالدىغا ماڭغاچ، سېرگېي بىلەن ئالداش بايرەمدا ئازراق قىزىقارلىق ئىش قىلىش توغرىسىدا پاراڭلاشتۇق. ئۇ توساتتىن روھلىنىپ، كۈشكۈرتۈشنى مەن قىلاي دېدى. ئۇ كۈنى چۈشتىن كېيىن مەن ئۇنىڭغا خەۋەر ئۆچۈرىدىن بىرنى يوللىدىم، مەزمۇنى Google «ئېلىپبە رەقەملىك سىستېما» پاتېنتىنى ئىلتماس قىلدى، ھەمدە Q، Z ۋە C ئۇچ ھەرپنى قىسقارتىۋەتتى. بۇ ھەرپلەر بىر ئاز ئارتۇقچە، ئاسانلا تور بەت يۈكلەش ۋاقتىنى ئۇزارتىۋېتىدۇ. سېرگېي بۇنى قىزىقارلىق ھېس قىپتۇ، ئەمما ماڭا نسبەتەن بۇنداق قىلىشنىڭ زۆرۈرىيىتى يوق. سۇسانناڭ ئادەم ئالداش سەۋىيەسى بىزنىڭكىدىن بىر دەرىجە ئۇستۇن ئىكەن. ئەگەر مېنىڭ باشقا ئويۇم بولسا، ئۇنى تېپىپ مەسلىھەتلىشەتتىم.

ئاپلا، بۇ ئادەمنى بەك ئۇمىدسىزلەندۈرىدىكەن. شىركەتنىڭ باش بېتىنى يۇمۇرلۇق قىزىقارلىق قىلىپ تىجارەت قىلىش، ماڭا نسبەتەن توردىكى ماركا قۇرۇلۇشىغا ئوخشاش ئىدى. مەن ئۆڭۈشسىزلىققا ئۇچرىغاندىن كېيىن قايتىدىن ئۆزەمنى ئوڭشۇۋالدىم.

«كۆرۈپ بېقىڭلار. بۇ ئۇچۇر تـوغرا. گەرچە مـۇمكىن بولمىسـمۇ ئەمـا ئېتىمـاللىقى يوقمـۇ ئەمەس. ئەگەر Google سىز تېخى ئىزدەشنى باشلىمغاندا ئىزدەش نەتىجىسگە ئېرىشكەن بولسىچۇ؟ »

30 سېكۇنتتىن كېيىن، ھەرپىتاختامدا تېز سۈرئەتتە خەت بېسىپ، ئۇ جايغا «ئالـدىن ۋاقىتلىـق ئـىزدەش» دەپ ئەسكەرتىش يازدىم، بۇ ئىشلەتكۈچى تەلىپىنى ئالدىن مۆلچەرلەشتىكى بۆسۈش خاراكتېرلىق تەرەققىيـات. سۆز ئوراني ناھايىتى غەلىتە ئەمما سۈسان ئىنتايىن ياقتۇردى. سېرگېي چەكـتىن ئاشـۇرۇۋېتىپتۇ دەپ ئويلـدى ئەمما ئىنتايىن قوزغىتىشچانلىقتا ئىگە ئىكەن دەپ قاردى، شۇڭلاشقا يوشـۇرۇن كـۈچكە ئىگە. «بەلكـم سـەن ئۇنى مەن كۆرگەن شەھۋانىي بەتكە ئوخشىتىۋېتەرسەن؟ » دەپ سورىدى.

سېرگېي سۈسانىنى ئادەم بەدىنى ئىقتىدارىنى مـازاق قىلغـۇچى ئىنژېنېر رەي سـىدنېينى چاقىرتـىپ بـزنـىڭ سـۆھبىتىمىزگە قاتناشـتۇردى، يېتەرلـىك كۈلكىلـىك ھەمـدە تېخنىكىسـى يېتەرلـىك ئىشـەنچلىك بولۇشـىغا كاپالەتلىك قىلماقچى بولدى. مەن رەي ۋە پائۇل بۇچېتنى بـر يـغـن زالىغـا تارتـىپ ھەزىـل چاقچـاق ھەققـىدە ئويلاندۇق. غەلىتە كەيپىيات پەيدا قىلىشتا، رەي بـزنـىڭ كۆڭۈلنى ئوقۇش تېخنىكىمىزغا «كۆڭۈل باش ئىشتابى» دەپ ئات قويدى. ھەممە ئىش پۈتكەندە، مەن تېكىستنى بـاش بەتـكە ئـۈلاپ قويـدۇم، ئەگەر بىرەرسى كۆڭـۈل بـاش ئىشـتابى ئـىزدەش قۇتىسـىغا ئـىزدەش مەزمـۇنىنى كىرگۈزسە، خالىغـانچە بـر قاتـار خاتـالىق ئۇچـۇرلىرى كۆرۈنـدۇ، ئاندىن كـۆپ كۆرۈلـدىغان مەسـىلىگە جـاۋاب ئىتتـىدارى ئـىزدەش ھەققـىدە ئـويلىنىش ئۇسـۇلىنى چۈشەندۈرۈپ، كۆڭۈل باش ئىشتابى لازىم بولغان ئىزدەشنى تەكشۈرۈشكە قولايلىق يارىتىدۇ.

سوئال: «مەن چاشقىنەكنى چېكىشكە قارىتا تەسـەۋۋۇر قىلالمـىدىم، مەن چوقـۇم بـارمىقىمنى ئىشلەتسـەم ئاندىن چاشقىنەك يۆتكىلىدۇ. »

جاۋاب: «چاشقىنەكنى چېكىشنى تەسەۋۋۇر قىلىشنى مەشق قىلىش كېرەك. قېشـىڭىز ئـارقىلىق چاشـقىنەك كۈنۈپكىسىنى ئىتتىرىشنى سىناڭ، ئاندىن ئاستا-ئاستا كۆز بىلەن چاشقىنەكنىڭ ئارىلىقىنى يېراقلاشتۇرۇڭ. »

ماريىسـا، بـز يېڭـىدىن قۇرغـان چەتـئەل تىلى كۆرۈنۈشـى ئـارقىلىق، چاقچـاقنى ئىنگلىـز تىلـىدىن باشـقا تىللارغا كېڭەيتەلەيمىز دەپ ئوتتۇرىغا قويدى.

ئـۇ مۇنـداق دېـدى: «بـر خاتـالىق ئۇچـۇرى كۆڭـۈل بـاش ئىشـتابى چەتـئەل ئىدىيەسـىنى بايقىغـانلىقىنى بىلدۈرۈشى مۇمكىن، ئاندىن بىز نەتىجە بېتىدە كۆرۈنۈش تېكىستىنى گېرمانچىغا تەرجىمە قىلىمىز. »

تور باشقۇرغۇچىمىز كارۇن ئىنتايىن تېزلىكتە ئەڭ ئاخىرقى چەك توشۇشتىن ئىلگىـرى ئـاخىرقى رەسـىم ۋە قوشۇمچە نۇسخىسىنى پۈتتۈردى، بۇ كېيىن ئالـداش بايرىمىنـڭ ئەنئەنىسى بولـۇپ قالـدى. بـز ھەمـە ۋاقىـت رايونـدا ئەڭ زور چەكـتە ئاشـكارىلىماقچى، مۇشـۇنداق بولغانـدا بـز 3-ئاينـڭ 31-كـۈنى كەچ سائەت 8 دە كۆڭۈل باش ئىشتابىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىپ، شۇنىڭدىن كېيىنكى پۈتۈن بىر كۈن تور بەتكە قويىمىز.

كارۇن جۈمە كۈنى كەچ سائەت 7:55 ئۆتكەندە ئـاخىرقى ھـۆججەتنى يوللايـدۇ. ناھـايىتى تېـزلا، بـارلىق Google ئىشلەتكۈچىلىرى باش بەتتە چۆگىلەڭاتقان كارتون قاينامنىڭ سىزنى كۆڭۈل بـاش ئىشـتابىنى سـناپ بېقىشقا تەكلىپ قىلىدۇ. بـز ئاخىرى ئەڭ ئاخىرقى مۆھلەتكە ئۇلگۈردۇق، مەن ئۇق دېدىم، شـۇنىڭ بـلەن بىللە ئالاقزادە بولدۇم.

يۇمۇرمـۇ ئەمەسـمۇ ئاڭلىغـان كىشـىگە بـاغلىق. ئەگەر مۇڭەپپەقىيەتلىـك بولمىسـا، ئۇنـداقتا پـاجىئەگە ئايلىنىدۇ. مەن تۇنجى قېتىم ماركىغـا خاسـلىقنى قوشىماسـلىقنى ئويلىغانـدا، كومپيـۇتېر ئەھلىلـرى «ئاقسـاق» بەلگىسـىنى چاپلىـدى ئەمـا مەن بـۇنچە كىچـىك دائىرىـدىكى چاقچـاق پەيـدا قىلىشـنى ئويلىمىغـان، پەقەت

كومپيۇتېر بىلەن ھەپىلىشىدىغانلارلا ئۇنىڭ يۇمۇرلۇق ئىكەنلىكىنى ھېس قىلالايدۇ. بىر مىليون ئادەمگە چاقچاق سۆزلىسە پەقەت بىر ئادەملا كۈلسە، بۇ ھەقىقەتەن ئوسال ئەھۋال بولىدۇ،-دە، ئەمما ئەگەر كۆڭۈل باش ئىشتابى زىلزىلە ئۈنۈمى پەيدا قىلسا، مەن شۇنىڭغا ئىشىنىمەنكى سېرگېي چوقۇم بارلىق كۈلكە خۇرۇچلىرىنى ئىنژېنېرلارغا قالدۇرىدۇ، يەنە مېنى بۇندىن كېيىن مەھسۇلات چۈشەندۈرۈشى ۋە خاتالىق ئۇچۇرى يېزىشقا ئىزچىل مەجبۇرلايدۇ.

پەقەت كارۇن تاپشۇر توپچىسىنى بىر چەكسىلا، مەن چوقۇم خەت قوبۇللاش ساندۇقۇمنى تەكشۈرۈشىنى باشلاپ، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ قايتۇرما ئىنكاسىنى بىر تەرەپ قىلىشىم كېرەك. مەن توساتتىن پۈتكۈل ئىشلىرىمنىڭ بۇ ئەخمىقانە چاقچاقنىڭ باش تېما كۈلكە خۇرۇچى بولۇش بولماسلىقىغا باغلىق بولۇپ قالغانلىقىنى ھېس قىلدىم، بۇ خىل تۇيغۇ بارغانسېرى ئاجىزلاپ، ئادەمنى تېخىمۇ گۆدەك ھېس قىلدۇردى.

8:01 ئۆتكەن ۋاقىتتا، تۇنجى ئېلخەتنى تاپشۇرۇۋالدىم.

بىرىنچى جۈملە مۇنداق: «Google بەك كۈچلۈككەن!» بۇ ئىشلەتكۈچى بىزنىڭ باش بېتىمىزنىڭ لايىھەسىنى ياقتۇرۇدىكەن. ئۇنىڭغا ئۇلاپ ئېلخەت بارغانسېرى ئاۋۇشتا باشلىدى، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ھەممىسى ھەيران قاپتۇ. ئۇلار ئىزدەش موتورىنى ئىنتايىن كۈلكىلىك ھېس قىپتۇ، ئەكسىچە ئۇلار ياقتۇرىدىكەن. ئۇلار يوللىغان ئۇچۇرنىڭ ھەممىسىدە كۈلگەن چىراي ئىپادىسى، قاقاقلاپ كۈلگەن، كۈلۈپ يەردە دۇملاپ كەتكەن ۋە ياكى كۈلگەنلىكىدىن يەردە يۇملاپ كاسسىمۇ كۈلۈپ كەتكەنگە ئوخشاش چىراي ئىپادىلىرى بىلەن توشۇپ كەتكەن ئىدى. ئۇلار ھەقىقەتەن ياقتۇرۇدىكەن. مەن يان كومپيۇتېرىمنىڭ ئېكرانىغا قاراپ، ئۇلارنىڭ ياقتۇرغان ھېسسىياتى چوڭ مېڭەمگە تەسىر قىلۇاتاتتى. پەقەت بىر قانچە ئىشلەتكۈچى گاڭگىراپ چۈشىنەلمەپتۇ، يەنە بەزىلەر بىزنىڭ كۈلكىلىك رەڭلەرنى ئازايتىشىمىز كېرەكلىكىنى ھېس قىپتۇ، ئىزدەش موتورىنى ئاساسىي ئورۇنغا قويۇشنى دەپتۇ، يەنە ناھايىتى ئاز ساندىكىلەر بىزگە ھەيۋە قىلىپ، ئەگەر بىز باش بەتكە ئىزچىل رەسىم قويساق ئۇلار بىزنىڭ ئىزدەش موتورىمىزنى ئىشلەتمەيدىغانلىقىنى دەپتۇ. ئۆزى «تۇتقاقلىق كېسىلىنىڭ دەسلەپكى مەزگىلى» دە تۇرۇۋاتقان بىر كىشىنىڭ دېيىشچە بىزنىڭ ئايلانما رەسىمىز تۇتقاقلىق كېسىلىنىڭ قوزغىلىشىنى ئازايتالايدىغانلىقىنى ھېس قىپتۇ. ئەمما كىشىنى بىزار قىلىدىغان يېزىپ قالدۇرۇلغان پىكىرلەر كېيىنكى بىر قانچە سائەتتە كەلگەن مەدھىيە ماختاشلار تەرىپىدىن كۆمۈلۈپ قالدى. ئۇ مەدھىيە ۋە ھاياجانغا تولغان مۇھەببەتلىك چوڭ ناماىش ئىدى. ئاڭلاڭ! ئۇ جەننەتتىكى ئاستا چېلىنىۋاتقان ئۇنسىز ئۇدار ئەمەسمۇ؟

«ئاۋۇنى تاقىۋەت. ئۇ مېنى گېرمانىيەلىك دەپ قالغان ئىدى. » قۇلىقىمغا قوپال ئاۋازدىن بىرى ئاڭلاندى.

«كۆڭۈل باش ئىشتابى بىرئاز كۈلكىلىك ئەمما نەتىجە بېتىدە ئوخشىمىغان تىلدا ئىشلىتىش سەل تەس بولۇپ قالدى. بۇ چاقچاقنىڭ ۋاقتى ناھايىتى تېزلا ئۆتۈپ كەتتى. »

قوپال ئاۋازنىڭ ئېيتقىنى چۈشەنمەسلىك ۋە غەزەپ ئىدى. بۇ ئاۋازلار سىلىق تۆۋەن ئاۋازدىن ئۆتكۈر قوپال سۆكۈش ئاۋازىغا ئۆزگەردى، ئەڭ ئاخىرى ئۇدا غەزەپلىنىپ پارتلاپ چىققان ھۆركىرەشكە ئايلاندى، بۇنداق بولغاندا بىز سەل قارىساق بولمايتتى. كېچە سائەت 10 دىن ئىلگىرى، Google نىڭ دۇنيانىڭ ھەر قايسى جايلىرىدىكى نۇرغۇن ئىشلەتكۈچىلىرىگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، گېرمانىيەلىكلەر ۋە كۆڭۈلنى تىزگىنلەيدىغان چاقچاق ئۇلارغا ئويلىغىنىمىزدەك كۈلكىلىك تۇيۇلماپتۇ، بۇ كىشىنى تولىمۇ بىئارام قىلىدۇ. مەن سۇسانغا ئېلخەت يوللىدىم، ئۇ ئىشخانىسىدا ئىنكاسلارنى نازارەت قىلىۋېتىپتىكەن، ئۇ ماڭا گېرمانچە ئۇچۇرلارنى ئۆچۈرۈۋېتىش تەكلىپىنى بەردى. ئۇ مەسلىنى تاپقانلىقى، سېرگېيغا تېلېفون ئۇرغانلىقىنى ئېيتتى. سېرگېينىڭ گېرمانچە خاتالىق ئۇچۇرى ۋە ئۇلىنىدىغان نەتىجە بېتىنى ئۆچۈرۈۋېتىشكە قوشۇلغانلىقىنى دېدى. ئەمدى ياخشى بولدى، بىر كىچىك كاشىلا ھەل بولدى.

ئۇنىڭدىن باشقا مەسىلەرنى ھەل قىلغىلى بولمايتتى، چۈنكى ئۇ جۈمە كۈنى كەچقۇرۇن ئىدى. قۇرۇلۇش

بۆلۈمدىكى بارلىق ئىشچى-خىزمەتچىلەر سېرگېي بىلەن بىللە Zibbibos تا ھاردۇق چىقىرىپ، بىر ھەپتىدىن بۇيانقى چارچاشلىرىنى يوقىتىۋاتاتتى. Zibbibos پالو ئالتو شەھەر مەركىزىدىكى مودا ئاشخانا بولۇپ، Google باش ئىشتابىدىن 20 مىنۇتلۇق يول ئىدى. ئىشخاندا قېيقالغانلار نۆۋەتتىكى ئەھۋالنى ئۆزگەرتىش ئۈچۈن ھېچنېمە قىلالمايدىغان ھوقۇقى يوقلار ئىدى. ئۆيۈمدە بارغانسېرى كۆپىيىۋاتقان گېرمانىيەلىكلەرنىڭ ئاغرىنىشىنى كۆرۈۋاتاتتىم، گېرمانىيەلىكلەرنىڭ تەپەككۇرى شۇنداقلا گېرمانچە چاقچاق بىلەن قالدۇرۇلغان سۆزلەر خەت ساندۇقۇمغا كىرىپ، ھەتتا خەت ساندۇقۇم قىستاڭچىلىقتا پارتلاپ كېتەيلا دەپ قالدى. گەردىنىمدىكى تەر تامچىسى كىچىك مۇز توپقا ئايلىنىپ قالغانىدەكلا تۇيۇلۇپ، ئومۇرتقامنى بويلاپ تۆۋەنگە چۈشۈۋاتاتتى.

يېرىم سائەت ئۆتتى، يەنە يېرىم سائەت ئۆتتى. بىز ئەينى ۋاقىتتا ئېلخەتكە تاقابىل تۇرۇۋاتاتتۇق. كىشنى بىزار قىلدىغان گېرمانچە ئاۋارىچىلىك ئاخىرى ئاخىرلاشتۇرۇلدى. بەختىمزگە يارىشا بۇنى مەلۇم بىر ئىنژېنېر ھەل قىلدى، ئىشلەتكۈچىلىرىمىز قارشى ئېلىنمايدىغان گېرمانچە ئىزدەش نەتىجىسىنى قايتا تاپشۇرۇۋالمىدى. ئەمما ئىزدەش نەتىجىسى پورتۇگالچىغا ئالماشتۇرۇلدى. ئىنژېنېرلار چاقچاقنى بەك كۆلكىلىك ھېس قىپتۇ، تامامەن ئۆچۈرۈۋېتىشكە بولمايدىكەن، شۇڭلاشقا ئۇلار كۆرۈنۈشنى يەنە بىر تىلغا ئالماشتۇرۇپتۇ. ئىشلەتكۈچىلەر گېرمانچىنى ياقتۇرمامدۇ؟ بوپتۇ، بىز باشقىغا ئالماشتۇرايلى.

«بولمايدۇ بولمايدۇ!» مەن ئالدىراشلىق بىلەن ئىنژېنېرلارغا دېدىم. بۇ قايسى تىلنىڭ مەسلىسى ئەمەس، بۇنىڭ سەۋەبى ئىشلەتكۈچىلەر چەتئەل تىلىدىكى كۆرۈنۈشنى ئىشلىتىشى بەك تەس. بىز ئەينى ۋاقىتتا خاتالىقنى تۈزىتىش بولماستىن بەلكى خۇددى ئۆزىمىزنىڭ ماركسىنى بۇلغاۋاتقاندەكلا، ئىنژېنېرلار شىركەتنىڭ ھوشىدىن كېتىپ ئەسلىگە كېلەلمەسلىكىنى كۆرسە تېخىمۇ پۇخادىن چىقىدىغاندەك ھېس قىلىشتى. ئۇنىڭدىن ئىلگىرى مەن ئاممىۋى مۇناسىۋەت كىرىزىسىنى باشتىن كەچۈرگەن ئىدىم، ئەمما بۇ قېتىم خۇددى ئويلاپ يېتەلمەيدىغان ئالۋاستەكلا.

ئەرز توختىماي كېلىۋاتاتتى. گەرچە ۋەزىيەت گېرمان تىلى تېكستىدەك ئۇنچە دەھشەتلىك بولمىسىمۇ ئەمما ئىشلەتكۈچىلەر تور ئادرېسىنى قولاي ھالدا زىيارەت قىلالماسلىقتىن يەنىلا ئاغرىنىۋاتاتتى. بىز ئاساسىي قائىدىگە خىلاپلىق قىلدۇق، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئۆچۈر ئىزدىشى تەسلىشپ كەتتى. بىر ئىشلەتكۈچى قاقشاپ بىزنىڭ چاقچىقىمىز ئۇنىڭغا مال-مۈلۈك زىيىنى كەلتۈرۈپ چىقارغانلىقىدىن ئاغرىنىدى، كەسىپي تەتقىقاتچى بولۇش سۈپىتى بىلەن ئۆزىنىڭ Google نى ئىشلىتىپ خىزمەتنىى تامامليالمايۋاتقانلىقىنى ئېيتتى.

مەن ئىلگىرى چوڭ شىركەتتە ئۇزۇن مەزگىل ئىشلىگەن بولساممۇ، مەسلىنى يۇقىرى قاتلامغا تاپشۇرۇش ياكى تاپشۇرماسلىقتا يەنىلا ئىككىلىنىپ قالدىم. ئەمما مېنىڭ Google دىكى خىزمەت تەجرىبەم ماڭا شۇنى بىلدۈردىكى، كارخانىنىڭ تەشكىلىي قۇرۇلمىسىدىن ئەنسىرەپ ئارقىغا چېكىنمەڭ. مەن سېرگېيغا تېلېفون ئۇردۇم. ئەينى چاغدا ئاشخاندا ئادەم بەك كۆپ بەك ۋاراڭ-چۇرۇڭ ئىدى، ئىنژېنېرلارمۇ پاراڭ سېلىۋاتاتتى، گېپىمنى ئېنىق ئاڭلاش ئۈنچە ئاسان ئەمەس ئىدى ئەمما مەن بارلىق چەتئەل تىلى قوللىنىشلىرىنى توختىتىشتا قەتئىي چىڭ تۇرغان ۋاقتىمدا، ئۇنىڭ ناھايىتى ھەيران قالغانلىقىنى ھېس قىلدىم.

مەن ئەينى ۋاقىتتا ئېنىقلا ئۇلارنىڭ ئولتۇرۇشىنى قالايمىقان قىلىۋاتاتتىم ئەمما سېرگېي رازى بولمىغان ھالدا قوشۇلدى، بەلكىم كۆڭۈل ئېچىۋاتقاندا يەنە كاشىلىغا ئۇچرىماي دەپ ئويلىغان بولۇشى مۇمكىن.

مەن سۈسان بىلەن ئالاقىلىشالمايۋاتاتتىم، يېرىم كېچە بولغاندا ئاندىن بارلىق چەتئەل تىلىدىكى تېكست تورتۇرادىن چىقىرىۋېتىلدى.

بىر ئىنژېنېر قاقشاپ: «بىزنىڭ ئاز بىر قىسىم ئىشلەتكۈچىلىرىمىز بەك دۆتكەن، پەقەت تور بەتتىكى ھەممە مەزمۇن پورتۇگالچە بولسا، ئۇلار ئىشلىتىشنى بىلەلمەيتۇ». كۆرۈنۈپ تۇرۇپتۇكى Google مۇلازىمەت

تېخنىكا سەرخىلىدىن ئاساسىي بازاردىكى — ئۇنىڭ قارىشىچە دۆتلەر ئەڭ كۆپ تارقالغان جاي — ھاڭغا قەدەم باستى.

ئىنژېنېر خوۋارد مۇنداق دېدى: «مېنىڭ بەكرەك ئەنسىرەيدىغىنىم كىچىككىنە سەلبىي ئىنكاستىن قورقۇپ كېتىشىمىز ئىدى. » ئۇ ئەنئەنىگە جەڭ ئېلان قىلايدىغان كىشى ئىدى. «بىز قالايمىقان چاقچاق قىلمايلى، لېكىن چاقچاق Google ئۇچۇن ئىنتايىن مۇھىم. بىز ئامالنىڭ بارىچە ئالداش بايرىمىدىكى چاقچاقنى توسىمىز، ئۇنى بۇنچە كۆپتۇرۇۋەتمەيمىز. مېنىڭچە بۇ بىزنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىشىمىزنىڭ بىر قىسمى — شىركەت مۇتەئەسسىپلىككە قاراپ مېڭىۋاتىدۇ. » ئۇنىڭچە بۇ ئىجابىي ئۆسۈپ يېتىلىش ئەمەسكەن.

سېرگېي مەسلىنىڭ تەلتۆكۈس ھەل بولمىغانلىقىنى ئېتىراپ قىلدى، گېرمانچە ئىزدەش نەتىجىسى بەك قىزىقارلىق. ئۇنىدىن باشقا، كۆڭۈل مەركىزى ئارقىلىق ئېرىشكەن ئىجابىي ئىنكاس سەلبىي ئىنكاستىن خېلىلا كۆپ.

يېرىم كېچە 2 بولغاندا مەن ئاندىن ئۇخلىدىم. چۈشۈمدە گېرمانلار ھەققىدە، لىسسابون ھەمدە بىر فىرانسىيەلىك ساقچىنىڭ رەڭسىز چۈشىنى كۆرۈپتىمەن، ئۇ فىرانسىيەلىك ساقچى شۇبھىلىنىپ ماڭا قاراپ، مۇنداق سورىدى: «ئۇنى تاقۇبتەمسىز؟ لېكىن كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئۇنى بەك ياخشى كۆرىدۇ ئەمەسمۇ!»

ئىككىنچى كۈنى ئەتىگەندە ھېسسىيات جەھەتتىن ئىنتايىن تىركىشۈاتقاندەك ھېس قىلدىم. مەن كۆڭۈل باش ئىشتابى دېگەن بۇ چاقچاقنى باشلىدىم، Google نىڭ غەلىتە بىمەنلىكى مۇتەئەسسىپ بولمىغان ئۇسلۇبىغا تامامەن ئۇيغۇن. سېرگېي باشتىن ئاخىر ھەممىسىنى بىلدۇ — ماركىمزغا چاقچاق قىلىشقا بولىدۇ. ئەمما تەرجىمە كۆرۈنۈشىدىكى خاتالىقتىن مەن ئىنتايىن تەڭلىكتە قالدىم، باشقىلارنىڭ مەنىدەك تەڭلىكتە قېلىشنى ھېس قىلماسلىقىدىن تېخىمۇ ئەنسىرەيمەن.

نېمە ئۇچۇن ئەرز كۆرۈلسىلا شۇنچە كۈچ سەرپ قىلىپ ئۆزگەرتىش قىلمىز؟ نېمە ئۇچۇن تىلنى پورتۇگالچىغا ئالماشتۇرمىز؟ زادى كىم تاپقان ئەقل؟ مەن ماركا باشقۇرغۇچى بولۇش سۈپىتىم بىلەن ماركا باشقۇرماي يەنە نېمە ئىش قىلالايمەن؟ مەن ھازىر Google نىڭ ھەقسىز كۈچىنىڭ نەدىلىكىنى چۈشەندىم. ئۇ يېڭى GWS نى ئوتتۇرىغا قويۇش ھوقۇقى بار كىشىلەرنىڭ قولىدا، تور ئادرېسىنىڭ ئىجرا قىلىش كودىنى ھەقسىز دەللىلەيدىغان كىشىنىڭ قولىدا. ئۇ ئىنژېنېرلار ئەڭ ئاخىرقى بىر تۇركۈم دەرۋازىۋانلەردۇر. مەن تۇرنىڭ ئىجرا قىلىنىشىغا يېشىل چىراغ يېقىپ بەرگەن تەقدىردىمۇ، ئۇزۇچاتىنى باشقۇرىدىغان كىشىنىڭ باشقىچە پىكرى بولسىلا، بىزنىڭ ئىجرا قىلىش جەريانىمىز ئىككىنچى كۈنگە بارمايلا ئۆزگىرىدۇ — بۇ مېنىڭ يۈز چاقىرىم نېرىدا تۇرۇپمۇ ئۇيقۇ كەلتۈرمىدى، مەن ئۇخلاشتىن ئىلگىرى ئۆزەمنىڭ باش ئىشتابتا بولۇشۇمنى بەكمۇ ئارزۇ قىلدىم. كۆڭۈل باش ئىشتابى ۋەقەسى بىزنى توغرا يولدىن قايدۇرۇۋەتكەندەك تۇيۇلدى.

دۈشەنبە كۈنى ئىشقا چىقىپلا ئىشتىن كېيىنكى ئەسلەتمە يېزىپ، بۇنداق ئىشنىڭ قايتا يۈز بەرمەسلىكى ھەققىدە ئۆزەمنى ئەسكەرتتىم. مەن تاپشۇرۇۋالغان 600 پارچىدىن ئارتۇق ئېلخەتتىن تۇپلىغىلى بولىدىغان ھەمىمە سانلىق مەلۇماتلارنى ئىچىگە تۇپلىدىم. ئۇنىڭ ئىچىدە 70% ئېلخەت كۆڭۈل باش ئىشتابىنى ياقتۇرىدىغانلىقىنى ئىپادىلەپتۇ، قالغانلارنىڭ كۆپ قىسمى نەتىجە كۆرۈنۈشى باشقا بىر تىلغا تەرجىمە قىلىنغانلىقىدىن ئاغرىنىپتۇ. مەن تەجرىبە ساۋاقنى خاتىرىلۈالدىم: ئىشلەتكۈچىنىڭ ئىزدىشىنى مەڭگۈ تەسلەشتۇرۇشكە بولمايدۇ. مەن يەنە ئەرز قىلغان ئىشلەتكۈچىلەرگە بىر پارچە كەچۈرۈم سوراش خېتى يازدىم ھەمدە ئۇلارغا Google نىڭ مايكىسىنى تولۇقلىما سۈپىتىدە ھەقسىز ئەۋەتىدىغانلىقىمغا ۋەدە بەردىم. قاباھەتلىك چۈش ئاخىرى تۈگىدى. ھەممىمىز ئۆزىمىزگە لايىق تەجرىبە ساۋاقتا ئىگە بولدۇق، خاتالىقتىن بىلىم ئالدۇق، ھازىر يەنە ئالغا ئىلگىرىلىسەك بولىدۇ.

ماريسسا بۇنداق قىلىشنىڭ ھاجىتى يوق دېدى.

ئۇ مۇنداق دېدى: «مەسلە بىزنىڭ كۆرۈنۈشنى گېرمانچىغا تەرجىمە قىلغىنىمىز ئەمەس، بەلكى بىز كۆڭۈل باش ئىشتابىدا گېرمانچە تەپەككۇرنى بايقاشقا ئائىت «تەكلىپ» نى قىلغانلىقىمىز ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ دىققىتىنى تارتقان. «ئەگەر بىز مەسئۇلىيەتنى سۈرۈشتۈرمەسلىك بايانىتىنى بەتكە قويۇپ، ئۇنىڭ پەقەت چاقچاق ئىكەنلىكىنى دېسەكلا، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى بىئارام بولمايدۇ.

يەنە بىر ئىنژېنېر گەپ قىستۇرۇپ مۇنداق دېدى: «ئۇ تەكلىپ بولمىغان بولسا، زور كۆپچىلىك كىشى تەرجىمە ئۆزگىرىشىگىمۇ دىققەت قىلمىغان بولاتتى. پەقەت بەتتىكى يېتەكچىنىڭ تېكستى گېرمانچىغا تەرجىمە قىلىنغان — بەت نەتىجىسى يەنىلا ئىنگلىزچە. »

ھەقىقىي ئىزدەش نەتىجىسىدىن سىرت، باشقا تېكستلەرنىڭ ھەممىسى ئىنگلىزچە ئەمەس، ئىشلەتكۈچىلەر قانداقسىگە دىققەت قىلمايدۇ؟ مەن بۇنىڭدىن شۇبھىلىنىپ چۈشىنەلمىدىم. ئەگەر بەتنىڭ ئاستىغا بىر جۈملە قىستۇرۇلۇپ، ئۇستىدىكىنىڭ چاقچاق ئىكەنلىكى ئەسكەرتىلسە، بۇ مەسىلىنى ھەل قىلمايلا قالماي بەلكى ئۆزىنىڭ چاقچىقىنىڭ كۈلكىلىك ئەمەسلىكىنى ئېتىراپ قىلغانلىق دەپ چۈشەندۈردى. جوناسان سۋىفت (Jonathan Swift) (ئەنگلىيە ساتىرا ئەدەبىياتى پىشۋاسى) ئەزەلدىن ساتىرا بار يەرگە يۈلتۈز بەلگىسى قويمىغان.

كۆڭۈل باش ئىشتابى مەسلىسىدە ماربىسا بىلەن مېنىڭ پىكرىم ئىزچىل بىردەك ئەمەس. مەن ئەسلى ئېلخەتنى ئۇنىڭغا ئەۋەتىپ بەرگەندىن كېيىنمۇ، ئۇ يەنىلا مېنىڭ ئىشلەتكۈچى ئىنكاسىنى تۈرگە ئايرىشىمدا مەسىلە بار دەپ قارىدى. قولۇمدا تەييارلاپ قويغان پولاتتەك پاكىت بار ئىدى، شۇنداقتىمۇ بىز سانلىق مەلۇماتنى قانداق چۈشەندۈرۈش ھەققىدە بىرلىككە كېلەلمىدۇق. مەن مەسئۇلىيەتنى سۈرۈشتۈرۈشنى ئويلىمىدىم ئەمما كۆپچىلىكنىڭ خاتالىقتىن تەجرىبە ساۋاق يەكۈنلەپ، بۇندىن كېيىن قايتا سادىر قىلماسلىقنى ئۈمىد قىلدىم. بۇ قېتىملىق خاتالىقنى قايتا ئۆتكۈزمەسلىككە كاپالەتلىك قىلىش ئۈچۈن، بىز خاتالىقنىڭ زادى قەيەردە ئىكەنلىكىنى جەزملىشىمىز لازىم.

ئۈمىد كوردىستانى ئۆزىنىڭ كۆز قارىشىنى ئوتتۇرىغا قويدى. ئۈمىد سېتىش كەسىپى تەتقىقات ئورنىنىڭ باشلىقى بولۇپ، ئۇ ئاغرىنغان ھالدا مۇنداق دېدى: «بۇ ئىنتايىن گۆدەكلىك!» ئۇ باشتىن ئاخىر كۆڭۈل باش ئىشتابىنى تەنقىد قىلدى. ئۈمىد دەسلەپتە كۆڭۈل باش ئىشتابىنى بىلمەيتتى، ئالداش بايرىمى كۈنى ھەممە جايىنى قاپلىغان ۋاقىتتا، ئۇ راسا ئاچچىقلاندى. ئۈمىد مىجەزى ئېغىر، چىرايىدا كۈلكە كەتمەيدىغان ھەتتا تىزلىنىپ تۇرۇپ بىزنى زاڭلىق قىلىپ بۇ چاقچاقتا ئېلان سودىگەرلىرىنى قاتناشتۇرماپسىلەر، ئۇلارنىڭ قوشۇنى ئىزچىل ئاشۇ ئېلان سودىگەرلىرىگە ياخشىچاق بولۇۋاتقانلىقىنى بىلىشىڭلار كېرەك ئىدى. بىز ھەتتا، دۇنيادىكى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ پۈتۈنلەي ئامېرىكىچە يۇمۇرىمىزنى قانداق ھېس قىلالايدىغانلىقىنى ئويلاپ باقمىدۇقمۇ؟

ئۇ بىزنى ئاگاھلاندۇرۇپ مۇنداق دېدى: «مەن بۇنداق ئىشنىڭ قايتا يۈز بەرمەسلىكىنى ئۈمىد قىلىمەن. ھېلىمۇ ياخشى، بۇ ئىش جۈمە كۈنى كەچتە يۈز بېرىپتۇ. » بۇ ئومىدنىڭ مۇشۇ خىل كېلىشمەسلىكتىن بايقىغان بىردىنبىر ئۈمىد ئىدى. Yahoo غا ئوخشاش دەرۋازا تورتۇرا — ئۇلار بىزنى ئۆزلىرى بىلەن رىقابەتلىشىدۇ دەپ ئويلاپ قاپتۇ — بۇندىن كېيىن بىزدىن ئەنسىرىمەيدىغان بولدى. بۇ خىل گۈدەكلەرچە ئەخمەقلىق ئارقىلىق، ئەلۋەتتە ئۇلارنىڭ ئىشلەتكۈچىلىرىنى تارتىپ كېتەلمەيمىز. ئۈمىد بىزنى ئەسكەرتىپ مۇنداق دېدى، بىز ھازىر ستانفوردنىڭ ياتىقىدىكى ئەينى ۋاقتىتكى تۇر ئەمەس، بىزنىڭ ھازىر يۈرگۈزۈۋاتقىنىمىز ھەقىقىي سودا پائالىيىتى، بۇ خۇددى يېڭى ئالىي مەكتەپ ئوقۇغۇچىسىنىڭ پۈتۈنى ئىچىپ بولۇپ قىلغان بىمەنە چاقچىقىغا ئوخشاپ قالدى. مەن ئۇنىڭ ئەينى چاغدىكى Netscape شىركىتىدىكى كۈنلىرىنى ئەسلەپ قالغانلىقىنى ھېس قىلدىم — بىر مەزگىل مەشھۇر بولغان شىركەت، كېيىن ماگناتلارنىڭ بېسىمى بىلەن ماغدۇرىدىن كەتكەن.

«ئەنسىرەپ كەتمە، ئۈمىد» سېرگېي ئۇنىڭغا بەك ئەنسىرەپ كەتمەسلىكنى ئېيتتى، «بىز تۇرۇپ تۇرۇپ

غەلىتە ئىشلارنى قىلمىز، ئەمما خالىغانچە قىلغان ئەمەس، بۇ ئىشلارنىڭ ئىجابىي تەسىرى بار. »

مەن ئومىدقا ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ھەممە ئىجابىي پىكىرلىرىنى كۆرسەتتىم، ئەمما سىندى مېنى بۇ ئىشلارنى چىرايلىق كۆرسىتىپ زور مۇۋەپپەقىيەتلىك قىلىۋەتتىڭ دېدى. ئومىد مەنپەئەتداش، ئەلۋەتتە بۇ ئىشقا قاتنىشىدۇ. مەن يەنە بىر تەجرىبە ساۋاقتا ئېرىشتىم. مەيلى نېمە بولسۇن، مەن پەقەت ئۆزەمنىلا بەزلىيەلەيمەن، بۇنداق بولغاندا ئۆزەمگە تېخىمۇ كۆپ ھەرىكەتلەندۇرگۈچ كۈچ بېرەلەيمەن، تېخىمۇ رەسمىي ھالدا بۇ قېتىملىق چاقچاقنى توسالايمەن. ئۇ كىۋنى ئاخشىمى ناھايىتى كەچ ۋاقىتتا، GWS ئىتتىرگۈچ يەنىلا ئىشلەۋاتاتتى، ھاياجانلىق ئەسەر توختاپ قالدى. يۈزە قارىغاندا شۇنداق ئىدى.

گەرچە باشقىلار كۆڭۈل باش ئىشتابىدىن تەجرىبە ساۋاقنى قوبۇل قىلمىغان بولسىمۇ، ئەمما مەن يوقالغان شاۋقۇن-سۈرەنلىك چاڭ-توزانىدىن يورۇقلۇقنى ھېس قىلدىم. لوزۇنكا ئېلانغا تايانماي، ئىسىم كارتىسى قۇرۇلۇشى قىلماي تۇرۇپمۇ، مەھسۇلاتتا Google ماركىسى يارىتالايدىغانلىقىمغا تامامەن ئىشەندىم. Google خاراكتېرى بىز — مەن — ۋە ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ سۆزلىشىش شەكلى ئارقىلىق روشەن نۇر چاچىدۇ. مەن ھەر قانداق ئىشنى سىناپ باقسام بولىدۇ، چۈنكى ماڭا قۇمانداڭلىق قىلالايدىغان ئاشۇ ئىككى كىشى ئەلۋەتتە مېنى چەكلىمەيدۇ. مەن پۈتۈنلەي ئەركىن.

مەن Google نىڭ دەپتەردارى، ھازىر مەن ئۇلارنىڭ ئاۋازىنى ئاڭلىتىمەن.

ئەسەبىيلىكتىن ئادىشىش

Google نىڭ ۋاقىت ئورۇنلاشتۇرۇشى ساموراينىڭ راسا تاۋلانغان قېلىچىغا ئوخشايدۇ. نۇرغۇن پائالىيەتلەر بىرلا ۋاقىتتا ئېلىپ بېرىلىدۇ، بۇ كىتابنىڭ سىزىقلىق چۈشەندۈرۈشى ھەقىقىي ئۇچ ئۆلچەملىك كەچمىشنى تۈزلىۋەتتى، ئەسلى شەكلىنى تولۇق ئەكس ئەتتۈرگىلى بولمايدۇ. ئەگەر كىتاب بېتىنى يىرتىۋېتىپ، ئۇلارنى ئاسمانغا ئاتسىڭىز، ئۇلار ئۈستىڭىزگە چۈشكەن ۋاقىتتا خالىغانچە ئوقۇڭ، بەلكىم ئازراق ئۇچ ئۆلچەملىك تۈيغۇغا كېلىپ قېلىشىڭىز مۇمكىن. مەن شىركەتتە تۇرۇۋاتقىلى 5 ئاي بولدى، ھەر كۈنى، ھەر سائەتتە مېڭەمدە يېڭى بىر يول ئېچىلىدۇ، ئەسلىدىكى ئورۇندىن ئايرىلىپ يوچۇن يۆنىلىشكە ماڭىدۇ.

بىر قېتىملىق مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىنىدا، مەن لارى بىلەن سېرگېيغا مۇنداق دېدىم: «مەن باش بەتكە قويىدىغان، ئازراق مەزمۇننى يېزىشنى باشلىغان. بۇنداق بولغاندا تور بېتىمىزنى تۈنجى قېتىم ئىشلەتكەن ئىشلەتكۈچىلەرگە بىزنىڭ ئەڭ زەللىكىمىزنى نامايەن قىلىپ، ئۇلارنى قايتا زىيارەت قىلىشقا جەلىپ قىلالايمىز. بۇ مەزمۇن تىزىمى. »

سېرگېيىنىڭ كۆزى يېڭى تېلېفوندىن يۆتكەلمىدى، ئۇ تېلېفوننى چۈڭۈماقچىدەك قىلاتتى.

«سەن قايسىسىنىڭ يېڭى ئىشلەتكۈچى ئىكەنلىكىنى قانداق جەزملەيسەن؟ » دەپ سورىدى لارى. «ئۇلار مۇشۇ ئۇچۇرلار سەۋەبىدىن تور بەتنى تاقىۋەتسىچۇ؟ » ئۇ تام شوللىغۇچنىڭ ئېكرانىدا رەتلىك تىزىلغان ئون نەچچە قۇر خەتنى كۆرگەچ شۇنداق دېدى. مەن ئۇنىڭ سوئالىغا تېخى جاۋاب بەرمەي تۇرۇپلا، ئۇ ئۇلاپلا مۇنداق سورىدى: «سەن نېمە ئۈچۈن ‹دەڭر› ژۇرنىلىدىكى گۇۋاھنامىنى ئىشلەتمەيسەن؟ بىراق مېنىڭچە بۇلارنىڭ ھەممىسى ئۇنۇملۇك ئەمەس. »

سېرگېيىنىڭ كۆزى تېلېفوندىن لارىغا يۆتكەلدى، لارى قېشىنى مىدىرلىتىپ قويىدى.

لارری ماڭا مۇنداق دېدی: «سەن بۇلارنی تېخىمۇ جەلپ قىلارلىق قىلساڭ بولغۇدەك. ئەگەر Google ئىزدىگەن بارلىق سانلىق مەلۇماتلارنى بېسىپ چىقىرىپ، بۇ قەغەزلەرنى دەستىلسەك يەردىن ئايغا يېتىپ بارىدۇ. »

سېرگېي كۈلۈپ قويۇپ، ئورۇندۇقنىڭ يۆلەنچۈكىگە يۆلەندى.

«توغرا ئەمەس. » دېدى سېرگېي لارىرغا قاراپ.

لارىرنىڭ قېشى يەنە كۆتۈرۈلۈپ، قوشۇمسى تۇرۇلۇپ بىرلىشىپ كەتتى.

«بىز قىلماقچى بولغان ئىش تاسادىپىي يۈز بەرگەن ئىشنى تەكشۈرۈش، قاراپ باقايلى قايسىسىنىڭ ئۇنۇمى تېخىمۇ ياخشى. » سېرگېيمۇ سۆزلەۋېتىپ قېشىنى كۆتۈرۈپ قويدى، تەخمىنەن تۆتتىن بىر دىيۇيم ئېگىزلىكتە ئىدى.

بىر چاغدا ئۇلار ئىككىلىسى بىر بىرىگە تىكىلىپ گەپ قىلمىدى، قېشى كۆڭۈل سەزگۈسى پىكىرلىشىدىغان يېپىق توك يولدا قوش كىشىلىك ئۇسسۇل ئويناۋاتاتتى. مەن بەزىدە لارىرنى ئېنىق چۈشىنەلەيدىغاندەك ياكى سېرگېينىڭ نېمە ئويلاۋاتقانلىقىنى بىلدىغاندەك ھېس قىلاتتىم شۇنداقتىمۇ ئۇلار ئىككىسى بىر يەردە تۇرغاندا، ئۇلارنىڭ ئويىنى بىلىش، خۇددى قوش نېترون يۇلتۇزى ئارىسىدىكى يوچۇقتىن بىر دەستە يورۇق نۇرنى تۇتتۇقانىدەك قىيىن ئىدى. ئوتتۇرىدا ناھايىتى نۇرغۇن ئېنېرگىيە ئايلىنىش بار ئىدى، ئەمما مەن تەكشۈرەلەيدىغان نۇر سىپىكترى دائىرىسىدە ئەمەس ئىدى. سېرگېي دىققىتىنى قايتىدىن چۈۋۈۋېتىلگەن تېلېفونغا يۆتكىدى.

«بىزنىڭ قانداق قىلىدىغانلىقىمىزنى بىلەمسەن؟ » ئۇ تىزىغا قاراپ سورىدى، «بىز باش بەتنى ئوتتۇقاشتەك ئاچ قىزىلغا ئۆزگەرتىپ، قانچىلىك ئادەم قايتا زىيارەت قىلىدىغانلىقىنى كۆرۈپ باقايلى. »

لارری خۇددى سەكرەۋاتقان قېشى ئۇنىڭغا بىر ئەركىن تۇپ ياكى مۇكاپات مەيدان ئۇتتۇقانىدەك، شۇئان تېتىكلىشىپ كەتتى.

مەنمۇ كۈلدۈم، ئەمما مەن كۈلۈپ بولغاندىن كېيىن، ئۇلار تېخىچە ئۆزىنى توختىتىۋالالماي كۈلۈۋاتاتتى. بىر گۇمان مېڭەمدىن يالت قىلىپ ئۆتۈپ كەتتى. ئۇلار ئەمەس ... ئۇلار بولۇشى مۇمكىن ئەمەس... بۇ تەكلىپنى راست دەپ قالدىڭغۇ دەيمەن؟ مەن باشتا گۇماندىن ئىنكار قىلىشتىن باشلىنىپ ئاندىن لوگىكىلىق ئەقلىي يەكۈن ئارقىلىق قارشى تۇرىدىغان ئۇزۇن مۇساپە، سانلىق مەلۇمات پارامېتىرى قۇرۇپ ئۇلارنىڭ ئارزۇسىنىڭ قىممىتىنىڭ ئانچە چوڭ ئەمەسلىكىنى ئىسپاتلىغاندىلا ئاندىن تۇگىگەن بولدۇ.

ساراڭلارچە ئىدىيەدىن بىر نەچچىنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، ئىشچى-خىزمەتچىلەرنى ئۇنىڭ ئىشەنچلىك ياكى ئەمەسلىكىنى دەللىلەتسەك، شىركەت قۇرغۇچىسى بۇنىڭدىن خۇشاللىنىپ چارچىمايدۇ. ئۇلار ئىشچى-خىزمەتچىلەرنىڭ پىشانىسىدىكى كۆپۈپ چىققان، ئالقىنى تەرلەپ كەتكەن، مەھسۇلات باشقۇرغۇچى، ئاسىرىغۇچىلار ۋە ئىنژېنېرلارنىڭ ئەستايىدىل تەكشۈرۈشى، ھەرخىل قالايمىغان ئۇچۇرلارنى سۈزۈشى، ساراڭلارچە ئويلاپ چىقلغان پارتلاش خاراكتېرىدىكى ئىدىيەلەرنى بېسىقتۇرۇش، تىرىشىپ ئەقلىي ۋە لوگىكىلىقنى داۋاملاشتۇرۇشنى كۆرۈپ تۇرىدۇ.

تـۇر باشقۇرغۇچىسى دېب كېللى (Deb Kelly) ماڭا مۇنداق دېدى: «مېنىڭ مۇشۇ خىزمەت تەجرىبىلىرىمگە ئاساسەن، Google مېنى قوبۇل قىلىشنى خالايدىغان تۈنجى شىركەت. سىز بەلكىم بۇ شىركەتنى، ‹ساراڭ بوپتۇ، ساراڭ بوپتۇ، دۆتلىشىپ كېتىپتۇ› دەپ ئويلىشىڭىز مۇمكىن. ئەمما قايتا ئويلاپ باقسىڭىز، ‹ئەمەلىيەتتە بۇ ھەقىقەتەن دانالىق—ئاسان ئەمەس، ئەمما ھەقىقەتەن دانالىق›. »

بۇ خىل ئەسەبىيلىكنىڭ ئاساسى يوقمۇ ئەمەس. لارى ۋە سېرگېينىڭ چەكتىن ئاشۇرۇۋېتىلگەن تەكلىپى پەقەت بىزنىس جىددىي ئالدىراش ئەقلىي يەكۈن چىقىرىشقا مەجبۇرلايدۇ، شۇنداقلا ئوخشاش بولمىغان ئىدىيەلەرنى رىقابەتلەشتۈرۈپ، ئۇنىڭ ئەڭ زور قىممىتىگە ئېرىشىدۇ. لارى بىلەن سېرگېي ئادەمنى ھەيران قالدۇرىدىغان كۆز قاراشنى ئوتتۇرىغا قويىسىلا، كېيىنكى ھەر قانداق ئىش غەلىتە تۇيۇلمايدۇ. مۇمكىن بولماسلىقتىن ئانچە مۇمكىن بولماسلىق تاۋلىنىپ چىقىدۇ، بىزنىڭ دىققەت قىلىدىغىنىمىز ھەقىقەت، ھەمدە ھەقىقەتنى ئىسپاتلاش، بۇ جايدا ھېچقانداق يەكۈن ياكى ئادەتتىن سۆز ئاچقىلى بولمايدۇ. ئەگەر بىز ئىلگىرى ئىشلىتىپ باققان «قوبۇل قىلغىلى بولمىدىغان» ھەل قىلىش چارىسىنى داۋاملىق ئىشلەتسەك، ئۇنداقتا ئۆزگىرىش جەريانىدىكى بۆسۈشنى مەڭگۈ ئېچىپ تاشلىيالمايمىز، دەل مۇشۇ بۆسۈش كونا دۇنيانى ۋەيران قىلىدۇ، ئۇششاق تاشلاردىن يېڭى دۇنيا بەرپا قىلغىلى بولمىدۇ.

ئۇرس بۇنى ئەڭ چۈشىنىدۇ.

ئۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «لارى بىلەن سېرگېي ئادەتتىكى قائىدىگە ئاساسلانماي ئىش بېجىرىشنى ئۈمىد قىلىدۇ. تېخنىۋى يۇقىرى نىشاندىن قول سالغاندا، ئېرىشكەن قىممەت تېخنىۋى چوڭ بولىدۇ. ئەمما ئەگەر نىشانىنى تىكلىۋالمىغاندا، كۆپچىلىك تەبىئىيلا خەتەردىن دالدىلىنىدۇ، ئاڭسىز ھالدا ئۇنچە ئاكتىپ بولمايدۇ، خام خىيال قىلالمايدۇ. »

بۇ Google نىڭ ئەقلىغا ئېتىبار بېرىپ تەجرىبىگە سەل قارايدىغانلىقىنىڭ يەنە بىر سەۋەبى. ئۇرس ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئەتراپىڭدا ئەڭ ياخشىسى قىزغىنلىقى ئۇرغۇپ تۇرىدىغان ئادەمدىن بىرى بولغىنى ياخشى، ئۇ نېمىنىڭ مۇمكىن بولمايدىغانلىقىنى بىلمەيدۇ، ئۇ دۇلدۇل ساماداۇ ئۇزگەندەك تەپەككۇر قىلىدۇ. پەقەت بىرلا مەسىلە بار، سىز خامچوت دائىرىسىدە ئويۇنزنى ئەمەلگە ئاشۇرالمىسىز؟ بەلكىم. ئەمما، سىنىمىغاندا، ئۆلچىگىلى بولمايدۇ، قايتا-قايتا تەجرىبە قىلمىغاندا، ئەمەلگە ئاشۇرغىلى بولمىدىغان ياكى بولمايدىغانلىقىنى مەڭگۈ بىلگىلى بولمايدۇ. »

تۈنجى قېتىم ھەقىقىي دوئىل مەيدانىغا قەدەم باسقان ئاشۇ Google يېڭىياچىلىرىنى كۆرگەندە، ئۇلارغا يۈز كېلەلمەيدىغانىدەك ھېس قىلىمەن. ئۇلار تۆت ئەتراپقا نەزەر سالغاندا، كۆز نۇرى خۇددى مەكتەپتە قاباھەتلىك چۈش كۆرۈپ ئەمدىلا چۆچۈپ ئويغىنىپ، بۇنىڭ رەھىمسىز قەدەم بېسىش مۇراسىمى ياكى ئەمەسلىكىنى ئېنىقلىماقچى بولغانلىقىغا ئوخشايدۇ. ئەگەر سىز نىشان قوزغىتىش تېپىدىكى ھەمدە ياخشى ئۆتۈشچانلىققا ئامراق يېڭى خىزمەتچى بولسىڭىز، ئۇنداقتا سېرگېي قەتئىيلىك بىلەن «بىز بۇنى قايتا تىلغا ئالمايلى (مەيلى نېمە توغرىلىق پاراڭلاشمايلى)، زېھنىمىزنى يىغىپ ئالەم تانسى قۇرايلى دەيدۇ»، سىز قانداق ئىنكاس قايتۇرىسىز؟

يىغىن ئىدىيەنىڭ گۈمران بولىدىغان بىردىنبىر جايى ئەمەس. ئەگەر شىركەت قۇرغۇچىسى مەلۇم بىر تەكلىپنى ياقتۇرمىسا، ئۇنداقتا ئۇلار ئۇنى مۇناسىۋەت مۇدىرى داۋىد كىرەين (David Krane) ئېيتقاندەك «تاشلاندۇق خەت-چەك ئىشخانىسى» غا تاپشۇرىدۇ. «سىز ئالەمگە بىر نەرسىنى چىقاردىڭىز، كېيىن جاۋاب ئالالمايسىز. ئۇنداقتا سىز ئۆزىڭىزنىڭ ئونتۇلۇپ قېلىنغانلىقىنى بىلىشىڭىز كېرەك. »

لارى بىلەن سېرگېي بىز ئوتتۇرىغا قويغان ئوي-پىكىرگە ئاز تولا ئىنكاس قايتۇرغان تەقدىردىمۇ، ئۇنىڭ پايدىسى بولۇشى ناتايىن، ئۇلارنىڭ ئىنكاسى دائىم مۇجمەل.

ئارقا سەپ باشقۇرغۇچى جورج سالاخ (George Salah) ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئەگەر ئۇلار ياقتۇرسا، ئۇلارنىڭ دەيدىغىنى ‹قارىماقتا ئادەمنى بىزار قىلمايدىكەن›، ئەگەر ئۇلار رەت قىلسا، ئۇلار ‹ھە، بۇ ئەڭ ياخشى لايىھە ئەمەستەك تۇرىدۇ› دەيدۇ ياكى بىر قىسىم تېخنىكىلىق ئاتالغۇلار بىلەن مىكى-مىكى گەپلەرنى قىلىدۇ. ئۇلار ئەزەلدىن ئېنىق جاۋابنى بەرمەيدۇ. »

مەن بىر نەرسىنى سېرگېيغا تەستىقلاتقان ۋاقتىمدا، ئۇ پەقەت «بەك ئومۇق، مەن ياقتۇردۇم» ياكى «بۇ Google نىڭ ئۇسۇلى ئەمەس» دەيدۇ.

بىر قېتىم، مەن قوشۇنۇمدىكىلەر بىلەن بىللە، نىشانىنىڭ ئاممىنىڭ دىققىتىنى تارتىش ۋە مەقسىتىگە ئاساسەن بىر ئېلان قۇرۇلۇشى ئۈچۈن بىر يۇرۇش ئاساسىي قائىدە تەتقىق قىلماقچى بولغان، بۇنىڭ ئۈچۈن بىز بىر قانچە كۈن ۋاقىت سەرپ قىلغان. سېرگېي لايىھەنى بىر قۇر كۆرۈپ چىققاندىن كېيىن، قوشۇمسىنى تۇرۇپ، ئاندىن مۇنداق دېدى: «مېنىڭچە سىلەر باشقىدىن ئويلىشىپ بېقىڭلار. »

«سىز بۇ لايىھە ئىدىيەسى، سەنئەت لايىھەسى، ياكى تىلنى ياقتۇرمىدىڭىزمۇ؟ » مەن بىر تەرەپتىن ئۇنىڭدىن سورىغاچ، يەنە بىر تەرەپتىن ئۇنىڭ سۆزلىرىنىڭ ئارىسىدىن جەزملىگەن نەرسىلەرنى ئىزدەپ، لايىھەدىكى مۇۋاپىق بولمىغان جايلارنى چىقىرىۋېتىشكە ئاسان بولۇشىنى ئويلاۋاتاتتىم. ئۇ پەقەت بېشىنلا لىڭشىتتى، ئاندىن يۈزىنى ئېكران تەرەپكە بۇراپ قاراپ ئولتۇردى.

«ئۆزەڭ قايتا ئويلىنىپ باققىن. » ئۇ ئاچچىقلانغان ھالدا قايتا بىر قېتىم تەكرارلىدى.

مەن ئاخىرى خۇلاسە چىقىرىپ، بۇنىڭ سەۋەبى سېرگېي ئىنژېنېر بولغانلىقتىن، ئۇ ئېلانىمىزنىڭ غايىۋى دۇنياىنى تەسۋىرلىشىنى، بۇ دۇنيادىكى ئادەمنى ئۆز ئىچىگە ئالغان ھەممە نەرسىلەرنى ئەلالاشتۇرغىلى بولىدىغانلىقىنى ئويلايدۇ. بىزنىڭ قۇرۇلۇشىمىزدا بىر سودا ئېلانى بار، ئىچىدە بىر پارچە رەسىم بار، كۆرۈنۈشتە تەرلەپ ئېقىپ كەتكەن سۇمو تەنھەرىكەتچىسى سىزىلغان. بىز ئۇنىڭغا كۆرسەتكەن ۋاقتىمىزدا، ئۇ بۇرنىنى پۈرلەشتۇرۇپ قويدى. «مېنىڭچە دىققەتنى تارتمايدىغان ئادەمنى ئېلانغا قويمايلى. ئېلاندا گۈزەللىك قارىشى بولۇشى، كىشىلەر Google نى ئويلىغاندا گۈزەل ئەسلىمە پەيدا بولۇشى كېرەك. »

دېۋىن ئۇېستېر (Devin Ivester) ئەينى چاغدا ئۆزىنىڭ ئېلان ۋاكالەتچى شىركىتىدىن ئايرىلىپ، ئېلان ئىجادىيەت گۇرۇپپىسىنىڭ گۇرۇپپا باشلىقى سالاھىيىتىدە بىزگە قوشۇلغان. ئۇ باشتا بىر مەنزىرىنى ئويلاپتۇ، بىز سېرگېيغا بىر ئېلان كۆرسىتەيلى، ئۇنىڭدىكى ئادەم ھېرىپ ھالىدىن كېتىپ، كىرىسلودا يېتىپ ئۇخلاۋاتىدۇ، ئەتراپى كىتاب، خاتىرە ۋە قەغەز بىلەن تولغان. سېرگېي مۇنداق جاۋاب بەردى: «بولمايدۇ، بىز ئۇ ئادەمنى ئىشلەتسەك بولمايدۇ. ئۇ بەك سەتكەن. »

دېۋىن سەل ھەيران قېلىپ، مۇنداق سورىدى: «سىز ئۇنى ھەقىقەتەن سەتكەن دەپ ئويلىمىغانسىز؟ »

«ھە، ئۇنداق ئەمەس، بىراق ئۇ قىلغان ئىشنىڭ ھېچقانداق تەرتىپى يوقتەك كۆرۈندى. ئۇ ياخشى ئادەم ئەمەس.»

«ئۇ قانداقسىگە ياخشى ئادەم ئەمەس؟»

«سىز تەپسىلىي قاراپ بېقىڭ، ئۇ پەقەت كىرىسلودا ئۇخلاۋېتىپتۇ. »

«بىراق ئەگەر سىز ئەھۋالنى تېخىمۇ كۆپرەك بىلگەن بولسىڭىز، ئۇنىڭ ئۇخلاپ قېلىش سەۋەبى بىر كېچە

ئىشلىگەنلىكتىن ئىكەنلىكىنى بايقايسىز. ئۇ ھەتتا ھارغىنىنمۇ ئۇقمايدۇ، ئەمما ھامىنى ئارام ئېلىشى كېرەكتە.
»

«بىراق، ئۇنىڭ تۇرمۇشىنىڭ رېتىمى يوقكەن—ئەگەر ئۇ ئۆزىنىڭ خىزمەت مقدارىنىمۇ ئىگىلىيەلمىسە. »

دېۋىن بۇ ئىشتىن ئېرىشكەن تەجرىبە ساۋۇقى: «سېرگېيىنىڭ ئېلانىمىزغا قويغان تەلىپى ئىنتايىن غايىۋى دىسىنيغا ئوخشاش دۇنيانى نامايەن قىلىش، ھەقىقىي تۇرمۇشقا بەك يېقىنلاپ كېتىش ھاجەتسىز. بۇ ئۇنىڭ ئارزۇسىدىكى Google لۇقلار، غايىسىدىكى ئىنسانلار. »

ئۇلار بەلكىم «غايىلىك» ۋە «غايىسىزلىك» نىڭ رەڭلىك سۈزگۈچىدىن ئۆتۈپ دۇنيانى كۆرۈشى مۇمكىن، ئۇلار بۇ ئىككى ئۆلچەملىك سىستېمدا ئۆزلىرىنىڭ ئورنىدا ئۆزىگە قاتتىق ئىشىنىدۇ. ئەگەر بەزىلەر ئۇلارنىڭ كۆز قارىشىغا قوشۇلمىسا، ئۇلار ناھايىتى كۆپتۈرۈپ بۆھتان چاپلايدۇ.

ئەگەر رىقابەتچىمىز بىز قولغا كەلتۈرۈۋاتقان خېرىدار بىلەن كېلىشىم تۈزگەن بولسا، سېرگېي ئۆز ئۆزىگە پىچىرلاپ: «ئىتنىڭ بالىسى!» دەيدۇ.

ئەگەر بىلوگ يازىدىغان كىشى ئىشلەتكۈچىنىڭ شەخسىيىتىگە بەك كۆڭۈل بۆلسە، لارى ئۆز ئۆزىگە پىچىرلاپ: «ئىتنىڭ بالىسى!» دەيدۇ.

«ئىتنىڭ بالىسى!» ئۇلار تاراتقۇ، سىياسىي ئەربابلار ياكى Google مەھسۇلاتىنىڭ ئارقىسىدىكى يۇقىرى تېخنىكىنى پەقەتلا چۈشەنمەيدىغان ئىشلەتكۈچىنى مۇشۇنداق ئاتايدۇ.

بۇ ئاڭلىماقتا سەل ئادەمنى قورقىتىدۇ، كۆنۈپ قالسا ھېچنېمە بولمايدۇ. سىز ناھايىتى تېزلا، Google دىلا بار ئۇسۇل بىلەن مەسىلىگە قارىمايدىغان شەخس يېقى تەشكىلىنىڭ ھەممىسىنى «ئىتنىڭ بالىسى!» دەيدىغانلىقىنى بايقايسىز. دەرىجىگە تۇرغۇزۇش مۇلازىمىتى بىزنىڭ ئالاقە مقدارىمىزنى ئاز ھېسابلاپ قويۇپتۇ؟ ئىتنىڭ بالىسى! قاتتىق دىسكا تەمىنلىگۈچى ئېتبار بەرمەمدىكەن؟ ئىتنىڭ بالىسى! دېگەن بۇ سۆز بەك مودا، ھەتتا بەزىلەر سېرگېيغا ئۇنى توردا مۇكاپاتقا ئېرىشكەن تەبرىك سۆزىنىڭ تېمىسىدا، «تور ئىتنىڭ بالىسىغا مۇلازىمەت قىلدۇ» دەپ ئىشلىتىش تەكلىپىنى بەرگەن.

بۇ تېخى ئەڭ ناچارلىرى ئەمەس. مۇنداقچە ئېيتساق ئازراقمۇ ناچار ئەمەس.

Google باش ئىشتابىنىڭ چوڭ زالىدا سەت گەپلەرنى ئىنتايىن ئاز ئاڭلايمىز، ئاۋازى سەل چىڭراق چىقىپ كەتسىمۇ غەزەپلىك ھومىيىشقا دۇچار بولىدۇ. بەزىلەر بەك ئادەمنىڭ ئوغىسىنى قاينىتىدۇ، ئەمما يوللۇق ئىنكاس شەكلى ئەمەلىيەت بىلەن قائىدە سۆزلەش، تاكى قارشى تەرەپ كۆچلۈك لوگىكىلىق يەكۈن تەرىپىدىن ئاغدۇرۇلغىچە. لارى بىلەن سېرگېي بولغان تەقدىردىمۇ باشقىلارنى مازاق قىلىپ باقمىغان، ئىككەيلەن بەزىدە ھەتتا ئۆز ئارا بىر بىرىنى مەسخىرە قىلىشىدۇ. داۋىد كىرەين ئىلگىرى شىركەتنىڭ ئىككى قۇرغۇچىسى بىلەن بىللە نۇرغۇن جايلارنى سايياھەت قىلغان، ئۇ ئىككەيلەننىڭ مۇناسىۋىتىنى مۇنداق خۇلاسىلىگەن: «بۇ ئىككەيلەننىڭ پىكىرلىشىش ئۇسۇلى بىۋاستە، ھەم ئوچۇق. ئىككەيلەن مۇنازىرىلىشىپ قالسىلا، چوقۇم سانغا ئائىت. ئۇلار ئۆزئارا تەنقىد قىلىشسا ھەرگىز ئايىاپ ئولتۇرمايدۇ، بىۋاستە قارشى تەرەپنىڭ قارىشىنى ئەخمەقلىق، گۇدەكلەرچە دەيدۇ، بەزىدە ئىتنىڭ بالىسى دەپ تىللاپ قويىدۇ. بىراق ھەممەيلەن خاپا بولمايدۇ.
»

ئانچە ئۇزاق ئۆتمەي، مەن لارى بىلەن سېرگېي پۈتكۈل تەشكىلي قۇرۇلمىنى ئەلالاشتۇرۇشنى ئىشقا ئاشۇرۇشنى، ئۇنى Google نىڭ تېخنىكىسىغا ئوخشاش يۇقىرى ئۈنۈملۈك قىلىشنى ئويلاۋاتقانلىقىنى بايقىدىم.

تەننەرخنى ئاشۇرىدىغان ياكى مەھسۇلاتنى كەملىتىدىغان نەرسىنىڭ ھەممىسى سۈركىلىشنى كۈچەيتىپ، شىركەتنىڭ تەرەققىيات قەدىمىگە كاشىلا قىلىدۇ. كۆڭۈلدىكىدەك ئەھۋال بىز تەننەرخ سەرپ قىلماي ئۆزۈلدۈرمەي مۇكەممەل مەھسۇلات چىقىرىش. بۇ ئەلۋەتتە مۇمكىن ئەمەس، ئەمما بىز مۇشۇ نىشانغا قاراپ تىرىشىمىز.

ئۆتە ھەقسىز

بىر قېتىم مەن ئېلېكترونلۇق سانلىق مەلۇمات جەدۋىلى (ئۇستىدە دۆلەتنىڭ تىزىمى، بىز تەكشۈرۈش توختامى تۈزگەندىن كېيىن ئۇلارنىڭ ئېقىم قاتارىغا ئېرىشەلەيمىز)، سېرگېيغا پو ئېتىپ مۇنداق دېدىم: «مەن باھانى خېلىلا چۈشۈردۈم، ئۇلار ئاۋال يىگىرمە پىرسەنت چۈشۈرۈشنى دېدى، كېيىن مەن ئۇلار بىلەن دېيىشىپ يېرىم باھاغا چۈشۈردۈم. »

سېرگېي سانلىق مەلۇمات جەدۋىلىنى دەڭسەپ بېقىپ، خۇددى كۆكتات شورپىسىدىن گۆش پارچىسى ئىزدىگەندەك، بىر قاراشقىمۇ ئەرزىمىگۈدەك چىراي ئىپادىسىنى ئىپادىلىدى.

ئۇ ماڭا قاراپ مۇنداق دېدى: «مېنىڭچە بۇنىڭ ئانچە چوڭ قىممىتى يوق. ئۇلارنىڭ بۇ بازاردا ئانچە تەجرىبىسى يوق، پەقەتلا خېرىدارلار تۇپىنى كېڭەيتمەكچى. Google نى ئۆزىنىڭ خېرىدارى قىلىپ جەلپ قىلسا ئۇلارغا نۇرغۇن ئىناۋەت ئېلىپ كېلىدۇ. » مەن ئۇنىڭ ئاخىرىغا ئۇلاپ نېمە دەيدىغانلىقىنى بىلدىم. بۇ خۇددى ئەمدى ماشىننى يۇيۇپ بولۇشىغا يامغۇر يېغىشقا باشلىغانغا ئوخشايدۇ، ئادەم نېمە قىلارىنى بىلەلمەيدۇ لېكىن يەنىلا ئىلاجسىز. سېرگېي مۇنداق دېدى: «ئۇلار بىزگە پۇل تۆلىشى كېرەك. »

«ئۇلار بىزگە پۇل تۆلىشى كېرەك» بارلىق ساتقۇچىلار بىلەن سۆھبەتلىشىشنىڭ چىقىش نۇقتىسى. Google نىڭ داڭقى كۈنسېرى ئاشقانلىقتىن، بىزدەك ئاستا-ئاستا كۆتۈرۈلۈۋاتقان يېڭى يۇلتۇز ئېلىپ كەلگەن ئاتاق جەھەتتىكى پايدا ھەسسىلەپ ئاشتى — ھېچ بولمىغاندا لارى بىلەن سېرگېينىڭ قارىشىدا شۇنداق ئىدى. ماركىمىزنىڭ قىممىتى مۆلچەرلىگىلى بولمايدىغان دەرىجىگە يېتىش بىلەن بىرگە، تەرننەرخىمىزمۇ نۆلگە يېقىنلاشتى. ئۇلارغا نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئېتىبارغا ئېرىشىش غەلىبە قىلغانلىقتىن دېرەك بەرمەيلا قالماستىن بەلكى ھەقسىزگە ئېرىشەلمىگەنلىك مەغلۇبىيتى. شىركەت قۇرغۇچىسى تۆۋەن قىممەتكە بولغان نىسبەتەن يۇقىرى ئۈمىدى ئۈزىنى قانائەتلەندۈرۈشنىڭ ئۆلچىمى بولۇپ قالدى، شۇڭلاشقا مەن ئۇلارغا ئېلىپ كەلگەن 85% ياكى 90% لىك باھادىكى ھەر قانداق لايىھەنى ئېلىپ كەلگەن ۋاقتىمدا، كۆڭلىدە تىترەك باسىدۇ. «ھەرگىز پارچە سېتىش باھاسىدا نەرسە ساتماسلىق» Google نىڭ يادرولۇق قىممەت قارىشى. لېكىن، مەنمۇ تەلەيلىك، بازارچىلىقتا ھەر كۈنى مۇلازىمەت سېتىلمايدۇ، شۇڭلاشقا مەن تەمىنلىگۈچىلەرگە ئۈدا باھا چۈشۈرۈشۈمنىڭ ھاجىتى يوق. ئۇسكۇنە بۆلۈمى پەقەت ئوخشمايدۇ.

2000-يىلى باھارنىڭ ئاخىرى، Google ھەر قايسى تەرەپلەرنىڭ ھەممىسىدە كۈچەپ ئېشۈاتاتتى، توردا چېكىلىش مىقدارىمۇ شۇنداق ئىدى. ئېلانىمزمۇ كۈنسېرى مودا بولۇۋاتاتتى، نۇرغۇن تورتۇرالاردىكى ئاقما پۇقرالار باش ئىشتابتا بىر كىشىلىك ئورۇن ئىگىلىگەن ئىدى، ھەر قېتىم بىرسى نەپەس ئالغان ۋاقتتا، تاممۇ كۆپۈپ كېتەتتى. تازىلىق ئۆيىنىڭ سىرتىدا ئۇزۇن ئۆچىرەت تىزىلىشقا باشلىدى، ئاخىرىدا بىر ئىنژېنېر ئىشىك ئالدىغا «نومۇر چاقىرىش» ماشىنىسىدىن بىرنى ئورناتتى. ھەددىدىن ئارتۇق تويۇنۇپ كەتكەن ئىشخانىدا، بىرسى كىرىپ چىقماقچى بولغانىدا، ئىشىك ئالدىدا ئولتۇرغان كىشى ئورۇن بوشتىشى كېرەك ئىدى. كارىدورلارمۇ ئىش ئۈستەللىرى، توك مەنبە سىمى شۇنداقلا يېشكلاپ كومپيۇتېر زاپچاسلىرى بىلەن لىق تولغان بولۇپ، كارىدوردىن چوڭ زالغىچە بولغان يول خۇددى ئېلىكتىر سايمانلىرى كوچىسىنى بىر ئايلانغانغا

ئوخشايتتى.

جورج سالاخ (George Salah) ماڭا مۇنداق دېدى: «بىزنىڭ 220 ئادەم سىغدۇرالايدىغان ئىشخانا بىنايىمىزغا 298 ئادەم سىغدالدى. »

ئىنژېنېر خىۋارد گوبىئوف (Howard Gobioff) ۋە بېن سىمىس (Ben Smith) مەمۇرىي باشقۇرغۇچىلارغا بوشلۇق بەك كىچىك، ئىرادىگە تەسىر كۆرسىتىپلا قالماستىن ئىشلەپچىقىرىش مىقدارىمۇ ئازلاپ كېتىدۇ دەپ قاقشىدى. خادىم قوبۇل قىلىش دولقۇنىدا، ئۇلارنىڭ ھەممىسى كارىدور يېكى سىرتتىكى چىملىتا تېلېفوندا يۈز تۇرانە ئىمتىھانغا قاتنىشاتتى، چۈنكى بارلىق يېغىن زاللىرى ۋە ئايرىم ئىشخانىلاردا دائىم تۇرىدىغان ھەر خىل ھەر تۇرلۇك ئۇزۇن مۇددەت ئولتۇرغۇچىلار ئورۇنلاشقان ئىدى. ئەسلىدە ئىككى كىشىلىك كىچىك توسۇلغان ئىشخانا 4 كىشىلىك خىزمەتخانىغا بۆلۈنىدى، ئەگەر كۈنلەرنىڭ بىرىدە بىرەرسى ئىشخانا بىناسىدا بولمىسا، يېڭىدىن كەلگەن ئىنژېنېر تالا مۇشۇكى ئۆي مۇشۇكىنى قوغلايتتى. ئەڭ ئوسال بولغىنى خىزمەت قوشۇنى بىنانىڭ ھەر قايسى جايلىرىدا تارقالغان، ئۆز ئارا پىكىر ئالماشتۇرۇشى ئىنتايىن قىيىن.

لارى بىلەن سېرگېي جورج (George) نىڭ ئىشخانا بوشلۇقىنى كېڭەيتىش تەكلىپىگە قوشۇلدى. سېرگېي قىزغىنلىق بىلەن تەكلىپ بېرىپ، 6 كوچا يىراقتا SGI شىركىتىنىڭ بىناسى قارىماقتا «يامان ئەمەس» تەك قىلىدۇ دېدى. خۇددى چاقچاق قىلغاندەكلا. SGI دۇنيا باش ئىشتابىدا 4 ئېگىز بىنا بولۇپ، بىزنىڭ خىزمەت بىنايىمىز ئۇلارنىڭ خالىغان بىرسىنىڭ ئالدىدا چېنىپلا قالىدۇ.

جورج ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «2000-يىلى 4-ئايدا، ئۇدۇلىمىزدىكى بىنا بوشىدى، ئۇلار ھەر كىۋادرات دېيۇيمغا 8 ئامېرىكا دوللىرى باھا قويىدى، ئەمما بىز پەقەت 2.5 دوللارنى قوبۇل قىلالايتتۇق. مەن لارى بىلەن سېرگېيغا مۇنداق دېدىم، ‹بىزنىڭ بۇ باھايىمىز بەك بىمەنە. مېنىڭچە يەنىلا ئارىلاشتۇرمايلى. › ئۇلار ئىككىسى ماڭا مۇنداق دېدى، ‹بولمايدۇ، بىز يەنىلا باھا قويايلى. ››

جورج ئاۋارىچىلىق بارلىقىنى سەزدى. كىرىمنىي جىلغىسىنىڭ ئەينى ۋاقتىتكى بوش قېلىش نىسبىتى 1% بولۇپ، ئۆي ئىگىلىرى ئاساسەن باھا تالىششىنى قوبۇل قىلمايتتى. ئۇ لارى بىلەن سېرگېيغا مۇنداق دېدى: «بىز ئۇ ئەبلەخ بىلەن مەسلىھەتلىشىپ بېقىشىمىز كېرەك. پۈتكۈل مائۇنتېن ۋىيۇ (Mountain View) شەھرىنىڭ ھەممىسى ئۇنىڭ، بىز ئۇنىڭ بىلەن دۇشمەنلىشەلمەيمىز، باھا قويمىغىنىمىز ياخشىمىكىن. »

بۇ لارى بىلەن سېرگېينىڭ تېخىمۇ قىزىقىشىنى قوزغىدى. ئۇلار ئىككىسى جورجقا: «بولمايدۇ، باھا قويۇش كېرەك. ئۇنىڭغا يالغاندىن تۆۋەن باھا قويۇپ، ھەر كىۋادرات دېيۇيمنى 6.45 دوللار يوللايلى. » جورج ۋاستىچقا تېلېفون قىلدى. ئاندىن ۋاستىچى تېلېفون قايتۇردى.

جورج ماڭا مۇنداق دېدى: «ئۆي ئىگىسى ئاڭلاپ ۋاستىچىدىن ھەيران قېلىپ ۋاقىراپ كېتىپتۇ. ‹سەن ماڭا مۇشۇنداق باھانى دەمسەن؟ سەن بازار ئەھۋالىنى بىلىپ تۇرۇپ، بۇنداق ئەخمىقانە باھا قويۇپ مېنى بىئارام قىلما. ئۇلارغا ئېيتىپ قوي، ھازىر 8.25 دوللار!› ئاندىن تېلېفوننى تاراقلىدە قويۇپ ئۇزۇۋەتتى. بىز شۇنىڭ بىلەن قارشى تەرەپتىكى بىنانى ئىجارە ئالالمىدۇق. »

تورتۇرا دولقۇنى ئىككى ھەپتىدىن كېيىن ئاخىرلاشتى، ھەقىقىي ئۆي-زېمىن قىزغىنلىقى بۆرەككە تاش چۈشكەندەك يوقاپ كەتتى. كۆزنى يۇمۇپ ئاچقۇچە، ۋەزىيەت زور دەرىجىدە ئۆزگەردى. جورج ئۇ بىنانى ھەر كىۋادرات دېيۇيمنى 3.5 دوللارلىق باھا بىلەن ئىجارىگە ئالدى، بىر يىلدىن كېيىن يېقىن ئەتراپتىن ھەر كىۋادرات دېيۇيمنى 45 سىنت دوللاردىن بارلىق ئىشخانا ئەسلىھەلىرى بار ئىشخانا بىناسىنى ئىجارىگە ئالدى.

بۇ بىر خىل شەكىلگە ئايلاندى. Google ئىنتايىن قىستاڭ جىددىي پەيتتە تۇرغان ۋاقتتا — يېكى

كېيىنكى بىر قانچە ھەپتىدە — جورج ئەرزان باھادا تېخنىۋ كۆپ بوشلۇقتا ئېرىشتى، بازغان ۋە چىتلاق كۆتۈرۈۋالغان ساموياللار يەنە پەيدا بولدى. Google خۇددى پۇرچاق يىگۈچىگە ئوخشاش ئەتراپتىكى بارلىق بىنالارنى يۇتۇۋېتىپ، SGI غا قىستاپ باردى. 4 يىلدىن كېيىن SGI نىڭ بىناسىنىۋ يۇتۇۋەتتۇق.

ھەر قېتىم Google كىچىگەن ۋاقىتتا، يېڭىدىن كىچىك بۆلۈنمىلەر پەيدا بولىدۇ. بۇ بۆلۈنمىلەرنىڭ ھەممىسى ئادەمنىڭ بىلىگە ياكى ئادەم ئېگىزلىكىنىڭ تۆتتىن ئۈچ قىسمىغا توغرا كېلىدىغان بولۇپ، بۆلۈنمىنىڭ ئۈستىدىن نەرسە سۈنۈش كۆزنىكى تېشىلگەن، بۆلۈنمە گۇرۇپپىسىنىڭ ھەممىسىدە كىرىسلو ياكى ئىت ئايلاندۇرىدىغان ھويلا بار ئىدى. لارري مەھسۇلات بىلەن ئىجارە نىسبىتىنىڭ ئەڭ ئەلا بولۇشىنى ئىشقا ئاشۇراتتى. ئىككى كىشىلىك بۆلۈنمىگە ئۈچ ئادەم قويايلىمۇ؟ 5 ئادەم بولسا قانداق؟ ئادەم ئۆتۈشۈپ تۇرىدىغان چوڭ زالدا لىغىرلاپ تۇرىدىغان شىرەلەر بولۇپ، ئۇ جايغا قانچە پىراكتىكانتنى جايلاشتۇرغىلى بولىدۇ؟ ئەتراپى پۈتۈنلەي ئەينەكلىك بىلىق ئىدىشى بىلەن قورشالغان ئۆيگە، 4 ئىنژېنېرنى جايلاشتۇرساق قانداق؟ ئۇلار تېخنىۋ كۆپ نەرسىلەرنى ئىجاد قىلالامدۇ؟ ياكى تېخنىۋ ئازمۇ؟ ئىجادچانلىق تۇرمىدە پەيدا بولمايدىغاندۇ؟ ئۇلار ۋاكالىتەن باشقۇرىدىغان كومپيۇتېرخانىدا ئايرىش قەۋىتى قىستۇرىدىغان تەجرىبىنى ئادەم بىلەن توسۇق تامغا يۆتكەپ، ئېلېمېنتلارنى قايتا تەشكىللەپ، ئۇنىڭ ئەڭ ئاز ئىسسىقلىق چىقىرىش بىلەن بىللە ئەڭ كۆپ مەھسۇلات چىقارغۇزدى. شەيئى ھامان ئۇنۇمى تېخنىۋ يۇقىرى، تەننەرخى تېخنىۋ تۆۋەن يۆنىلىشكە تەرەققي قىلىدۇ، مەيلى ئۇ ۋاقىت ياكى پۇل بولسۇن.

شۇڭلاشقا گېرالد ئەيگىنېر سەھنىگە چىقتى.

گېرالد Google نىڭ ئىگىسى ئىشلىتىدىغان تېجەش ماھىرى — تەننەرخنى تېجەيدىغان ئۆتكۇر قىلىچ. ئۇ ئاۋسترالىيە تەلەپپۇزى بار، ساپسېرىق قىسقا چاچلىق. گىرۋەكلىرى ئېنىق ئايرىلغان كۆزئەينىكىدىن كۆكۈش ئاق نۇر چاقناپ تۇرىدىغان، ئۇنىڭ جەك نىكولسون (Jack Nicholson) (داڭلىق كىنو چولپىنى) دەك كۆلكىسى كىشنى تېخنىۋ جەلپ قىلاتتى، ئۇنىڭ كۆلكىسى قوشۇمسىدىكى قورۇقلارغىچە تارالغاندا، ئەتراپتىكى ھاۋامۇ يېرىلىپ كېتەتتى. گېرالد بىلەن ئۇچرىشىشتىن ئىلگىرى ئۆزەمنىڭ كاۋچۇك ئاياغ چەمبىگە قاراپ باقتىم، بۇ قېتىملىق ئۇچرىشىشنىڭ سۆھبەت ئۇسۇلىدە بولمىغانلىقىدىن ئىچىمدە خۇرسەن بولغان ئىدىم. ئۇششاق زاپچاسلارنى ئىشلەپچىقارغۇچىلار ئۇنىڭ ئىسمىنى ئاڭلىسلا ئۆزىنى تىزگىنلىيەلمەي يەنىلا تىترەپ كېتەتتى. بىر تەمىنلىگۈچى گېرالد بىلەن بىر قېتىم سۆزلەشكەندىن كېيىن، Google بىلەن قايتا سۆزلەشمەيدىغانلىقىدا قەتئىي چىڭ تۇردى. بىز ئۇلارنىڭ باھاسىنى ئالدىن ئويلىشىدىغانلىقىمىزغا قوشۇلمىغان بولساقلا، سۆزلەشكۈدەك ھېچنېمە قالمايدۇ. ئۇلار دائىم ئاغرىنىپ مۇنداق دەيدۇ: «سىز بىلەن سۆزلىشىش بەك تەسكەن، بىز پەقەت پۇل تاپالمايدىكەنمىز. »

جورج سالاخ (George Salah) بىزنىڭ بايقىشىمىزنى جەزملىدى ھەمدە ماڭا مۇنداق دېدى: «گېرالد بەلكىم بۇ پىلانىتتىكى ئەڭ تەستە رازى بولىدىغان كىشى بولۇشى مۇمكىن. ئۇ پۇل خەجلىمەي ھەممە نەرسىگە ئېرىششىنى ئويلايدىكەن، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئەڭ تېز سۈرئەتتە ئېرىششىنى، نەرسە ئۇنىڭ تەلىپىگە ماس كېلىشى كېرەككەن. بۇ قەتئىي ئەمەلىيەتتە ئۇيغۇن ئەمەس، ئۇ ئادەم ھەقىقەتەن بەك غەلىتە ئىكەن. »

جېف دېئان (Jeff Dean) نىڭ ئاڭلىشچە گېرالد بىرلا ۋاقىتتا بىر قانچە تەمىنلىگۈچىگە تېلېفون قىلىپ، تەمىنلىگۈچىلەرنى ئۆزئارا رىقابەتلەشتۈرىدىكەن — جانبازلىق كۆلۇبنىڭ ئۇسلۇبى — ئەڭ ئاخىرىدا پەقەت بىرسىلا قېپقېلىپ، گېرالد رازى بولىدىغان باھانى قويىدىكەن.

Google دۇبلىندىكى سانلىق مەلۇمات مەركىزىدە سىغىمنى كېڭەيتمەكچى بولغاندا، گېرالد دۇبلىندىكى 3 ئاساسىي مۇلازىمەت ئورگىنىغا بېرىپتۇ، ئاندىن ئۇلارنى رىقابەتلەشتۈرۈپ ئۇتتۇرغاننى ئايرىپتۇ. كىم رىقابەتتە ئۇتۇپ، Google نىڭ تۇنجى ھەمكارلاشقۇچى شېرىكى بولۇشنى خالىمايدۇ؟ كىم ئەڭ چوڭ قۇربانلىق بېرىپ كەلگۈسىدىكى سودا پۇرستىگە ئېرىششىنى خالايدۇ؟ گېرالد ئۇلارنى قىستاپ ئەڭ كۆپ يول

قويغاندىلا ئاندىن توختام تۈزىدۇ—ئۇلارنىڭ ھەممىسى بىلەن تۈزىدۇ. ئۇ ھەقىقەتەن ئەڭ زور چەكتىكى ھېسابلاش سىغىمى سېتىۋېلىشقا ئېھتىياجلىق، ئەمما ئەگەر بۇ ئۈچۈرنى ئالدىن ئاشكارىلاپ قويسا باھادا ئېتىبارغا ئېرىشەلمەيدۇ.

قاتتىق دېتال لايىھىلىگۈچى ۋىل ۋايتېد (Will Whitted) ئىلگىرى گېرالد بىلەن بىللە ئىشلەپ باققان بولۇپ، ئۇ گېرالدنى مۇنداق سۈپەتلەيدۇ: «بۇ ئادەمنىڭ پايدا ئېلىشقا ئامراقلىق خۇمارى بار، مەن ئۇنىڭ بۇ تەرىپىنى بەك ياقتۇرىمەن. مەيلى سىز قانداق نەرسىنىڭ باھاسىنى دېمەڭ، ئۇ ھەممىسىنى بەك يۇقىرىكەن دەيدۇ. بۇ ئەبلەخ باشقىلار ئۈزىنى بىر كالۋاكەن دەپ ھېس قىلدۇرىدۇ، ئەمما ئادەتتىكى ئەھۋالدا ئۇنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك توغرا. ھەقىقەتەن ئەقىللىق ئەبلەخ. »

گېرالد بىز مۇلازىمېتىر قوراشتۇرىدىغان كومپيۇتېر ساندۇقىنىڭ باھاسىنى تىلغان ئالغاندا مۇنداق دېدى: «بۇ بەك بىمەنە ئىكەن، بىز بۇ تۆمۈر تۇنكىگە 300 دوللار بەرمەسلىكىمىز كېرەك ئىدى. » ئۇ ئۇرسىنى قايىل قىلىپ ساندۇقنى تاشلۇۋېتىپ، ئالدىن چارلىنىڭ ئاشخانىسىدا كۆرگەن بولكا جازىسىغا ئاساسەن، يېڭى لايىھەدىن بىرنى قىلىپ، ساندۇق ئىشلەتمەيدىغان بولدى. ساندۇق يوق، ئىش تېخىمۇ ئاددىيلاشتى.

ۋايتېد گېرالدنىڭ ئويىنى ئىشقا ئاشۇرۇشنى تىلغان ئالغاندا مۇنداق دېدى: «مەن 30 سېكۇنت ئىچىدە ئۆزگەرتەلمەيدىغان زاپچاس يوق. بۇنداق بولغاندا بىز سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە نۇرغۇن تېخنىك خادىم ياللىشىمىزنىڭ ھاجىتى يوق. ئامېرىكىدا، ھەر بىر تېخنىك ئوتتۇرا ھېساب بىلەن 30 كومپيۇتېرنى باشقۇرىدۇ. ئەمما Google دا، ھەر بىر تېخنىك خادىم 3000 كومپيۇتېرغا مەسئۇل بولۇشنىڭ سەۋەبى ساندۇقى يوق. »

گېرالدنىڭ كەسىپي بىلىمى ئەڭ تۆۋەن دەرىجىلىك قاتتىق دېتالدىن تارتىپ، قاتتىق دېتالدا ئىجرا بولىدىغان يۇمشاق دېتالغىچە، قىلالمايدىغىنى يوق، بۇ تەرىپى بولغاچقا باشقىلار كۆرەلمەيدىغان تىجەش يوللىرىنى ئۇ كۆرەلەيدۇ. ۋايتېدنىڭ ئىلگىرى ئاشكارىلىشىچە، گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، «گېرالد توكتىن بەك قورقىدۇ. ئۇنىڭ ھېس قىلىشىچە ئەگەر 5 ۋولتتىن يۇقىرى توك تەپسە، شۇ ھامان جان ئۈزىدىكەن».

لېكىن گېرالد ماڭا مۇنداق دەپ بەرگەن: «بۇ راست ئەمەس. » كونا خىزمەتداشلارغا بايان قىلغان ئۇنىڭغا مۇناسىۋەتلىك كۆپ قىسىم ھېكايىلەرنىڭ ھەممىسىنى گېرالد ئىنكار قىلاتتى. ئۇ ئىلگىرى بىر تەمىنلىگۈچىنىڭ بىرگە سېتىپ بەرگەن كومپيۇتېر زاپچىسىنىڭ باھاسى تەننەرخ باھاسىدىن تۆۋەن ئىكەنلىكىنى بايقىغاندىن كېيىن، كومپيۇتېرنىڭ زاپچاسلىرىنى Google نىڭ ماشىنا توختىتىش مەيدانىغا تۆكۈۋېتىپلا ئۇدۇل كەتكەنلىكىنىمۇ ئېتىراپ قىلمايدۇ. بوگدان كوكوسېل ئىلگىرى گېرالد بىلەن بىللە قاتتىق دېتالنى تەتقىق قىلىپ باققان بولۇپ، ئۇ ماڭا بۇ ئىشنىڭ ھەقىقەتەن يۈز بەرگەنلىكىنى ئېيتقان، ھەمدە كېيىن سىناق قىلىش ئارقىلىق يېرىم زاپچاسنىڭ ياخشى ئىشلەيدىغانلىقىنى بايقىغان. تەلىيىمىزگە يارىشا، بىزنىڭ گېرالدمىز بار، ئۇ قاتتىق دېتالنى پىششىق بىلىدۇ، مەسلىسى بار قاتتىق دېتال بولغان تەقدىردىمۇ ئۇڭۇشىلايدۇ.

ئۇنىڭدىن باشقىمۇ تالاش-تارتىش قىلىدىغان تەرەپلىرى بار. ئەينى چاغدا Google ئاتلانتىك ئوكيان رايونىدا سانلىق مەلۇمات مەركىزىنىڭ بوشلۇقىنى كېڭەيتمەكچى بولغاندا، گېرالد يېڭىلا ۋەيران بولغان ئەنگلىيە بۈيۈك شەرق تېلېگىراف شىركىتى بىلەن ئۈچرىشىدۇ. ئۇ ئۇلاردىن 8 مىليون ئامېرىكا دوللىرى قىممىتىدىكى ئۈسكۈنىنى سېتىۋالىدۇ. ئۇ سەمىمىيلىك بىلەن، 95% لىك ئېتىبار باھا ھەقىقەتەن ناھايىتى ئەرزىيدۇ.

گېرالد ۋەيران بولغان نۇرغۇن سانلىق مەلۇمات مەركەزلىرى بىلەن سودا قىلغان، بىراق ھەممە مەركەز Google بىلەن سودا قىلىشتىن ئىلگىرى ۋەيران بولۇش ئالدىدا تۇرۇۋېرمەيدۇ،-دە. Exodus (ئالاقە شىركىتى) ۋە GlobalCenter (ئاۋسترالىيە سانلىق مەلۇمات مەركىزى شىركىتى) زور مىقداردىكى قىزىل رەقەمگە پېتىپ قېلىشتىن ئىلگىرى ھەممىسى Google ئۈچۈن مۇلازىمېتىر باشقۇرۇپ بەرگەن. MCI Worldcom (ئالاقە شىركىتى) ۋەيران بولۇشتىن ئىلگىرى Google بىلەن تېخى تاماملانمىغان توختام

تۇزىگەن. گېرالد ئاغزىدا بۇ سانلىق مەلۇمات مەركەزلىرىنى ئۆز قولى بىلەن ۋەيران قىلغانلىقىنى قەتئىي ئېتىراپ قىلمايدۇ.

ئۇندىن باشقا، گېرالد ماڭا چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى: «تور كۆپۈكى يېرىلدى. كۆپۈك بۇ سانلىق مەلۇمات مەركەزلىرىنىڭ قۇرۇلۇشىنى ئىلگىرى سۈرگەن، ئەمما ئۇلارنى تولدۇرالمىدى. ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ ئۆي-زېمىن كەسپىدە تۈرۈڭاتقانلىقىنى تونۇپ يەتمىگەن ئىدى. مەن ئۆزەمنى ياخشى سۆھبەتلەشكۈچى دەپ قارىمايمەن، مەن پەقەت 80%~90% لىك ئېتىبار باھالىق زاكازنى قولغا كەلتۈردۈم. »

ئۇرسىنىڭ گېرالدغا بەرگەن باھاسى تېخىمۇ يۇقىرى. ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «گېرالد ئىگىدارلىق ھوقۇقىنىڭ پۈلغا ئالماشتۇرۇلىدىغانلىقىنى ئوبدان بىلىدۇ. ئادەتتىكىچە ئېيتقاندا، كىشىلەر ئۆزى تۇزىگەن توختامنىڭ يەنە باشقا قانداق تەسىرلەرنى ئېلىپ كېلىدىغانلىقىنى بىلمەيدۇ، شۇڭلاشقا چوقۇم ئازراق زىيان تارتىشى مۇمكىن. ئۇلار توختام تۈزۈش ھوقۇقىنىڭ پۈل مال بەدىلىگە كېلىدىغانلىقىنى ئېنىق بىلىشى كېرەك، شۇڭلاشقا پۈلنى بىۋاستە تاشلاپلا ئىشنى پۈتتۈرمەسلىكى كېرەك. بىر قېتىم بولسا ئەپۇ قىلىش ئورۇنلۇق، ئەمما ساۋاقنى قوبۇل قىلمىسا بولمايدۇ، شۇغىنسى ئۇلار دائىم شۇنداق قىلىدۇ. »

گېرالد مۇئامىلە قىلىدىغان شىركەتنىڭ ھەر قايسى تەرەپلىرىگە نىسبەتەن، تەننەرخ قۇرۇلمىسى ۋە كىرىم چىقىم بالانس نۇقتىسىدىن تارتىپ توك پۈلى سانلىق مەلۇماتلىرىغىچە، ھەممىسىنى بەش قولدەك بىلىدۇ. ئۇ سانلىق مەلۇمات مەركىزىنىڭ چوقۇم توك پۈلى تاپشۇرىدىغانلىقىنى بىلىدۇ، ئۇ بۇ نۇقتىدىن پايدىلىنىپ Google غا پايدا ئېلىپ كېلىدۇ. باشقىلار گېرالدنىڭ ئىقتىدارىدىن پايدىلىنىپ ئۆزلىرىنىڭ خاتالىقىنى تولۇقلايدۇ.

تۇنجى قېتىم Google سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە كەلگەن ۋاقتىتكى كەچمىشىنى تىلغا ئېلىپ، جىم رېس مۇنداق دېدى: «مەن كومپيۇتېرنىڭ ئالدىدا، بىر قانچە كومپيۇتېرنى ئالماشتۇرغۇچقا چېتىۋاتاتتىم، تۇيۇقسىز چىر-چىر ئاۋاز ئاڭلاندى، ئاندىن پاڑ-پۈڑ ئاۋاز. مەن ئارقامغا ياندىم، خارىرى (Harry) (شىركەتكە دەسلەپتە كىرگەن يەنە بىر ئىنژېنېر) ئەينى چاغدا يېنىمدىلا تۇراتتى، ئۇ نېمە قىلارىنى بىلەلمىدى. بىز پۈتكۈل ئۈسكۈنە—بارلىق RAM ساقلىغۇچنى كۆيدۈرۈۋەتتۇق. ئەينى چاغدا RAM ساقلىغۇچ ئىنتايىن ئاز ئۇچرايتتى ھەم بەك قىممەت ئىدى، بىزنىڭ پۇلىمىز يوق ئىدى—مەن ئەسلى پەقەت 500 مىڭ دوللار چەكنى ئېلىپ Exodus قا بېرىپ، ئاندىن مۇلازىمېتىر سېتىۋالاتتىم. كېيىن بىز گېرالد ئارقىلىق تەمىنلىگۈچنى قايىل قىلىپ، RAM ساقلىغۇچتا مەسىلە بارلىقىنى ئېتىراپ قىلغۇزدۇق—ساقلىغۇچنىڭ ھەممىسى 320 تال ئەسلەكنىڭ ھەممىسىنى ئىشلىتىش تەس—شۇنداقمۇ؟ شۇڭا ئۇلار بارلىق زاپچاسلارنىڭ ھەممىسىنى ئالماشتۇردى، ئاندىن مالنى ياسىغۇچىلارغا قايتۇرۇۋەتتى. »

مەن گېرالدتىن بۇ ئىشنى سۈرۈشتۈرسەم، ئۇ بۇ ئىشنىمۇ قاتتىق مۇنازىرە قىلىپ ئاقلىدى. ئەمما، ئۇنىڭ بۇ خىل ھېكايىلىرى ئىنتايىن كۆپ، خۇددى ئۇرس ئېيتقانىدەك، ئاساسلىقى يەنىلا گېرالد «ئىنتايىن قىزغىن كىشى». ئۇرس ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «بەزى ۋاقىتلاردا كۆپچىلىك گېرالدنىڭ خاپا بولغانلىقىنى ھېس قىلىدۇ، ئۇ مەسىلىگە بەك كىرىپ كەتكەچكە، قارىماققا ئۇ ئىش بىلەن ئېلىشۋاتقاندەك كۆرۈنىدۇ. » چۈنكى ئۇرسىنىڭ ھېس قىلىشچە گېرالد «تامامەن بىز ئېھتىياجلىق ئادەم»، شۇڭا ھەممىلا جايدا گېرالدنى قانات ئاستىغا ئالىدۇ.

گېرالد ماڭا مۇنداق دېدى: «ئۇرس لارى بىلەن سېرگېيىنىڭ ئالدىدىمۇ مېنى قانات ئاستىغا ئالىدۇ. مېنىڭ تۇرمۇشۇم ھەقىقەتەن ئىنتايىن گۈزەل، ئۆزەم خالىغان ئىشنى قىلالايمەن. » گېرالد ئەڭ ئاخىرى ياۋروپادا ياشاشنى قارار قىلدى، شۇڭلاشقا بۇ گېرالدنىڭ سىرلىق رىۋايەتلىرىنىڭ ئەڭ ئاخىرىقى—بەلكىم ئەڭ ھەقىقىي—ھېكايىسى.

جېنى دېئىان ئاڭلىشىچە: «گېرالد شۆپتساربيە ئىش بېجىرىش ئورنىغا بېرىپ ئىشلەشنى ئويلىغاندا، سىيۇرىخنىك سىرتىدا قانداقسىگە جۇڭگو گۇاڭدۇڭلۇق بىرسى بىلەن ئۇچرىشىپ قالغان، شۇنىڭ بىلەن گۇاڭدۇڭلۇقنى باج قانۇننى ئۆزگەرتكۈزۈۋېتىپتۇ. بىلمىدىم ئۇلار قىلالمىدۇ يوق، ئەمما جەزمەشتۈرگىلى بولمىغنى، بۇ ئىش دەل ئۇنىڭ ئۇسلۇبى. »

ماڭا نسبەتەن، گېرالد تەستە ئۇچرىتىدىغان كۆڭۈلدىكىدەك سودىگەرگە ۋەكىللىك قىلدۇ. مەن سىياھى تېخى قۇرۇمغان توختامنى ئېلىپ كىرسەم، ئىچىدىكى قىزىل سىياھ خۇددى قايغۇرۇۋاتقان تەمىنلىگۈچى پايدا بوشلۇقىدىن كېسىپ بەرگەن قانىدەك تۇيۇلىدۇ، سېرگېي ماڭا مۇنداق دېدى: «بۇ مادداىلار مېنىڭچە ئانچە ياخشى ئەمەستەك قىلدۇ. بىز گېرالدنى ئۆلار بىلەن سۆھبەتلەشتۈرسەك بولغۇدەك. » ئۇنىڭ سۆزى خۇددى: «ئەڭ رەھىمسىز باھا چۈشۈرۈش شاھزادىسىنى چاقىر! تەمىنلىگۈچىنىڭ قېنىنى شۇمۇرۇپ، يىلىكىنى قۇرۇتۇۋەتسۇن!» دەپ ئاڭلىغانىدەك تۇيۇلىدۇ، بەلكىم مېنىڭ تەشۋىشىم بىر ئاز كۆپتۇرۇۋېتىلگەندۇ، ئەمما مېنىڭ بىلىشىمچە، ئەگەر گېرالد قولۇمدىكى بۇ سوددىنى ئۆتكۈزۈۋالسا، مېنىڭ ئىناۋىتىم چوقۇم زىيانغا ئۇچرايدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە مەن تەمىنلىگۈچى تەرەپتىن ھېچقانداق مەنپەئەتكە ئېرىشىشنى ئويلىمىسامۇ بولىدۇ. بۇ خىل تەشۋىش مېنى بېشىمنى قاتتىق قىلىپ باھا چۈشۈرۈشكە مەجبۇر قىلدى، ئادەتتىكى ئەھۋالدا توختامنىڭ ماددىلىرىنىڭ ھەممىسى بىز تەرەپكە ئاغاتتى. بۇلارنى مەن بىلەن سۆھبەتلەشكەن تونۇشتۇرغۇچىلار مەڭگۈ بىلمەيدۇ، مېنىڭ پۈتۈن كۈچۈم بىلەن باھا تۆۋەنلىتىشىم ئۈلارغا نسبەتەن ئەمەلىيەتتە ياخشى ئىش.

تەپەككۇرنى كېڭەيتىپ، جانلىق بىر تەرەپ قىلىپ، سانلىق مەلۇماتنى ئاساس قىلساقلا، ئۇنۇملۇك تىجەشلىك بولۇشنى ئەڭ يۇقىرى چەككە يەتكۈزگىلى بولىدۇ. Google نىڭ ئۆزگىچە مەدەنىيىتىنى چۈشەنگەندىن كېيىن، مەن ئۆزەمنى قاقاسلىقتا ئېزىپ قالغان بۇۋاقتەك ھېس قىلمايدىغان بولدۇم، يوچۇن بىر ساھەدە ئىزدىنىۋاتقان باتۇر يول ئاچقۇچى دەپ ھېس قىلىدىغان بولدۇم. مەن ئىككى كۆزۈمنى يوغان ئېچىپ، مەن توغرا دەپ قارىغان يولدا بىر قەدەمدىن بىر قەدەمدىن ئالدىغا ماڭدىم.

قەرەللىك ھوقۇق كىمياگەرلىكى

چىرايى سۈرلۈك مۇدىرىيەت ئەزالىرى كاستۇم كىيىپ (گالىستۇك تاقىماي) «مەن تەلەيلىك ئوغۇل دەم ئېلىش زالى» غا توپلىنىدۇ—شىركەتتىكى ئەڭ چوڭ يىغىن زالى. قولىدا يان كومپيۇتېر كۆتۈرۈۋالغان قوشۇن ئۇياقتىن-بۇياقتا ئۆتۈشۈپ، بوش ئاۋازدا سۆزلىشىدۇ. مەن شىركەت مۇدىرىيەت ئەزالىرىنىڭ ئىچىدە بىزنىڭ كەلگۈسى نىشانىمىزنى لايىھەلەۋاتقانلىقىنى، قايتا-قايتا ئۆزگەرتىۋاتقانلىقىنى، ئۇلار ئىچىدە ئۇيان-بۇيان يۆتكىلىپ، نامايان قىلىپ، مۇنازىرىلىشىپ، ئۆزىنىڭ كەيپىياتىنى تىزگىنلەشكە تىرىشىۋاتقانلىقىنى تەسەۋۋۇر قىلىمەن. بىر قانچە سائەتتىن كېيىن، ئۇلار بىرىنىڭ ئارقىسىدىن بىرى ئەگىشىپ چىقىپ، ئالدىراش ھالدا ئۆزىنىڭ يان كومپيۇتېرىنى تەكشۈرۈپ، ئۆزىنىڭ ماشىنىسىغا يۈگرەيدۇ. بۇ ۋاقىتتا، مەن كۆڭلۈمنى توختىتىپ ئېلخەتلىرىمگە تەپسىلي كۆز يۈگۈرتىمەن.

مەن ئەزەلدىن مۇدىرىيەت يىغىنىدىكىلەر بىلەن بىۋاستە ئۇچرىشىپ باقمىغان، ئەمما ئىزچىل ھالدا ئۇلار يىغىندىن تارقالغاندىن كېيىن يىغىن خاتىرىسىنى ئوقۇۋاتىمەن. نېمە ئۈچۈن؟ مەن ئەلۋەتتە ئۇلارنىڭ تەدبىر جەھەتتىكى چوڭ ئۆزگەرتىشلىرى، مۇھىم باشقۇرغۇچىلارنى تەكلىپ قىلىش ئېلانى قاتارلىقلارنى بىلىشنى خالايمەن، ... نېمە كارىم. ئاساسلىق سەۋەبى يەنىلا مۇدىرىيەت يىغىنى پاي چېكى باھاسىنى قارار قىلىدۇ.

بەلكىم بۇ پۈلنى مۇنازىرە قىلىدىغان ياخشى پۇرسەت بولۇشى مۇمكىن.

Google دا ھېچكىم دېگۈدەك پۇلنى مۇنازىرە قىلمايدۇ. بۇ ئاسانلا ساقلانغىلى بولىدىغان پاراڭ تېمىسى، چۈنكى شىركەتتىكىلەر دېيىشىدىغان پۇل يوق. بىر ئىككەيلەن ئىلگىرى ئىگىلىك تىكلەۋاتقان شىركەتتىن پۇلنى بۆلۈشۈپ ئايرىلغانلارمۇ بار، ئەمما ئەگەر ئۇلارنىڭ يېتەرلىك پىنسىيە مائاشى بولسا، ئۇنداقتا ئۇلار ئۆزلىرىنى ناھايىتى پۇختا يوشۇرغان. بىزنىڭ بايلىق يوشۇرۇن كۈچمىز يېتەرلىك.

مەن ئىلگىرى تىلغا ئالغاندەك، Google غا كېلىپ ئىشلىگەندىن كېيىن، مېنىڭ چىقىمم 25000 دوللار ئازايدى. شۇنداق بولسىمۇ، نەق پۇل ئوبروتۇم ئانچە ياخشىلىنىپ كەتمىدى، ئەمما تور شىركىتىدە، پاي چېكى قەرەللىك ھوقۇقى مائاشتىن تېخىمۇ مۇھىم. ھەر بىر پاينىڭ قەرەللىك ھوقۇقىنىڭ باھاسى مۇقىم بولۇپ ئۆزگەرمەيدۇ، سېتىۋېلىش باھاسى شۇ كۈنلۈك پاي چېكىنىڭ قىممىتىگە ئاساسەن قارار قىلىنىپ تاللىنىدۇ («قارار قىلىنغان باھا»). گەرچە پاي باھاسى مەن رەسمىي ھالدا «قەتئىي قارار» قىلىپ سېتىۋېلىشتىن ئىلگىرى شددەت بىلەن ئۆرلىگەن بولسىمۇ، مەن يەنىلا قارار قىلىنغان باھادا سېتىۋالايمەن، مۇشۇ ئارقىلىق غايەت زور پايدىغا ئېرىششكە كاپالەتلىك قىلىندۇ. شىركەت ئادەتتە كونا خىزمەتچىلەرگە زور سوممىدىكى پاي تەمىنلەيدۇ، ئەمما شىركەتنىڭ زورىيىشغا ئەگىشىپ، سانى بارغانسېرى ئازلايدۇ. كىرگەن ۋاقتى قانچە بالدۇر بولسا، خەتەرمۇ شۇنچە چوڭ. خەتەر قانچە چوڭ بولسا، يوشۇرۇن تەمىناتمۇ شۇنچە چوڭ بولىدۇ. ئەرزان باھادا سېتىۋېلىپ، دەرىجىدىن تاشقىرى يۇقىرى باھادا سېتىپ، بالدۇرلا پىنسىيەگە چىقىلى بولىدۇ.

پاي چېكى قەرەللىك ھوقۇقى كۈندە ھېرىپ-چارچاپ ئىشلەش بىلەن بايىاشات تىنچ تۇرمۇش ئارىسىدا پەقەت بىر سىزىقلا ئارىلىقتا ئىگە قىلىدۇ. مەن نۇرغۇن دوستلىرىم ۋە قوشنىلىرىمنىڭ بۇ سىزىقتىن ئاتلاپ ئۆتۈپ، چوڭ ئۆيى سېتىۋېلىپ، مەخسۇس ئايروپىلاندا ئولتۇرۇپ ئارام ئالغانلىقىنى كۆرگەن، ئەمما مېنىڭ باللىرىم تېخچە بىر ئۆيدە قىستىلىپ تۇرۇۋاتىدۇ، شىددەتلىك دولقۇن سۇ ئۈستى باغچىسىنىڭ بىر كۈنلۈك ئېتىبار بېلىتىنى ئېلىپ يۈرۈۋاتىدۇ. نېمە ئۈچۈن ئۇلار بۇنچە كۆپ پۇل تاپالايدۇ؟ بىراق مەن تاپالمايمەن؟

ئەمەلىيەتتە، كىرىمنىي جىلغىسدا زور كۆپ قىسىم ئادەمنىڭ ھەمىسى تىرىشىپ ئىشلەيدۇ، ئۇلارنىڭ قارارىمۇ ئىنتايىن دانا، ئەمما ئەزەلدىن ئاشۇ سىزىقتىن ئۆتۈپ باقمىغان. تاسادىپىيلىق ئاساسلىق سەۋەب، يىراق تەلەي دېيىلىدۇ. مەن كارخانىچى ئەمەس، ئەقىللىق ئالىمۇ ئەمەس، مەن باشقىلارنىڭ ماشىنىسىغا چىقىۋېلىشىم كېرەك، ماشىنىنىڭ توغرا يۆنىلىشكە مېڭىشىغا دۇئا قىلىمەن.

ئۇدۇلۇمدا ئولتۇرغان Yahoo نىڭ خادىم قوبۇل قىلىدىغان باشقۇرغۇچىسى ماڭا مۇنداق دېدى: «بىزنىڭ تەمىنلەيدىغان مائاشىمىز سىزنىڭ ھازىر ئېلىۋاتقىنىڭىزدىن ئازراقلا تۆۋەن، بىراق ...» ئۇ دىراماتىك ھالدا توختاپ قېلىپ، ئاخىرىغا ئۇلاپ مۇنداق دېدى: «بىز ئىشچى-خىزمەتچىلەرگە 1000 پاينى ئالدىن سېتىۋېلىش ھوقۇقى بېرىمىز. «ئەينى ۋاقىتتا مەن دەھشەت ھەيران قالغان. Yahoo نىڭ پاي باھاسى ئەينى ۋاقىتتا ھەر بىر پاي 50 دوللار ئىدى. ئەگەر پاي باھاسى 100 دوللارغا ئۆسسە، مەن 50000 دوللار پايدا ئالاتتىم. ئەمما ناۋادا 50 دوللاردىن چۈشۈپ كېتىپ قايتا ئۆسمىسە، مېنىڭ قەرەللىك ھوقۇقۇم «قۇدۇققا چۈشۈپ»، قىممىتىنىمۇ ساقلاپ قالالمايتتى.

باج تاپشۇرۇشنى ئويلاشقاندا، ئاقىلانە ئۇسۇل يەنىلا قەرەللىك ھوقۇق تارقىتىلغاندا سېتىۋېلىش، يەنى ئۆزەمنىڭ 50000 دوللار پۇلۇمنى ئۇستەل ئۈستىگە قويۇش: ئەگەر شىركەت تۆۋەنگە قاراپ ماڭسا مەن بۇ 50000 دوللار پۇلنى مەڭگۈ كۆرەلمەيمەن. نۇرغۇن تور شىركەتلىرى ئىككىنچى يىللا ۋەيران بولدى، ئاخىرىدا قېپقالغىنى پۇتۈن تاملىرىغا پاي چېكى چاپلانغان ھاجەتخانا. پۇل ئالدىمدا تىزىقلىق تۇرسىمۇ، مەن ئۇنىڭغا دەرھال ئىگە بولالمايمەن. شىركەتتە تۇرغان ۋاقتىم ئاز دېگەندە بىر يىل توشقاندىن كېيىن، بۇ پايلار ماڭا تەۋە بولىدۇ. ئاندىن كېيىنكى 3 يىلدا ھەر ئايدا پايغا ئىگە بولىمەن، ئەڭ ئاخىرى «پىنجەك» نى كەيگەندە، ھەممە پاي ئۇلۇشى ماڭا تەۋە بولىدۇ. لېكىن شىركەت بازارغا سېلىنىشتىن ئىلگىرى، پاي چېكىنى تارقاتتۇچىدىن باشقا ھېچكىمگە ساتالمايمەن.

مەن Google نىڭ قوبۇل قىلىنغانلىق ئۇقتۇرۇشنى تاپشۇرۇۋالغاندا، چوقۇم بېسىش خاتالىقى كۆرۈلۈپتۇ دەپ ئويلىغان ئىدىم. مەن مائاشىمنىڭ ئازلىشىغا تەييارلىق قىلىپ بولغان ئىدى، ئەمما قەرەللىك ھوقۇق ساندىكى پەشىنىڭ ئورنى چوقۇم خاتا يېزىلىپ قالدى، بۇ مېنىڭ مۆلچەرىمىدىكى ساندىن كۆپ ئىدى. Google ئەينى چاغدا مېنى كۆپ قوللىغان، ئەمما مەن ھەممە نەرسىمنى شىركەتنىڭ يۇرۇشتۇرۇش كەلگۈسىگە ئاتىۋەتتىم. ئەگەر Google ياخشى يۇرۇشسە، مېنىڭ مەبلەغ ئەھۋالىمۇ ياخشى بولىدۇ. مائاش؟ ئۇ پەقەتلا چاقچەلەك چۆگىلەشتىن توختاپ، فىشكا سېتىۋالغاندىكى ھەقسىز ئىچىملىك ۋە سوۋغا قىلىنغان قىسقۇچپاقا پىرەنىكى.

مەن ھېسابتا ئىزچىل ياخشى ئەمەس ئىدىم، ئەمما مەيلى مەن قانداق ھېسابلىماي، نەتىجىسىنىڭ ھەممىسى ياماں ئەمەستەك قىلىدۇ. مۇدىرىيەت ھەر ئايدا يېڭى ياللانغانلارغا پاي چېكى تولۇقلىمىسى تەستىقلايدۇ ھەمدە مېنىڭ كەلگۈسىدىكى پاي چېكىمنىڭ باھاسىنى بەلگىلەيدۇ. مەن قەرەللىك ھوقۇق سېتىۋېلىشنى قارار قىلدىم، باج جەريانىسى تۆلەشتىن ساقلىنىش ئۈچۈن، ھازىر ئۆلارنىڭ قانچىلىك پۇل تاپشۇرۇشۇمنى قارار قىلىشنى كۈتۈۋاتىمەن.

مەن «قارار قىلىنغان باھا» ماۋزۇلۇق ئېلخەتنى تاپشۇرۇۋالدىم. مەن ئاچتىم، مۇدىرىيەت مېنىڭ ئىلتىماسىمنى تەستىقلاپتۇ، پاي باھاسى 20 سىنت دوللار. شىركەتنىڭ پايدىسى ئازلاپ كەتكەن ھازىرقى ئەھۋالى ياكى ھازىرقى سودا ئەندىزىسىدىن قارىغاندا، بۇ سەل ئۆرە، ئەمما مۇۋاپىق ئەمەس دېگىلى بولمايدۇ. بەختكە قارشى، مەن ۋەيران بولدۇم. ھەر پاي 20 سىنت دوللار بولغان تەقدىردىمۇ مېنىڭ قەرەللىك ھوقۇقۇمغا يەتكۈدەك پۇلنى تۆلىيەلمەيتتىم. مەبلىغىمنىڭ ھەممىسى يۇڭلۇق ئويۇنچۇق ۋە كۆيمەس ئىچ كىيىمدەك چوڭ مەبلەغ سېلىشتا ئىدى. ئاتا-ئانامدىن پۇل ئۆتنە ئالمسام بولمىدى.

كىرىستېن پايدا-زىيانىنى دەڭسەپ بېقىپ، مېنىڭ قارارىمنى ئويلاشتى.

«سىز پۇل ئۆتنە ئالماقچى؟ » ئۇ يېقىنلىق بىلەن شۇنداق سورىدى، ئۇلاپلا ماڭا مۇنداق دېدى: «ھېچقانداق كىرىمى يوق شىركەتنىڭ پۇلغا يارىمايدىغان پاي چېكىنى سېتىۋالامسىز؟ سارىڭ بولدىڭىزمۇ؟ سەل كېيىنرەك سېتىۋالسىڭىز بولمامدۇ؟ ئەگەر ئۆلار ۋەيران بولسا پۇلنى قايتۇرۇۋالالامسىز؟ شۇنى بىلىشىڭىز كېرەك ماشىنىمىزنىڭ ئوتى دائىم ئۆچۈپ قالىدۇ، ئەۋرەز يولنىمۇ راۋانلاشتۇرىدىغان ۋاقىت بولۇپ قالدى. بوپتۇ، سېتىۋالسىڭىز سېتىۋېلىڭ. چوقۇم مۇشۇنداق قىلامسىز؟ »

ئاتا-ئانامۇ گۈماني پوزىتسىيەدە، ئەمما ئۆلار مېنىڭ ئاتا-ئانام، ئۆلارنىڭ باشقا تاللىشى يوق، پەقەت مېنى قوللايدۇ. ئۆلار ئۆزلىرىنىڭ پىنسىيە جۇغلانمىسىنى ماڭا ئۆتنە بېرىپ تۇردى، ئەمما ئۆلارنىڭ ئەينى چاغدا بۇ پۇللارنى قايتۇرۇۋالالمايدىغانلىقىنى ھېس قىلغانلىقىغا ئىشىنىمەن، خۇددى ئەۋرەز يولغا ئېقىتىپ كەتكەندەك.

ئاندىن كېيىن مەن پاي چېكىنى سېتىۋالدىم، كۈتۈۋاتىمەن، ھەر ئايدا دېگۈدەك مۇدىرىيەت يىغىنىنى كۆزىتىمەن، پاي چېكىنىڭ قانچە سىنت ئۆسكەنلىكىگە قارايمەن. بۇ پۈتۈنلەي پۇل ئويۇنى، چۈنكى نەق پۇلغا ئالماشتۇرغىلى بولمايدۇ. ئەمما مېنىڭ قىممىتىنى ھېسابلىشىمنى توسۇپ قېلىش بەك تەس، گەرچە ھېسابلاۋاتقىنىم تەسەۋۋۇردىكى پۇل بولسىمۇ. خىزمەتتە ئەزەلدىن بۇ ئىشلارنى تىلغا ئالمايمەن، شىركەتتە پۇل توغرىسىدا سۆزلىشىشىمۇ ئانچە ياخشى ئەمەس. بىز تېخنىكىنى ياخشى كۆرگەنلىكىمىز ئۈچۈن بىر يەرگە توپلانغان، نىشانىمىز تېز سۈرئەتتە بۇ دۇنيانى ياخشىلاش. ئەمەلىيەتتە، بىز دۇنيانى ئۆزگەرتىۋاتىمىز. بىز ئىشنى ئەستايىدىل راستچىللىق بىلەن قىلىمىز.

بىر ئايدا مۇدىرىيەت يىغىن ئېچىپ پاي باھاسىنى 10 سېنت دوللار ئۆستۈردى. توساتتىن مېنىڭ پۇلۇم بار بولۇپ ئارقا ھويلامنىڭ قاشاسى ياكى ھاجەتخانىنىڭ تۈرۈبا يولىنى ئوڭشىيالايدىغان بولدۇم. ئەمەلىيەتتە

بۇ ئىشلارنى قىلالمايتتىم، چۈنكى بۇ پۇللار پەقەت مەسئۇل بوغالتىرنىڭ ئېلىكترونلۇق جەدۋىلىدىكى مەلۇم بىر تۈر، ئەمما ھېچ بولمىغاندا نەزەريە جەھەتتىن مەن بارغانسېرى بېيىۋاتاتتىم.

مەغلۇبىيەت

شەخسىي مالىيە ئەھۋالى ئىشخاندا مۇنازىرە قىلىدىغان ئىشلار دائىرىسىدە ئەمەس، ئەمما شىركەتنىڭ پۇلىنى قانداق ئىشلىتىشنى خالىغانچە مۇنازىرە قىلساق بولىدۇ.

لارى بىلەن سېرگېي بازارچىلىق پىلانىمىزنى تەستىقلىغاندىن كېيىن، سىندىغا مۇنداق دېدىم: «ھازىر خامچوتتىن بىرنى چىقارساقلا بولىدۇ. » سالىي بىلەن مەن پىلان يېزىشقا باشلىدۇق. پىلاندىكى بارلىق تۈرلەرگە نىسبەتەن، پەقەت ئالتىلا ئادەم بار بۆلۈم ئەلۋەتتە ئىجرا قىلالمايدۇ، شۇڭلاشقا سالىي سېتىشنى تېزلىتىش ۋاكالەتچىسىدىن بىرنى يالالاشنى ئويلىدى. بىر ۋاكالەتچى ئۇنىڭ بىلەن سۆزلەشكەندىن كېيىن «Google مۇسابىقىسى» ۋە «Google بايلىق ئىزدەش» نى چۆرىدەپ پائالىيەت تەشكىللەش تەكلىپىنى بەردى. بۇ ئويلار مېنى خاتىرجەمسىز قىلدى، ئۇلار ئاڭلىماققا ناھايىتى كونا تۇيۇلدى. سىناپ بېيىش قىلامدۇق؟ بايلىق ئىزدەش ئويۇنى؟ بىز يەنە لىنتا كېسىپ ئېتىبار بىلىتى تارقىتامدۇق؟

سىندى ماڭا مۇنداق دېدى: «لارى بىلەن سېرگېي يۇرۇش يۆنىلىشى بويىچە ھەممە تورۇسلارغا Google نىڭ تۇغىنى پۈركۈش ئويى خېلى ياخشىكەن دەپ ھېس قىپتۇ، ھەقىقەتەن ئادەمنىڭ ئىشەنگۈسى كەلمەيدۇ. ئۇلار تېخى Google تۇغىنىڭ شولىسىنى ئايغا چۈشۈرمەكچى بوپتۇ. »

سالىي بۇ خىل قارىغۇلارچە ئويغا تاقابىل تۇرۇشى كېرەك—مەن ئەينى چاغدا لارى ئوتتۇرىغا قويغان قوشۇمچە تۈرنى ھەل قىلىۋاتاتتىم. قوشۇمچە تۈر ئەينى چاغدا مودا بولۇۋاتقان توردا سېتىش دۇكىنى، مەسىلەن ئامازون. ئامازون باشقا تور شىركەتلىرىنىڭ ئۇلار سېتىۋاتقان بىر كىتاب، سىن ياكى CD (ئوپتىك دىسكا) غا ئۇلانما قۇرۇشقا ئىلھاملاندۇرۇۋاتاتتى. ئۇلانما چېكىلسە، ئىشلەتكۈچى ئامازوننى زىيارەت قىلىپ، ئۇلانما تۇرۇشلۇق تور ئادرېسىدىكى ئۇچۇرمۇ ئەگىشىپ يۆتكىلەتتى. ئەگەر ئىشلەتكۈچى بىر نەرسە سېتىۋالسا، ئامازون ئۇلانما قۇرغان تورتۇراغا شېرىنكانە بېرەتتى. بۇمۇ ئەقىلغا مۇۋاپىق ئىش ئىدى. نەرسىنى ساتقاندىن كېيىن، سۇرۇشتۇرۇش ۋاكالەتچىسى ئەلۋەتتە شېرىنكانىگە ئېرىشەتتى. ئەمما ئەينى چاغدا بىز نەرسە ساتمىغان، بىزنىڭ ئىزدىشىمىز پۈتۈنلەي ھەقسىز ئىدى.

مەن سالىلغا مۇنداق دېدىم: «چۈشەنمىگىنىم، بىز ھەقسىز مەھسۇلات تەمىنلەپ يەنە پۇل بېرىدىكەنمىز؟ كىشىلەر بۇ مەھسۇلاتنى قالايمىغان ئىشلەتمەسمۇ؟ » بىز ئەلۋەتتە تېخىمۇ كۆپ ئىشلەتكۈچىگە ئىگە بولىمىز، ئەمما ئىشلەتكۈچى ئۆزىنىڭ تورتۇراسىغا قويغان ئۇلانمىنى چەكسە، بىز ئۇلارغا پۇل بېرىمىز تېخى، مېنىڭچە بۇ ئۇسۇل ئاقمايدىكەن. ئەمما مەن يەنىلا كۆزىتىمەن، ئەڭ ئاخىرى پۈتكۈل تۈرنى بېسىپ چۈشسە دەپ ئارزۇ قىلىمەن.

سالىي بىلەن مەن تېزلىكتە دەسلەپكى خامچوتنى تۈزۈپ چىقتۇق، 6 مىليون دولار بىلەن، بارلىق بازارچىلىق پائالىيىتىنى قوللايدىغان بولدۇق. بىز كېيىن يەنە ئۆزگەرگۈچى مىقدارنى تەپسىلىي كۆزىتىۋق، بىزنىڭ ئىشخاندىكى خىزمەت ئۇنۇمىمىزمۇ شۇنىڭ ئىچىدە. ئەڭ ئاخىرى ھېسابلىغان سانمىز بىر ھەسسە كۆپەيدى، 12 مىليون دوللار، ۋاقتىلىق بازارچىلىق مۇئاۋىن لىدېرى سكوت ئېپستېن ئايرىلغاندا تىلغا ئالغان سانغا يېقىنلىشىپ قالدى. ئەمما سالىي ئىلگىرى ئىشلىگەن شىركەتنىڭ ساندىن خېلىلا ئاز. سىندى ماڭا مۇنداق دېدى، Google نىڭ ماركىسنى تىكلەشتە، بۇ سان يەنىلا مۇۋاپىق، شۇڭا بىز تەپسىلىي ئېلىكترونلۇق

جەدۋەل تـۈزۈپ، بانكـدىكى كـۆپ قىسـىم پـۇلنى Google ماركسـىنى يارىتىشـقا سـەرپ قىلـدىغانلىقىمىزنى ئىسپاتلىدۇق.

بـز ئامالنـىڭ بـارىچە سـانلارنى پـارچىلاپ، بىزنـىڭ قانچىلىـك تەسـىر پەيـدا قىلالايـدىغانلىقىمىز ھەمـدە قانچىلىك زىيـارەتچىنى ئـادەتتىكى ئىشـلەتكۈچىگە ئايلاندۇرالايـدىغانلىقىمىزنى كۆرسـەتتۇق. نىشـانىمىز ئېنىـق، قايىل قىلىش كۈچىگە ئىگە ھەمدە ئاساسىنى تاپقىلى بولىدۇ. بىراق بـز 12 مىليـون سـانىنى قـارار قىلغۇچىلارغـا تاپشۇرغان ۋاقتىمىزدا، مـۇدىرىيەت بـۇنى ۋە باشـقا ھەمـە پـۇل-مۇئـامىلە سـانلىرىنىڭ ھەممىسـىنى كېرەكسـىز قەغەز قىلىپ تاشلىۋەتتى. سىندى تەپسىلىي چۈشەندۈرۈشكىمۇ ئۈلگۈرەلمىدى.

شـۇ قېتىملـىق ھـالقىلىق مـۇدىرىيەت يىغىنىـى ئويلىسـام، سـىندى مۇنـداق دەيـدۇ: «مەڭگـۈ ئېسـىمدىن چىقمايـدۇ. جـون دوئېـر ماڭـا مۇنـداق دېـدى: «سـىز 10 مىليـونىنى بازارچىلىققـا سـەرپ قىلامسـىز كومپيـۇتېر سېتىۋالامسىز؟ » مەن ‹كومپيۇتېر سېتىۋالىمەن› دېدىم. ئۇ ئۈلاپلا ‹ئۇنداقتا ياخشى› دېدى. ئارقىسـىدىن مەن چىقىپ كەتتىم. ئەينـى چاغـدا لارى بـىلەن سېرگېيدىن بـزار ئـدىم، ئـۈلار مېنـى مەغلـۇبىيەتكە باشـلاۋاتاتتى، پۈتكۈل تونۇشتۇرۇش جەريانىدا مەن ئۇچۇن بىر ئېغىزمۇ گەپ قىلمىدى. ئـۈلار ئەلـۋەتتە مـۇدىرىيەت يىغىنىنـىڭ پىكرىنى پەرەز قىلالايدۇ، ئۇنداقتا بـز يەنە بۇ ئىشلارنى قىلمىـز، مەن مەڭگۈ بىلمەسلىكىم مۇمكىن. »

يەنمـۇ بـر قەدەم ئىلگـرىلىگەن ھالـدا قىسقارتىش ئـارقىلىق، بـازارچىلىق خـامچوتىمىز ئـۇچتىن ئىككـى قىسىم قىسقاردى، قېپقالغانىنـىڭ كـۆپ قىسـمى قوشـۇمچە تـۇرلەرگە مەبـلەغ سېلىنىدى، لارى ماڭـا بـۇ خەۋەرنـى ئاڭلىغاندىن كېيىن قىزغىنلىقى ئاشقانلىقىنى دەپ بەردى.

خامچوتنى قىسقارتىشقا نىسبەتەن، مەن ئانچە بەك ھەيران قالمىدىم. مەۋھۇم ئـدىيەنى تەسـتىقلاش بـر ئىش ئەمما ھەقىقىي مەبلەغنى پىلانىنى ئەمەلىيلەشتۈرۈشكە سېلىش باشـقا بـر ئـش. لارى بـلەن سېرگېي بـز ئوتتۇرىغا قويغان تەكلىپتىكى ھەممە ئىشلارنى ۋۇجۇتقا چىقىرىشـمىزنى ئۈمـىد قىلـدۇ، شۇغىنسـى ئـۈلار پـۇل خەجلەشـنى خالمايـدۇ. قوشـۇمچە تـۇرگە نسـبەتەن، مەن ئەڭ زور تىرىشـچانلىقىمنى چىقىرىـپ ئـۇلارنى ئەمەلىيلەشتۈرۈشـنى ئىلگـرى سـۈردۇم، گەرچە ئۇنـىڭ مەغلـۇپ بولۇشـنى كۆرۈشـنى ئويلىسـاممۇ. مەن چـوڭ شىركەتتىن ئۆگەنگەن مۇھىم بىر دەرس مەڭگۈ غوجايىنىنىڭ ئىدىيەسىنى بىرىنچى ئورۇنغا قويـۇش، يەنـى گەرچە ئۇ ئىدىيە ئانچە مۇۋاپىق بولمىغان تەقدىردىمۇ.

كارخانا تەرەققىيـات بۆلۈمـدە، Netscape شـىركىتىدىن كەلـگەن خىزمەتچى ئەينـى چاغـدا BeFree تاراتقۇ شىركىتى ئارىسـىدا مۇناسـىۋەتنى ياخشـىلاش ئۈچـۈن قاتىراڭاتقـان ئـدى، BeFree تاراتقۇسـى بـزنـىڭ قوشـۇمچە تـۇرۇمـزنى باشـقۇرۇڭاتقان شـىركەت ئـدى. مەن بۇنـداق مـۇرەككەپ سـودىنى تامامىلاشـقا بـر قـانچە ھەپتە كېتىدۇ دەپ ئويلىغان ئىدىم. چۈنكى يېڭى يىل كېلەي دەپ قالغـان ئـدى، ئـادەتتە بايرامنـىڭ ئالـدى-كەينىدە چوڭ ئېلىم-سېتىم بولمايـدۇ. لارى باشـقىلارغا ئوخشـمايدۇ، ئـۇ تـۇرنى دەرھـال باشـلىماقچى ئـدى. سـىندى ئەتىـگەن سـائەت 4 تە ماڭـا ئـېلخەت يـوللاپ، ئەھـۋالنى قىسـقىچە چۈشـەندۈرۈپتۇ. قوشـۇمچە تـۇرنى ياخشى بېجىرەلمەسلىك لارىرنى بۇاستە ھاقارەت قىلغانلىققا باراۋەر ئىدى، لارى ھاقـارەتنى بـۇاستە سـىندىغا يۈكلەيتتى. سىندى كېچىچە ئۇخلىماپتۇ، مەن يامان چۈش كۆرۈپ قارا بېسىپ ئۇخلىيالمـدىم. مەن قاباھەتلىك چۈش كۆرسەملا خوتۇنۇمغا قاقشايتتىم.

«بـز يا تەرەققىيات ئاستىلاش ئەھۋالىغا يولۇقۇپ باقمىغان بولمىسـاق. مېنـىڭ دېمەكچـى بـولغىنىم ھـازىر ئومۇمىيۈزلۈك تەرەققىيات ياخشى، ئۇنـىڭ ئۇستىگە زور كۆپچىلىك بازارچىلىق گۇرۇپپىلىرى ئىنتـايىن يېڭـى. بـز بازارچىلىق پىلانىنى ئىجاد قىلدۇق، يەنە خامچوت چىقاردۇق...»

«توختـاڭ، سـىز ماڭـا خـامچوتنى قىسـقارتتۇق دېگەنغـۇ؟ » دەپ سـورىدى كىرىسـتېن، ئەمەلىيەتـتە مەن خىزمەتنى سۆزلىشۇاتقاندا ئۇنـىڭ كۆڭلىنىڭ باشقا جايدا ئەمەسلىكىنى ئىسپاتلاش ئۈچۈنلا ئىدى.

مېنىڭ ئۇنىڭ بىلەن كارىم بولمىدى، مەن ئۇلاپلا مۇنداق دېدىم: «مەن كومىتېت قۇردۇم، بۇ تۈرلەرنى نۇقتىلىق مۇنازىرە قىلمىز...»

«ۋوي. ئۇلار سىزنىڭ كومىتېتىڭىزنى تېخى بىر تەرەپ قىلىۋەتمىدىمۇ؟ » ئۇ مېنى مازاق قىلۋاتقانىدەك تۇيۇلدى.

«مەن ئاساسلىقى تورتۇرا ئىقتىدارىنى تەكشۈرۈپ نازارەت قىلىش! ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ باھاسىنى توپلاش! ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى يېتەكچىسىنى رەتلەش! قاتارلىقلارغا ھۆجۈم قىلۋاتىمەن»

«ئىنژېنېرلار چوقۇم سىزگە رەھىمەت ئېيتماي تۇرالمايدىغانلىقىغا ئىشىنىمەن. » ئۇ باللارنى بەزلىگەن تەلەپپۇزدا ماڭا شۇنداق دېدى. كۆرۈنۈپ تۇرۇپتۇكى مەن ئۇنىڭ بىلەن ئۆزەمنىڭ نۇرغۇن ئوڭۇشسىزلىقلىرىنى ھەمبەھىرلەنمەسلىكىم كېرەك ئىكەن.

زور كۆپچىلىك شىركەتلەر روژدىستوۋو بايرىمى ئاخشىمى ئېشىپ قالغان تاماق قورۇمىلارنى بىر تەرەپ قىلىش بىلەن ئالدىراش بولۇۋاتقاندا، بىز بىر قىسىم چوڭ تۈرلەرنى ھەزىم قىلدۇق. پەقەت سىستېمىغا مۇناسىۋەتلىك نەرسىلەرلا ئەمەس، بىز Google شىركىتىنىڭ بېتىنى يېڭىلاشتا باشلىدۇق، مەخسۇس گۇرۇپپا قۇرۇپ، سىرتتىكى تەتقىقات شىركەتلىرى بىلەن بىرلىكتە سۆھبەتلىشىپ، شىركىتىمىزنىڭ ئىش قەغىزىنى قايتا لايىھەلەپ، سېتىش ماددىلىرىنى باستۇق. بىز ھەتتا سان فىرانسىسكودىكى MacWorld چوڭ يىغىنى (ئالما سانائەت زەنجىرى چوڭ يىغىنى) دا پارتىزانلارچە بازارچىلىق پائالىيىتىنى قانات يايدۇردۇق، سۈبھى ۋاقتىدا Google تۈغى بېسىلغان مېڭلىغان ئون مېڭلىغان يۈك-تاق تاختىسىنى تارقاتتۇق، يەنە ئالمىنىڭ بىر تەرەپ قىلىش قوشۇندىكىلەرنىڭ بىزدەك ئىجازەتنامىسى يوق كىشىلەرنى قوغلاپ چىقىرىشىدىن ئېھتىيات قىلاتتۇق.

ئالما شىركىتى شۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە ھەپتە ئىچىدە Google غا مۇناسىۋەتلىك ئىزدەشنى روشەن كۆچەيتتى، بۇنىڭغا نسبەتەن سېرگېي قاغجىراپ كەتكەن ھالدا مۇنداق دېدى: «يۈك-تاق تاختىسى Google تەرەققىياتىنىڭ مۇھىم ھالقىسى. »

بۇ تىرىشچانلىقلارنىڭ ھەممىسى شىركەتنىڭ ئومۇمىيۈزلۈك مۇھىم نۇقتىسى ياكى تەدبىرىنى ئىپادىلەپ بەرمىدى. بىزنىڭ يېڭى غوجايىنىمىزنىڭ ئارزۇسى مېنىڭ شەخسىي ئىقتىدارىمدىن ئاز دېگەندە 30% ئېشىپ كەتكەنلىكىدىن گۇمانلىنىشقا باشلىدىم.

قوشۇمچە تۇر 2000-يىلى يىل بېشىدا باشلانغان، BeFree تاراتقۇسى بىلەن كېلىشىم ئىمزالىغانلىقىغا بىر ئايمۇ بولمىغان. تۇنجى كۈنىدىن باشلاپلا، ۋاقىت سەرپ قىلىدىغان جەڭ ئۇسۇلى. مىليوندىن ئارتۇق قوشۇمچە ئورگانلارنىڭ توختامى، بىزنىڭ ھەر كۈنلۈك بىر ئىككى قېتىملىق ئىزدەشتىن پايدا ئالىدۇ. زور كۆپ قىسىم تور ئېقىمى ئاز ساندىكى بىر قانچە چوڭ بېكەتلەر ۋە بىر توپ ئالداش خاراكتېرىدىكى ئەخلەت ئېلخەت يا سغۇچىلارغا مەركەزلەشكەن ئىدى. تور بەتكە Google ئىزدەش قۇتىسى قۇرۇش ئاسان ئەمەس ئىدى، شۇڭا بىز پىروگراممىدىن بىرنى يېزىپ ئىزدەش مەزمۇنىنىڭ ئۇزۇلمەي كىرگۈزۈلۈشىنى ساقلىدۇق. ھەر ھەپتە بىر قارا تىزىملىك تۈرغۇزۇپ چىقاتتۇق، تىزىملىكتىكى ئالدامچىلارنى توساتتۇق، ئەمما بىزنىڭ كۆپ قىسىم ۋاقتىمىزنى ھەقسىز سەرپ قىلۋاتقانلار قانۇنلۇق تۆۋەن كىرىملىكلەر ئىدى. ئۇلار ئىككى دوللارلىق چەك ئۈچۈن ۋارقىراپ-جارقىراپ كېتەتتى، خۇددى نامراتلىقتىن ئوماچ تارقىتىش مەيدانىدا تاماق يېگەندەك قىلىپ كېتەتتى.

دەسلەپ باشلانغان ۋاقىتتا، ھەر قېتىملىق ئىزدەشكە 3 سېنت دوللار بەردۇق، كېيىن 1 سېنت دوللارغا چۈشۈردۇق. تورتۇرانىڭ چېكلىش مىقدارى مۇقىملىششقا يۈزلەندى. مېنىڭچە جەلپ قىلىنغان ئىككى توك-توك يېڭى ئىشلەتكۈچىگە نسبەتەن، بۇ چىقىم ۋە ئاۋارىچىلىقلار قەتئىي ئەرزىمەيتتى، ئەمما لارى بۇ خىل ئۇسۇلدا

يېڭى ئىشلەتكۈچىنى جەلپ قىلىش تىوردا ئېلان بېرىپ جەلپ قىلغاندىن ئەرزان توختايدۇ دەپ قارايتتى. سۈسانمۇ باشقا ئىزدەش تېخنىكا مەھسۇلاتىغا مەسئۇل ئىدى، شۇڭا بىر قانچە ھەپتىدىن كېيىن بۇ تۈرگە ئۇ مەسئۇل بولۇشقا باشلىدى. بۇنىڭ ئۈچۈن مەن يوشۇرۇنچە تەبرىكلىۋەتتىم، بۇ ئېغىر يۈك ئاخىرى زىممەمدىن يۆتكەلدى، كېيىن بۇ قوشۇمچە تور تۈرى سۈسانىنىڭ كۈچلۈك باشقۇرۇشى نەتىجىسىدە شىركەت ئۈچۈن ئانچە كۆپ قىممەت يارىتىپ بېرەلمىدى، بۇ مەن ئۈچۈنمۇ بىر خىل تەسەللى ئىدى. تۈر باشلىنىپ بىر يىلدىن كېيىن، سۈسان مېنىڭ قوشۇمچە ئورگانىغا خەت يېزىپ، ئۇلارغا بۇ تۈرنىڭ توختىغانلىقىنى ئۇقتۇرۇشۇمنى ئېيتتى.

ساقلانغىلى بولمىغان خاتالىقنى ئىنتايىن ئاز ئۆتكۈزەتتۇق، بۇ دەل شۇنىڭ ئىچىدىكى بىرسى ئىدى. كۆپ يىللاردىن كېيىن، سۈسان ماڭا مۇنداق دېدى: «مەسئۇلىيەت دائىرىسىدىن ئېلىپ ئېيتساق، بۇ تۈرنى دەسلەپتىلا قولغا ئالماسلىقىمىز كېرەك ئىدى. » پۇل ۋە ۋاقتىمىزنى تېخىمۇ ئەھمىيەتلىك جايغا سەرپ قىلساق تامامەن بولۇۋېرەتتى، ئەلۋەتتە پەقەت مەنلا شۇنداق ھېس قىلغاندىمەن، چۈنكى بۇ ۋاقىت ۋە پۇل بىزنىڭ بۆلۈمنىڭ. لاررىنىڭ قارىشىچە خىزمەتچىلەرنىڭ ئىشلەپچىقىرىش كۈچىنى چەكسىز كېڭەيتكىلى بولىدۇ، بىر تۈرنى كۆپەرەك قىلىش قەتئىي مەسىلە ئەمەس. ئەگەر قوشۇمچە تۈر باشقا ۋەزىپە بىلەن توقۇنۇشۇپ قالسا، ئۇنداقتا بىز تېخىمۇ تىرىشىپ، تېخىمۇ ئۇزۇن ئىشلىشىمىز كېرەك. بىزنىڭ چەكسىز پۇرسىتىمىز بولغان ئىكەن، ھاسىلاتمۇ چەكسىز ئېشىپ مېڭىشى كېرەك.

گەرچە لارى بۇ تۈرنىڭ دەسلەپكى قوللىغۇچىسى بولسىمۇ، ئەمما مالىيە سانلىق مەلۇماتلىرىدىن كۆرۈلۈشچە بۇ تۈرنىڭ تۆھپىسى ئانچە چوڭ ئەمەس، بىز يەنىلا قان شورىغۇچىغا ئوخشاش بۇنداق تۈرنى توختىتىۋېتەيلى، قوزۇقنى ئۇنىڭ يۇرىكىگە قېقىپ، ئۇنى مەغلۇبىيەت ئېتىزىغا كۆمۈۋېتەيلى.

توققۇزىنچى باب

تېخنىۋى مۇكەممەللەشتۈرۈش

ئۇزۇندىن بۇيان چىڭ تۇرۇپ كېلىۋاتقان ماركا باشقۇرۇش ئىشلىرىنى ئەركىن قويۇپ بېرىشى، مەن ئۇچۇن ھەقىقەتەن ئاسانغا كەلمىدى. سېرگېي بۇ تەرەپتە ماڭا ياردەم بەرمەكچى بولدى، ئۇ مېنىڭ مۇستەھكەم ئىتتىقاد سىستېمامدىن پىرىنسىپاللىق نەرسىنى قېزىپ چىقىپ، ئاندىن ئۇنىڭ ئىچىدىن يوچۇقنى تېپىپ ماڭا زەربە بەردى. مەسىلەن، مەن ھەر كۈنى تۇغنى ئاغزىمدىن چۇشۇرمەيمەن، ئۇنى ھېچنېمگە تەڭ قىلمىغۇدەك دەرىجىدە ساپلىقنى ماختايمەن.

«بۇ بىزنىڭ تۇغمىز. » «قارىماققا مۇشۇنداق كۆرۈنىدۇ. »

«ئەگەر مۇشۇنداق كۆرۈنىدىغان بولسا، بۇ بىزنىڭ تۇغمىز. » «چۈنكى تۇغمىز مۇشۇنداق كۆرۈنىدۇ. »

مەن ئىلگىرى ماركىلاشتۇرۇشقا ئائىت ئىككى كىتاب ئوقۇغان، ئۇنىڭ ئىچىدىن بىر قىسىم قائىدىلەرگە ئېرىشتىم، بۇنىڭ ئىچىدىكى بىر خىلى جاھىل تەلۈە ھالەتتە ئۆز شىركىتىنىڭ گىرافىك شەكلىدىكى ئىمزاسىنى ئۆدا نامايەن قىلىش، مەن بۇ خىل قائىدىنى Google غا ئېلىپ كەلدىم، شىركەتنىڭ ئىمزاسىنى مىڭلىغان ئون مىڭلىغان ئۇچۇر ئارقىلىق ئاممىنىڭ ئىدىيەسىگە تارقىتىدۇ، ھەر بىر ئۇچۇر تامامەن ئوخشاش.

شۇڭا سېرگېي مېنى ئەسكەرتىپ، Google نىڭ ئىمزا باش بېتىدىكى شەكلىنى ئۆزگەرتمەكچى بولغانلىقىنى دېگەنىدە، مەيدانىم ئىنتايىن قەتئىي ئىدى. ئېسىگىزدە بولسۇن بۇ تۇغمىزنىڭ ئەڭ گەۋدىلىك ئورنى بولۇپلا قالماستىن، تۇغمىزنىڭ بىردىنبىر ئورنى. بىز تېلېۋىزور، ئېلان تاختىسى ياكى تەشۋىقات قوللانمىسىدا ئېلان بەرمەۋق، ئاق بەتتە لەيلەپ تۇرغان تۇغنىڭ ئۆزى ئېلان. گەرچە بىزنىڭ مىليونلىغان ئىشلەتكۈچىمىز بولسىمۇ، داڭقىمىز تېخى تۇغمىز كۆپچىلىكنىڭ مىڭسىگە ئورناپ كەتكۈدەك دەرىجىگە يەتمىدى.

سېرگېي مەسلىنىڭ ئېغىرلىقىنى تونۇپ يەتمىدى. ئۇ Google نىڭ دەسلەپكى تەرەققىيات مەزگىلىدە تۇغنى ئىككى قېتىم ئالماشتۇردى، 1998-يىلى مىننەتدارلىق بايرىمىدا تۇغقا كۈركە توخۇ كەسمە رەسىمنى قوشتى، يەنە بىر قېتىم ئىشچى-خىزمەتچىلەر نېۋادا قۇملۇقىنى چارلىغاندا كۆيۈۋاتقان كارتون پېرسۇناژنى ئوتتۇرىغا چىقارغان. مەن ئۇنىڭغا ھازىر Google ھەققىي شىركەت بولۇپ بولدى، ھەققىي شىركەت تۇغنى ئاسانلىقچە ئۆزگەرتمەيدۇ دېدىم.

گەرچە تالاش-تارتىشمىز ئۇزۇلمىگەن بولسىمۇ، سېرگېي تور باشقۇرغۇچى كارۇن ۋايتقا مىننەتدارلىق بايرىمى ۋاقتىدا كۈركە توخۇنى چىقاردى، 12-ئاي بولغاندا بايراملىق قار بوۋاي ياسىدى، 2000-يىلى يېڭى يىلدا تۇغنى شەپكە ۋە رەڭگارەڭ قەغەز بىلەن زىننەتلىدى.

ئۇ مەندىن مۇنداق سورىدى: «تاشقىي پىلانىت ئادىمى قانداقراق؟ باش بېتىمىزدە تاشقىي پىلانىت ئادىمنى قويايلى، كۇندە بىرنى ئالماشتۇرايلى. كۆپچىلىك خۇددى تۇتاش رەسىم كۆرگەندەك. »

مەن ئىپادەمنى قاتتىقراق قىلىپ، ئۇنىڭغا بۇ ئامالنىڭ ماركا تەرەققىياتىمىزغا پايدىسىز ئىكەنلىكىنى قايتا چۈشەندۈردۈم. مەن كەسپىيرەك ئاتالغۇلار بىلەن ئۇچۇر يەتكۈزۈش ۋە بىرلىككە كەلگەن سەزگۈر نۇقتىنىڭ ئىزچىللىقى ھەققىدە سۆزلىدىم ھەمدە ئۇنىڭغا ئۆزۈمنىڭلا كۆز قارىشى ئەمەسلىكىنى ئېيتتىم: بۇ دۇنيادىكى بازارچىلىق مۇتەخەسسىسلىرىنىڭ بىردەك پىكىرى، شىركەت تۇغنى ئۆزگەرتىشنىڭ سالاھىيەتىنى سۈسلاشتۇرغانلىق ئىكەنلىكىنى ئېيتتىم.

مەن ئۇنى ئاخىرى قايىل قىلدىم دەپ ئويلاپتىمەن، چۈنكى ئۇ بۇ ھەقتە مەندىن قايتا سورىمىدى.

ئەمما مەن خاتالىشىپتىمەن. سىرگېينى قايىل قىلالماپتىمەن، ئۇ پەقەت قايتىلاشنى خالىماپتۇ. ئۇ سۈسانىنى ئىزدەپتۇ، سۈسان ئۇنىڭ بىلەن مۇنازىرىلەشمەيدۇ – ئۇ بۇ ئاساستە سەنئەتكارلارنى ئىزدەپ سىرگېينىڭ ئويىنى ئەملىيلەشتۈرۈپتۇ. ئۇ قىستۇرما رەسىم ئۇستىسى ئىئان مارسدېن (Ian Marsden) نى ئىزدەپ، ئىشنى ئۇنىڭغا تاپشۇرۇپتۇ. 2000-يىلى 5-ئايدا، ئىئان گۈگىلنىڭ تۇنجى غەلىتە سىزمىسى[1] نى سىزىپتۇ. غەلىتە سىزمىنىڭ ئالاھىدىلىكى—كۆرۈپتۇ، كۆرۈپتۇ—تاشقى پىلانىت ئادەمنى تۇغمىزنى ئېلىپ قېچىپ كېتىپتۇ.

نيۇيورك ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ پىروفېسسورى كېن پېرلىن (Ken Perlin) ئاشىق-مەشۇقلار بايرىمى ئۈچۈن سوقۇڭاتقان يۈرەك پىروگراممىسىدىن بىرنى ئىجاد قىپتۇ، پاسخا بايرىمى ئۈچۈن توشقان سەكرەش ئويۇنى ئىجاد قىپتۇ. لارى مىننەتدارلىقىنى بىلدۈرۈش ئۈچۈن، ئۇنىڭغا Google نىڭ پاي چېكىنى سوۋغا قىپتۇ، پاي چېكىنىڭ سانى ئۇ تەمىنلىگەن كودنىڭ سانى بىلەن ئوخشاشكەن—قۇر بويىچە ھېسابلانسا—مۇلچەرگە قارىغاندا ئۇ يازغان ئەڭ قىممەت كود ئىكەن.

ئىشلەتكۈچىلىرىمىز تۇغ لايىھەسىنىڭ خالىغانچە بولۇشىنى ياقتۇرىدۇ، بىزگە نۇرغۇن ماختاش ئېلخەتلىرىنى ئەۋەتىپتۇ.

Google خاسلاشتۇرۇش تەدبىرى زېرىكىشلىك نەرسىنى ئوماق كارتون ئوبرازى بىلەن باغلاپتۇ، بۇ غايەت زور مۇۋەپپەقىيەت. تۇردىكى ماركا باشقۇرغۇچى بولۇش سۈپىتىم بىلەن—Google ئىدىيەسى ۋە ماركا قىممىتى يارىتىشقا مەسئۇل—مەن ئامالنىڭ بارچە قارشى تۇردۇم. شۇنداق، ئەگەر بۇ ئىش ماڭا تاپشۇرۇلغان بولسا، چوقۇم Google غەلىتە رەسمى پەيدا بولمايتتى، پەقەتلا مۇز چىراي، قاتمال سالماق بولغان تۇغ ئاپئاق بەتتە لەيلەپ تۇراتتى.

يۈزە قارىغاندا مېنىڭ تۇغرا، لېكىن نەتىجىدە مەن يەنە پۈتۈنلەي مەغلۇپ بولدۇم. Google سىزنى ئۆزگەرتىدۇ—سىزنىڭ بارلىق پەرەز ۋە تەجرىبە ئاساسىدىكى ئويلىرىڭىزغا رىقابەت ئېلان قىلىپ، ھەتتا ئۈستى راستىنلا ئۈستىمىدۇ ياكى ئاستىنىڭ يەنە بىر خىل شەكلىمىدۇ دەپ گۇمان قىلدۇرۇشقىچە يېتىپ بارىدۇ.

[1] Google «غەلىتە سىزما» ئەڭ دەسلەپتە كۆندە بىر قېتىم ئالمىشىدىغان نۇرغۇن ئىنچىكە نۇقتىلاردىن تەشكىللەنگەن تۇغ بولۇپ، ئوخشىمىغان ھېكايىنى سۆزلەيتتى، ئەمما ھازىر كىشىلەر باش بەتتىكى تۇغ ئۆزگەرمەي بىر خىل تۇرسا «غەلىتە سىزما» دەپ ئۆزگەرتتى.

خاتا نېمە ئۈچۈن توغرا

لاررىنىڭ بۈيرۇق قائىدىسى:

مەسئۇلىيەتنى يۆتكىمەسلىك: ئۆزى قىلالايدىغان ئىشنى ئۆزى قىلىش، ئۇنۇمنى ئۆستۈرۈش.

ئەگەر ئىشىنىڭ قىممىتىنى ئاشۇرالمىسا ئارىلاشتۇرماسلىق. بۇ ئىشنى ھەقىقىي قىلالايدىغان كىشىلەر ئۆزئارا مۇنازىرە قىلىش، ئۆزى باشقا ئىشنى قىلىش. بىۋاسىتە بولۇۋالماسلىق.

ئۇي ياشتىنمۇ مۇھىم. ياشنىڭ كىچىكلىكى ئۈلارنىڭ ھۆرمەت قىلىنماسلىقى ۋە ھەمكارلىشىش پۈرسىتىنىڭ يوقلۇقىدىن دېرەك بەرمەيدۇ.

ئەڭ ناچار قىلىق باشقىلارنى ئىش قىلىشتىن توسۇش ھەمدە «بولمايدۇ» دېگەن بىر ئېغىز گەپ بىلەنلا ئاخىرلاشتۇرۇش. ئەگەر سىز بولمايدۇ دېسىڭىز، ئۇنداقتا باشقىلارغا يارەملىشىپ بولىدىغان ئامال تېپىڭ.

2004-يىلىغا بارغاندا لارى ئاندىن بۇ بىر يۈرۈش قائىدىنى ئېلان قىلغان. گەرچە مەن دەسلەپتىلا چۈشەنسەممۇ، ئەمما مەشغۇلات سىستېمامنى قايتىدىن تەڭشەپ بۇ بىر يۈرۈش قائىدىنى قوبۇل قىلىشقا، بىر مەزگىل ۋاقىت كېتىدۇ. مەن دەل دائىم «بولمايدۇ» دەيدىغان ئادەم.

مەن ئىلگىرى قىلغان ھەممە خىزمەتلەردە، ماڭا مۇنداق بىر ئىدىيە قايتا-قايتا سىڭدۈرۈۋېتىلگەن: يامان ئوي خۇددى ئاق چۈمۇلىگە ئوخشايدۇ، ئۇلار يادرولۇق كەسپىنى يەۋتىشتىن ئىلگىرى ھەممىسىنى يوق قىلىۋېتىش لازىم. ئەگەر بىر لايىھەدە مۇتلەق غەلبە قىلىش ئىشەنچىسى بولمىسا، بەش يىللىق پىلان، كىرىم-چىقىم تەڭپۇڭلۇق نۇقتىسى ۋە ئۆرلەش يۈزلىنىشىنى تېرەك قىلغىلى بولمىسا، ئۇنداقتا بۇ لايىھە دەل «ناچار ئىدىيە» دۇر.

«سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» دىكى ۋاقىتتا، كۆڭۈلدىكى جاۋاب دەل «ياق» ئىدى، مەسىلەن، «ئەگەر نوپۇزلۇق ھالىدا بۇ ئىشنى قىلىشنى تاپشۇرمىغان بولسا، ئۇنداقتا قىلما.» بىراق Google دا، كۆڭۈلدىكى جاۋاب «بولىدۇ». سىز تەشەببۇسكار بولۇڭ، گەرچە قانچىلىك يىراقلىقتا ماڭالايدىغانلىقىڭىزنى بىلمىسىڭىزمۇ.

سېرگېي بىلەن لارى ئەزىلدىن باشقا شىركەتتە ئىشلەپ باقمىغان، شۇڭلاشقا باشقا شىركەتلەرنىڭ ئەھۋالىنى بىلمەيدۇ، مەسىلەن، بىر شىركەت ئۆتكەن بىر يېرىم ئەسىردىكى ئىشلارنىڭ ھەممىسىنى بىر دۆۋە قەغەزگە خاتىرىلەيدۇ. شۇڭلاشقا، مەن قايتا «بىرەر مەسىلە بولۇشىدىن ئەنسىرەيمەن» دېمەيمەن، ئۇنىڭ ئورنىغا «ئۇنى ئىشقا ئاشۇرۇش ئۈچۈن، مۇنداق قىلىشىڭ كېرەك» دەيمەن.

سېرگېي مېنىڭ قارشىلىق قىلىدىغان توسامانى ۋەيران قىلغاندىن كېيىن، ماڭا بىر قېتىم پۈرسەت بېرىپ باقتىن. شۇنىڭدىن كېيىن، باش بەتتىكى تۇغ ئاندىن تارقالدى. ئەگەر مەن بۇ ئىشنى توسيالمىسام، ھېچ بولمىغاندا ئۇنىڭ بىزنىڭ تۆۋەن ئېقىندا تىكلىگەن ماركا قىممىتىمىزنى بىر تىينىغا ئەرزىمەيدىغان قىلۇۋېتىشتىن ساقلىنالايمەن.

كارۇن ۋايت ئەينى چاغدىكى تورتۇرا باشقۇرغۇچى بولۇپ، تورتۇرا باشقۇرغۇچى باش بەتكە مەسئۇل ئىدى، ئۇ يەنە مېنىڭ توردىكى ماركا قوشۇنۇمنىڭ بىر ئەزاسى ئىدى. بىزگە سىرتقى يارەدەم بولمىغانىدا، كارۇن تۇغنى زىننەتلەشكە مەسئۇل ئىدى.

ئالاھەزەل ئىشان مارسدېن لايىھەلىگەن تۇنجى غەلىتە سىزما بىر مەزگىل قىزىغان ۋاقىتتا، كارۇن پىراكتىكانت ئوقۇغۇچىدىن بىرنى يالالاپ تورتۇرانى يېڭىلاشقا يارەملەشتۇرگەن. پىراكتىكانت ئوقۇغۇچىنىڭ ئىسمى دېننىس خۇاڭ (Dennis Hwang)، كەسپى سەنئەت ۋە كومپيۇتېر ئىلمى بولۇپ، قورقۇنچلۇق فىلىم «تىپ-تىنچ كۆل» گە رەسىم سىزغان. دېننىس يۇز تۇرانە ئىمتىھانىدا بىزگە مۇنداق دېگەن، ئۇ ئىلگىرىكى خىزمىتىدە پىدائىي بولۇپ باققان، ھەپتە ئاخىردا ئىسمىنا ئالمىشىپ 30 سائەت ھەقسىز ئىشلىگەن، بۇ نۇقتا بىزنىڭ دىققىتىمىزنى تارتتى. ئۇنىڭ ئۇستىگە ئۇ رەسىم سىزالايدىكەن. شۇنىڭدىن كېيىنكى بىر يىلدا، بىز دېننىستا تۇغنى زىننىاتلەش ئىشىنى ئورۇنلاشتۇردۇق، ئىلگىرىكى ھۆددە ئالغۇچىمۇ ئىستېپا بەردى. ئۆزىنىڭ ئىنكى تۇرسا، نېمە ئۈچۈن يەنە سۇت سېتىۋالدۇ؟

«ھەي، ئەتە چوڭ سايلام كۈنى! تۇغمىزنى قانداق لايىھەلەيمىز؟» كەچلىك تاماق ۋاقتىدا قىزىققان ئىنژېنېرلار كارۇن ياكى دېننىس ۋە ياكى مەندىن سورايدۇ.

«خېلى يامان ئەمەس. كۆرۈشنى ساقلىسىڭىزلا بولىدۇ. » دەپ جاۋاب بېرەتتۇق. ئاندىن ئىشخانىمىزغا قايتىپ، چوڭ سايلام كۈندە تۇغدىن بىرنى قىلىش قىلماسلىقنى مۇنازىرە قىلاتتۇق. ئەمدى باشلانغان بىر قانچە يىلدا، بىز قۇرۇلمىسى ئىنتايىن پۈختا بولغان ئاقما لىنىيەدە باش بەتنى ئۆزگەرتتۇق. ئەگەر بىز «ئۆزگەرتىش» نى قارار قىلغان بولساق، دېننىس ئىشلەشكە باشلايدۇ، بىر بىرلەپ ئىدىيەلەرنى ئويلاپ چىقىدۇ. دېننىس ئەزەلدىن ئۇخلىمايدۇ، ئۇ تۈن نىسپى بولۇپ، ئەل ئايىغى بېسىققاندا خەتنى ئىنتايىن تېز يازىدۇ، كومپيۇتېرغا ئۇلانغان رەسىم تاختىسىدا رەسىم سىزىدۇ، تاڭ يورۇشتىن ئىلگىرى يېپىيېڭى تۈغ تورتۇرادا پەيدا بولىدۇ.

بىز ھەقىقىي ئالدىن لايىھەلىگەن سانى ئانچە كۆپ بولمىغان بېزەكلەردىن بىرى 2000-يىلى ئانلار بايرىمىدىكى تۇغدۇر. Google نىڭ بىر دۆۋە كومپيۇتېر ۋە مخانىك زاپچاسلاردىنلا تەشكىللەنمىگەنلىكىنى ئىسپاتلاش ئۈچۈن، خىزمەتداشلارنىڭ ئانسىنىڭ رەسىملىرىنى توپلاشنى ئوتتۇرىغا قويدۇم، ئاندىن رەسىملەرنى ئانلارنى مەدھىيەلەيدىغان قەدىمىي شېئىرلارنىڭ ئەتراپىدا چاپلىدۇق. شۇنىڭدىن كېيىن، بىز ئەگەشكۈچىلەرنىڭ ئېلخەتلىرىگە كۆمۈلۈپ كەتتۇق.

بىر قانچە ئېلخەتتە دېيىلىشىچە: «سىلەرنىڭ ئاناڭلار چوقۇم ئىنتايىن پەخىرلىنىدۇ، ئوغلۇمنىمۇ Google غا بېرىپ ئىشلىسۇن دەپ ئويلاۋاتىمەن. »

ئىككىنچى يىلى بىز يەنە قىلغاندا، تېخنىۋ كۆپ ماختاش خەتلىرىنى تاپشۇرۇۋالدۇق، ئەمما يەنە بىر قىسىم ئېلخەتلەردە بىزدىن نېمە ئۈچۈن ئامېرىكىدىكى ئافرىقىلىق ئانلارنىڭ رەسىمى يوقلۇقىنى سوراپتۇ، بىز جاۋاب بېرىپ، ھەممە ئىشچى-خىزمەتچىلەرنىڭ ئانلىرىنىڭ رەسىمىنى قويمىغانلىقىمىزنى، ئەمما ئۇ بىزنىڭ ئەڭ ئاخىرقى قېتىم خىزمەتچىلىرىمىزنىڭ ئانلىرىنىڭ رەسىمىنى تورغا قويۇشىمىز ئىكەنلىكىنى ئېيتتۇق.

بەزىدە لايىھەنىڭ ئۆزىدىنمۇ مەسىلە چىقاتتى. ياپونىيەنىڭ «يەتتە بەش ئۈچ (Shichi-Go-San)» بايرىمى ۋاقتىدا، دېننىس تۇرنا، تاشپاقا ۋە ئەنئەنىۋى كەمپۈت خالتىسى بىلەن تەبرىكلىگەندە، بەزى ئىشلەتكۈچىلەر: «تۇغۇڭلاردىكى كۈركە توخۇ، تاشپاقا ۋە تېرمومېتىر نېمە مەنىنى ئىپادىلەيدۇ؟» دەپ سوراپتۇ.

«نېمە ئۈچۈن دېڭىز ئىلاھىنىڭ جىنسىي ئەزاسى بولىدۇ؟» ئولمپىك مەزگىلىدە، دېننىس گىرېتسىيە ئەپسانىلىرىدىن مۇئەييەن شەخسلەرنىڭ سىماسىنى ئىزدەپ تېپىپ بىر يۇرۇش تۇغ ياسىغان ئىدى بىر قانچە

ئىشلەتكۈچى پوسېئىدون (Poseidon) نىڭ كەڭ يېپىنچىسىدا كۆپمەسلىككە تېگىشلىك جاينىڭ بارلىقىنى كۆرستىپتۇ.

«بۇنىڭدىن سىلەرنىڭ خىرىستىيان دىنىغا قارشى سىياسىي جەھەتتە توغرىلىقتا ئىگە ئىكەنلىكىڭلارنى ئىپادىلەيدۇ. » «يېرىم شار مەركەزلىك دۇنيا قارىشىڭىزنى ئاسانلا كۆرۈۋالغىلى بولىدۇ. » روزىدېستۇو بايرىمى بولغاندا روزىدېستۇو ئالاھىدىلىكى بولمىغان، قارلىق «قىشلىق تەتىل» مەنزىرىسى بار تۇغنى ياسىدۇق، شۇڭا مۇنداق نارازىلىقلارنى تاپشۇرۇۋالدۇق. ئاۋسترالىيەلىكلەر بىزگە 12-ئاي ئۇلارنىڭ دەل ياز پەسلى ئىكەنلىكى، شۇڭا باش بەتتىكى قىشلىق مەنزىرە ئۇلارنىڭ نەزىرىدە بىزنىڭ ئەقىلسىز ياكى ئەتراپلىق ئويلانمىغانلىقىمىزنى ۋە ياكى ھەر ئىككى تەرەپنىڭ بارلىقىنى ئېيتىپتۇ.

يەنە بەزىلەر بىزدىن مۇنداق سوراپتۇ: «سىلەرنىڭ ۋەتىنىڭىزدىكى تۇيغۇڭلار نەگە كەتتى؟ سىلەر ھەتتا جۇڭگونىڭ باھار بايرىمىنى تەبرىكلەپسىلەر، ئەمما (تۆۋەندىكىلەرنىڭ خالىغان بىرى) : ئۇرۇشتا قۇربان بولغانلار خاتىرە كۈنى، ھەربىيلىكتىن قايتقان ئەسكەرلەر بايرىمى، نورمانديەدە قۇرۇقلۇقتا چىقىشنى تەبرىكلەش كۈنى، ياپونغا قارشى ئۇرۇشتا غەلبە قىلغان كۈن ياكى ئەلباش كۈننى تەبرىكلىمەپسىلەر. «بىز تۇغنىڭ قارىماقتا ئويلىمىغان يەردىن چىقىشنى ياكى باشقىلاردىن پەرقلىق بولۇشنى ئويلايمىز، ئەمما ئاخىردا ئىشلەتكۈچى ئۆزىنىڭ تۇرمۇشىغا ئاساسەن تۇغنىڭ لايىھەلىنىشىگە مۇرەككەپ قائىدە بېكىتىدۇ، نېمىنى، كىمنى خاتىرىلەشنى بەلگىلەيدۇ. كېيىن ئاخىرى مۇقىملاشتى. باشلانغان بىر قانچە يىلدا، دېنىنس بىلەن كارۇن يەنە مەن تامامەن ئەركىن تاللىيالايتتۇق، بۇ دەل كورىيەنىڭ ئازادلىق كۈنىنىڭ ئاۋسترالىيەنىڭ دۆلەت بايرىمى كۈنىدىن ئىككى قېتىم كۆپ كۆرۈلگەنلىكىنىڭ سەۋەبى. ھەي، دېنىنس سېئولدىكى قېرىنداشلارغا ۋەكىللىك قىلىدۇ.

ياخشى دېگەننىڭ ئۆزى يېتەرلىك ياخشى بولغىنى

سېرگېي جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىندا مۇنداق سورىدى: «سىلەر بىزنىڭ ئەڭ كۆپ چىقىمىزنىڭ نېمە ئىكەنلىكىنى بىلەمسىلەر؟»

Google خىزمەتچىلىرى كۆزىنى يان كومپيۇتېردىن ئۇزدى. كۆپچىلىكىنىڭ ھەممىسى پۇرسەتنى چىڭ تۇتۇپ باشقىلارنىڭ ئالدىدا ئۆزىنى نامايەن قىلىشنى ئويلىدى،

ئارقىدىكى بىر ئىنژېنېر مۇنداق دېدى: «داۋالاش سۇغۇرتىسى!» باشقىلارمۇ ئەگىشىپ سۆزلەشكە باشلىدى. «مائاش!»

«مۇلازىمېتىر!» «باج!» «توك پۇلى!» «چارلىنىڭ مىلچ ماللار دۇكىنىنىڭ ھېسابات تالونى!»

سېرگېي بېشىنى ئېغىر چايقاپ، «ھەممىسى خاتا. پۇرسەت تەنەرخى.» دېدى

ئۆز ئارا سېلىشتۇرغاندا، بىز ئاچمىغان مەھسۇلات ۋە قىلمىغان سودا، خامچوتقا كىرگۈزگەن ھەر قانداق بىر تۇردىن ئىقتىسادىنىڭ مۇقىملىقىغا بولغان تەھدىتى تېخىمۇ چوڭ. بىز ئىلگىرىلەش بىلەن بىللە ئارقىغا چېكىنۈاتىمىز، مۇۋەپپەقىيەت بارماقلىرىمىز ئارىسىدىن بىكاردىن بىكار ئۆتۈپ كېتىۋاتىدۇ، بۇ دەل سېرگېينىڭ بىزنى ھەسسىلەپ تىرىشىپ كۆرەش قىلىشقا ئۈندەيدىغان شوئارى. ئۇ دائىم ئاڭلايدۇ ئەمما ھەقىقىي ئىجرا قىلىش يەنىلا ئىنتايىن قىيىن.

3 ئاي ئىشلىگەندىن كېيىن، ۋەزىپەم تاغدەك دۆۋىلىنىپ كەتتى. مەن ھەر كۈنى ئىنتايىن ئالدىراش، بىر قىسىم ئىنتايىن زېرىكىشلىك كۈندىلىك خىزمەتلەرنى بىر تەرەپ قىلىمەن. ئاشۇ چوڭ ئەمما شەكىلسىز تۈرلەرگە نىسبەتەن، مەسلەن، شىركەتنىڭ بارلىق ئۇچۇر تور بەتلىرىنى رەتلەش ياكى ھەمكارلاشقان شېرىكلەرگە ئېلان لوزۇنكا تاكتىكىسى ئىجاد قىلىشنى تامامىلاشقا ۋاقتىم يېتىشمەيدۇ.

مەن يىغىندا يا خىزمەتداشلىرىمنىڭ تەلىپىگە جاۋاب قايتۇرىمەن، يا خەت ساندۇقىدىكى ئايىغى ئۈزۈلمەي كېلىدىغان خەتلەرنى كۆرۈمەن.

ئەگەر بۇلارنىڭ ھەممىسنى قىلمىغان بولسام، ئۇنداقتا مېنىڭ دىققىتىمنى M&M's ماركىلىق شاكىلات نوقۇتى جەلپ قىلمايتۇ. شىركەتنىڭ چوڭ زالدا كەمپۈت قاچىلانغان قۇتا بار، ھەر قېتىم بىرەرسى ئىچىدىن كەمپۈت ئېلىپ يېگەندە، مەنمۇ قىزىقىپ قالىمەن. ئاشخاندىن كەلگەن مەزىلىك پۇراق پۇراش سېزىمىمنى غىدىقلىسا، مەن ھەقسىزتەن چىداپ تۇرالمايمەن. ئەڭ ئاخىرى پەقەت چىدىمىغاندا، چۈشلۈك تاماق تىزىملىكىنى كۆرۈپ بېقىپ، چۈشتە نېمە يېيىشنى پىلانلايمەن، ئومۇمەن تاماق يەپ بولغاندىن كېيىن ئارام ئېلىش ئۆيىدە بىر دەم ئويۇن ئويناىدىغانلار بار ياكى بېسىم يۇقىرى بولغاندا ھورداقخانىغا ھوردىنىدىغانلار بار، بىراق مەن ئۇستىلىمدىكى تاغدەك دۆۋىلىنىپ كەتكەن ئىشقا يۈزلەنمىسەم بولمايدۇ، يېڭى ئېزىپ دەملەنگەن ئىتالىيە قەھۋەسى تەرگە ئايلىنىپ تەر تۆشۈكچىلىرىمدىن ئېقىپ چىقىدۇ.

گېزىتخانىدا ئىشلەۋاتقان چېغىمدا، ئىشخانىنىڭ تېلېفونىدا شەخسىي تېلېفون ئۇرغانداىن ئەزەلدىن ئىچىمدىن ئازابلىنىپ كەتمەيتتىم، بۇ ئاساسلىقى ئۇلارنىڭ نورمىدىن ئارتۇق تەمىنلىگەن تولۇقلىمىلىرى ئىنتايىن ئاز ئىدى، تېلېفون ئۇرسا نېمە بوپتۇ، مەن يوللۇقتەكلا ھېس قىلاتتىم، تولۇقلىمىنى ئۆزەمنىڭ گېزىتىدەك قاتلاپ تۇتۇپ قالاتتىم. ئېرىشەتتىم، رەھمەت. بىراق Google غا كەلگەندىن كېيىن، بۇ جايىنىڭ خىزمەتچىلەرنىڭ جەنىتى ئىكەنلىكىنى ھېس قىلدىم ئەمما مەندە بىر خىل گۇناھكارلىق تۇيغۇسى بار، مېنىڭ Google دا ئىشلەيدىغان ۋاقتىم گېزىتخاندا ئىشلەيدىغان ۋاقتىمدىن كۆپ، ئەمما شىركەتنىڭ ماڭا تارقاتقان مۇكاپاتىغا يۈز كېلەلمەيۋاتقاندەك ھېس قىلىمەن. ئەتراپىمىزدىكى نۇرغۇن تور شىركەتلىرى ئارقا-ئارقىدىن ۋەيران بولدى، مەن ھەر ۋاقىت ئۆزەمگە قانچىلىك تەلەيلىك ئىكەنلىكىمنى ئەسكەرتىپ تۇرىمەن، خىزمەتتىن ئايرىلىپ قېلىش ئۇياقتا تۇرسۇن، ئىش ھەققىم شۇنداق يۇقىرى. ھايات قالغۇچىنىڭ گۇناھكارلىق تۇيغۇسى مېنى قىينايدۇ. شۇنداق، ئەينى چاغدا مەن نۇرغۇن ماتېرىياللارنى تەييارلىدىم ئەمما سۈرئەت يەنىلا ئانچە تېز ئەمەس، شىركەتنى دۇنيا بازارچىلىق تەدبىرىنىڭ ئۆلچىمىگە يەتكۈزەلمىدىم. سىندى بۇ ئىشنى چۈشىنىدۇ، ئۇ ئېنىق قىلىپ، مېنىڭ تېخىمۇ يۇقىرى ئۈنۈملۈك، تېخىمۇ يۈرەكلىك ئويۇم شۇنداقلا تېخىمۇ كۈچلۈك باشقۇرۇش ئىقتىدارىمنىڭ بولۇشىنى كۆرسەتكەن ئىدى، سىندىنىڭ دېگىنى توغرا، مەن تېخىمۇ كۆپ ئىشلارنى قىلالايمەن ۋە قىلىشىم كېرەك، مېنىڭ خىزمەت ۋاقتىم تېخىمۇ ئۇزارىدى، ئۇخلاش ۋاقتىم تېخىمۇ قىسقارىدى. قاراڭغۇدا (ئەزەلدىن ئادەم ئۈزۈلمەيدىغان) Google بىناسىدا ئۇياقتىن بۇياقتا مېڭىپ، ئۆزۈمنى تېخىمۇ كۆپ ئىش قىلىشقا زورلايمەن. مەن بىردىنبىر بىخەتەرلىك تۇيغۇسى يوق كىشىمۇ؟

«مەن بۇ جايدا بىر يىل تۇرالايدىغانلىقىمنى بىلمەيمەن»، ئىزدەش سۈپىتى ئۈستىسى بېن گومېس تۇنجى ۋەزىپىنى قىلىشقا باشلىغاندا ئۆزىگە مۇنداق دېگەن، «مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇشىنى ئۈمىد قىلىمەن. مەن بۇ جايدا پىنسىيە مائاشىمنى ئالغۇچە ئىشلەشنى ئويلايمەن. » بېن گومېس مۇرادىغا يەتتى.

ئۇ كېيىن ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «بىر قانچە ئايدىن كېيىن مەن ماسلىششقا باشلىدىم. ھەر كۈنى سەھەر سائەت 4 كىچە ئىشلەيتتىم، ئەتىگەن سائەت 10 دا قايتىپ كېلىپ ئىشلەيتتىم. مېنىڭ پۈتكۈل تۇرمۇشۇمنىڭ ھەممىسى بۇ يەردە ئىدى، تۇيغۇم ئىنتايىن ياخشى بولۇپ، بەك خۇشال ئىدىم. »[2]

[2] قاتتىق دېتال لايىھەلىگۈچى ۋىل ۋايتېد رەنجىگەن ھالدا مۇنداق دېدى: «ھەر قېتىم مەن ئۇرسقا بىر كۈندە 24 سائەت ئىشلەۋاتقان ۋاقتىمدا، ئۇ مۇنداق دەيدۇ، ‹بولىدۇ، مېنىڭچە سىز كەچتىمۇ ئىشلىشىڭىز كېرەك›. ئادەمنىڭ ئاچچىغىنى ھەجەپ كەلتۈردى. »

زىيادە ئۇزۇن خىزمەت ۋاقتى ۋە غايەت زور بىسىم كېچىلىك ئىسمنادا قويۇق دوستلۇقنى يېتىلدۇردى، بولۇپمۇ لارري بىلەن سېرگېي ئىشخاندىكى ۋاقىتتا. ئاي نۇرىدا ئۇلار ئىككىسى ئىنتايىن گەۋدىلىنىپ تۇراتتى، بۇ چاغدا ئۇلار جىددىي كۇنتەرتىپتە شەكىللەنگەن قوغداش نقابىنى سېلىۋەتكەن ئىدى. يىغىن ۋە ئېلىخەت پۈتكۈل كۇندۇزنى قاپلىغان، ئەمما كەچقۇرۇن سائەت 7 دىن كېيىن، كومپيۇتېر تېخمۇ توختىماي ئۆزلۈكسىز ئىجرا بولۇشقا باشلايدۇ. مەن ۋەزىپە تىزىمىغا قاراپ، ئاشۇ ئۇنتۇلۇپ قالغان بۇلۇڭ-بۇشقاقلارغا يوشۇرۇنغان بېجىرىلىدىغان ئىشلارغا نەزەر سالغاچ، بىر قېتىمدا 5 ئىستاكان قەھۋەنى ئۇلاپ ئىچەلەيمەن. ئەمما بۇنىڭدىن ئىلگىرى...

«دادامما؟ دادا قاچان ئۆيگە قايتىسەن؟» تېلېفون ئۇرسامىلا، بالامنىڭ ئوماق ئاۋازىنى ئاڭلايمەن. «مەن سېنى سېغىندىم، سېنى كۆرگۈم كەلدى. » كىرستېن دىققىتىمنى تارتىش ئۈچۈن بىر قىسىم كىچىك ئامماللارنى قوللىنىدۇ. «دادا مەن سېنى سۆيىمەن. »

مەن قانداقمۇ ئۇنى ئەيىپلەي؟ مەن Google دىن ئىبارەت يېڭى ئائىلىنىڭ ئىللىق قوينىدا ئەللەيلىنىۋاتقان ۋاقتىمدا، ئۇ پەرزەنتلىرىمنىڭ ھالىدىن خەۋەر ئېلىش مەسئۇلىيىتىمنى ئۈستىگە ئېلىۋاتىدۇ. ئويۇن ئويناش، كاۋاك ئۇگىرە ئېتىش، ھەر خىل قىيىن ئەھۋاللارنى يىغىشتۇرۇش، يەنە كىچىك ئۆيىمزنىڭ تورىسى تەۋرەپ چۈشۈپ كەتمەسلىكىگە كاپالەتلىك قىلىدۇ، چۈنكى قوشنىمىز ئۆيىدە ماشىنا رېمۇنت قىلىدۇ. ئۇنىڭدىن باشقا، يەرلىك ئالىي مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرىغا رۇسىيەنىڭ ۋەتەن قوغداش ئۇرۇش كىنولىرى ۋە 13-ئەسىردىكى پۈشكىن شېئىرلىرىنى سۆزلەپ بېرىدۇ.

مېنىڭ ئىلگىرىكى خىزمىتىم ئاممۇۋى تاراتقۇ ۋە گېزىت ساھەسى ئىدى، بۇ ئىككى ساھە ئۆتە كۆپتۈرۈلگەن مائاش تەمىناتى تۈپەيلىدىن سېپسق نامى پۈر كەتكەن، شۇڭلاشقا مەن بىرەر نەرسىنى ئالماقچى بولسام، ئادەتتىكى ئەھۋالدا پۈل ھېچقانداق مەسىلە ئەمەس ئىدى. كىرستېن خىزمەت ئالماشتۇرۇشۇمنى توسمىدى، ئەمما مەن ئۇنىڭ گۇمان قىلىۋاتقانلىقىنى بىلەلەيتتىم.

مەن بىر قېتىم ئۇنىڭ تېلېفوندا دوستىغا مۇنداق دەۋەتقانلىقىنى ئاڭلىغان: «ئۇ، پەقەت يېڭى شەيئىلەرنى سىناپ باقماقچى. Google شىركىتى، Goo—gle، Goo—gle. شىركەت يېڭى قۇرۇلغان، تېخى بوۋاق مەزگىلىدە.

ھە، ئەمەلىيەتچىل شىركەت. تۇغرا، ئىلگىرى قىلغان گېزىتقا يەتمەيدۇ، ئەمەلىيەتتە...»

خىزمەتتە چوڭ نەتىجىگە ئېرىشەلمەي، ئۆيدە مۇڭۇپپەقىيەت تۇيغۇسىنى تاپالمايدىغان، بۇ خىل تۇيغۇ ئىنتايىن ئازاپلىق. ئەسلىدە مەن باشقا نۇرغۇن ئىشلاردا تېخمۇ قالتىس ئىش قىلالايتتىم. شىركەت ۋە ئائىلىدە ۋاقتىمنىڭ ھەممىسى 30 سېكۇنتلۇق بۆلەكلەرگە بۆلۈنگەن بولۇپ، جۈملە پارچىلىرى بىلەن ئالاقە قىلمىز.

«ئادام! ئورنىڭدىن تۇر، كىيىمىڭنى كەي، بىر يېرىم مىنۇتتىن كېيىن تەييارلىنىپ بولۇپ يولغا چىقمىز. » ئادام تېخى 11 ياش. «ناسانئېل(Nathaniel). ھاجەتخانىدا؟ پايپاق بىلەن ئايىغنى ماشىنغا قويۇپ قويدۇم، ئىشتانمۇ بار. » ناسانئېل (Nathaniel)مۇ ئاران 6 ياش. «ئاۋالون (Avalon). زاكا ئالماشتۇرامدۇ؟» ئاۋالون ئاران 1 ياش.

شۇنداقتىمۇ باللار مەندىن پەقەت ھېيىقمايدۇ، ئۇلار مېنىڭ تەسرلىشىش ئۇسۇلۇمنى چۈشەنمەيدۇ. مەن ئۆزەمنىڭ ئاتا بولۇش ۋە شىركەتتە خىزمەت قىلىشنىڭ ئىككى ئىش ئىكەنلىكىنى مەخبۇرىي ئەستە تۇتۇشۇم كېرەك، بۇ بۇيرۇق چۈشۈرۈش ئەمەس، چۈشەنگەن چۈشەنمىگەنلىكىنى تەكشۈرۈپ، ئاندىن سانسىزلىغان تىزىم تۈرلىرىنىڭ ئىچىدىكى كېيىنكىسىگە كىرىشمۇ ئەمەس.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، ئېلخەت يېرىم كېچىدە ھالەت ئىلتىماسى يوللاپ، مەندىن 5 سائەت ئىلگىرى تارقاتقان ۋەزىپىنىڭ كونكرېت مەزمۇنىنى سۈرۈشتۈرىدۇ. بىر قانچە مىنۇتتىن كېيىن شۇئان ئۇچۇر كېلىدۇ.

«مېنىڭ بىلمەكچى بولغىنىم، سىز تورکۆرگۈ توپچىسىنىڭ تېكىستىنى قەيەرگە قويغان؟ بىز بىر سائەتتىن كېيىن كودنى سىنايمىز. »

ئەگەر بىر ۋەزىپە ۋاقتىدا ئورۇنلانمىغان بولسا، ئۇنداقتا ئارقىدا قالغان تۇر تېخنىۋى ئۇزاققا سوزۇلىدۇ، ئاخىرى كۆپۈك بىلەن توشۇپ كەتكەن يۇگرەش يولىغا چۈشۈپ قالغۇچە داۋاملىشىپ، كۆيۈش دەرىجىسىگە بېرىپ يېتىدۇ. مەن ھەر بىر ئىشنىڭ ھەممىسنى ياخشى قىلىشنى ئويلايمەن—ماقالنى پەردازلاپ، تېكىستنى مۇكەممەل قىلىپ، ئاندىن تەييار بولغان مەھسۇلاتنى تۈيدۇرماي كۆپچىلىكنىڭ كۆز ئالدىغا قويۇپ قويىمىز. ئىنژېنېرلار مەھسۇلات تېخى تاماملانمىغان ۋاقتىتلا ئوتتۇرىغا چىقىرىشنى ئويلايدۇ.

«يېتەرلىك ياخشى بولدى دېگەن يېتەرلىك ياخشى بولدى. » بۇ ئۇرسىنىڭ ئىنژېنېرلارغا بەلگىلىگەن ئۆلچىمى، بۇ نەچچە سۆزنىڭ ئىچىدە مەسىلە ھەل قىلىشنىڭ پەلسەپەسى يوشۇرۇنغان، مۇرەككەپلىكتىن ئۆتۈپ، مەغلۇبىيەتنى باغاشلىغان. بۇ ئىدىيەنى Google نىڭ ھەر بىر كىچىك بۆلۈنمىلىرىگە مىخلاپ قويۇش كېرەك. بۇ ئىدىيە Google يۈمشاق دېتاللىرىنىڭ تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈردى، شىركەتنىڭ تېخنىكا روھىنى ئالغا سلجىتتى.

ئۇرس ماڭا: «ۋەزىپە تىزىمىنى ئورۇنلاشقا كۈچىڭىز يەتمىگۈدەك ھالغا كەلگەندە، چوقۇم ئەڭ مۇھىملىرىنى تاللاپ چىقىش لازىم» دېدى، «ئەگەر بىر تۈرىڭىزدە تېز ئىلگىرىلەش بولسا، بۇ چاغدا سىزنىڭ مەلۇم مەسىلىنى ھەل قىلىشتا 80% ئىشەنچىڭىز بولىدۇ—مەسىلىنى تېخى ھەل قىلمىغان بولسىڭىز—ئەمما بۇ مەسىلە سىز تېخى ھەل قىلىشنى باشلىمىغان ئىشنىڭ ئارقىسىغا تىزىلىدۇ. » ئۇ كېيىن مەن بىلەن قۇرۇلۇش بۆلۈمى ئوتتۇرىسىدا كېلىپ چىققان زىددىيەتنىڭ تۈگۈنى ئىكەنلىكىنى ئېنىق ئوتتۇرىغا قويدى. «بارلىق مەسىلىلەر ئۆلچەم سىزىقنىڭ ئاستىدا كۆرۈلسە، بېرىپ باشقا ئىشنى قىلىش كېرەك، گەرچە بۇ مەسىلە تېخى ھەل بولمىغان بولسىمۇ. »

مەن قانداقسىگە قىلىپ يېرىمىغا كەلگەن ئىشنى تاشلاپ قويۇپ كارىم بولمايدۇ؟ دۇنيادىكى ھەممە كىشى شىركەتنىڭ سالاھىيىتىگە ۋەكىللىك قىلىدىغان مېتال تاختىنىڭ ئۈستىدە پۈركۈلگەن جىجىلغان ئىزلارنى كۆرەلەيدۇ ياكى مىس تاختىنىڭ ئىگىلگەن ئىزىنى كۆرەلەيدۇ. نۇمۇس ئەمەسمۇ!

ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «گەرچە بىر قىسىم ئىشلار دەسلەپتە مۇھىمدەك كۆرۈنگىنى بىلەن، ۋاقىتنىڭ ئۆتۈشىگە ئەگىشىپ ئاستا-ئاستا ئانچە مۇھىم ئەمەس بولۇپ قالىدۇ، چۈنكى ئۇنىڭ مەلۇم قىسمىنى تاماملاپ بولدىڭىز. مەلۇم بىر پەيتتە، بىز ئۆلچەم سىزىقنىڭ ئۈستىدىكى ھەقىقىي مۇھىم مەسىلىنى ھەل قىلىشىمىز كېرەك. مېنىڭ مۇۋاپىقىيەتكە بەرگەن ئېنىقلىمام مۇشۇ، ئەگەر مەلۇم بىر خىزمەتنى ئۈستىڭىزگە ئالغان بولسىڭىز، ھەقىقىي ياخشى قىلىش جەريانىدىن ھوزۇرلىنىسىز ھەمدە ئۇنى تېخىمۇ ياخشى قىلىسىز. » [3]

مەن كىرىش سۆز قىسمىدا خادىم تەكلىپ قىلىشنىڭ مۇھىملىقىنى تىلغا ئالغان ئىدىم، تۆۋەندە يەنە ئازراق توختىلىمەن. ئۇرس ئېنىق قىلىپ قابىلىيىتى بار خىزمەتچىلەرنى قوبۇل قىلىش ئەرلەرنىڭ چاچ چۈشۈشىدىن باشقا ھەممە مەسىلىلەرنى ھەل قىلالايدۇ دەپ كۆرسەتتى. لارى بىلەن سېرگېي بۇ پىكرىنى قوللايدۇ—يېڭى خىزمەتچىنىڭ قابىلىيىتى تېخنىكا دائىرىسىدە بولسىلا. مەن بازارچىلىقنى ماسلاشتۇرغۇچىدىن بىرنى تەكلىپ قىلسام بولىدۇ، ئەمما ناھايىتى ئۇزۇن بىر مەزگىلدە، سىندىنىڭ قوشۇنىغا قوشۇلغان خىزمەتچىلەرنىڭ ھەممىسى ئاممۇى مۇناسىۋەت قىلىدىغانلار ئىدى. بۇ مېنىڭ كۆپلەپ ئىشلەپ تورتۇرايىمىزنىڭ مەزمۇنىنى

[3] ئۇرسنىڭ دېيىشچە، Google نىڭ بۇ بۇرۇلۇش نۇقتىسى 2003-يىلىنىڭ مەلۇم بىر ۋاقتىدا يۈز بەرگەن.

يېڭىلىشىم كېرەكلىكىنى بىلدۈرەتتى، شۇنىڭ بىلەن بىللە يەنە ئېلان ھەمكارلاشقۇچىلىرىمىز بىلەن بولغان مۇناسىۋەت، قوشۇمچە پىلان ۋە ئىشلەتكۈچىلەرنى قوللاش مۇلازىمىتىنى نازارەت قىلىشىم كېرەك ئىدى.

لارى بىلەن سېرگېي Google نىڭ ئىنژېنېرلىرى بىلەن ئىنژېنېر ئەمەسلەرنى 1:1 ھالەتتە ساقلاشنى ئويلايتتى، ئەمما ئىنتېرنېت دولقۇنى ئۆزلۈكسىز راۋاجلىنىۋاتقان ۋاقىتتا، خادىم قوبۇل قىلىش ئۈنچە ئاسان ئىش ئەمەس ئىدى. بىراق ئۇرس بۇ جەھەتتە بەك تاللايتتى، مۇكەممەل بولمىسا ئالمايتتى. ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «2004-يىلى 4-ئايدا، بىز بىرمۇ خادىم قوبۇل قىلمىدۇق. ئەسلىدە ھەر ئايدا ئۈچتىن تۆتكىچە ئادەم قوبۇل قىلىشنى پىلانلىغان ئىدۇق. ئۆزىمىزدىن مۇنداق سوريدۇق، «بىز خاتالىق ئۆتكۈزدۇقمۇ؟ بەك قاتتىق بولۇپ كەتتۇقمۇ؟ ئەگەر باشقا كىشىلەرنى قوبۇل قىلىپ ئەكىرمىسەك بىز مۇۋاپىپەقىيەت قازىنالمايمىز. » ئاخىرى بىز تاللىنالمىغان ئىش ئىزدىگۈچىلەرگە قاراپ، ئۆزىمىزگە، ‹ياق، قارارىمىز توغرا› دېدۇق. »

تەلەي (ئالاھەزەل Google لۇقلار ئۇچۇن ئېيتقاندا) ئىمىزگە، ئىنتېرنېتنىڭ كۆپۈكى ئىككىنچى ئېيىلا يېرىلدى. توساتتىن، ئىش ئىزدەيدىغانلار شىددەت بىلەن كېلىشكە باشلىدى، تۇشمۇ-تۇشتىن تېلېفونىدا ئۆزىنى تونۇشتۇراتتى، ئۇرس مۇنەۋۋەر Google ئىنژېنېرلىرىنىڭ ئۆلچىمىگە توشىدىغان قىسقىچە تەرجىمھاللارنى ئىزدەشكە باشلىدى.

ئۇرس ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ھېچكىمنىڭ ئىزدەش موتورى ھەققىدە تەجرىبىسى يوق ئىدى، ئەڭ مۇھىمى ئۇلارنىڭ نېمە ئىش قىلىپ باققىنى، ئۇلارنى تېخنىكىسىنىڭ قانچىلىك ياخشىلىقى شۇنداقلا ئۇلارنىڭ ئۆگىنىش ئىقتىدارىنىڭ قانچىلىك كۈچلۈكلۈكى. » ئۇرس Google دا ئىش ئىزدىگىلى كەلگەنلەرگە مۇنداق بىر ئەپسۇن ئوقۇپ بەردى: «ئىش ئىزدىگەندە ئىقتىدار تەجرىبىدىن مۇھىم.» [4] قولىدىن ھەممە ئىش كېلىدىغان ئەقىللىق كىشىلەر غول ھۇجەيرىگە ئوخشاش شىركەت دائىرىسىدە تەرتىپنى ئۆزگەرتىپ، مەسىلە ھەل قىلالايدۇ، ۋاقىتقا ئەگىشىپ ئۆزگىرىپ، كېيىنكى رىقابەتنى قوبۇل قىلالايدۇ.

ئۇرس مۇنداق دېدى: «ئەڭ مۇھىم مەسىلە، يالغۇز ئالغا ئىلگىرىلەش ئىقتىدارىڭىز بولۇشى كېرەك، چۈنكى بۇ جايدا تەربىيەلەش بوشلۇقى يوق. تېز سۈرئەتتە ھۆكۈم قىلىش ۋە ماسلاشتۇرۇش ئىقتىدارىڭىز بولۇشى كېرەك. »

Google نىڭ ئىقتىدارلىقلىرى پىروگراممىا تۈزۈشنى بىلىپلا قالماي يەنە ئىزدەش موتورىنىڭ ئاساسىي قاتتىق دېتاللىرى ۋە ئۇنۇم مەسلىسىنى ھەل قىلالىشى كېرەك. ئەمدىلا ئوقۇش پۈتتۈرگەن كومپيۇتېر ئىلمى كەسپىنىڭ ئوقۇغۇچىلىرىنىڭ بىلىم دائىرىسى ئانچە كەڭ ئەمەس ئىدى، ئەمما ئۇرس ۋە شىركەت قۇرغۇچىلىرى جاھىللىق بىلەن، ئىش پۈرستىنى پەقەت تېز سۈرئەتتە ئۆزىنى تەڭشىيەلەيدىغان ئىش ئىزدىگۈچىلەرگىلا بېرىش كېرەك دەپ قارايتتى. ئۇرس چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى: «كېيىنكى قېتىم ئوت نەدە كۆيىدىغانلىقىنى مۆلچەرلەش تەس، ئەگەر سىز پەقەت بىر ئىشنىلا قانداق قىلىشنى بىلسىڭىز، شىركەت يەنە بىر يۆنىلىشكە تەرەققىي قىلغاندا، ئۇ ئىش ئانچە مۇھىم بولماي قالىدۇ، سىزنىڭ ئەسلى ئىنكاسىڭىز بىزنىڭ بۇ ئىشنى چوقۇم قىلىشىمىز كېرەكلىكىنى ئىسپاتلىشىڭىزنى ئىلگىرى سۈرىدۇ، ئەكسىچە، ئەگەر سىز ھەممە ئىشنى قىلالايدىغان بولسىڭىز، سىرتقى ئۆزگىرىشنىڭ تەسىرىگە ئانچە ئۇچراپ كەتمەيسىز، سىزنىڭ ئىنكاسىڭىز، ‹بولىدۇ، بۇنداق بولسا تېخمۇ ياخشى. يېڭى ۋەزىپىمۇ كىشىنى ھاياجانلاندۇرىدۇ!› دەيسىز.»

بۇ خىل ئارزۇ ھەر بىر Google لۇقلارغا ماس كېلىدۇ. مەن مۇھىم مەسىلىنى ئايدىڭلاشتۇرىمەن، ئاندىن بۇ مەسىلىلەرنى ھەل قىلىمەن ياكى قانداق ھەل قىلىشنى ئۆگىنىمەن. «مەن قىلالمايمەن، قانداق قىلىشنى بىلمەيمەن»، بۇ خىل گەپلەر تەشەببۇسكارلىقنىڭ يوقلۇقى، جانلىقلىقنىڭ كەملىكى ھەتتا دۆتلۈكنى ئاشكارىلايدۇ، تۈنجى قېتىم Google ئىشخانىسىدىكى خىزمەت ھالىتىنى كۆرگەن ۋاقىتتا، مەن ئىنتايىن

[4] بىر قانچە ھەقىقىي ئىزدەش ئالىملىرى—ئەڭ داڭلىقلىرىدىن ئامىت سىڭخال ۋە مونىكا خېنزىنگېر (Monika Henzinger)—ئۇلارنىڭ ھەممىسى دەسلەپتە شىركەتكە كىرگەن، ئەمما ئۇلارنىڭ ھەممىسى مۇستەسنا. Google يەنە مۇتەخەسسىسلەرنى مىكروسوفت ئەپلىرىنى قۇرۇش ۋە Oracle ساندانىنى باشقۇرۇشقا تەكلىپ قىلدى، ئەينى چاغدا لارى مۇپەتتىشىنىڭ ئۆزىمىز قۇرغان پۇل-مۇئامىلە سىستېممىزنى ئېتىراپ قىلمايدىغانلىقىغا قەتئىي ئىشىنەتتى.

هەيرانلىق هېس قىلغان. مەن ئىلگىرى ئاساسلىقى چوڭ شىركەتتە ئىشلەيتتىم، ئەگەر سىز ئۇ جايدا باشقىلارغا «تەۋە» ئىشنى قىلماقچى بولسىڭىز، باشقىلارنىڭ توختىماي قاخشاۋاتقانلىقىنى ئاڭلايسىز. مەن ئىلگىرى تېلېۋىزىيە تارقىتىش ئۆيىدە تامدىكى ئۆزچاتنى چېكىپ قويغانغا تىل ئاھانەت ئاڭلىغان، چۈنكى تارقىتىش ئۆيىدىكى چىراغلارنى مەخسۇس ئادەم ئۆچۈرۈپ ياقىدۇ. مەن ئېلان ۋاكالەتچىلىك ئورنىدا ئىشلىگەن چېغىمدا، ۋاستە سېتىۋالغۇچىلار قەتئىي ماقالە يازمايتتى، ئېلان سۆزى يازىدىغانلار بىلەن خېرىدارلار ئالاقە قىلمايتتى، بوغالتىرلارمۇ تېلېۋىزىيە ئېلان ۋاقتىنى سېتىۋالمايتتى، ئۇنداق بولمىسا، خىزمەت پىرىنسىپىغا خىلاپلىق قىلغان بولاتتى.

ماتت كاتتس بىر كىچىك يۇمشاق دېتال ياسىغان بولۇپ، ئىزدەش نەتىجىسىگە تەسىر كۆرسىتىدىغان شەھۋانىي رەسىم ۋە ئەخلەت ئېلىخەتلەرگە ھۇجۇم قىلىشقا ئىشلىتىلەتتى، ئۇ يەنە شىركەتتىكى خىزمەتچىلەرنىڭ جايلاشتۇرۇش پەلسەپەسىنى خۇلاسىلىگەن: «ئەگەر جانلىق قابىلىيەتلىك ئەقىللىق كىشىلەرنى تەكلىپ قىلغان بولسا، ئىشنى قانات يايدۇرۇش ئىنتايىن راۋان. ئاندىن، ئۇلارنى بۇاستە شىركەتنىڭ يادرولۇق قىسمىغا قويساقلا بولىدۇ. »

مەكتەپتە ئۆگەنگەن نەرسىلىرىڭىزنىڭ نۆۋەتتىكى خىزمەت بىلەن زۆرۈر باغلىنىشى يوق. ئىلگىرى قىلغان خىزمىتىڭىزنىڭ مەزمۇنى نېمە ئۈمۈ بەربىر. سىز Google نىڭ ئېھتىياج دېڭىزىغا قەدەم باسقان ئىكەنسىز، بىرسى سىزگە بىرەر تۈرنى تاشلىسا، ئۇنى تاماملىشىڭىزنى ئارزۇ قىلىدۇ. سىز يا ئۇنى ئېلىپ دېڭىزدىن قانداق ئۇزۇشنى ئۆگىنىسىز، يا ئۇ سىزنى دېڭىزغا چۆكتۈرىدۇ.

ئىشنى ياخشى قىلىش زۆرۈر

گەرچە ئۇرس خادىم تەكلىپ قىلىش جەھەتتە قائىدىگە ئانچە بويسۇنمىسىمۇ ئەمما قارىماققا تۈز ئادەمدەك كۆرۈنىدۇ، ئۇ «بىز قىلالامدۇق» بۇ خىل ئىككى ئاساسلىق قارىمۇ-قارشى تەپەككۇردا مەسىلىنى ئويلايدىغان ئادەم ئەمەس ئىدى، ئۇ تېخىمۇ مۇجمەلرەك مەسىلىنى سورايتتى: «بۇ ئىشنى قىلىشىمىز، پەقەت بىزنىڭ بۇ ئىشنى قىلالايدىغانلىقىمىزدىنلىمۇ؟» ئۇنىڭ RealNames شىركىتىگە تۇنتقان پوزىتسىيەسى ماڭا چوڭتۇر تەسىر قالدۇرغان، ئەمما مەن ئۇنىڭ مۇتلەق سادىقلىققا بولغان ئاساسىي كۆز قارىشىدا قاراڭغۇ بىر تەرەپنىڭ بارلىقى ھەققىدىكى چۈشىنىشىنىڭ بارلىقىنى ھېس قىلمىدىم: بۇ تەرىپى شىركەت مەدەنىيىتىگە سىڭىپ كىرىپ، كۆپچىلىكنىڭ بىرلىكتە كۈچ چىقىرىپ ھەمكارلىششىغا سايە تاشلىدى.

سىستېما باشقۇرۇشتا مەسئۇل خادىم بېن سىمس ئەگىتىپ مۇنداق دېدى: «ئۇرس ئادەتتە ئانچە ئادەم ماختىمايدۇ. » بېن سىمس[5] ئانچە مۇڭدىشاقاق ئەمەس. ئۇنىڭ ھۇجۇم خاراكتېرلىق كەمسۆز ئېھتىياتچانلىقى يوق، پەقەت سوغۇققان ئاددىيلىقى بار. بېن سىمس دۇنياۋى ئۈچار تەخسە تەنھەرىكەتچىسى، ئۇنىڭدا تەنھەرىكەتچىگە خاس ئۆزىگە قاتتىق ئىشەنچ بولۇپلا قالماي يەنە تېشىدا مەسىلە ھەل قىلالايدىغان چۈشەرلىك ۋە ئىقتىدارى بار، ئۇ Google دىكى ئەڭ جاھىل يۇمشاق دېتال مەسلىسىنى ھەل قىلالايدىغانلىقىغا ئىشىنىدۇ. ئۇ بەلكىم «دوكتور ئۇنۇڭانى بار ستېۋ مەككۇئىن (Steve McQueen) (ئامېرىكىدىكى داڭلىق كىنو چولپىنى) غا ئايلىنىشى مۇمكىن.

بېن سىمس ئىلگىرى بىر كىچە ۋاقىت سەرپ قىلىپ بىر يۇمشاق دېتالنى ئوڭشىغان، ئەينى چاغدا

[5] Google ئىسمى بىن ئاتلىق نۇرغۇن خىزمەتچىلەرنى يالليغان، تۆۋەندىكى مەزمۇندا يەنە تىلغا ئالغاندا تەگىشىلىك ئىشلىتىمەن، شۇنداق بولغاندا قايسى بىن ئىكەنلىكىنى بىلەلەيسىز.

كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئۇ يۈمشاق دېتالنى ئىشەنچلىك ئەمەس دېگەن ئىدى.

كېيىن بۇ ئىشنى تىلغا ئالغاندا، ئۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «مەن بۈيرۈق ۋە چۈشەندۈرۈشلىرىنى تەپسىلىي يازدىم، ئۆيگە قايتىشتىن ئىلگىرى ئۇرسقا چۈشەندۈردۈم، ‹بۇ بىر تاماملىغان قىسمى، بۇ ئۇنىڭ ئىجرا بولۇش جەريانى، بۇ سىرتقى قىياپىتى، بۇ كاشىلا كۆرۈلگەندە كېلىپ چىققان ئاقىۋەت، بۇ ئۇنى تاقاشقا كېتىدىغان 10 قەدەم›. ماشىنا ھەيدەپ ئۆيگە قايتىش يولىدا، ئەتىگەنلىك خەۋەرنى ئاڭلاۋاتسام، ئۇرستىن تېلېفون كەلدى. » ئۇرس تېلېفونىدا بېىن سىمسىقا مۇنداق دەپتۇ: «خۇددى سەن دېگەندەك، ئۇ بۇزۇلۇپتۇ. » «مەن ئۇنى ئۆڭشىدىم، يامان ئەمەستۇ. » دەپتۇ سىمس. ئۇرسنىڭ دېمەكچى بولغىنى، «بۈيرۇقۇڭ كۆچىنى كۆرسىتىپتۇ، تەلىيىڭگە بۇ يۈمشاق دېتالنى بۇزۇۋەتمەپسەن. »

ئىنژېنېر رون دولىنمۇ مۇنداق دېدى: «ئۇرس دائىم ئادەمگە جەڭ ئېلان قىلغاندەك تۇيغۇ بېرىدۇ، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئەڭ قىزىقارلىق ئۇسۇلدا چەڭ ئېلان قىلغاندەك تۇيغۇ. ئۇ ئالدىراپ ماختاش سۆزلىرىنى قىلمايدۇ. ئەگەر قىلغىنىڭ يامان ئەمەس بولسا، گەپ قىلىش ھاجەتسىز. ئەمما بەزىلەرگە نىسبەتەن —بولۇپمۇ شىركەتتىكى دەرىجىدىن تاشقىرى خىزمەتچىلەرگە نىسبەتەن—ئانچە-مۇنچە رىغبەتلەندۈرۈپ قويۇشنىڭ ئەمەلىيەتتە زۆرۈرىيىتى بار. »

ئۇنداقتا ئۇرس ماختاش سۆزلىرىگە نېمە ئۈچۈن شۇنچە پىخسىقلىق قىلىدۇ؟ ئىنژېنېرلارنىڭ ھەممىسى شۇنداق جىمغۇرمۇ؟ مەن ئۇرستىن بۇ خىل ماختىمايدىغان مەدەنىيەتنى سورىغىنىمدا، ئۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «مېنىڭچە قۇرۇلۇش لايىھەلەش بىلەن شۇغۇللىنىدىغانلارنىڭ ھەممىسى ماختاشنى ياقتۇرمايدۇ. بۇ بىزنىڭ باشقۇرۇش جەھەتتىكى بىر چوڭ مەسىلە. ئۆزەمنىڭ قىزغىن ماختاشقا ھاجىتىم يوق. مېنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىش جەريانىمدا ماختاش ئاز، شۇڭا مەدھىيە ۋە ماختاشنى تەبىئىي ئىپادىلەپ بېرەلمەيمەن. »

تىل جەھەتتىكى بۇ توسالغۇ ئۇرسنىڭ قوشۇندىكىلەرنى ماختاشقا پىخسىقلىق قىلىشنى كەلتۈرۈپ چىقارغان. ئۇرس چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى:

«گېرمانچىدا <ياخشى> دېگەننىڭ مەنىسى <ياخشى>. لېكىن بۇ يەردە ‹ئانچە ياخشى ئەمەس، ئەمما ئەسكى دېگەنمۇ ئەمەس. › گېرمانچىدا سىز چوقۇم ‹بەك ياخشى› دېگەننى ‹ئىنتايىن ياخشى› دېمەيسىز، چۈنكى مەكتەپتە ئەڭ يۇقىرى باھا ‹ئىنتايىن ياخشى› بولغىنى ئەڭ ياخشى بولغىنى ھېسابلىنىدۇ. ‹بەك ياخشى› دېگىنى ئولىمپىك مۇسابىقىسىنىڭ سەۋىيەسى، ئۇنىڭغا ئادەتتىكى ئادەم يېتەلمەيدۇ، شۇڭلاشقا ئادەتتە ئۇنىڭ جەڭ ئېلان قىلىشچانلىقى بار. »

ئۇرس ماختاش تەرەپتە بىخىل بولۇپلا قالماي يەنە ماختاشنى قوبۇل قىلىش جەھەتتىمۇ قىينچىلىق بار، ئۇرس ئىلگىرى چىرايىنى ئالۇاستىنىڭكىدەك قىلىپ ماڭا مۇنداق دېگەن: «ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدا، ئەگەر يېتەكچى ئوقۇتقۇچۇم ماڭا «بەك ياخشى» قىپسەن دېگەن بولسا، مەن ھەممىسى ياخشى بولۇشى ناتايىن دەپ قارايتتىم، مەندە چۈشىنىش جەھەتتە پەرق بار. ئەگەر شۇنداق بولسا، سىز ‹بەك ناچار، بەك ناچار، بەك ناچار› دەيسىز. بۇنى قىلىپ نېمە قىلسىز؟ پەقەت بولماپتۇ، بۇ جايدا مۇنداق دەيدۇ، ‹سىزنىڭچە بولغاندا... بەلكىم سىز ...›»[6]

ئۇرس ئۆزىنىڭ پوزىتسىيەسىدە مەسىلە بارلىقىنى ئېتىراپ قىلىدۇ. ئۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «مەن بۇ تەرەپتە ئانچە مەغرۇرلۇق ھېس قىلمايمەن، چۈنكى ئۆلار ھەقىقەتەن ناھايىتى مۇنەۋۋەر. بۇ مەسىلە ناھايىتى ئاسانلا ئۇنتۇلۇپ كېتىدۇ، چۈنكى ھەممىلا جايدا مەسىلە بار، سىز چوقۇم زېھنىڭىزنى يېغىپ باشقا مەسىلىنى ھال قىلىسىز، ئۇ دەل ھەل قىلىشقا تېگىشلىكى، توغرىمۇ يا؟ بەزىدە قارىماققا ‹ئىش ناھايىتى ئوسال› دەك

[6] ئىلگىرى باشقىلار ئۇرستىن، باشقىلارنىڭ نەزىرىدە ئىش ئىنتايىن «ئوسال» بولغان ۋاقىتتا ئۇنىڭ قانداق ئىپادىلەيدىغانلىقىنى سوراپتۇ، ئۇ مۇنداق جاۋاب بېرىپتۇ، «شۇبىتسارىيەنىڭ تاشقى ئىشلار بۈيرۇقى بويىچە، ‹دېگەندەك ياخشى ئەمەس› دەيمەن دەپتۇ. »

كۆرۈندۇ، بىراق ئەمەلىيەتتە ئىلگىرىلەش ناھايىتى ئوڭۇشلۇق بولىدۇ. » ئۇلاپلا، ئۇ يەنە مۇنداق تولۇقلىدى: «يەنە مەسىلە بولسا ئۇ باشقا گەپ. » بۇ ئانچە غەلىتە ئەمەس، ئۇرس مۇكەممەللىزمچى.

ئۇرسىنىڭ قۇرۇلۇش بۆلۈمىدە بىكىتكەن ئاساسىي مۇقامى پۈتكۈل Google شىركىتىنىڭمۇ ئاساسىي مۇقامى ئىدى. Google شىركىتىنىڭ مائاش جەدۋىلىدە، نەتىجىسى كۆرۈنەرلىك بولغان خىزمەتچىلەر مۇناسىپ نەپكە ئېرىشەلمەيتتى، ئۇلار بۇنىڭغا ئانچە كۆنەلمەيۋاتاتتى. گەرچە بۇ جايدا پاي چېكى قەرەللىك هوقۇقى ۋە هەقسىز تاماق بولسىمۇ، ئۇلار يەنىلا قەدىرلەنمىگەندەك هېس قىلاتتى. شۇنىڭ بىلەن بىللە، نۇرغۇن كىشىلەر ماڭا، ئۇلار ئۆزىنىڭ خىزمەتتىكى تۆھپىسى ياكى خىزمەتداشلىرى ئارىسىدىكى نىسپىي ئورنىغا ئىشەنچسى كەم ئىكەنلىكىنى دەيتتى.

قىزىقىش سەۋەبىدىن، مەن ئېرىشكەن ئوخشاش بولمىغان شەكىلدىكى ئىنكاسلارنى تەھلىل قىلىپ، مۇۋەپپەقىيەتنى ئۆلچەيدىغان دەرىجىگە ئېرىشتىم. تەرتىپى «مەن سىزنىڭ SAT نەتىجىڭىزنى قايتا كۆرۈپ باقسام بولامدۇ» دىن «مېنىڭچە بۇ مەندە يۈز بەرمەسلىكى كېرەك»، تەپسىلىي مەزمۇنى تۆۋەندىكىدەك:

«بۇ ئېنىقلا ۋاقىت ئىسراپ قىلغانلىقتۇر.»

«بۇنى تىلغا ئېلىشقا ئەرزىمەيدۇ. »

«مەن بۇنىڭغا ئانچە پەرۋا قىلىپ كەتمەيمەن.»

«بىز ئوڭۇشاشتىن ئىلگىرى ئامال قىلىپ ئىشلىتىپ تۇرۇڭلار. »

«قارىماققا قائىدىسى باردەك قىلىدۇ. »

«قارىماققا دانادەك قىلىدۇ. »

«خېلى قىزىقارلىقكەن. »

مۇڭاپىق رىغبەتلەندۈرۈلسە خىزمەت ئۈنۈمىنى ئۆستۈرگىلى بولىدۇ، لېكىن زىيادە ماختالسا كىشى ئاسانلا ئۈنتۇپ قالىدۇ. نېمە ئۈچۈن شۇنداق بولىدۇ؟ مەنمۇ بۇ سوئاللارغا جاۋا بېرىدىغان بىر يۈرۈش شەخسىي نەزىرىيە تۇزدۇم. كىشىلەر ئادەتتىكىگە ئوخشىمايدىغان ئىپادىلەشنى ئۈمىد قىلمايدۇ ياكى هوزۇرلانمايدۇ ئەمەس، ئىشداشلار ۋە باشقۇرغۇچىلارمۇ كۆرەلمىگەنلىكتىن خىزمەتنى ياخشى قىلغان مۇنەۋۋەر خىزمەتچىلەرنى ماختىمايدۇ ئەمەس. ئەمەلىيەت دەل ئەكسىچە، ئەگەر Google دا ئىشلەيدىغانلارنىڭ هەممىسى ماهارىتى ۋە ئەقىل-پاراسىتىگە تايىنىدۇ دەپ قارىسىڭىز، ئۇنداقتا ئۇلارنىڭ تۆھپىسىنى ماختاش ئۈلارنى كەمسىتكەندەك هېس قىلىپ قالىدۇ—خۇددى ئۇلارنىڭ مۇنەۋۋەر ئىپادىسى سىزنى هەيران قالدۇرغاندەك.

مەن بۇ نەزىرىيەدىن ئازراق تەسەللى تاپتىم، بەلكىم قارىماققا توغرىدەك تۇرسىمۇ ئەمما خاتادەك، چۈنكى مەن باشقا ئېهتىماللىقلارنى ئويلىنىشنى خالىمايمەن—مەن ئېرىشكەن ماختاشلار بەك ئاز، هېچكىم مېنى ماختاش كېرەك دەپ قارىمايدۇ.

نېمە؟ مەن ئەنسىرەمدىم؟

مەن خىزمەتتە ئارقىدا قېلىشتىن ئەنسىرەيمەن، بۇ مېنىڭ ئاشقازىنىمنى كۆپتۈرۈپ، كېچىسى خاتىرجەم ئۇخلىيالمايمەن. ئۇرس ئېرەن قىلىپ كەتمەيدۇ. گەرچە لارىي بىلەن سېرگېي ئۇنىڭغا نۇرغۇن بېسىم قىلسىمۇ، ئەمما پۈتۈن بىر كۈن ئالدىراش ئۆتكەچكە، ئۇ ھەمشە جىددىيلىكنى پەسەيتەلەيدۇ. ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «مەن ئىزچىل ھەقتەتنى قوبۇل قىلالايمەن، بەزى ئىشلارنى دەرھال قىلىشقا ئامال قىلالمايمەن. مەن ئۆزەمنىڭ ئەڭ زور تىرىشچانلىق كۆرسىتىپ ۋاقتىتنى ئۇنۇملۈك پايدىلانغانلىقىمنى بىلىمەن، مەن شۇ سەۋەبتىن كۆڭلۈم يېرىم بولمايدۇ. بۇ گەپنى ئاڭلاپ، كۆپچىلىك مېنى زاڭلىق قىلىدۇ، لېكىن مەن باشقىلارغا سېلىشتۇرغاندا مەغلۇبىيەت يېقى مۇكەممەل بولماسلىقنى تېخىمۇ ئاسان قوبۇل قىلىمەن—ئەگەر سەۋەب يېتەرلىك تولۇق بولسا.»

مەن دائىم ئۆزەمنىڭ ۋاقىت ئورۇنلاشتۇرۇشنىڭ مۇۋاپىق يېقى ئەمەسلىكى، ئىشنىڭ مۇھىملىقىغا بولغان ھۆكۈمۈمنىڭ توغرا يېقى خاتا ئىكەنلىكىدىن گۇمانلىناتتىم،

مېنىڭ ئەھۋالىمنى كۆرگەنىدىن كېيىن، سىنىدىنمۇ ئۆزىگە گۇمان پەيدا بولدى. «ۋېلسىپىت ھەيدەپ ئىشقا بېرىش» نىڭ تەشۋىقات ۋاراقىنى پۈتتۈرۈش ئۈچۈن، مەھسۇلات ئېلان قىلغانىدەك شۇنچە كۆپ زېھىن سەرپ قىلمەن. بىر تۈر باشلانسىلا، ئۆزەمنى مەجبۇرلاپ تاكى تىلى راۋان، ئەدەبىيلىكى كۈچلۈك بولغىچە ئۇنىڭ داۋاملاشتۇرىمەن. بەزىدە قاتتىق ئويلىنىپ، بىر سۆزنىڭ ئىشلىتىلىشىگە بىر سائەت ۋاقىت سەرپ قىلمەن، ئاندىن بىر قانچە كۈن سەرپ قىلىپ ئۇنىڭ تۇغرىلىقىنى ئىسپاتلايمەن. قىزغىنلىق بىلەن كۆڭۈل قويۇپ، جان كۆيدۈرۈپ ئىشلەپ، ئۆزلۈكسىز ئالغا ئىلگىرىلەيمەن. بەزىدە ئورمانلىقتا ئېزىپ قىلىپ كۆپ ۋاقىتنى سەرپ قىلۈېتىمەن.

ئۇرس ئۇنىداق ئەمەس، ئۇ ئارقىغا بىر قەدەم چېكىنىپ، يەنە بىر نۇقتىدىن مەسىلىنى كۆزىتىپ، تەپسىلاتلىرىنى نەزەردىن ساقىت قىلىپ، ئەھۋالنىڭ ئومۇمىي ئەھۋالىنى كۆزىتىدۇ. ئۇ ئۇششاق-چۈششەك تەپسىلاتلارنىمۇ بىلدۇ، ئەمما ئۇ ئۆزىنى ئۇششاق تەپسىلاتلاردەك نەرسىلەر بىلەن چەكلىنىپ قېلىشىدىن ئازاد قىلىپ، ئاساسىي مەسىلىنى ھەل قىلىدۇ. «سىز چوقۇم ھەم ھېسسىي ھەم ئەقلىيلىك كەم بولمىغان ھالدا: ‹مەن ھەر كۈنى مۇشۇنچىلىك ۋاقىت ئىشلىيەلەيمەن. مەن مۇشۇ ۋاقىتتىن ئۇنۇملۇك پايدىلىنىپ، ئىشنىڭ جىددىيلىك ۋە مۇھىملىق دەرىجىسىگە تۇغرا ھۆكۈم قىلىپ، ئاندىن ئەڭ مۇھىم ئىشنى ياخشى قىلىمەن. › ئەگەر ئۆلچەم سىزنىقىدىن تۆۋەن ئىشلارنى بىر تەرەپ قىلغانىدا مەسىلە كۆرۈلسە، ئۇنىڭ ئۈستىگە دەل شۇ ۋاقىتتا مەن ئۇ ئىشنى ھەل قىلىش ئىقتىدارىم بولسا، تۇغرا تاللاش دەل ئۇنىڭ بىلەن كارىم بولماسلىق. چۈنكى سىز شۇ سەۋەبلىك زىيان تارتسىز. ئۆزىڭىزگە نىسبەتەن—بىر سائەت ۋاقىتنى ئىسراپ قىلغانلىقىڭىز سەۋەبلىك، بۇ ئىشنىڭ ئۆزۈن مۇددەت ئۇنۇمى بولمايدۇ—ياكى ئۆلچەم سىزنىقىنىڭ ئۈستىدىكى ئىشقا نىسبەتەن، قىلىش تېخىمۇ زۆرۈر بولغان بىلەن مۇناسىپ بىر تەرەپ قىلنمايدۇ. »

ئەمەلىي مەشغۇلاتتا قانداق قىلىدۇ؟

«سۈپەتلىك چىقىرىش»، ئۇرس قوشۇنىدىكىلەرگە مۇنداق دەيدۇ، ئۇلارنى سۈيلەپ تارقىتىدىغان ۋاقىتنى ئالدىغىراق سۈرۈڭ، «سىقىپ چىقىرالايدىغان ھەممە نەرسىنى سىقىپ چىقىرىڭ. » ئەگەر مۇشۇنداق روھىي ھالەت بولسا، ئاشقازان دورىسىنى ئازراق يېگەن بولاتتىم.

مېنىڭ خۇلاسلىشىمچە، لارىي بىلەن سېرگېي ئۇرسقا ئىشىنىشىنىڭ سەۋەبى، ئۇلار ئۇزۇن مۇددەتلىك تەدبىرنى ئەمەس ۋاقىتلىق تەدبىرنى تېخىمۇ ياقتۇرىدۇ. لارىي بىلەن سېرگېي قولايلىقنى قوغلىشىش داۋامىدا مۇكەممەللىكنى قۇربان قىلىشقا ئامراق.

كرائىگ سلۇۋېرستېين ماڭا مۇنداق دېدى: «كۆرۈلگەن مەسىلنى ئوڭشاپ، ئۇنى قايتا يۈز بەرگۈزمەسلىك، مۇھىممىدۇ؟ لارىي بىلەن مېنىڭ بۇ مەسىلىدىكى كۆز قارىشىمىز ئوخشىمايدۇ. لارىي دائىم

ۋاقتلىق ئوڭشاپ تۇرۇشقا قوشۇلدۇ، باشقا مەسىلىرنى كېيىن بىر نەرسە دېيىشەيلى دەيدۇ، لېكىن مەن دائىم تەلتۆكۈس ئوڭشاش زۆرۈر دەپ ھېس قىلىمەن. ئۇنىڭ كۆز قارىشى ئوتتۇرا تېزلىكتە ئۆچۈرۈپ، ئاندىن باشقا ئىشلارنى قىلىش. «ئىزدەشتە تەكرارلانغان نەتىجە كۆرۈلسە، كرائىگ مەسىلىنىڭ قايتا يۈز بەرمەسلىكىنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈن، يۇمشاق دېتالنى پۈتۈنلەي قايتىدىن تەشكىللەشنى ئويلايدۇ. لېكىن لارى ئۇنىڭغا «ئۇنداق قىلىش ھاجەتسىز، سىستېمىنى ياخشىلاپ قويساقلا بولىدۇ. » دەيدۇ. كرائىگ: «مەسىلىنى ھەل قىلمىغاندا، سىستېما ئاجىز بولۇپ قالىدۇ، چوقۇم يەنە مەسىلە كۆرۈلۈشىگە كاپالەت بېرەلەيمەن. ۋاقتىنى كەلگەندە ئوڭشىماق تېخىمۇ قىيىنلىشىدۇ. » دېدى. ئەمما ئويلىمىغان يەردىن، لارى ئۇتتى، كرائىگ پەقەت ئازراقلا ئوڭشاپ قويۇپ، يۇمشاق دېتالنى پۈتۈنلەي قايتىدىن ئىشلىمىدى.

كرائىگ ماڭا: «ئەينى چاغدا مەن خاتالىشىپتىمەن. مەسىلە تۈگىمەيدىكەن. مېنىڭ بىلىشىمچە، بىز ھازىر مەسىلە ھەل قىلغاندا، يەنىلا ئوخشاش ئۇسۇلنى قوللىنىمىز. » دېدى، ئۇرس ئىزچىل ئەڭ زور تىرىشچانلىق كۆرسىتىپ Google دا ئەلالاشتۇرۇش تەدبىرىنى ئىشلىتىشنى كېڭەيتىدۇ. ئۇ ھەر ئىككى ھەپتىدە تۇرلەرگە نىسبەتەن رەسمىي ھالدا ئەسلەش ئېلىپ بارىدۇ ھەمدە كۆپچىلىكنى ئەڭ جىددىي مەسىلىرگە كۆڭۈل بۆلۈشكە مەجبۇرلايدۇ، ئاندىن نېمىنىڭ ياخشىلاشقا توسالغۇ بولۇۋاتقانلىقىنى ئېنىقلايدۇ. ئۇ چۈشەندۈرۈپ: «بەزىدە كىشىلەر دەرھال سىستېمىنى ياخشىلىماي، مەسىلىنى ھەل قىلىشنى سىنايدۇ، ئاندىن ‹بۇ مەسىلىدىن قۇتۇلۇشقا ياردەم قىلىڭلار› دەيدۇ. » دېدى.

يېڭى ئىشقا چۈشكەن بىر قانچە ئايدا، سانجاي گېماۋات ماڭا: «نېمە قىلىش ئىنتايىن ئېنىق بولۇپ بولدى، مەن ئەتراپتىكى ئاساسىي مۇئەسسەسىلەردە مەسىلە كۆرۈلۈۋاتقانلىقىنى كۆردۈم. شۇڭلاشقا نۇرغۇن ھالقىلىق نۇقتىلارنى تاپقىلى بولىدۇ، ئاندىن ئۇلارنى ھەل قىلىش كېرەك. » دېدى. ئاغرىنقا بەكرەك ۋاقىرىمىغاندا، كېچىككەن سەكرەشكە ئۆزگىرەيدۇ، كېيىنكى قوزغىتىشنىڭ ۋاقتىغمۇ ئۇزاق قالمىغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ.

ئۇرس ئىنژېنېرلارنىڭ «ئۆزىنىڭ خاتالىقىنى ئوڭشاش» كۆز قارىشىنىڭ يوشۇرۇن كەمچىلىكى بار، نۇرغۇن كىشىلەر ئۆزىمۇ سەزمىگەن ھالدا ئۆز ئالدىغا ئوخشاش بىر مەسىلىنى ھەل قىلىدۇ. ئىلگىرى بۇ خىل ئىش پەقەت يۇز بەرمىگەن.

جىن دىئان ئەسلەپ: «ھەر بىر تۈرده ئىككىدىن ئۈچكىچە ئادەم بار بولۇپ، ئۇلارنى قوشقاندا 20 يانچۇقتا ئوخشايدۇ. ئۇ ۋاقىتتا، سىز ئاشۇ 20 ئادەمنىڭ ھەممىسىنىڭ نېمە ئىش قىلىۋاتقانلىقىنى بىلمەن دېيەلمەيسىز. » دېدى. Google نىڭ تەرەققىي قىلىپ زورىيىشىغا ئەگىشىپ، شىركەت ھەر ھەپتىدە ئۆزلۈكىدىن يېڭىلىنىدىغان سىستېمىدىن بىرنى ئورناتتى. ئىنژېنېرلار ئۇنىڭدىن پايدىلىنىپ «كود بۆلەكلىرى» نى ئارخىپلاشتۇرالايدۇ، ئۇلار ئۆزى مەسئۇل ساھەگە چۈشەندۈرۈش يازالايدۇ. سىستېما بارلىق بۆلەكلەرنى بىر تىزىمغا ئايلاندۇرۇپ، ئاندىن ئېلىخەت شەكلىده بۇ مەزمۇنلارغا ئېھتىياجلىق ھەر بىر ئادەمگە يوللايدۇ. گەرچە نۇرغۇن ئىنژېنېرلار ھەر ھەپتىنىڭ ئاخىرى ئارخىپلاشتۇر (ياكى بۇ جەريانىنى ئاتلاپ كېتىدىغان) مىسىمۇ، لارى بىلەن سېرگېي يەنىلا بۇ سىستېمىنى باشقا بۆلۈملەرگە كېڭەيتتى، ئەلۋەتتە بازارچىلىق بۆلۈمىمۇ شۇنىڭ ئىچىده. بۇ خىل ئۇسۇلنىڭ ۋەكىللىك خاراكتېرى كۈچلۈك. ئىنژېنېرلار بىر قىسىم يېڭى تېخنىكىلارنى ئىجاد قىلالايدۇ، ئاندىن ئۇنى سىنايدۇ، ئەڭ ئاخىرىدا كۆپچىلىككە ھەمبەھرلەپ، شىركەتتىكى ھەممەيلەن بىرلىكته ئوخشاش بىر ئىشلەپچىقىرىش قورالىنى ئىشلىتىدۇ.

گەرچە بىز بىلەن قۇرۇلۇش بۆلۈمى ئىشلىتۈاتقىنى ئوخشاش بىر سىستېما بولسىمۇ، ئەمما بۇ بىزنىڭ مەھسۇلات تەتقىق قىلىپ ئېچىش جەريانىدا باراۋەر ھەمكارلاشقۇچى ئىكەنلىكىمىزدىن دېرەك بەرمەيدۇ. سىندى بىزنى ئاگاھلاندۇرۇپ: «ھەرگىز، ھەرگىز، ھەرگىز بازارچىلىق مەسىلىسى تۈپەيلىدىن مەھسۇلات ئېلان قىلىش كېچىكمىسۇن. » دېدى. بۇ شىركەتنىڭ سىياسىي قارالمىسى. بىز مال تاپشۇرۇش ياكى مال تاپشۇرماسلىقنى كېچىكتۈرسەك بولمايدۇ. ئەگەر قۇرۇلۇشۇمنى تامامەن ئۆزەمنىڭ ئۆلچىمى بويىچە تاماملىيالمىسام، بۇ چاغدا مەھسۇلات ئېلان قىلىش قىستاپ قالغان بولسا، بارلىق بوشاپ قالغان بولتىلارنى قۇتىغا تاشلاپ، ئالته يەردىن

يەتتە كۆكلەپ، مەھسۇلاتنى چىقارغاندىن كېيىن، ئاندىن كېيىنكى ئىشنى باشلايمەن.

ئومۇمەن شۇنداق بىر كۈن ھېچ بولمىغاندا شۇنداق بىر پەيت—بىز توختاپ كوفىئىنسىز قەھۋە ئىچكەچ، نېمىگە ئېرىشكەنلىكىمىزنى ئەسلەيدىغان، نېمىگە يۈزلىنىۋاتقىنىمىز ھەققىدە ئويلىنىدىغان. بىراق ھازىر ۋاقتى تېخى كەلمىدى. سىندى دائىم مېنى ئەسكەرتىپ: «بىز ئۆلگەن ۋاقىتتا، ئارام ئالىدىغان نۇرغۇن ۋاقتىمىز بولىدۇ. » دېدى.

ئونىنچى باب
شەھۋانىيلىقنى سۈزگۈچى

مەن ئىلگىرى يازغىنىمدەك بازارچىلىق پىلانى ۋاقتىنچە ئۆتۈشىگە ئەگىشىپ يوقاپ كەتتى، ھەتتا ئەمەلىيلەشتۈرىدىغان خامچوتمۇ يوق، ساللى بىلەن مەن مەغلۇپ بولغان پىلاننىڭ ئىچىدىن ئۆزىمىز ئەمەلىيلەشتۈرەلەيدىغان قسىمەن مەزمۇننى قۇنتۇزۇپ چىقتۇق. مەن تۈزگەن پىلاننىڭ ھېچقانداق ئاساسىي يوقمۇ ئەمەس، تەكلىپنىڭ كۆپ قىسمى پەقەتلا تۇردا تەشۇىق قىلىشنى كۈچەيتىش، تاراتقۇ ياكى ماتېرىيالغا كۆپ پۇل سەرپ قىلىش ھاجەتسىز. ئەگەر زۆرۈر بولسا، مەن ئىزدەش مۇلازىمىتىگە باشقا تورتۇرالاردىكى لوزۇنكا ئېلان بوشلۇقىغا ئالماشتۇرالايمەن.

بىراق ساللىنىڭ بۇنچە كۆپ تاللاش پۇرسىتى يوق. لارى بىلەن سېرگېينى تورسىز ئىشلەتكۈچى تەرەپلەردە مەبلەغ سېلىشتا قايىل قىلالمىغانلىقتىن، ساللىنىڭ مەغلۇبىيەت تۇيغۇسى بارغانسېرى كۈچەيىپ كەتتى. ئۇ سىرتقى كۈچتىن پايدىلىنىشنى تەلەپ قىلغاندا، ئېرىشكەن جاۋابى «نېمە ئۈچۈن ئۆزىمىز قىلمايمىز؟ ئانچە تەس ئەمەس.» Google مەدەنىيىتىدە، ئەگەر سىز ئالغا ئىلگىرىلەش يولىدا بىر توسالغۇغا يولۇققان بولسىڭىز، ئۇنداقتا شوتىدىن بىرنى ياساڭ؛ ئەگەر تامنىڭ كەينىدە دەريا بولسا، ئۇنداقتا كېمىدىن بىرنى ياساڭ، ئەگەر كۆلدە بىر تىمساخ بولسا، بىر بىلىكىڭىزنى ئۇنىڭغا يەم قىلىپ بېرىپ، يەنە بىر بىلىكىڭىزنى پالاق قىلىپ ئىشلىتىڭ. خۇلاسە شۇكى «مەسئۇلىيەتچان بولۇپ، ھەرىكەتلىنىڭ».

ساللى شۇنداق قىلدى. ئۇ سىرتتىن ۋاكالەتچى سودىگەردىن بىرنى تېپىپ، ئۇنىڭ تورسىز سېتىشنى تېزلىتىشنى ئىجرا قىلدى. ئەمما تەلىيى ئانچە ئۇدۇن كەلمىدى. ساللىنىڭ تۇنجى ھەمكارلاشقۇچىسى ئۇنىڭغا: «لارى بىلەن سېرگېي ئانچە ئوچۇق پىكىرلىك ئەمەسكەن، بىزنى ئۈمىدسىزلەندۈردى. بىز لارىغا ئىشەنمەيمىز، شۇڭا ئالدىن پۇل تاپشۇرۇڭ. » دېدى. لارى بىلەن سېرگېي ئۆزلىرىنىڭ ئېلان ۋاكالەتچى سودىگەرلىرى ۋە بۇ كەسپىكە بولغان بىزارلىق تۇيغۇسىنى پەردازلىمدى. بۇ خىل بىزارلىق تۇيغۇسى ئاساسلىقى ئېلان ۋاكالەتچى سودىگەرلىرى ئېلان ئۇنۇمنى تەشۇىق قىلغاندا ئۆزىنى ماختاپ ئۇچۇرىدىغان مۇكاپاتلار، خاتا ھېسابات ۋە ساختا ئىلىم-پەن ئاتالغۇلىرىدىن كەلگەن.

لارى ھەتتا ۋاكالەتچى سودىگەرلەرنىڭ يېڭىلىق يارىتىش پائالىيەتلىرىنى كۆرسەتكەندە ئىشلىتىدىغان قارا رەڭلىك كارتا قەغەز ئىشلىتىشنى ياقتۇرمايدۇ—قارىماققا مۇكەممەل كۆرۈنگەن ئېلىمېنتلار بىر يەرگە كەلسە، ئالىيراق كۆرستىشتىن باشقا نەرسە ئەمەس. لارىغا نسبەتەن، ياخشى ئىدىيە ئۆز-ئۆزىدىن مەلۇم، گەرچە ئۇ مەينەت ماي قەلەمدە پۇرلىشپ كەتكەن قەغەز قوليا غلىققا يېزىلغان بولسىمۇ، ئوخشاشلا نۇر چاقناپ تۇرىدۇ. ئۇنىڭ نەزىرىدە، ئېلان ۋاكالەتچى سودىگەرلىرىنىڭ ھەممىسى مۇغەمبەرلىك قىلىدىغان كالۋالار، رەزىل ساختىپەزلەر.

ساللى ھەمكارلىشىشنى خالايدىغان سېتىشنى تېزلىتىدىغان ۋاكالەتچى سودىگەردىن بىرنى مۇقىملاشتۇرۇپ، يۇرەكلىك ھالدا ھەرىكەتنى باشلىدى. توختام تۈزگەندىن كېيىن، بەتخەجلىك بىلەن ئىش قىلدى. لارى بىلەن سېرگېي بايقىغاندىن كېيىن، بىزگە ئېنىق قىلىپ، بىزنى «ھەرىكەتلىنىڭلار» دېگىنى «ھەرىكەتلىنىڭلار، ئەمما Google نىڭ پۇلىنى خەجلىمەڭلار» دېگەن مەنىدە ئىكەن. بۇ تېخى ئەڭ ئوسال ئەھۋال ئەمەس.

Google غا مۇلازىمەت قىلىپ باققان شىركەتلەرگە نىسبەتەن، Google ئەزەلدىن رەھىمەت ئېيتمايتتى—ھەتتا خېرىدار تەۋسىيە قىلمايتتى. شىركەت كۆلىمى ۋە ئورنىنىڭ يۇقىرى كۆتۈرۈلۈشىگە ئەگىشىپ، تەمىنلىگۈچى سودىگەرلەر ئامال قىلىپ بىزنىڭ پېشىمىزگە ئېسىلىدۇ، دائىم بىزگە يۇقىرى سوممىلىق ئېتىبار بېرىدۇ، كۆزلىگىنى Google نىڭ تۇغىنى ئۇلارنىڭ خېرىدارلار تىزىمىغا قويۇشتىنلا ئىبارەت. بىز ئاساسەن ماقۇل بولمايمىز. ئەمما بىز قىممەتلىك ۋاقتىمىزنى چىقىرىپ تەمىنلەش سودىگەرلىرىنى باھالايمىز. نېمە ئۈچۈن مىڭ بىر جاپا-مۇشەققەت تارتىپ رىقابەتچىلىرىمىزنىڭ ئاۋارىچىلىقىنى ئازايتىپ، ئۇلارغا قايسى شىركەتلەرنىڭ بىز بىلەن ھەمكارلىششىغا بولىدىغانلىقىنى ئېيتىپ بېرىمىز؟ ئەگەر رىقابەتچىلىرىمىز تەمىنلەش سودىگەرلىرىنى ئۆزى تاللىسا بەلكىم تېخىمۇ ياخشى بولۇشى مۇمكىن، بۇنداق بولغاندا ئۇلار خاتا تاللاپ قېلىشى مۇمكىن، ئۇنداق بولسا بىزگە تېخىمۇ پايدىلىق.

بىر ھەپتىدىن كېيىن، مەن «ئېلان دەۋرى» دىكى ماقالىدە Google بىلەن مەلۇم بىر ۋاكالەتچى سودىگەر 5 مىليون دوللارلىق كېڭەيتىش توختىمى تۈزگەنلىكىنى كۆرگەندە، ھەقىقەتەن ھەيران قالدىم. بۇ ماقالىگە ھېچكىم ھوقۇق بەرمىگەن، كىمنىڭ يازغانلىقىنى ھېچكىم بىلمەيدۇ. ۋاكالەتچى سودىگەر تەشەببۇسكارلىق بىلەن ژۇرنالغا چىقارغان، ھەمدە ئەمەلىيەتنى كۆپتۈرۈۋۈەتكەن، بۇ قەتئىي بىز كۆرۈشنى خالايدىغان ئىش ئەمەس. لارى بىلەن سېرگېينىڭ چىشىغا تېگىپتۇ—ئۇلارنىڭ بەك ئوغىسى قاينىدى—ساللى چوڭ كىرىزىستا دۇچ كەلدى.

مەن سالىلغا ھېسداشلىق قىلىدىغانلىقىمنى بىلدۈردۈم، يارىدەم قىلغۇم بار ئىدى، ئەمما مەن شىركەت قۇرغۇچىسىنىڭ قارارىنى ئۆزگەرتىشكە قايىل قىلىپ، يېڭى ھەمكارلاشقۇچىمىزنى قوبۇل قىلدۇرۇشقا ئامالسىز ئىدىم. پەقەت سالىلى ئۆزىلا ئۇلارنى قايىل قىلىشى كېرەك ئىدى.

كىم ئۇتىدۇ تېخى ئېنىق ئەمەس

مەن ھەر كۈنى ئەتىگەنىدە گېزىت كۆرۈپ، بىزنىڭ بۇ كەسىپنىڭ قۇرۇلمىسىدا بىر كېچىدە قانداق ئۆزگىرىش بولغانلىقىنى كۆرۈپ باقاتتىم. كىم قوشۇۋېلىندى؟ كىمنىڭ يېڭى ھەمكارلاشقۇچىسى بار بولدى؟ قايسى رىقابەتچى پەيدا بولدى؟ كېچىك بۆلۈنمىدە ئولتۇرۇپ 2000-يىلى 5-ئايدا تارقىتىلغان Upside[7] ژۇرنال (بىر خىل پەن-تېخنىكا ژۇرنىلى) نىڭ كۆز يۈگۈرتۈۋاتقاندا، ئىزدەشنى ئالاھىدە ئانالىز قىلغان بىر پارچە ماقالىنى بايقاپ قالدىم. مەن تەقەززالىق بىلەن، كەسىپ ئەھلى بولمىغانلارنىڭ مەسىلىگە قانداق قارايدىغانلىقىنى كۆرۈپ باقماقچى بولدۇم. ئۇ ماقالىنى ئوقۇغاندىن كېيىن، بىزنىڭ ئىزدەشكە بولغان دىققىتىمىز زامانىنىڭ ئارقىدا قاپتۇ، تەدبىرىمىز چوقۇم مەغلۇپ بولىدىكەن.

Excite (بىر ئىزدەش موتورى) نىڭ ئىزدەش باشقۇرغۇچىسى Upside ژۇرنىلىغا: «دەسلەپتە، ئىزدەش ئاقسۆڭەكلەر تۈرىگە تەۋە ئىدى، تورتۇرايىمىزنىڭ چېكىلىش مىقدارىنىڭ ئاساسىي مەنبەسى ئىدى» دەپتۇ، «...ئەمما ھازىر بىزنىڭ نۇرغۇن مۇلازىمەت تۈرلىرىمىزنىڭ بىرىگە ئايلاندى. » بىراق Google نىڭ ئىزدەش مۇلازىمىتىلا بار. ھە، ئىزدەش بىلەن مۇنداق-بۇلارنى «نۇرغۇن مۇلازىمەت» دېگىلى بولامدۇ؟

Go.com[8] تورتۇراسىدىن پېتېر كۈئى (Peter Kui) : «ئىزدەشتە كەم بولۇۋاتقىنى ئارقا كۆرۈنۈش.

[7] ماقالە «ئىزدەش موتورىنىڭ ئىچكى قىسمىغا چوڭقۇرلاپ كىرىش» نىڭ ئاپتورى جون ئىنس (John Ince)

[8] Go.com دەسلەپتە Infoseek ۋە دىسنىينىڭ تۇردىكى كەسپىنى بىرلەشتۈرگەندىن كېيىن شەكىللەنگەن، ئاساسلىق مەزمۇنى دىسنىي ۋە ئامېرىكا رادىيو شىركىتىدىن كېلىدۇ.

سز پەقەت كۆڭۈل ئېچىش سودا پائالىيىتىنىڭ بىر قىسمى سۈپىتىدە ئىزدەش كەسپىگە ئېرىشسىز ... ... كەلگۈسىدە كەسپي ئىزدىگۈچىلەر پەيدا بولىدۇ. بىر قىسىم كىشىلەر تېخنىكا ئارقىلىق ئىزدەش ئېلىپ بارىدۇ، بىز تېخىمۇ ماكرولۇق كۆرۈشمىز كېرەك.» دەپتۇ. تېخنىكىدا پۈت تېرەپ تۇرسا ماكرولۇق كۆزىتىش نەزىرى بىلەن تەمىنلىيەلمەيدىكەن؟ بىز دىسني بىلەن سودا قىلىشمىز كېرەكمۇ؟

Upside ئالدىن پەرەز قىلىپ، Alta Vista يول توقۇنۇشى تەرەپتە ئېغىر خىرىسقا دۇچ كېلىدۇ، چۈنكى شىركەت ئۆزىنىڭ ئىشلەتكۈچى تورتۇراسىنى ساقلاپ قېلىش بىلەن بىللە، يەنە ئۆزىنىڭ تېخنىكىسىنى باشقا دەرۋازا تورتۇرالارغا توۋلاپ سېتىۋاتىدۇ. ھە، ھېچ بولمىغاندا بەزىلەر بۇ تەرەپتىن بىزدىن ياخشى قىلۇپتىپتۇ. توختا، بۇ دەل بىزنىڭ تەدبىرىمىز ئەمەسمۇ؟

Upside يەنە Inktomi نى «مەخسۇس باشقا تورتۇرالارغا ئىزدەش تېخنىكىسى تەمىنلەيدىغان بىردىنبىر ئاساسلىق ئىزدەش موتورى» دەپ ماختاپتۇ. Yahoo دەل Inktomi نىڭ خېرىدارلىرىدىن بىرى، ئامېرىكا لىنىيەسىمۇ شۇنداق، ھازىر ھەتتا مىكروسوفتمۇ ئۇنىڭ خېرىدارى. گەرچە Inktomi نىڭ نەتىجىسى كۆرۈنەرلىك بولسىمۇ، ئەمما تۆتىنچى پەسلىدە 2 مىليون 400 مىڭ دوللار زىيان تارتتى. ئۇ ئىنتېرنېتتىكى ئۇچ چوڭ ماگنات بىلەن بىر بىرنى چەتكە قاقىدىغان ھەمكارلىق ئېلىپ بېرىپ تۇرۇپمۇ، نېمە ئۈچۈن يەنە زىيان تارتىدۇ؟ بۇ ئەمدىلا بۇ كەسپىكە كىرگەن شىركەت ئۈچۈن ئانچە ياخشى ئەھۋالنىڭ بىشارىتى ئەمەس.

Ask Jeeves (ئامېرىكىدىكى داڭلىق ئىزدەش موتورى) «تەبىئىي تىل» ئېغىزى بىلەن تەمىنلىدى ھەمدە ئىنگلىزچىدا ئاددىي يېزىلغان بارلىق مەسىلىلەرگە جاۋاب بېرەلەيدۇ دەپتۇ. ئۇلار يەنە كۆزگە كۆرۈنەرلىك مالاينىڭ كارتون سىماسىنى تۇغ (Jeeves كۆڭۈلدىكىدەك مالاي دېگەن مەنىدە) قىلىپ، غايەت زور بازارچىلىق خامچوتى قېتىۋ. مەن Jeeves نىڭ ئىزدەش ئىقتىدارىنى ئۆز جايىدا تەكشۈرۈپ بېقىپ، ئۇلارنىڭ ماركىسى ئىزدەش نەتىجىسىدىن ياخشىراق ئىكەنلىكىنى بايقىدىم. شۇنىمىسىزكى، ئۇلارنىڭ ئۆزىگە تۇشلۇق دانالىقى بارىكەن، چۈنكى ئۇلار 2000-يىلىنىڭ بېشىدا ئەينى چاغدا ئىستىقبالى بار ئىزدەش شىركىتى Direct Hit نى سېتىۋالغان، Direct Hit ئەينى ۋاقىتتا يامان ئەمەس يۈرۈشكەن، بىراق مەن لارىرىدىن بۇلارنىڭ بىزگە نىسبەتەن تەھدىت ياكى ئەمەسلىكىنى سورىغان ۋاقتىمدا، لارى جاۋاب بېرىپ: «ھەر كۈنى 1 مىليونلۇق سۈرۈشتۈرۈش مىقدارىدا، ھەر قانداق تېخنىكا يامان ئەمەس ئىجرا بولىدۇ دېدى. ئەمما ھەر كۈنى 100 مىليون سۈرۈشتۈرۈش مىقدارىدا قىينىچلىق كۆپىيىدۇ. » دېدى.

شۇنداق بولغان تەقدىردىمۇ، ئېسىل تېخنىكا ئاساسىغا كۈچلۈك ماركا قارىشى قوشۇلسا Jeeves ئىزدەش ساھەسىدە شەمشەرگە ئايلىنالايدۇ. لېكىن، چاكارلار ئادەتتە ھەممىسى دېگۈدەك ئەسكى گۈيلار ئەمەسمۇ؟

ئەمما ئەڭ ئاخىرىدا، Upside گەپنى Google غا يۆتكەپ، «پەقەت تېخنىكا نۇقتىسىدىن قارىغاندا، Google ئېرىشكەن باھا ئەڭ ياخشى» دەپتۇ.

ئاران ئىككى يىلدىن كۆپرەك ۋاقىتتا، Google تەرەققىي قىلىپ ھەر كۈنى 10 مىليون ئىزدەش مىقدارىغا ئىگە ئىزدەش موتورىغا ئايلانىدى، ئانالىزچى داننى سۇللىۋان (Danny Sullivan) بۇ ھادىسىنى چۈشەندۈرگەندە مۇخبىرغا: «Google ئېسىل تېخنىكىنىڭ پارلاق ئۈلگىسى، بازارچىلىقتا ئەمەس بەلكى ھەقىقي ئىنتېرنېتتا چېكىلىش مىقدارىنى جەلپ قىلدى. » دەپتۇ. بۇ Google نى ماختىغانلىق ئەمەس، چۈنكى Upside يەنە: «...كارخانا تەدبىرىنى تەتقىق قىلىپ ئېچىش، يېڭى بازارغا چوڭقۇر چۆكۈش ھەمدە پايدا يارىتىش قاتارلىق تەرەپلەردە، قارىماققا شىركەت ئانچە كۆڭۈل بۆلمەيدىغاندەك قىلىدۇ. Google نىڭ قاچان ئىزدەش تېخنىكىسىنى تىجارەت پايدىسىغا ئايلاندۇرىدىغانلىقىغا نىسبەتەن، Google بىناسىدا، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسىنىڭ ئېنىق ۋاقىت ئورۇنلاشتۇرۇشى يوق. » دەپتۇ، بۇنىمۇ تىلغا دەپتۇ، مەنمۇ ئۆزەمدىن ئازراق گۇمانلىنىپ قالدىم.

ماقالىنىڭ ئاخىرىدا بىشارەت بېرىپ، Ask Jeeves ئاخىرىدا غەلىبە قىلىدۇ، چۈنكى ئۇنىڭدا «ئېنىق يۆنىلىش قارىشى، خېرىدارلارغا مۇلازىمەت قورالى بولالايدىغان غايەت زور يوشۇرۇن كۈچ بار ...» دەپتۇ.

Google غا نسبەتەن، بۇ ماقالىدا ئۇنىڭ Alta Vista نىڭ سېتىۋېلىش نىشانى بولىدىغانلىقىنى دەپتۇ.

بۇ ماقالىنى كۆرۈپ بولغاندىن كېيىن، سۈمۈرگەن ھاۋانىڭ زىيادە ئېغىرلىقىنى ھېس قىلدىم. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئىسمىنا قوشۇپ ئىشلەۋاتىدۇ، تېخنىكىمىز روشەن ئۈنۈم ياراتتى، پايدىمۇ ئىزچىل ئېشىۋاتىدۇ، نېمە ئۈچۈن مەسىلە كۆرۈلىدۇ؟ گەرچە مېنىڭ شىركەتتە ئىشەنچىم تولۇق بولسىمۇ، ئەمما شىركەتنىڭ سىرتىدىكى ئىشلارغا نىسبەتەن، مەندە يەنىلا نۇرغۇن تەشۋىشلەر بار ئىدى. نەتىجىسى بار شىركەتلەرنىڭ ھەممىسىنىڭ يارقىن ماركىلىرى، غايەت زور بازار ئۈلۈشى، ئېسىل سودا تەدبىرى بار. Google نىڭ بىردىنبىر مۇلكى كۆزگە كۆرۈنەرلىك ئىزدەش سۈپىتىدۇر.

ئەمما ئىزدەشكە گۇماني پوزىتسىيەدە بولغان كىشىلەرنىڭ ھەممىسى ئەڭ ئاخىرى خاتالاشتى. تېخنىكا مۇھىم بولۇپلا قالماستىن، يەنە بۇ خىل مۇھىملىق دەرھال، تولۇق ئىپادىلىنىپ چىقسا، كىشىلەر مەقسەتلىك كېلىپ ئىزدەيدۇ—كېرەكلىك بولغان مۇئەييەن ئۇچۇرنى ئىزدەيدۇ. ئەگەر بىر تورتۇرا ئىزدەش قۇتىسىنى بىر قىسىم ئۇلانما ۋە ھەق تۆلەيدىغان سېتىشنى تېزلىتىش ئۇچۇرلىرىنىڭ ئارقىسىغا قويۇپ قويسا، ئۇنداقتا بۇ تورتۇرا رەڭلىك قەلەمدە خەت تېپىپ تولدۇرىدىغان ئويۇنغا ئوخشاش قوللىنىشچانلىقى تۆۋەن بولىدۇ. قارىماققا قىزىقارلىق كىشىلەرنىڭ نەزىرىنى تارتقانىدەك قىلسىمۇ—ئەمما قولىدىكى ۋەزىپىگە نىسبەتەن ئېيتقانىدا قوللىنىشچانلىقى تۆۋەن.

Google قۇرغۇچىلىرى كۆڭلىدە، ئاددىي بولسا ئاندىن ئۇنۇملۇك دەپ قارايدۇ. ئۇلار Google نى ئەڭ ماھىيەتلىك مەزمۇنغا ئاددىيلاشتۇرىدۇ، چۈنكى—ئۇچۇرغا نەپسى قانايىدىغان ئىشلەتكۈچىلەر—ئۇلار ئۆزىمۇ ئىشلىتىدۇ. ئۇلارغا نىسبەتەن ئېيتقاندا، Google نىڭ ئۆزى بىر قورال، ئۇنىڭدىن باشقا ھېچنېمە ئەمەس. ئىشلىتىش ئىنتايىن قولاي بىر بولقىغا نىسبەتەن، «ئارقا كۆرۈنۈش» بولقىنى تېخىمۇ قولاي قىلالمايدۇ، كارتون چاكارمۇ شۇنداق قىلالمايدۇ.

كۆرۈنۈپ تۇرۇپتۇكى 2000-يىلى پەقەت ئاز سانلىق كىشىلەرلا ساپ ئىزدەشنىڭ قىممىتىنى كۆرەلەپتۇ، بۇ كىشىلەرنىڭ كۆپىنچىسى Google دا ئىشلەيدۇ. بۇ ئىنژېنېرلار سۈكۈت بىلەن، قەتئىي، ئۇن-تىنسىز ھالدا ئۆزلىرىنىڭ خىزمىتىنى مۇكەممەللەشتۈرىدۇ، ئۆزلىرىنىڭ مۇكەممەل بولقىسىنى تېخىمۇ كۆپ كۆرۈرمەنگە نامايەن قىلىشقا تەييارلىق قىلىدۇ.

چۈنكى ئۇلار دۇنيانىڭ ھەممىلا يېرىدە مېخ بارلىقىنى بىلىدۇ.

لارىرى بىلەن سېرگېيىنىڭ رولى

لارىرى بىلەن سېرگېي تۈز بولۇشنى ياقتۇرىدۇ، ئەنئەنىۋى مۇتەپەككۇرلارنى ياقتۇرمايدۇ، بۇ ئۇلارنىڭ قىزىقىشىنى يېقىنلاشتۇرغان.

مەن كەلگۈسىدىكى دەرۋازامنىڭ ئاچقۇچىنى ئۇلارغا تاپشۇرغاندىن كېيىن، ئۇلار روھىي چاقمىنىڭ ئارقىسىدىن تىيلىپ كېتىپ بارىدۇ، چاقنى ئېگىز-پەس چىغىر يولدا ۋە تىيلغاق ئەگرى-توقاي تاغ يولىدا يانتۇ

قىلىش تەجرىبىسى ئېلىپ بېرىۋاتىدۇ، لېكىن مەن تىرىشىپ تەڭپۇڭلۇقنى ساقلاۋاتىمەن. ئۇلارنىڭ ھەر ئىككىسى 26 ياش، ئەمما ئۇلار مېنىڭ كەسىپي ھاياتىمدا ئۇچراتقان تۇنجى تۈركۈمدىكى مۇۋەپپەقىيەت قازانغان ياشلار ئەمەس. «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» دە ئىشلەۋاتقان ۋاقتىتا، مەن Zip2 (بىر يۇمشاق دېتال شىركىتى) نىڭ قۇرغۇچىسى ما يىلوڭنى ئۇچراتقان، ئۇ 28 ياش ۋاقتىدا ئۆزى بىر قوللۇق قۇرغان Zip2 نى سېتىۋېتىپ، 300 مىليون ئامېرىكا دوللىرىغا ئېرىشكەن، ئاندىن كېيىن ئىگىلىك تىكلەش شىركىتى PayPal (پايپال شىركىتى) نىڭ پايچىكىغا ئايلانغان، ياش ھەم مۇۋەپپەقىيەت قازانغان تېخنىكا ئالىي ئەمەلدارلىرى كىرىمنىي جىلغىسىدىكى ياۋا ئوت-چۆپلەر بولۇپ، ئۇلارنى ھەممىلا جايدا كۆرگىلى بولىدۇ، ئۇلار ئەتراپتىكى مەنزىرىدىن ھوزۇرلىنىش بىلەن بىللە ئۆزىنىڭ يېشىللىقىغا ناھايىتى ئىشىنىدۇ.

ئاننى مېنىڭ گېزىتخانىدىكى غوجايىنىم، ئۇ مەندىن 10 ياش كىچىك، ئۇ ماڭا چوڭ مەسىلىلەر ئۈستىدە باشلىق بىلەن ئوخشاش بولمىغان كۆز قاراشنى ئوتتۇرىغا قويۇشنى ئۆگەتكەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە ھۆرمەتلەشنى قولدىن بەرمىگەن. لارىي بىلەن سېرگېي باشلىقلىرى بىلەن ئالاقە قىلغاندا ناھايىتى سىپايە—ئەگەر كەلگۈسىدە ئۇلارنىڭ باشلىقى بولۇپ قالسا. كىرىمنىي جىلغىسىدىكى كارخانىچى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئۇلاردا باشقىلارغا بويسۇنۇش كەمچىل، بۇنى مەبلەغ سالغۇچىلارنىڭ ئىشەنچسىزلا كۆرۈۋالغىلى بولىدۇ، بىر مەبلەغ سالغۇچى بىر باشقۇرغۇچىلىق ئورنىغا تەكلىپ قىلىنغۇچىدىن ئاغرىنىپ: «ئۇ نوپۇزدىن بەكلا قورقىدىكەن. » دېگەن. ئەلۋەتتە شىركىتىمىزنىڭ قۇرغۇچىسىنى ھېچكىم بۇنداق باھالىمايدۇ، ئۇلار پەقەت سانلىق مەلۇماتقا بويسۇنۇشنى ئېپادىلەيدۇ.

لارىي بىلەن سېرگېي ئالتۇن تۇخۇم كاكلايدىغان غازنى بايقىغان، ئۇلارنىڭ ھەر قانداق كىشىگە بويسۇنۇشى ھاجەتسىز، ئۇلار ئەنگلىيە ئايال پادىشاھى بىلەن ئوخشاش ئورۇنغا ئىگە، بەنەزەر بوتتو (پاكستانلىق سىياسىيون) بىلەن دوست، ئۇلار سودا تەكلىپىگە ئېھتىياجلىق بولغاندا، جىق بىسوس (Jeff Bezos) (ئامازوننىڭ قۇرغۇچىسى) ياكى ۋارىرېن باففېت (Warren Buffett) نىڭ تەكلىپىنى ئالىدۇ. ئۇلار كەسىپ باشلامچىلىرىغا راستچىل ئوچۇق سۆزلۈك، تەمىنلەش سودىگەرلىرىنى خالىغانچە ئەيىپلەيدۇ، ئۆزىنىڭ پىكرى بىلەن ئوخشىمىغان قاراشتىكى خىزمەتچىلەر بىلەن كارى يوق، ھەتتا ئۇ خىزمەتچىلەرنىڭ تەجرىبىسى ئۇلارغا قارىغاندا مول، ئوقۇش تارىخى يۇقىرى بولغان تەقدىردىمۇ.[9] ئۇلار ھەرگىزمۇ مەقسەتلىك قوپاللىق قىلمايدۇ، پەقەت بەزىدە ئىشلار ئۇلارنىڭ ئالدىن ئويلىغان يولىدا تەرەققىي قىلمىغانلىقتىن، سەۋر-تاقەتى يوقتەك كۆرۈنىدۇ.

شىركەت قۇرىدىغان مەبلەغ ئەمەلىيلەشمىگەن ۋاقىتتا، لارىي بىلەن سېرگېي مەبلەغ سېلىش ئېھتىمالى بولغانلارغا ھەيۋە قىلغاندەك تۇيۇلىدۇ. بۇ ئىككى «Google چى» دا بىر تىينمۇ يوق، ئەمما ئۇلار Sequoia Capital (شەمشاد كاپىتالى) بىلەن (KPCB (Kleiner Perkins Caufield & Byers نىڭ بىرلىشىپ مەبلەغ سېلىشىدا چىڭ تۇردى، چوقۇم بىرلىشىپ مەبلەغ سېلىش، Google نىڭ كىرىمنىي جىلغىسىدا ئالدىنقى قاتاردا تۇرىدىغان خەتەرگە تەۋەككۇل مەبلەغ سالغۇچى شىركەتلىرىنى ئۆزلىرىنى قوللاتقۇزىدىغان جەلپ قىلىش ئىقتىدارى بار. لارىي بىلەن سېرگېي قىممىتىنى مۆلچەرلەيدىغان ماددا بېكىتتى، ئاساسى ئۇلار ئۆزلىرى قۇرغان تېخنىكىدىكى يوشۇرۇن كۈچنى كۆرۈپ يەتكەن، Yahoo، eBay، Sun ۋە ئامازوننىڭ مەبلەغ سالغۇچىلىرىنىڭ كوللېكتىپ سەزگۈر كۆزىتىش ئىقتىدارى ئەمەس. لارىي بىلەن سېرگېينىڭ ھېچقايسىسى سودا ئىنستىتۇتىنى ئوقۇمىغان، چوڭ شىركەتنىمۇ باشقۇرۇپ باقمىغان. ئەمما لارىي ماڭا، ئۆزىنىڭ Google نى باشقۇرۇپ رىقابەت كۈچىگە ئىگە شىركەت قىلىپ قۇرۇپ چىقىش ئۈچۈن 200 پارچىدىن ئارتۇق سودا كىتابلىرىنى ئوقۇغانلىقىنى دەپ بەرگەن. ئۇ ئۆزى ئوقۇغان بارلىق مەزمۇنلارغا خۇددى دەرسخاندا ئۆگەنگەن مەزمۇنلارغا ئوخشاش ئىشىنىدۇ.

[9] لارىي بىلەن سېرگېي ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدا دوكتۇرلۇقنى تاماملىمايلا Google نى قۇرغان، بۇ ئۇلارنىڭ پىروفېسسور ئاتا-ئانىسىنىڭ كۆڭلىنى غەش قىلغان. سېرگېي مۇنداق دېگەن، ئۇنىڭ ئانىسى Google نىڭ خۇش خەۋىرىنى ئاڭلاپ ئۇنىڭدىن: «ئۇنداقتا سەن ھازىر ئوقۇشۇڭنى تاماملىۋېتىپلەيدىغان بولدۇڭمۇ؟ » دېگەن.

ئۆز-ئۆزىنى كېڭەيتىش ئادەتتە نۇقسانسىز تۇيغۇغا ئەگىشىپ پەيدا بولىدۇ. ئەمما لارى بىلەن سېرگېي ئۆتە كېڭىيىدىغان ئۆزىگە مەسئۇل بولۇش تۇيغۇسىنى ئىنتايىن ئاز ئىپادىلەيدۇ. ئۇلار باشقىلارغا يۇقىرى ئاۋازدا ۋارقىرىمايدۇ، ئۇلۇغۋار ئەمما قۇرۇق بايانىاتنى ئېلان قىلمايدۇ، گېزىتلارنىڭ Google نى مۇبالىغە قىلىشى بىلەن تېخىمۇ كارى يوق. ئەمەلىيەتتە، ھەر قانداق ئۇچۇرۇش بىر ئېغىز «سانلىق مەلۇمات بىلەن گەپ قىلىڭ» دېگەن تېز جاۋابنى تارتىپ چىقىرىدۇ. ئۇلار ئۆزىگە نىسبەتەن ساغلام تونۇشقا ئىگە، شەخسىي ۋە شىركەت ئىناۋىتىنىڭ ئېشىشىغا ئەگىشىپ، ئۇلار ھەتتا ژۇرنال مۇقاۋىسىدىكى ئۆزىنىڭ رەسىمگە چاقچاق قىلىپ، ئاممىۋى مۇناسىۋەت بۆلۈمى مۇقاۋىنى چوڭايتىپ چوڭ زالغا قويۇپ قويىدى. لارى بۇ ھەرگىزمۇ شىركەتنىڭ تەلۈلەرچە شەخسىكە چوقۇنۇشىنى تارقاتقانلىقىنى بىلدۈرمەيدۇ—ھېچ بولمىغاندا، تېخى ۋاقتى كەلمىدى،- دېدى.

ئۇ ئاگاھلاندۇرۇپ: «بىزنىڭ ئورنىمىز بار بولغان ۋاقىتتا، ئاندىن سىلەر ئەنسىرىسەڭلار بولىدۇ»،- دېدى.

Google پاراڭلىرى

لارى بىلەن سېرگېينىڭ توساتتىن مۇنازىرىنى ئۇزۇپ قويىدىغان ئادەتنى كۆزدە تۇتقاندا، ئۇلارنىڭ باشقىلارنىڭ كۆز قارىشىنى ھۆرمەتلىگەنلىكنى كۆرگىنىمىدە ئىنتايىن ھەيران قالىمەن. بىزدە ئىدىيە كەم ئەمەس، Google شىركىتىنىڭ خىزمەتچىلىرى ئۆزىنىڭ ئىدىيەسىنى ھەمبەھرلەشكە ئامراق، ھەتتا زورلاپ ھەمبەھرلەيدۇ.

باشقا Google كىشىلىرىنىڭ نەزىرىدە، بۇ Google شىركىتىنىڭ يۈرگۈزۈلۈشىنىڭ تۈپ ئۇسۇلى، ئۇنى «توپ ئۇچۇر مەنبەسى» يېكى «كۆپ خىل تەكلىپنىڭ قوزغىتىشى» دېيىلىدۇ. شىركەتنىڭ بىناسىدا بىر كىشىلىك ئورۇنغا ئېرىششتىن ئىلگىرى، Google كىشىلىرى سۇرۇشتۇرۇلۇپ، ئىلھاملاندۇرۇلۇپ، تاللانغان بولىدۇ. شۇڭلاشقا، Google تەۋسىيە تاقىغان ھەر قانداق بىر كىشىنىڭ بىلىمى مول بولغان بولىدۇ. يېڭى ئىدىيەلەر ھېچقانداق تەجرىبىسى يوق ئالىي مەكتەپنى پۈتتۈرگەنلەردىن كەلسۇن يېكى تەجرىبىسى مول قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ مۇئاۋىن باش مۇدىرىدىن كەلسۇن، بۇنىڭ ھېچقانداق مۇناسىۋىتى يوق، بىر ئوينىڭ ياخشى يامانلىقى ئۆينىڭ ئۆزىگە باغلىق، ئوينى ئوتتۇرىغا قويغان ئادەمنىڭ ئورنى بىلەن مۇناسىۋەتسىز. دەرىجىسى ئىنتايىن تۆۋەن بولغان بازارچىلىق خادىملىرى بولغان تەقدىردىمۇ، ئوخشاشلا لارى بىلەن سېرگېي ئويلىنىشقا تېگىشلىك تەكلىپلەرنى ئوتتۇرىغا قويالايدۇ.

سالار ماڭا: «لارى بىلەن سېرگېي ئۇدۇل ئەقلىي مۇنازىرىنى ياخشى كۆرىدۇ، ئۇلار ياخشى ئىدىيەلەرنى ئاڭلاشنى خالايدۇ. ئەگەر ياخشى كۆز قارىشىڭىز بولسا، ئۇلار قوشۇلمىغان تەقدىردىمۇ، مۇنازىرە قىلىپ باقىدۇ.» دېدى. سىرتتىن كەلگەن پىكىرچۇ؟ بۇ ئىچكى قىسىمدىكىگە ئوخشىمايدۇ. مەن 4-ئايدىكى ئالداش بايرىمىدىكى قايتۇرما ئىنكاسنى بىر تەرەپ قىلغاندا بايقىشىمچە، بىز ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ رازى بولماسلىق دەرىجىسىنى تۆۋەن مۆلچەرلەپتۇق. بىزنىڭ كىبىرلىمىز ئاخىرىدا تاراتقۇ ۋە ھەمكارلىشىش ئېھتىمالى بولغان ھەمراھلىرىمىز ئوتتۇرىسىدا Google غا پىچىرلىدى، ئەمما مەن Google لۇقلارنىڭ ئۆزىنىڭ ئىشداشلىرى بىلەن Google ھەققىدە پاراڭلاشقانلىقىنى ئىنتايىن ئاز ئۇچراتتىم.

Google لۇقلار قىلچە تارتىنماستىن ئۆزىنىڭ كۆز قارىشىنى ئاشكارا ئوتتۇرىغا قويىدۇ، ئۇ ئەلۋەتتە «خىزمەتچىلەر پارىڭى» دا ئېلىپ بېرىلىدۇ، بۇ ئېلىخەت تىزىمىدىكى لاسۋىگاس، بۇ جايدا ھەر قانداق ئىش يۈز بېرىشى مۇمكىن، ھېچقانداق چەكلىمە يوق. پاراڭدا، Google لۇقلار P=NP نى نەزىرىيە بىلەن ئىسپاتلايدۇ، پاقىنىڭ لەيلىشىنىڭ ئەڭ ياخشى لايىھەسىنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ. ئۇلار چارلىنىڭ مىكرو ئاشخانىسىدا ساقلانغان

ششىلىك سۈنئ ماركسىنى تالاش-تارتىش قىلدۇ، سۈدا ئېرىيدىغان قاتتىق جىسىملارنى، ششىنئ چوك-كىچىكلىكى شۇنداقلا سۈدا پايدا بولغان تەبىئي ئۇران ئېلېمېنتنىڭ ئادەم بەدىنگە بولغان پايدىسىنى مۇنازىرە قىلىدۇ. بىر ھەپتە مۇنازىرە قىلغاندىن كېيىن، چارلىنئ سەۋر قاچسىي تېشىپ، ھەمە ششىلىك سۈنى تۆكۈۋېتىمەن، ئىشچى-خىزمەتچىلەرنىڭ ھەممىسى كۆلچەكنىڭ سۈيىنى ئىچىدۇ دەپ تەھدىت سالدى.

مەن ئىلگىرى زەھەرخەندە سۆز تېمىسىدىن بىرنى باشلىغان، بىز جۈمە كۈنى ھەقسىز دونۇت بولكىسى (donut) نى قوللاشنى توختىتىپ، يېڭى باگېل بولكىسى (bagel) نى قوللايدىغان بولدۇق، بۇ پائالىيەت بىر قانچە يىل داۋاملاشتى. ئىلگىرى بىر ماقالىدە Google لۇقلار ئۆزىنئ ئەخلىتىنى ئۆزى تازىلاش تەلەپ قىلىنغان ماقالە بولۇپ، ماۋزۇسى «بۇ جايدا ئانئىز ئىشلىمەيدۇ، ئۆزىئىز پاكىز تازىلاڭ»، ئۇزاقتا سوزۇلغان مۇنازىرە قوزغىغان ئىدى، كۆپچىلىك ئۆزىنئىكىنى توغرا دەپ ھېسابلاپ غەزىپى توساتتىن پارتلاپ، تالىشىدىغان تېما ۋاقىت قىممىتىنى تەكشۈرۈپ ئۇڭشاشقا، كېيىنكى ئايالار ھوقۇق قارىشى ئەمەلدارلار سورۇنىدىكى ئايالارنئ رولى ۋە ئىككىنچى قەۋەتنئ تېخىمۇ كۆپ پىچاق-ئارغا ئېھتىياجلىق ئىكەنلىكىگە چېتىلىدۇ. بۇ مەسىلە ھەققىدىكى مۇنازىرە بىلەن كۆپچىلىكنىڭ «پىلانېتلار ئارا ئۇرۇش—خىيالىي كىرىزىس» نئ مۇنازىرىسىگە ئوخشاش ئۇزۇن داۋاملاشقان.

ھەر خىل مۇنازىرىلەر مېنئ Google مەدەنىيىتىنئ يۈرەك سوقۇشنى ھېس قىلغان جايىم، ھەر خىل ئەھۋاللاردىن تومۇر سوقۇشنئ جانلىق، كۆپ خىل، بەزىدە ئىنتايىن كۆچلۈك ئىكەنلىكنى ھېس قىلغىلى بولىدۇ.

مەڭگۈ «نېمە ئۈچۈن» دەپ سورايدۇ

مەن Google شىركىتىگە كىرگەنىدە، مېڭەمىدە ئىنژېنېرلارغا نىسبەتەن تەسەۋۋۇرىدىكى شەكىل قاچىلانغان ئىدى: ئۇلار زور كۆپچىلىك تور قۇرۇتلىرىغا ئوخشاش ئىچ مىجەز، ئىجتىمائىي ئالاقە ماھارىتى ئاستا، پەقەت ئاپتاپقا قاقلىنىپ باقمىغان. مەن ئەينى چاغدا، ئۇلار چوقۇم يۇقىرى ئاۋاز ۋە ئابرويلۇق زاتلاردىن ھېيىقىدۇ دەپ ئويلىغان. بۇ مېنئ شۇنداق ئادەم ئىكەنلىكىنى كۆرسەتمەيدۇ، ئەمما 7 يىللىق مۇخبىرلىق ھاياتىم ئارقىلىق، مەن ئامراق بولغان سوئال سوراش ئۈسۈلىغا ئادەتلىنىپ قالدىم، مەسىلىنى مۇنازىرە قىلىپ ئىنتايىن بىمەنە دەرىجىسىگە كۆتۈرۈۋېتەلەيمەن. مېنىڭچە ئەڭ كۆچلۈك توسقۇنلۇق كۈچى كومپيۇتېرىمغا بۇيرۇق يازغاندا، ھەرپتاختا پۈرژىناسىنئ ئەكس تەسىر كۈچى دەپ ھېس قىلىمەن.

كېيىن شۇنى بايقىدىمكى، تەجرىبىسى مول ئىنژېنېرلارنى ئىندەككە كەلتۈرۈش قۇتۇلغۇلى بولمايدىغان تەكشۈرۈش مۇخبىرلىرىدىنمۇ بىر تەرەپ قىلماق تەس. ئىنژېنېرلار بۇاستە تۈيغۇدىكى نەرسىنى قوبۇل قىلمايدۇ، ھېسسىياتنئ ئارقىسىغا كىرمەيدۇ، ياغلىما گەپلەرگىمۇ پىسەنت قىلىپ كەتمەيدۇ، مۇكەممەل بولمىسا ھەرگىز ئاسانلا بولدى قىلمايدۇ. ئىنژېنېرلار ئېنىق، ئىشەنچلىك، مۇنازىرىسىز جاۋابقا ئېرىششتىن ئىلگىرى مەڭگۈ: «نېمە ئۈچۈن؟» دەپ سورايدۇ

خۇددى كرائىگ سىلۈېرستېين ماڭا دېگەنگە ئوخشاش: «مەسىلە بارلىقنى ھېس قىلىپ تۇرۇپ ئۇنى دېمەسلىك، بىر قۇرۇلۇش لايىھەلىگۈچىنىڭ خاراكتېرىغا ماس كەلمەيدۇ... باشقىلارنئ تاپا-تەنىسىدە پەيدا بولغان ئۇنۇم ئانچە يۇقىرى بولمايدۇ. »

ماتت كاتتسمۇ بۇ خىل قاراشنى بەك قوللايدۇ: «Google نىڭ ئىنژېنېرلىرىنىڭ ھەممىسىنئ كۈچلۈك ئىرادىسى بار، بەزىدە بىز لارى بىلەن سېرگېيىنئ خاتا ئىكەنلىكنى ھېس قىلساق، ئۇلارنئ كۆز قارىشى بىلەن

پەقەتلا كارىمىز بولمايدۇ. »

نۇرغۇنلىغان Google خىزمەتچىلىرىنىڭ ھەممىسىنىڭ ئىلمىدىن باشقا خىزمەت تەجرىبىسى يوق. ئۇلار ئەزەلدىن باشقۇرغۇچىنىڭ تىل-ئاھانىتى يېكى ئىشداشلىرىنىڭ ئەيىبلىشىنىڭ تەمىنى تېتىپ باقمىغان، شۇڭلاشقا ئۇلار قاشادىن بۆسۈپ ئۆتۈپ ئۆزىنىڭ ئەقل-پاراسەتلىك ھاياجانىنى تارقىتىدۇ.

ئادەم كۆچى بايلىقىنىڭ مەسئۇلى خسپر كايرىنس خىزمەت پاراۋانلىق تەرەپلەردىكى مەسىلىلەرنى بىر تەرەپ قىلىدۇ، ئۇ: «ئىنژېنېرلار قانداق ئىش بولۇشىدىن قەتئىينەزەر ھەممىسگە رەددىيە بېرىدۇ. ‹نېمە ئۈچۈن بۇ جايغا قول قويىمەن؟ مەن قول قويمايمەن. › ئۇلار ئەڭ ئاددىي ئىشقىمۇ—كىچىك ئىش—جەڭ ئېلان قىلىدۇ، ھەتتا ئۆزىگە پايدىلىق ئىش بولسىمۇ يەنىلا ئوخشاش. »

تۇر باشقۇرغۇچى دېب كېللى (Deb Kelly) تەشەببۇسكارلىق بىلەن ئوتتۇرىغا قويۇلغان قايتۇرما ئىنكاسلارنى ئۆزۈلدۈرمەي تاپشۇرۇۋالدۇ، ئۇ ئاشۇ پىكىرلەرنى بەرگەن كىشىلەرگە ئىنتايىن ھەۋەس قىلىدۇ: «نېمە ئۈچۈن مۇنازىرە قىلىدۇ؟ مەن سىلەرنى كۆرۈپ باققانمۇ باقمىغانمۇ تېخى بىلمەيمەن. »

مەڭگۈ «نېمە ئۈچۈن» دەپ سورايدىغان ھالىتى بەزىدە باشقا ئىنژېنېرلارنى ئاچچىقلاندۇرۇپ قويىدۇ. قاتتىق دېتال لايىھەلىگۈچى ۋىل ۋايتېدنىڭ بايقىشچە، ئاخىرى تۈگىمەيدىغان بۇ سوئاللار ئەمەلىيەتتە كىشىنى بىئارام قىلىدىكەن: «Google شىركىتىنىڭ ئۇنۇملۈك ئايلىنىشى ئۈچۈن، تېگى-تەكتىكىنى سوراش ئىنتايىن مۇھىم، ئەمما كولاپ سوراۋېرىش ئۈسۈلىدىن مەن بەك بىزار، چۈنكى ئۇلار بەك ئەقىللىق ئىكەن. ئىلگىرى مەلۇم بىر ئىشتا مۇڭەپپەقىيەت قازانغان بولسا، ئۇلار ئۆزىنى باشقا ئىشلارنىمۇ چوقۇم بىلىدىغانىدەك ھېس قىلىدۇ. شۇڭلاشقا ئۇلار ئىسسىقلىق تارقىتىشنى قانداق لايىھەلەش، قانداق تېپتىكى بولتا ئىشلىتىشنى ماڭا دەپ بېرىدۇ. ئۇلار ئۆزلىرىنىڭكىنى توغرا، مېنىڭكىنى خاتا دەپ قارايدۇ، بۇنداق بولغاندا ئەلۋەتتە چاتاق چىقىدۇ. »

بىر مەيدان كۆز قاراش توقۇنۇشىدا ئازار يەپ قالماسلىق ئۈچۈن، شىركەتنىڭ ئىچكى ئايلىنىش ئۈسۈلىنى چۈشىنىش كېرەك. ئالدى بىلەن، بۇ خىل ئەركىن لەيلەيدىغان ئۇچۇرلار خۇددى سىمسىز ئېلېكتىر دولقۇنىغا ئوخشاش Google نىڭ ئىچكى قىسمىغا سىڭىپ كىرىدۇ، سىز پەقەت چاستوتىنى توغرىلاپ قويۇللىسىڭىزلا بولىدۇ. مەن ھەر ھەپتە قۇرۇلۇش لايىھەلەشنىڭ ئايرىم گەپلىرىنىڭ ھەممىسگە دىققەت قىلمەن، كارخانىنىڭ ئىچكى تورىنى چوڭقۇر تەتقىق قىلمەن. جۈمە كۈندىكى قەرەللىك يىغىندا دىققەت بىلەن ئاڭلايمەن، چۈشلۈك تاماق ۋاقتىدا بىر ئۈستەلدە تاماق يەۋاتقانلارنىڭ پارىڭىنى ئاڭلايمەن. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئۈچۈر ئېقىمىنى مەقسەتلىك چەكلىمەيدۇ، ئەمما بىزدە تېخمۇ يېڭى شىركەت ئەندىزىسىنىڭ رەسمىي ئۈچۈر ئالماشتۇرۇش مەركىزىدىن بىرى كەم.

لارىرىنىڭ مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىنى ئۈچۈر توپلاش ئورنىلىق ۋازىپىسىنى ئۆتەيدۇ. مەن قارا رەڭلىك كىرىسلودا ئولتۇرۇپ، لارىرىنىڭ ئىدىيەسىنى تەتقىق قىلىپ، ئەڭ نېگىزلىك نۇقتىسىدىن ماڭا لازىملىق ئۈچۈرنى ئىزدەيمەن. Google نىڭ ئىستراتېگىيەلىك كۆرسەتمە مەنبەسىدىن بۋاستە ئۈچۈرغا ئېرىشىش، خىزمىتىمگە ئەڭ زور ياردەم قىلىدۇ. ئېنىق نۇقتىنەزەر خۇددى سالقىن ھاۋا ئېقىمىغا ئوخشاش، ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى، مەھسۇلات ئالاھىدىلىكى شۇنداقلا رىقابەت سەۋىيەسىنىڭ غۇۋالقىنى پاك-پاكىزە سۈپۈرۈپ قۇرۇغداپ قويىدۇ. بۇ خىل تەكشۈرۈش باھالاش شىركەتنى توختىماي يېڭىلىق يارىتىشقا ئىتتىرىدۇ، ئۇنىڭدىن تولۇق قانائەت ھاسىل قىلمەن، پات ئاردا سۈرگۈن قىلىنىدىغانلىقىمدىن قىلچە بىخەۋەر ھالدا، ئۇچۇر باغچىسىدىن ئامالسىز ئايرىلىپ، ھەممە يەردىن ئۆزەم خىزمەتنى قانات يايدۇرىدىغان ئۇششاق ئۈچۈرلارنى ئىزدەيدىغانلىقىمنى ھېس قىلمىغان.

شۇنداق، مەن قارشى

ھەممەيلەن بارلىق ئىشلارغا ئۆزلىرىنىڭ كۆز قارىشىنى بايان قىلىۋاتقاندا، مېنىڭ ئاۋازىم ئۇلارنىڭكىدىن ياڭراق، پوزىتسىيەم تېخىمۇ مۇستەھكەم بولۇشى كېرەك. ئۇنداق بولمايدىكەن، ئاۋازىم شاۋقۇن-سۈرەننىڭ ئىچىدە كۆمۈلۈپ قالىدۇ. روشەنكى، نۇرغۇن كىشىلەرمۇ مۇشۇنداق ئويلايدۇ. سۆھبىتىمىز تېخىمۇ كەسكىنلىشىپ كەتتى.

مەن نۆۋەتسىزلىنىۋاتقان ئوتتۇرىغا قويىدىغان ۋاقىتتا، مەيلى يېڭى مەھسۇلات ئىسمى مەيلى باش بەتتىكى تەشۋىقات لوزۇنكىسىنىڭ سۆزى بولسۇن، مەن يەنىلا پىكىر قوشۇنى قۇرۇشۇم لازىم. مەن سالارنى ئەڭ بېشىغا تىزىمەن، چۈنكى ئۇ مائۇنتېن ۋىيۇ (Mountain View) شەھىرىگە ئەمدىلا كۆچۈپ كىرىشتىن ئىلگىرىلا Google غا كىرگەن ئادەمگە ئوخشاش[10]، قارار چىقىرىش جەريانىنىڭ ھەممىسىدە يېتەكچى ئورۇندا تۇرىدۇ. كۆپچىلىك ھەممەيلەن شىركەت قۇرغۇچىسى بىلەن سۆزلىشەلەيمىز، ئۇلارغا كۆز قارىشىمىزنى ئويلاندۇرالايمىز، ئەمما ئۇلارنىڭ كۆز قارىشى ئەڭ مۇھىم، ھەمدە ئەڭ كۈچلۈك بولۇپ ھېسابلىنىدۇ. ئەگەر بۇ ئىچكى چەمبەردىكىلەر مېنىڭ مەيدانىمغا پۈتۈنلەي قارشى تۇرسا، يەنە بىر چەمبەرنىڭ تولۇقلىما خاراكتېرلىق قوللىشى ئىنتايىن ھالقىلىق بولىدۇ.

كۆپ قىسىم ئوت ناھايىتى تېزلا ئوت يالقۇنىغا ئۆزگىرىدۇ—ئىسسىقلىقى مەخسۇس ئېلخەت تىزىمى ئارقىلىق تارقايدۇ—مۇناسىۋەتلىك كىشىلەر توپلىنىپ مۇناسىۋەتلىك مەسىلىلەرنى ئايرىم مۇنازىرە قىلىدۇ. شۇنداقتىمۇ، ئىنتايىن قىزىق مەسىلىلەر بولسا Google دىكى ھەممە ئىشچى-خىزمەتچىلەر قاتنىشىپ، مۇناسىۋەتلىك مەسىلە ھەر بىر ئادەمنىڭ قوبۇللاش ساندۇقىغا يوللىنىدۇ.

ئۇرس مۇنداق دېدى: «ئىنژېنېرلار مۇنازىرە قىلىشقا ئۇستا، گەرچە ئۇلارنى توسۇشنىڭ زۆرۈرىيىتى بولمىسىمۇ، ئەمما ئۇنىڭ كاشلا بولۇپ قىلىشغا يول قويماسلىق كېرەك. بەزى ۋاقىتلاردا، ئېلخەت قوبۇللاش تىزىمىمزنىڭ كۆلىمى ئانچە چوڭ[11] بولۇپ كەتمەيدۇ، بۇ پەقەت كۆپچىلىكنىڭ ئۆزىنىڭ تورخېتىنى بىر قېتىمدىلا 300 ئادەمگە يوللاش يوللىماسلىقنى بىلەلمىگەنلىكىدىن بولغان. »

ماتت كاتتس تۇنجى قېتىم شەھۋانىي تور بېكەت سۈزگۈچتىن ئاتلاپ ئۆتكەندە، قۇرۇلۇش بۆلۈمى قاتتىق تەنقىد قىلىنغان.

بۇ ئىشنى ئەسكە ئالغاندا، ئۇ مۇنداق دېدى: «Google لۇقلارنىڭ ھەممىسىدە كۈچلۈك ئۆزىگە ئىشەنچ بار، ئەگەر ئىنتايىن ئەدەبلىك ئىككى كىشى ئوخشاش بىر پىكىرگە كەلمەكچى بولسا، ئۇلارنىڭ ئىختىلاپ كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغان توسالغۇنى ئايلىنىپ ئۆتۈپ بىر يەرگە كەلتۈرۈشىڭىز ھەمدە ئۇلارنىڭ بۇ مەسىلىنى ھەل قىلىشنى تەلەپ قىلىشىڭىز كېرەك، چۈنكى ئۇلارنىڭ ھەر ئىككىلىسى ئۆزىنىڭكىنى ئىنتايىن تۇغرا دەپ قارايدۇ. »

ماتت كاتتس شۇنىڭغا ئىشىنىدۇكى، سىرتتىكى كىشىلەر ئانچە پەرۋايىغا ئېلىپ كەتمەيدىغان—ئەگەر ئۇلار دىققەت قىلىپ قالسا—ئۇ مەسىلىلەر ئۈستىدە توختىماي مۇنازىرە قىلىدۇ، بۇ شەخسنىڭ تەسىر دائىرىسى بىلەن مۇناسىۋەتسىز، ئىشخانا سىياسىيسىغمۇ چېتىلمايدۇ. مۇنازىرە قىلىدىغان مەسىلە شۇكى قايسى ئۇسۇل ئىشلەتكۈچىگە نىسبەتەن ئەڭ ياخشى ئىكەنلىكىنى قانداق جەزملەش، مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا Google

[10] سۇسان ۋوجچىككى، ماربىسا مايېر، جىف دىئان، سالار كامانگار، ئۇرس خوئېلزىللارنىڭ ھەممىسى بۇ چەمبەرنىڭ ئەزالىرىدىن بىرى.
[11] مۇھىم تورخەتنى ھەممە ئىشچى-خىزمەتچىلەرگە يوللاشتىن ئىلگىرى، چوقۇم بەلگىلەنگەن قارار قىلغۇچىنىڭ تەستىقىدىن ئۆتۈشى كېرەك.

شركتىده كىم ئىشلەتكۈچىنىڭ كۆز قارىشىغا ئەڭ ۋەكىللىك قىلالايدىغانلىقىغا جاۋاب بېرىش.

مېنىڭچە ئۆزەمگە تەۋە ئەمەستەك ھېس قىلىمەن.

مەن ئىشلەتكۈچىلەر ئەۋەتكەن ئېلخەتنى ئوقۇيمەن، ئۇلار تورتۇرادا كۆرگەن گەپلەرنى مەن يازغان. مېنىڭ ئىلگىرى نەچچە ئون يىل ھەر خىل خېرىدارلار بىلەن بۇاستە ئۈچرىشىش تەجرىبەم بار، ئۇلارنىڭ ھەممىسى تۈتقۇچى ئىككىدىن، كۈنۈپكىسى بىردىن ئارتۇق بولغان ئۇسكۇنىنى قانداق ئىشلىتىشنى بىلمەيدۇ. ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى لايىھەلەش قوشۇننىڭ يېغىنى ۋە مەھسۇلات تەكشۈرۈپ باھالاش يىغىندا، مەن ناھايىتى تېزلا قايسى ئۆزگىرىشلەرنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنى گاڭگىرىتىپ قويىدىغانلىقىنى بايقىيالايمەن، چۈنكى ئۇ ئۆزگىرىشلەر مېنىمۇ گاڭگىرىتىپ نېمە قىلىشىمنى بىلەلمەيمەن. رەقەملىك تېخنىكا جەھەتتە، مەن ئوتتۇرىچە سەۋىيەگە يېتەلمەسلىكىم مۇمكىن، مېنىڭ خىزمەتداشلىرىم بىر تىنىقتىلا Windows سىستېمىسىدىنمۇ ياخشى بولغان ئوچۇق كودلۇق مەشغۇلات سىستېمىسىدىن ئالتە يەتتىنى دەپ بېرەلەيدۇ، ئەمما ئىشلەتكۈچىنىڭ كۆز قارىشىغا ۋەكىللىك قىلىدىغان مەسىلىدە، مەن ئۇلاردىن بەكرەك ھۆددىسىدىن چىقالايمەن.

مارىسسامۇ تىرىشچانلىق كۆرسىتىپ ئىشلەتكۈچىلەر دىققەت قىلىدىغان ئۇچۇر يەتكۈزۈش يولىغا ئايلىنىۋاتىدۇ، مەھسۇلات ئالاھىدىلىكىنى تونۇشتۇرۇش ياكى ئىشلەتكۈچى ئارايۈزىنى قايتا لايىھەلىگەندە، ئۇ ئۆزىنىڭ ئوتتۇرا غەربى قىسمىدا ئولتۇرىدىغان ئانىسىنى مەلۇم بىر ئىشلەتكۈچى دەپ قارايدۇ. مارىسسانىڭ ۋاقتىلىق ئىشلەتكۈچى ئارايۈزىنى لايىھەلەيدىغان ئىنژېنېر بولۇش رولى ئۇنى تەبىئىيلا ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ مەنپەتىنى قوغداتقۇزىدۇ،

ئۇنىڭ ئۇستىگە ئۆزىنىڭ چىن يۈرىكىدىن چىققان ھەقىقىي قوغداش. ئۇنىڭ قىزغىنلىقى ۋە ئەقىل-پاراسىتى ئۇ كۆز قارىشىنى ئوتتۇرىغا قويغاندا قارىماققا خۇددى بىر مەيدان ھۇجۇم باشلىغانغا ئوخشايدۇ. ئەگەر سىزنى دەسلەپتىلا چۆچۈتەلمىگەن بولسا، خۇددى نورماندىيەدىن قۇرۇقلۇققا چىقىۋاتقان جەڭ كىملىرىگە ئوخشاش، ئارقىمۇ-ئارقا سانلىق مەلۇمات، كۆز قاراش ۋە ئاساسلارنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ.

سانلىق مەلۇمات ئارقىلىق پىكىر بايان قىلىدىغان بىر شىركەتتە، سانلىق مەلۇمات ئاساسلىق مۇنازىرە قورالى ھېسابلىنىدۇ. مارىسسا دائىم ئىستاتىستىكىلىق سانلىق مەلۇماتلارنى نەقىل ئېلىپ ئۆزىنىڭ كۆز قارىشىنى قوللايدۇ، بۇ ئۇنىڭغا ئەمەلىي مەشغۇلاتتا ئۆزىنىڭ توغرىدەك تۇيغۇ بېرىدۇ. ئەمما مەنمۇ مىقدارلاشتۇرۇپ تەھلىل قىلىشنىڭ كۆچلۈك قايىل قىلىش كۈچىنى كۆرۈپ يەتكەن بولساممۇ، مەن بۇ قېلىپقا پۈتۈنلەي چۈشۈپ كەتمىدىم. نەتىجىدە، ئىككەيلەننىڭ كۆز قارىشى ئىزچىل بىرەكلىكنى ساقلىشى تەس بولدى.

ئەگەر مېنى خىزمەتداشلىرىمغا ئوخشاش سانلىق مەلۇماتلارغا شەك-شۈبھىسىز ئىشىنىدىغان ئىشەنچ كەم دېسە، ئەمما باشقا تەرەپلەردە بىزنىڭ ئورتاقلىقىمىز بار. پۈتۈن زېھنىمىز بىلەن ئىنتايىن ئىنچىكە كەمچىلىك بولغان تەقدىردىمۇ بايقاشقا تىرىشىمىز، قاتمۇ-قات قىينىچىلىققا يۈزلىنىپ ھەرگىزمۇ كۆرمەسكە سالماي ئۆتكۈزۈۋەتمەيمەن، ئامال بولمىغان ۋاقىتقا كەلمىگۈچى مەيدانمىدىن ئاساسلىقچە ۋەز كەچمەيمەن، ھەتتا مېنى قوللايدىغان ھېچقانداق ئادەم بولمىغان تەقدىردىمۇ، ئۆزەمنىڭ ئىتىقادىدا چىڭ تۇرىمەن.

بىز ھەممىمىز جاھىل كىشىلەر.

مەن لايىھە جەھەتتە دائىم يول قويىمەن — ھېچ بولمىغاندا كارۇن ماڭا يەتكۈزگەن كۆز قاراش ئارقىلىق، ئادەل تورتۇرا باشقۇرغۇچى بولۇش سۈپىتى بىلەن، كارۇن ئىنتايىن ئىشەنچلىك ئادەم — ئەمما ئالداش بايرىمدەكى «كۆڭۈل باش ئىشتابى» ھادىسىسىدىن كېيىن، مارىسسا بىلەن مېنىڭ گەپ سۆز ۋە ئىنتوناتسىيە تەرەپتىكى ئىختىلاپمىز بارغانسېرى ئېغىرلىشىپ كەتتى.

نۇرغۇن Google لۇقلار ئۆزلىرىنى «ئادەتتىكى ئىشلەتكۈچى» لەرنىڭ تىلىنى راۋان سۆزلىيەلەيمەن دەپ قارايدۇ، بىراق ئۇلار تور شەخسىيتى ياكى ئىشلەتكۈچىلەر پىكىر ئالماشتۇرغاندا، ئىنتايىن قويۇق تېخنىكىلىق پۇراق چىقىپ تۇرىدىغان تىل ئۇسلۇبى ئىشلىتىدىغانلىقىنى تونۇپ يېتەلمەيدۇ. ئىشلەتكۈچىلەر قانداق؟ ئۇلار قانداق بولغاندا ئۆزلىرىنىڭ شەخسىيتىگە تاجاۋۇز قىلدى دەپ قارايدۇ؟ قانداق بولغاندا ئۇلار ئۆزلىرىگە بىھۆرمەتلىك قىلدى دەپ قارايدۇ؟ نېمە ئۈچۈن كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى بۇنىڭ ئۈچۈن ئاچچىقلىنىدۇ؟ بىز ھەممىسىنى ئۇنۇمنىڭ ئۇستىدە بولۇش پىرىنسىپى بويىچە، ئىشەنچ ۋە سەمىمىيەت بىلەن ئىشلەتكۈچىنى بىرىنچى ئورۇنغا قويىمىز.

مەيلى بىزنىڭ كۆز قارىشىمىز قانچىلىك دەرىجىدە ئوخشاش بولمىسۇن، شىركەت مەدەنىيىتى بىزدىن تېز سۈرئەتتە قارار چىقىرىشنى تەلەپ قىلىدۇ، Google لۇقلارنىڭ قوغلىشىدىغىنى مەسىلە ھەل قىلىش. Google ئىنژېنېرلىرىنىڭ مۇنازىرە يولىغا نسبەتەن، سانجاي گېماۋات مۇنداق بايان قىلىدۇ: «بىز مۇنداق دەيمىز، بىز نۇرغۇن ۋاقىت سەرپ قىلىپ بۇ مەسىلىنى مۇنازىرە قىلىپ، بىردەكلىككە كېلىمىز، ياكى بىزنىڭ ئېنىقلىغان قىسمىمىزغا نسبەتەن، ھېچ بولمىغاندا بۇ ئاستە شەكىل ئۆزگەرتىش ھەرىكىتى ئېلىپ بارىمىز. »

بۇ جايدا سىزنىڭ پۈتۈنلەي ئېتىراپ قىلىشىڭىز ھاجەتسىز. ئەگەر ئوخشاش بولمىغان پىكىر بولسا، ئۇرس يىغىندىن بىرنى ئۈيۇشتۇرۇپ، ئاندىن: «بولىدۇ، بىز بىر ھەپتە مۇنازىرە قىلدۇق، يەنىلا يېڭى پىكىر يوق، بىز بىلەت تاشلاپ، كېيىنكى قەدەمنى قانداق قىلىشقا قارار چىقرايلى. يەنە سۆرىمەيلى. » دەپ جاكارلايدۇ. تارماقلاردا ئىختىلاپ كۆرۈلگەندە، لارريلا ئوتتۇرىغا چىقىپ ھەل قىلالايدىغان ئادەم. سىندى ئىلگىرى، بازارچىلىق تەرەپتىكى سەۋەب تۈپەيلىدىن مەھسۇلات ئېلان قىلىشنى كېچىكتۈرۈشكە بولمايدۇ دەپ كۆرسەتمە بەرگەن. مۇشۇ سەۋەبتىن، ماركىنى قوغداش نۇقتىسىدىن ئۆزىنىڭ مەيدانىنى قوغداشنىڭ يەنىلا خەتىرى بار. مەن بۇ نۇقتىنى بەك كېچىكىپ تونۇپ يېتىپتىمەن. كۆپچىلىك مېنىڭ ئۆزەمنى قوغداش ئىقتىدارىم يوقلۇقىنى بايقىغاندىن كېيىن، يۇقىرى دەرىجىلىك باشقۇرغۇچىلارغا مەسىلىنى ئوتتۇرىغا قويىدىغان چاغدا، مېنىڭ يارىدەمنى ئىزدەشكە باشلىدى. بىزنىڭ تەرجىمە سۈپىتىمىز بەك ناچار، مەن بۇنىڭغا ناھايىتى كۆڭۈل بۆلمەن، مەن بۇ نۇقتىنى ئوتتۇرىغا قويامدىم يوق؟ ياپونىيە تۈزىگەن ھېچقانداق ئىستراتېگىيەلىك نەزىرى يوق پىلانغا نسبەتەن، مەن توختىسۇن دەمدىم يوق؟ پەيتى كەلمىگەن مەھسۇلاتتىن بىرى ئېلان قىلىنماقچى بولسا، مەن ئوتتۇرىغا چىقامدىم يوق؟

چىقمەن.

چىقمەن.

ئوتتۇرىغا چىقمەن.

شەھۋانىي فىلىمنىڭ ئېزىقتۇرۇشى

شىركەت قۇرغۇچىسى ھەر ۋاقىت ئۆزى كۆڭۈل بۆلگەن ئىنچىكە مەسىلىلەرگە دىققەت قىلىدۇ، مەسىلەن، Google ئىزدەش ئۇسكۇنىسىدە ئىشلىتىدىغان سېرىق رەڭلىك سىرنىڭ ھەقىقىي ئوچۇق تۇتۇقلۇق دەرىجىسى، ياكى تور بەتتە ئۇلارنى تونۇشتۇرغاندا ئىشلەتكەن سۆزلەر، ئەمما زور كۆپچىلىك ئەھۋالدا، لارري بىلەن سېرگېي ئۇل باشقۇرۇش قۇرۇلمىسىنى بەرپا قىلىپ، بىر قىسىم قائىدىلەرنى بەلگىلەيدۇ، ئاندىن سىستېمىنىڭ ئۆزى ئايلىنىدۇ. ئىش تەرتىپىدە ھەر بىر قاتلام دەرىجە قوشۇلسا، ئۇنى تەرجىمە-تەھرىرلەشكە ۋاقىت كېتىدۇ،

داۋاملىشىش سۇرئىتى ئاستىلايدۇ، شۇڭلاشقا ئۇلار ئەركىن قائىدە بەلگىلىگەن، ئاساسىي جەھەتتىن خىزمەتچىلەر ئۆز يولى بىلەن ماڭىدۇ.

زور كۆپچىلىك ئىنژېنېرلارغا نسبەتەن ئېيتقاندا، پۈتۈنلەي ئۆزىنى ئۆزى باشقۇرۇش ئادەمنى ھەقسىزلەن رازى قىلدىغان ھالەت، ماتت كاتتس كېيىن ئەسلەپ: «لارى بىلەن سېرگېي ھەر ھەپتە يىغىن ئاچاتتى، ئۇلار كەينىدە ئولتۇرۇپ، كۆپچىلىكنىڭ سۆھبتىنى ئاڭلايتتى، ئۇلار بىزگە بوشلۇق قالدۇرۇپ، نېمىنىڭ ئەڭ مۇھىم ئىكەنلىكى ھەققىدە ئۆزىمىزگە قارار چىقارغۇزاتتى. » دېدى. بۇ شىركەت قۇرغۇچىسىنىڭ ئۆزىنىڭ كۆز قارىشىدا چىڭ تۇرمايدۇ دېگەنلىك ئەمەس، ماتت كاتتس يەنە: «ئەگەر ئۇلار مەسىلە بار دەپ قارىسا، ئۇلار تاكى كۆچلۈك سانلىق مەلۇمات يىغىپ سەۋەب ئوتتۇرىغا چىققانغا قەدەر مۇنازىرە قىلاتتى، يېقىندا ئۇلار بەزى كىشىلەرنىڭ بىر قانچە كۆز قارىشىنىڭ يامان ئەمەس ئىكەنلىكىنى بايقىسا، ئۇلار ئۇ كىشىنىڭ ھۆكۈمگە ئىشىنىش تەرەپدارى بولاتتى. » دېدى. ماتت كاتتس شىركەتتىكى ئەڭ مەيىنەت ئىشنى ئۈستىگە ئالغان. شۇڭلاشقا ئەمەلىي ئۆزىنى ئىدارە قىلىش ھوقۇقىغا ئېرىشكەن، ئۇ Google غا كەلگىنىگە ئەمدىلا بىر ئىككى ئاي بولغاندا، تۇر باشلىقى دېب كېللى (Deb Kelly) ئۇنىڭ كىچىك بۆلۈمچىسىدىن ئۆتكەندە ئۇنىڭ بىلەن پاراڭلىشىدۇ.

«ھەي، ماتت كاتتس. سىنىڭچە سېرىق فىلىم قانداقراقكەن؟ ئۇ بىلىشنى بەك خالايدىكەن. ماتت كاتتس: «ئەھۋالغا قاراپ باقايلى. نېمە ئۈچۈن بۇنى سورايسىز؟» دېدى

دېب كېللى بىرەرسىنىڭ سۈزگۈچ يۈمشاق دېتالى ياساپ چوڭلار مەزمۇنىنى سۈزۈشنى ئارزۇ قىلاتتى، بۇنى قىلغان كىشىنىڭ توردىكى ئەڭ پەسكەش مەزمۇنلارنى كۆرۈدىغانلىقىنى بىلدۈرەتتى. ماتت كاتتس بۇ ئىشنى قوبۇل قىلىشقا قوشۇلدى، ئۇ بىر قانچە ھەپتىدىلا تاماملىيالايمەن دەپ ئويلىغان ئىدى، ئەمەلىيەتتە، 3 ئاي ۋاقىت سەرپ قىلىپ سناشقا ئىشلىتىدىغان دەسلەپكى قۇرۇلمىنى پۈتتۈردى. تەلتۆكۈس سىناق قىلىش ئۇچۇن، ماتت كاتتس قىلماقچى بولغان ئىزدەش ئۇنىڭ شەخسىي ئىقتىدارىدىن ئېشىپ كەتتى، شۇڭلاشقا ئۇ 2000-يىلى 5-ئايدا Google دىكى ئىشداشلىرىدىن ياردەم سورىدى.

ھېچكىم ئۇنىڭغا جاۋاب بەرمىدى.

ئۇ كۈنى كەچتە ئۇ ئايالىغا: «بۇ بەك غەلىتە. مەن تېخى كۆپچىلىك رەسمىي ھوقۇق بېرىلگەن پۇرسەتتىن پايدىلىنىپ شەھۋانىي فىلىم ئىزدەشنى خالايدۇ دەپ ئويلاپتىكەنمەن. » دېدى. ئۇنىڭ ئايالى بۇنى پەقەت مۇددىئا مەسلىسى دەپ قارايدىكەن. ئۇ ماتت كاتتسقا: «مەن بېرىپ ئازراق پىچىنە پىشۇراي، سىز ياردەم قىلىشنى خالايدىغان ئىشداشلىرىڭىزغا پىچىنە سوۋغا قىلىڭ. » دەپتۇ. ماتت كاتتس ئىككىنچى كۈنى يەنە ياردەم سوراپتۇ، ھەمدە قاتناشقان ھەممە كىشىگە ھەقسىز «سېرىق پىچىنە» تەمىنلەيدىغانلىقىنى دەپتۇ. شەھۋانىي فىلىم ئىزدەپ، پىچىنگە ئېرىشىش. مەن ھەرگىز بۇنداق قىزىقتۇرۇشقا قارشى تۇرالمايمەن. مەن شۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە سائەت ئىچىدە ئۆزەم بىلىمەن دەپ ئويلىغان يېڭى سۆز ۋە يېڭى مەنالارنى ئۆگىنىۋالدىم.

شەھۋانىي كەسپىتكى رىقابەت ئىنتايىن كەسكىن بولۇپ، كۆپىنچە ھاللاردا يېڭى تېخنىكىدىن قالايمىغان پايدىلىنىشنى كەلتۈرۈپ چىقىراتتى. كېيىن «بىخەتەر ئىزدەش» دەپ ئاتالغان تۇر ئارقىلىق، ماتت كاتتس Google دۇچ كەلگەن يېڭى بىر مەسىلە ــ ئەخلەت ئېلىخەتــ نى ھېس قىلىشقا باشلىدى. ئەخلەت ئېلىخەت يوللايدىغان كىشىلەر Google نىڭ سۈپەت ئۆلچىمىگە قەستەن خىلاپلىق قىلىپ، ئىزدەش نەتىجىسىدە ئالدىغا تىزىلغان رەت تەرتىپكە ئېرىشتى، ماتت كاتتس ئەخلەت ئېلىخەت يوللايدىغان كىشىلەرنى «قارا شىلەپىلىك توربۇزار» دەپ ئاتايدۇ، ئۇلار كۆرگىلى بولمايدىغان، ئاق رەڭلىك خەتنى ئاق رەڭلىك تەگلىككە قويۇپ، بەتنى ھالقىلىق سۆز بىلەن تولدۇرۇپ، بارلىق مۇرەككەپ چاكىنا ئۇسۇللارنى قوللىنىپ Google نىڭ ئىزدەش ماشىنا ئادەمنى ئالدايدۇ.

ماتت كاتتس ماڭا مۇنداق دېدى: «ئەخلەت ئېلىخەتنى بايقىسىڭىزلا، خۇددى ئەپسۇنغا يولۇققاندەك، ھەممىلا جايدا كۆرەلەيسىز. » ئۇ ئەخلەت ئېلىخەت يوللايدىغانلارنىڭ ئەخلاقسىز قىلمىشىدىن غەزەپلىنىپتۇ، ھەتتا سۆزگۈچ يۈمشاق دېتالىنى تاماملىغانىدىن كېيىن، Google نىڭ ئېلان سىستېمىسىنى تۈزۈشكە قاتنىشىپ، يەنە بۇ مەسىلىنى ئويلىنىۋېتىپتۇ. لارري بىلەن سېرگېي ئەخلەت ئېلىخەت ئانچە چوڭ مەسىلە ئەمەس دەپ قارايدۇ، چۈنكى ئۇلار ئۆزىگە بەك ئىشىنىدۇ، Google نىڭ تور بەتنى رەتكە تىزىش ھېسابلاش ئۇسۇلى بۇغداي دانسى بىلەن پۈچەك داننى ئايرىيالايدۇ.

ماتت كاتتسنىڭ كۆرستىشچە: Google بۇ مەسىلىگە يەنە بىر مەزگىل ۋاقىت كېتىدىغانلىقى، گەرچە توربەتنى رەتكە تۈرغۇزۇش ئەخلەت ئېلىخەتكە قارشى تۇرۇش تەرەپتە خېلى كۈچلۈك بولسىمۇ ئەمما 100% ئۇنۇملۇك ئەمەسلىكنى تونۇپ يەتتى.» ئۇ تەشەببۇسكارلىق بىلەن ئاگاھلاندۇرۇش بەردى. گەرچە مات كاتتسنىڭ مەسئۇلىيەت دائىرىسى ئۇ دائىرە بولمىسىمۇ، لېكىن ھازىرقى مەسئۇلىيەت دائىرىسى ئۇنىڭ بىلەن مۇناسىۋەتسىز، ئەمما ئۇ يەنىلا ئەخلەت ئېلىخەتكە زەربە بېرىشكە كۈچ چىقىرىۋاتىدۇ.

ماتت كاتتس ماڭا: «مەن Google دا نۇرغۇن نەرسىلەرنى ئۆگەندىم، ئۇنىڭ ئىچىدىكى بىرى ئۆزىنىڭ ئىناۋىتىنى تىكلەش.

ئەگەر سىزنىڭ تەشەببۇسكارلىقىڭىز بولسا، بىر ئىشنى قىلىشتا تېخىمۇ ھەرىكەتلەندۇرگۈچ بولىدۇ، ئەگەر سىز ئۇ يەردە ئولتۇرۇپ، باشقىلارنىڭ سىزدىن كەلگۈسى تۇرمۇش پىلانىڭىزنى سوراشنى كۈتۈپ تۇرغان بولسىڭىز، ھەرىكەتلەندۇرگۈچ كۈچىڭىز ئۇنچە كۈچلۈك بولمايدۇ. » دېدى. بىر قانچە كۈندىن كېيىن، ماتت كاتتس 8 كىشىدىن تەشكىل تاپقان ئىنژېنېرلار گۇرۇپپىسىغا قوشۇلدى، ئۇلار ئاساسلىقى ئىزدەش سۈپىتىنى ئۆستۈرۈشكە كۈچەيدۇ، بۇنىڭ ئىچىدە جىق، سانجاي ۋە ئامىت سىڭخال بار. ئۇلارنىڭ ئۇنى تىك-تاك توپ شىرەسىنىڭ ئەتراپىدىكى قوشۇنغا تەكلىپ قىلىپ، Google نىڭ يادرولۇق تېخنىكىسىنى چوڭقۇرلاپ قازماقچى. ماتت كاتتس Google نىڭ مەخپىي قورالىنى تەتقىق قىلىشقا قاتنىشىپ، ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ رەتكە تىزىش ئاملىنى تەتقىق قىلىپ قارار قىلاتتى، مەسىلەن بىر تورتۇرانىڭ باش بەتتە ئالدىنقى بىر قانچە نەتىجە ئىچىدە كۆرسىتىلەمدۇ ياكى 30 نەچچىنچى بەتتە كۆرسىتىلەمدۇ.

ماتت كاتتس تۇز، ئەخلاقلىق ئىجرا قىلغۇچى بولۇپ، ھېسابلاش ئۇسۇلىدىكى ئادىللىقتا چىڭ تۇرىدىغان قوغدىغۇچى ئىدى، Google ساپلىقىنىڭ قەتئىي قوغدىغۇچىسى—ئۆزىمىز يېتىشتۇرگەن مېھرى ئىسسىق قوغدىغۇچى، ئەتكەسچىلىك ئالدامچىلىق قىلىش ئارقىلىق گۇللىنىشكە ئېرىشكەن پارازىتلارغا باش ئەگمەيدىغان ھېساب ئالغۇچى ئىدى. ئۇنىڭ گەپ-سۆز ئىش-ھەرىكىتى دائىم مېنى چوڭقۇر تەسىرلەندۈرەتتى. ماتت كاتتس يەنە كېنىتۇككى ئۇنىۋېرسىتېتىدا ئوقۇۋاتقان ۋاقتىتا، دۆلەت مۇداپىئە منىستىرلىقىدا بىر ھەمكارلىق تۈرىگە تىزىملىتىپ قاتناشقان، ئاخىردا دۆلەت بىخەتەرلىك ئىدارىسىدا بىر قانچە ماۋسۇمنى ئۆتكۈزگەن. پىراكتىكا قىلغانلىق كەچمىشى Google نىڭ نازارەت قىلىش سۈيىقەست نەزىريىچىلىرى ئۈچۈن ناھايىتى ياخشى ماتېرىيال بولالايدۇ. ماتت كاتتسنىڭ «مەخپىي» ھۆكۈمەت مۇناسىۋىتى سۈيىقەست نەزىريىچىلىرىنى يۇقىرى دەرىجىدە ئېھتىيات قىلدۇرىدۇ، چۈنكى ئۇلار ماتت كاتتسنى يەنىلا ھۆكۈمەت بىلەن ئىزدەش ئارىسىدىكى ئۆتكۈزگۈچ نەيچە[12] دەپ قارايدۇ. ئەمەلىيەتتە، ماتت كاتتس مەن Google دا تونۇشقان ئەڭ «خەتەرلىك» ئەمەس كىشىلەردىن بىرى.

2001-يىلى، بىر تور باشقۇرغۇچى مۇنبەردە يازما يوللاپ، Google نىڭ ئىزدەش نەتىجىسىنى

[12] پەرىشتىلەر بايرىمى كۈنى، ماتت كاتتس ھەربىيلەر ئىشلىتىدىغان سۇ ئۆتمەس قىستا چاپان كىيگەن جاسۇستەك ياسىنىپ، مەن ئەينى يىلى كىيگەن «X ئارخىپ» تىكى ئامېرىكا فېدېراتسىيە تەكشۈرۈش ئىدارىسىنىڭ مۇئاۋىن باشلىقى سكىننېر (Skinner) غا ئوخشاش، ئىككىيلەننىڭ رەسمى قانداقسىگە Slashdot تورتۇراسى (پەن-تېخنىكا ئۇچۇر سۈرۈشتۈرۈش تورتۇراسى) غا يوللىنىپتۇ، نەتىجىدە بۇ تام گېزىتى ھۆكۈمەت تەكشۈرگۈچىسى بىلەن Google نىڭ زىچ مۇناسىۋىتى بارلىقىنى يوشۇرۇن كۆرسىتىپ بېرىپتۇ.

باشقۇرۇش ئارقىلىق ئېلان سېتىشنى كۆپەيتۈاتقانلىقىدىن گۇمانلانغان. ماتت كاتتس بىلگەندىن كېيىن ئىنتايىن غەزەپلەنگەن، چۈنكى ئۇ Google دا رەتكە تىزىشنىڭ ھېسابلاش ئۈسكۇنىڭ ئىچكى تەپسىلاتىنى تولۇق چۈشىنەتتى. ئەگەر مەلۇم بىر سودا تەشكىلاتى ئىزدەش نەتىجىسىزلىنىڭ ئالدىدا كۆرۈنمىگەن بولسا، ئۇلار ئېلان سېتىۋېلىپ ئۆزىنىڭ ئىشلەتكۈچىنىڭ باش ئىزدەش بېتىدە كۆرۈنۈشىنى سېتىۋالسۇن. ئەينى ۋاقىتتىكى زور كۆپچىلىك ئىزدەش موتورلىرىنىڭ قىلمىشى تۈپەيلىدىن، بۇ خىل ئىغۋالارنىڭ كۆرۈلۈشى كىشىلەرنى ھەيران قالدۇرمايتتى. فېدېراتسىيە سودا كومىتېتى Google نىڭ 8 رىقابەتچىسىنى تەنقىدلىگەن بولۇپ، ئۇلار پۈل تاپشۇرۇش ئورنى، ئېلان ئورنى ۋە ھېسابلاپ چىققان نەتىجىنىڭ ئورنىنى ئايرىيالمايتتى. ماتت كاتتس يەنە بىر قېتىم تەشەببۇسكارلىق بىلەن باشقىلار تېخى دەرھال بايقىمىغان مەسىلىلەرنى ھەل قىلىشنى ئويلاتتى. ئۇ ئاممۇي مۇناسىۋەت دىرېكتورى داۋېت كىرەين (David Krane) نى ئىزدىدى.

ماتت كىرەيندىن: «مەن پىروگراممىنى ھاسىللىغاندا، بۇ مۇنبەردە سۆز قالدۇرسام بولامدۇ بولمامدۇ، ئاندىن بۇ خىل خاتا چۈشىنىشنى ئاشكارىلىۋەتسەم؟» كىرەين بۇ ئىشنى سىندىغا دوكلات قىلدى، سىندى ئىلگىرى بىر قوللانمىنى ئوقۇغان بولۇپ، شىركەتنىڭ ئاممىا بىلەن بۇاستە سەممىي پىكىر ئالماشتۇرۇشنى تەشەببۇس قىلغان، ھەرگىزمۇ تارقىتىشتىن بۇرۇن كومىتېتنىڭ پىششىقلاپ ئىشلەپ، قىسقارتقاندىن كېيىنكى ئىگە تەرەپ سۆزلىرى ئەمەس.

سىندى بازارچىلىق بىلەن شۇغۇللىنىدىغان باشقا كىشىلەرنىڭمۇ بۇ كىتابنى ئوقۇغانلىقىغا ئىشىنىدۇ. كىرەين ماتتقا تولۇق ھوقۇق بېرىپ شىركەت نامىدا ئەركىن پىكىر بايان قىلىشنى ھاۋاله قىلدى، ئاممۇي مۇناسىۋەت ۋەزىپىسىنى ئۈستىگە ئالمايدىغان بولدى.

«Google جانۋار» دۇنياغا كەلدى.

ماتتنىڭ تەخەللۇسى تور باشقۇرغۇچىلار مەھەللىسىدىكى نوپۇزلۇق ئاۋازغا ئايلاندى، شۇنىڭ بىلەن بىللە Google نىڭ ئىچكى قىسمىدىكى ئىشەنچلىك ئۇچۇر مەنبەسىگە ئايلاندى. «Google جانۋار» نۇرغۇن يالغان ئۇچۇرلارنى تۈزەتتى، ئېغۋالارنى يوقاتتى، Google نىڭ سىرتتىكىلەرنىڭ قارىشىچە نورمال بولمىغان ئۈسۇلدا ئىشلارنى ھەل قىلىدىغانلىقىنى چۈشەندۈردى. تەشەببۇسكارلىق بىلەن ئۆزىنى ئىداره قىلىش ھوقۇقى بىرلىشىپ ئويلىمىغان ساھەدە ئويلىمىغان ئۇنۇمنى يارىتتى، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئويلىمىغان خىرىس ئېلىپ كەلدى. باشقا ئىنژېنېرلارمۇ Google غا ۋاكالىتەن ئوچۇق-ئاشكارا سۆزلەشنى ئويلايتتى، بىراق سىندى رەسمىي ھوقۇق بەرمىگەن ئەھۋالدا سۆز قىلغان — ھەتتا بىزمۇ سەزمەپتۇق.

بۇنىڭدىن رەي سىدنېينى ئەسلەپ قالدىم.

رەي سىدنېيچە ئۇسلۇب

رەي سىدنېي Google شىركىتىنىڭ 6-نومۇرلۇق خىزمەتچىسى، ئۇنىڭدا شەخسىي نوپۇزغا تەلۈلەرچە چوقۇنۇش ئىپادىلىنىپ تۇراتتى. ئۇنىڭ سۆز-ھەرىكەتلىرىدە «قۇرۇق سۆلەت بەگزادە» ھەيۋىسى يېتەرلىك ئىدى، دائىم ئاغزىدىن سەت گەپ چىقاتتى، ۋۇجۇدىدىن ئالدىن مۆلچەرلىگىلى بولمايدىغان قىزغىنلىق تۆكۈلۈپ تۇراتتى، ئۇنىڭ كالىفورنىيە سانائەت ئىنستىتۇتى، خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتى ھەمدە ماسساچۇسېتس سانائەت ئىنستىتۇتىدا ئوقۇغانلىقىنى بىلگىلى بولمايتتى. دائىم ئاپتوماتىك ئىزدەشنى ئىشلىتىپ Google نىڭ تور باشقۇرغۇچىلىرىغا زەربە بېرىدىغانلارغا تاقابىل تۇرىدىغان بىرىنچى مۇداپىئە سېپىمىز رەي سىدنېي ئىدى. تور باشقۇرغۇچىلار ۋە ئىزدەش موتورىنى ئەلالاشتۇرغۇچىلارنىڭ ھەممىسى ئۇلارنىڭ تور ئادرېسىنى Google

ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ ئالدىدىكى ئورۇنغا تىزىشنى ئويلايتتى، ئۇلار نازارەت قىلىش يۇمشاق دېتالىدىن پايدىلىنىپ، مۇھىم ھالقىلىق سۆزگە نسبەتەن، ئۆزلۈكىدىن قايتا ئىزدەش ئېلىپ باراتتى. ئۆزلۈكىدىن ئىزدەش قېتىم سانى كۆپرەك بولغان ۋاقىتتا، بارلىق Google ئىشلەتكۈچىلىرىنىڭ ئىزدەش سۈرئىتى ئاستىلاپ كېتەتتى، شۇڭلاشقا بىز بۇ باشقۇرغۇچىلارنى مۇلازىمەت ماددىلىرىمىزغا خىلاپلىق قىلدى دەپ قارايتتۇق.

رەي سىدنېي قانۇنسىز ئاپتوماتىك سۈرۈشتۈرۈش قىلمىشنى ئۆزى بىر تەرەپ قىلاتتى. ئەگەر ئۇ ئەخلەت ئېلخەت ئادرېسىنى تاپالسا، ئۇلارغا ئاددىي ئاگاھلاندۇرۇش خېتىدىن بىرنى ئەۋەتىپ، بۇنداق قىلمىشنى چەكلەيتتى. ئەگەر ئۇ ئادرېسنى تاپالمسا، ئۇلارنىڭ Google غا كىرگەن IP (تور ئارا ئۆز ئارا باغلىنىدىغان كېلىشىم) ئادرېسنى قامال قىلاتتى.

رەي سىدنېي ھەممە ئادەمگە بىردەك مۇئامىلە قىلاتتى. ئىلگىرى بەزىلەر كىتابنى Enter كۇنۇپكىسىغا قويۇپ قويۇپ، Google غا 39000 قېتىم سۈرۈشتۈرۈش يوللىغان، رەي سىدنېي بايقىغاندىن كېيىن شۇ ئادرېسنى ئىشلەتكەن ئۇلىنىش مۇلازىمىتىنىڭ ھەممىسنى بۆڭاستە ئۆزۈۋېتەتتى. بىر سۈرۈشتۈرۈشنىڭ مەزمۇنى «بۇ دەل مەركىزى ئاخبارات ئىدارىسى»، ئىزدەش ئىلتىماسى ۋىرگىنىيە ئىشتاتى لەڭلېي (Langley) شەھىرىدىكى ئامېرىكا مەركىزى ئاخبارات ئىدارىسىنىڭ ئورنىدىن يوللانغان، يەنە بىر ئىشلەتكۈچى توختىماي «خام نېفىت ئىمپورت سودىگىرى» نى ئىزدىگەن. نەتىجىدە رەي سىدنېي غەزەپلىنىپ، دۆلەت ئىشلىرى مەھكىمىسىنىمۇ چەكلىۋەتكەن.

ئەگەر رەي سىدنېي ئىشلەتكۈچىنىڭ كونكرېت IP ئادرېسنى جەزملىيەلمىسە، ئۇ ئەخلەت ئېلخەت يوللىغۇچىنىڭ ئىنتېرنېت مۇلازىمەت تەمىنلىگۈچىسى بىلەن ئالاقە قىلىپ، ئۇلارنىڭ قانۇنغا خىلاپلىق قىلغانلارنى ئىز قوغلاتقۇزۇپ، ئاندىن Google بىلەن بولغان ئالاقىسىنى ئۈزۈۋېتەتتى. ئەگەر ئىنتېرنېت مۇلازىمىتىنى تەمىنلىگۈچىلەرنىڭ كارى بولمىسا، رەي سىدنېي ھەممىنى دوغا تىكىپ—بۇ ئىنتېرنېت مۇلازىمىتى تەمىنلىگۈچىنىڭ ھەممە ئادرېسنى توسۇۋېتەتتى. بۇنداق بولغاندا چوقۇم ئۇلارنىڭ دىققىتىنى تارتاتتى. رەي سىدنېي ئىلگىرى فرانسىيەنىڭ Google غا كىرىدىغان زور كۆپچىلىك ھوقۇقنىڭ ھەممىسنى دېگۈدەك تاقۇەتكەن. فرانسىيەنىڭ ئىنتېرنېت مۇلازىمىتىنى تەمىنلىگۈچىلىرى ھەقىقەتەن بۇ ئىشقا دىققەت قىلىپ، جىددىي مۇئامىلە قىلىشقا باشلىغان، چۈنكى ئۇلار مەسلىھەتلىشىپ، ئەڭ ئاخىرى بىزنىڭ ئەينى ۋاقىتتىكى ئەڭ چوڭ خېرىدارىمىزدىن بىرىگە ئايلانغان.

رەي سىدنېي فرانسىيەلىكلەردىن ئانچە بىزار ئەمەس ئىدى، ئۇ گېرمانىيەلىكلەرگىمۇ ئوخشاش ئىشنى قىلغان. ئامېرىكىدىكى مۇھىم بىر ئىنتېرنېت مۇلازىمىتى بىلەن تەمىنلىگۈچى سودىگەرمۇ بۇنىڭدىن مۇستەسنا ئەمەس ئىدى، ئەمما ئۇ ئۇلارنى ئەرز قىلغان بىر خېرىدارغا خەت يېزىپ تەپسىلىي چۈشەندۈرگەن. رەي سىدنېي مۇنداق يازغان: «ئىشنىڭ جەريانى مۇنداق، سىلەرنى ئىنتېرنېت مۇلازىمىتى بىلەن تەمىنلىگۈچى سودىگەرنىڭ باشقۇرۇشىدىكى بىر ئىشلەتكۈچى Google ئىزدەش مۇلازىمىتىدىن قالايمىقان پايدىلانغان. ناھايىتى ئەپسۇس، بىز ئەينى چاغدا بۇ ئەبلەخنىڭ ئىشلىتىش ھوقۇقىنى ئايرىم توساشقا ئامال قىلالمىدۇق. سىزنى ئىنتېرنېت مۇلازىمىتى بىلەن تەمىنلىگۈچى سودىگەر بۇ ئىشقا ئىنكاس قايتۇرمىغانلىقتىن، بىزدە ئامال بولمىدى، ئامالسىز نۇرغۇن IP ئادرېسنىڭ Google نى زىيارەت قىلىشىنى چەكلىدۇق. »

رەي سىدنېينىڭ يازغان خېتى پەن-تېخنىكا خەۋەرلىرىگە كۆچۈرۈپ يوللانغاندىن كېيىن، Google نىڭ ئىشلەتكۈچىلەرگە قوپال مۇئامىلە قىلىدىغانلىقىنى تەسۋىرلەيدىغان تېپىك ماقالىگە ئايلاندى، سىندى ئوقۇغاندىن كېيىن ناھايىتى «رەنجىدى». ئۇ ماڭا مۇلازىمەتنى ئۈزۈۋېتىشكە مۇناسىۋەتلىك ئىشلەتكۈچى بىلەن پىكىرلىشىش خىزمىتىنى ئۆتكۈزۈۋېلىپ، رەي سىدنېي بىلەن «ھەمكارلىشىپ» ئېلخەت مەسلىسىنى ھەل قىلىشتىن بىشارەت بەردى. مەن رەي سىدنېينىڭ قەدىمگە ناھايىتى تەستە يېتىشەلەيتتىم، چۈنكى ئۇ دائىم ئىنتايىن ئاكتىپ تەشەببۇسكار ئىدى. شىركەتنىڭ تەشكىلي قۇرۇلما رەسىمىدىن قارىغاندا، ئۇ شىركەتنىڭ سودا تەتقىقات ئېچىش گۇرۇپپىسىنىڭ ئەزاسى ئەمەس، ئەمما ئۇ ئەزەلدىن دوكلات قىلىش تەرتىپىنىڭ

چەكلىمسى تۈپەيلىدىن توخۇ يۈرەكلىك قىلمايتتى.

Google نىڭ بىر ھەمكارلاشقۇچىسى توختامنى داۋاملاشتۇرماقچى بولغان بولۇپ، Google نىڭ ئىزدەش تېخنىكىسىنى داۋاملىق ئىشلىتىدىكەن. رەي سىدنېي ئۇنىڭغا: «ئوچۇقنى ئېيتقاندا، سىز بىزنىڭ مۇناسىۋىتىمىزدىن نېمىگە ئېرىشكەنلىكىڭىز بىزگە ئايان، ئەمما بىز بۇنىڭدىن نېمىگە ئېرىشكەنلىكىمىزنى بىلمەيمىز. بۇ خىل ئەھۋالغا قارىتا، بۇنداق سوداننىڭ بىزگە ھېچقانداق پايدىسى يوق، بىزنىڭ داۋاملىق بۇنداق قىلغۇمىز يوق. مەن بىر قىسىم ھالقىلىق مەزمۇننى ئۇنتۇپ قالمىغان بولسامۇ، دەرھال Google ئىزدەش مۇلازىمىتىنى ئىشلىتىشنى توختىتىڭ » دەپتۇ. رەي سىدنېي قىلغان نۇرغۇن ئىشلارنىڭ ھەممىسى ناھايىتى ئەسەبىي. ئۇ Google دىكى ھەممە خىزمەتچىلەرگە ئۇزۇن خەتتىن بىرنى يوللاپ، بىزدىن ئاشخانا، كىيىم ئالماشتۇرۇش ئۆيىنى تازىلاش، يۇز تۇرانە ئىمتىھان چارىلىرى، بىخەتەرلىك تەدبىرلىرى، شەخسىي ئادەت ۋە ئالاقە گىرامماتىكىسىنى ياخشىلاشنى تەلەپ قىلغان. ئۇ يەنە ھەممەيلەننى ھەر بىر پۇرسەتنى چىڭ تۇتۇپ كېرەكسىز نەرسىلەرنى قايتا ئىشلىتىشگە ھەيدەكچىلىك قىلغان. كىم ئۇنى بىئارام قىلسا، ئۇ ھەرگىز چىداپ تۇرمايدۇ. Google نىڭ يەنە بىر ھەمكارلاشقۇچىسى ئۇنىڭ ئاچچىقىنى كەلتۈرۈپ قويغان، ئۇ لارى پەيجىدىن: «بۇ قان شورىغۇچىلار بىلەن مۇئامىلە قىلمىساق بولمامدۇ؟ مېنىڭ كۆڭلۈمنى ئويلاپ قويساڭ بولمامدۇ؟» دەپ ئىلتىماس قىلغان.

رەي سىدنېي ھەم ئاسان ھاياجانلىنىدىغان ھەم ئۆز پىكرىدە چىڭ تۇرىدىغان جاھىل، تېپىك Google ئىنژېنېرى. ئۇنىڭ كىينىشى قىسقا شىم، ئېلېكترونلۇق جەڭ مەيدانىنىڭ ئالدىنقى سېپىدا چارلاۋاتقان پادىچى، قارا شىلەپىلىك توربۇزارلار بىلەن روبىرو تۇرۇپ، ئۇلارنى قورقىتىدۇ، ئاندىن ئاتقا مىنىپ كەچكى شەپەقە قاراپ يول ئالىدۇ، كەچكى شەپەقىنىڭ گۈزەللىكى ئۇنىڭ سېلىشتۇرمىسىدا خىرەلىشىدۇ.

دەل مۇشۇنداق بىر ئىنژېنېر، Google شىركىتىدە ئەزەلدىن بار پەرەزنى كارخانا مەدەنىيىتى سۈپىتىدە ئىسپاتلىدى. Google مەدەنىيىتىنىڭ قارىشىچە شەخس ئۆزىنىڭ ھەرىكىتىنىڭ ئاقىۋىتىگە ھۆكۈم قىلىش ئىقتىدارى بار، شىركەت (ۋە ئىشلەتكۈچى) نىڭ يادرولۇق مەنپەئەتىنى يارىتىش ئىقتىدارىمۇ بار. شىركەت مەدەنىيىتى بىزنى بۇ مەنپەئەتلەر ئۈچۈن كەسكىنلىك بىلەن ھەرىكەت قىلىشىمىزغا ئۇندەيدۇ. ۋاقىتنى قارار قىلىشقا سەرپ قىلماي، بەلكى ھەرىكەتكە سەرپ قىلدۇرىدۇ.

مەن ئۆگەنگەن بارلىق «چوڭ كارخانا ئىدىيەسى» نىڭ ئامىللىرىدا، بۇ ئەڭ قىيىنىدىن بىرى. مەن ئىزچىل ئۆزەمنىڭ كېيىنكى قەدەمگە ئۆتۈش ئىقتىدارىمنىڭ بارلىقىنى ئىسپاتلىماقچى ئىدىم، شۇغىنسى ھەمىشە مۇشۇ مەسىلىگە يولۇقاتتىم، «سەن تېخىچە تاماملاپ بولالماپسەنغۇ؟» بۇ خىل پەلسەپەنىڭ ئاكتىپ بىر تەرىپى بار، ئۇ بولسىمۇ Google ئىش قىلغانىدا ئۇنۇمى يۇقىرى، كۆپىنچە ئەھۋاللاردا ھەمىشە ئاكتىپ ئۇنۇمنى قولغا كەلتۈرەلەيدۇ. ئۇنىڭ پاسسىپ بىر تەرىپى، Google شىركىتىنىڭ خىزمەتچىلىرى بەزىدە ئۆزىنىڭ قانچىلىك ھوقۇقى بارلىقىنى ئېنىق بىلمەيدۇ، بۇ ھوقۇقلارنى قانداق ۋاقىتتا ئىشلىتىشنىمۇ بىلمەيدۇ.

ساللى ئوڭۇشسىز خىزمەت داۋامىدا پاسسىپ تەرىپىنى بايقىدى. ئۇنىڭ لارى بىلەن سېرگېي ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋىتى بۇزۇلايلا دەپ قالدى. ئۇلار ئۇنىڭ ۋاكالەتچىلەرنى كېڭەيتىش ھەمكارلىقىنى قوللىمىدى، ئۇلارنىڭ قوللىشى بولمىسا، ئۇ ئالغا ئىلگىرىلىيەلمەيتتى. ئۇ قاتتىق ئۈمىدسىزلىنىپ، ئۇنتۇرغانلىقىغا تەن بەردى.

بىز شۇ جايدىكى مېكسكا تاماقخانىسىدا ئۇنى ئۇزۇتۇش ئولتۇرۇشى ئېلىپ باردۇق.

ئۇ Google شىركىتىدىكى بىردىنبىر خېرىدار مەنپەئەتىنىڭ ماركا ئەمەلىيىتىنى تولۇق چۈشىنىدىغان ئادەم ئىدى، مەن ئۇنىڭغا خوش دەيدىغان بولدۇم. Google بۇ خىل بازارچىلىق ئۇسۇلىنى قوللانمايدۇ، ئەنئەنىۋى ھەرىكەتنى يېڭى سودا ئەندىزىسىگە باغلايدىغان ھەر قانداق ئۇسۇلنى رەت قىلىدۇ.

سالسا (salsa) ئۇسسۇل مۇزىكىسى ئاڭلاپ ۋە پىۋا ئىچكەچ، يېڭى ئىدىيە ۋە يېڭى ئۇسۇلغا سىغدۇرۇش ۋە ئوچۇق پوزىتسىيەدە بولۇشنى قارار قىلدىم.

مەن چوقۇم قىلالايمەن، مەن ئۆزۈم ۋە ئىشداشلىرىمغا دوگلاسنىڭ يەنىلا يېڭى نەرسىلەرنى ئۆگىنەلەيدىغانلىقىنى ئىسپاتلايمەن.

ئىككىنچى بۆلۈم

Google نىڭ كۈنسېرى يۈكسىلىشى

Google ئىگىلىك تىكىلەش باسقۇچىدىن ھالقىغاندىن كېيىن، ئىزدەش دوكاربغا ئايلىنالمايلا، بىر مەزگىللىك پىشپ يېتىلمىگەن دەۋرنى باشتىن كەچۈردى.

ئون بىرىنچى باب
ئۇچۇش

كېيىنكى قەدەمدە قانداق قىلىشنى ئېنىقلاشتا ئۇرۇنۇۋاتقان ۋاقتىلىرىمدا، ئىنژېنېرلار ئىنتايىن جىددىي ھەمدە ناھايىتى مۇرەككەپ ئىشلارنى پۈتۈن كۈچى بىلەن قىلۋاتاتتى، بۇ ئىشلارنىڭ ھەممىسىنى چوقۇم ئورۇنلىمىسا بولمايتتى. مەن ئەمدى نىشانىنى تاپقان ۋاقتىمدا، ئۇلارنىڭ بىر يىللىق تىرىشچانلىقى مېۋە بېرەتتى.

1996-يىلى 6-ئايدىلا، Google قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ خىزمەتلىرى باشلانغان بولۇپ، ئۇ چاغدا مەن تېخى Google نى ئاڭلاپ باقمىغان. جىم رىس ئەسلىدە نېرۋا تاشقى كېسەللىكلەر دوختۇرى بولۇپ، كېيىن كەسىپ ئۆزگەرتىپ سىستېما باشقۇرغۇچى بولغان، ئۇ ئەينى چاغدا تەكلىپ قىلىنىپ Google غا كىرگەن. بىرىنچى كۈنى ئىشقا چىققاندا، ئۇ سائەت 8 دىلا يېتىپ كېلىپ، ئۇدا 14 سائەت ئىشلىدى. ئىككىنچى كۈنى سەل كېيىنرەك—ئالاھەزەل سائەت 10 لار ئەتراپىدا—كەلدى، ئۇ Google نىڭ كارخانا ئىچكى تورى ئۈچۈن زاپاس مۇلازىمېتىر قۇردى، ھەمدە شىركەت ئىشخانا بىناسىدىكى تور مەسلىسىنى بىرمۇ-بىر ھەل قىلدى. ئاندىن تەخمىنەن يېرىم كېچە سائەت 4 بولغاندا ئاندىن ئىشخانىدىن ئايرىلدى، Google نىڭ سانلىق مەلۇمات مەركىزى ۋاكالىتەن باشقۇرىدىغان كومپيۇتېرخانىغا بېرىش يولىدا ئەتىگەنلىك ناشتىنى يەپ بولۇپ، ئۇ جايدا ئىككىنچى كۈنى ئەتىگەن سائەت 5 كىچە تۇردى. ئاشۇ بىر ھەپتىدە، ئۇ ھەر كۈنى مۇشۇنداق ئىشلىدى، ھەتتا شەنبە ۋە يەكشەنبە كۈنلىرىمۇ شۇنداق. جىمنىڭ ۋەزىپىسى 2000 يېڭى مۇلازىمېتىرنى قوراشتۇرۇپ، ئۇلارنى تورغا ئۇلاش ئىدى. بۇ ۋەزىپىنى لارى ئۇنىڭغا ئورۇنلاشتۇرغان بولۇپ، لارى ئۇنىڭغا نېمە ئۈچۈن شۇنداق قىلىدىغانلىقىنى چۈشەندۈرمىگەن.

Google ئەينى چاغدا ئىجارە ئالغان كومپيۇتېرخانا ئۇنچە كۆپ كومپيۇتېرنى سىغدۇرالمايتتى، شۇڭلاشقا جىم كومپيۇتېرخانا تۇرۇشلۇق سانلىق مەلۇمات مەركىزىدىن يېڭى بوشلۇق ئىزدىشى كېرەك ئىدى. جىم مۇنداق دېدى: «مەن ئەينى چاغدا پۈتۈن كۈچۈم بىلەن، ۋاكالەتچى مۇلازىمېتىر سودىگىرى بىلەن تەستە سۆھبەت ئېلىپ بارغان ئىدىم. 1999-يىلى، كومپيۇتېرخانىدىن بوشلۇق تېپىشمۇ تەس ئىدى، Exodus (ئالاقە شىركىتى) نىڭ كومپيۇتېرخانىسى تىقىلىپ لىپمۇ-لىق توشۇپ كەتكەن ئىدى. » بۇنداق بولۇشى eBay (ئامېرىكا ئېلېكترونلۇق تور شىركىتى) گە ئوخشاش تور شىركەتلىرىنىڭ تۆھپىسى ئىدى، ئۇلارنىڭ مۇلازىمېتىرنى ۋاكالەتەن باشقۇرۇش رايونى Google نىڭكىدىن ئانچە يىراق ئەمەس ئىدى. جىم ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئۇلارنىڭ ئىگىلىگەن دائىرىسى بىزنىڭكىنىڭ 10 دىن 20 ھەسسىسچىلىك ئىدى، ئۇچىگە تەخمىنەن 80 كومپيۇتېر قويۇلغان ئىدى، ئەمما بىزنىڭ بىر كومپيۇتېر جاھازىسىغلا 80 كومپيۇتېر قويۇلغان ئىدى. » Google نىڭ يېرىدە 9 كومپيۇتېر جاھازىسى سىغدالغان، جىم بىلەن ئۇنىڭ يېڭى يارەمچىسى سۇئىم تەپسلىي قاراپ چىققاندىن كېيىن، بوشلۇقتىن ئۇنۇملۇك پايدىلىنىلماپتۇ دەپ قارىغان.

سۇئىم يانغا ئۆرۈلۈپ، كاربىدورنى ئازراق كېچىكلەتمەكچى بولۇپ، مۇنداق دېدى: «ئەگەر بىز بۇ تەرەپتىكى ھەر بىر ئىشكاپنى 3 دىيۇم يۇتكىسەك، بىر كومپيۇتېر جاھازىسى قويىدىغان ئورۇننى بوشاتقىلى بولىدىكەن. بىردىنبىر مەسلە بىز كومپيۇتېر جاھازىسىنى ئەكىرەلمەيمىز، ئۇنداق بولغاندا بۇ تەرەپتىكى تامنى چېقىش كېرەك. » شۇنىڭ بىلەن ئۇلار ۋاكالەتەن باشقۇرۇش مەركىزىنىڭ دىرېكتورىغا تېلېفون قىلىپ، ئۇنىڭغا تامنى چاقدىغانلىقىمىزنى ئۇقتۇرۇپ، ئاندىن چۈشلۈك تاماق يىگىلى كەتتۇق.

ئۇلار تاماقنى يەپ قايتىپ كەلگەندە، ئەسلىدە Google نىڭ يېرىنى قوغدايدىغان قارا رەڭلىك تام يۆتكىۋېتىلىپتۇ. جىم بىلەن سۆيۈم كومپيۇتېر جاھازىسىنى ئەكىرگەندىن كېيىن، كومپيۇتېرنى توكقا چېتىپ، ئاندىن نۇر كابېلىنى كومپيۇتېرنىڭ ئۇزۇچاتىغا ئۇلاپ، ئارقىدىنلا ئۇزۇچاتىنى ئاچتى. ھەممە ئىش نورمال، جىم كومپيۇتېر جاھازىسىنىڭ ئارقىسىدىكى ئۇلىنىش ئەھۋالىنى قايتا بىر قېتىم تەكشۈرگەندىن كېيىن، سۆيۈم كومپيۇتېر جاھازىسىنىڭ ئالدىدا ئۆرە تۇرۇپ بۇيرۇق كىرگۈزۈپ، سىستېمىنىڭ ئىجرا بولۇش ئەھۋالىنى كۆزەتتى.

جىم سۆيۈمنىڭ كومپيۇتېر ئالدىدا تۇرۇپ «غەلبە قىلدۇق!» دېگىنىنى ئاڭلىدى.

جىم كېيىن ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئۇنىڭدىن كېيىن مەن ھېچنېمىنى بىلمىدىم، ئويغانغان ۋاقتىتا ئۆزەمنىڭ سانلىق مەلۇمات مەركىزىدىكى پولنىڭ ئۈستىدە ئولتۇرغانلىقىمنى بايقىدىم. »

ئەينى چاغدا پەقەت سۆيۈمنىڭ: «كومپيۇتېر جاھازىمىز بايلا بۇزۇلدى، نېمە بولغاندۇ؟» دەپ ۋارقىرىغانلىقىنى ئاڭلىدىم. ئۇ كومپيۇتېر جاھازىسىنىڭ ئارقىسىغا ئۆتۈپ، جىمنىڭ يەردە يېتىپ، بېشىنى سىلاۋاتقانلىقىنى، يېنىدا تورۇستىن چۈشكەن 45 كىلوگرام كېلىدىغان قان يۇقى مېتال لىمىدىن بىرسى تۇرغانلىقىنى بايقىدى.

جىم تىترەۋاتقان قوللىرى بىلەن ئۈستىدىكى بىر باغلام كابېلنى كۆرسىتۋاتاتتى، ئۇ لىم ئۆرۈلۈم چۈشكەندە ئۇزۇۋېتىلگەن ئىدى. ئۇ: «ئېڭراپ... بىزگە تېخىمۇ كۆپ نۇر كابېل كېرەك. » دېدى. سۆيۈم جىمنىڭ يارىسىغا ئىنتايىن كۆڭۈل بۆلدى، ئەمما ئۇ ئىنژېنېرلارغا خاس سالماقلىق بىلەن، ئەھۋالنى كۆزەتكەندىن كېيىن، جىمغا: «بۇ جايدا سەنلا نىرۋا تاشقى كېسەللىكلەر دوختۇرى، سېنىڭچە ئۆزەڭ بىر تەرەپ قىلالامسەن؟» دېدى.

ئەسلىدە، نېمە سەۋەبتىنكىن، ئۈسكۈنە ئاسراش ئەترىتىدىكىلەر تامنى چاققاندا لىمنىڭ تۇۋۇرۇكىنى بوشتۇۋېتىپتۇ. جىمنىڭ كەسپىي داۋالاش تەجرىبىسىدىن قارىغاندا، لىمنىڭ گۈمۈرۈلۈپ چۈشۈش نۇقتىسى مەيلى قايسى تەرەپكە بولسۇن بىر قانچە ئىنگلىز چىسى ئېغىپ كەتكەن بولسا، ئاقتۇتنىنى تەسەۋۋۇر قىلغىلى بولمايتتى. Exodus تىكى ئاشۇ بىر توپ كىشىلەرنى تىلغا ئالغاندا، جىم: «بۇندىن كېيىن، ئۇلار بىزگە بەك بەك ياخشى مۇئامىلە قىلدى.» دېدى. جىم ئاخىرى كومپيۇتېرخانا بىناسىنىڭ بىر بۇلۇڭىدىن ئازراق بوش ئورۇن تاپتى، Exodus بۇ جايىنى Google غا تەقسىملەپ بېرىشكە قوشۇلدى. 6-ئايدا، ...، 1-ئايدىكى زور كۆپ قىسىم ۋاقىتتا، جىم ئىزچىل يېپيېڭى 2000 كومپيۇتېرنى ئاشۇ بۇلۇڭغا قوراشتۇرۇش بىلەن ئالدىراش ئىدى، بەزىدە كومپيۇتېر ئانچە ياخشى ئىشلىمەيتتى، چۈنكى بۇ كومپيۇتېرلارنىڭ ھەممىسى ئىنتايىن ئەرزان زاپچاسلاردىن قىستا ۋاقىت ئېچىدە قوراشتۇرۇلغان ئىدى. ئەينى ۋاقىتتىكى مەنزىرىنى ئويلاپ، جىم مۇنداق دېدى: «بەزى كومپيۇتېر جاھازلىرىدا، 80 كومپيۇتېرنىڭ ئېچىدە 56 سىنلا ئىشلەتكىلى بولاتتى. شۇڭلاشقا، بىز بىر ھەپتە ۋاقىت سەرپ قىلىپ ئىشلەتكىلى بولىدىغان كومپيۇتېرلارنى ئورنىتىپ، ئاندىن يەنە بىر ھەپتە ۋاقىت سەرپ قىلىپ تېخى قوراشتۇرۇلمىغان كومپيۇتېرلارنى ئوڭشايتتۇق. »

لارى ئاخىرى جىمغا ئۇنىڭ خىزمىتىنىڭ نېمە ئۈچۈن شۇنچە جىددىي ئىكەنلىكىنى ئېيتتى. Google بۇنىڭدىن ئىلگىرى Netscape شىركىتى بىلەن توختام تۈزىگەن بولۇپ، ئۇلارنىڭ ئىزدەش موتورى بولماقچى ئىدى. ئەگەر Netscape شىركىتىنىڭ ئىشلەتكۈچىلىرى ئۆزلىرىنىڭ ئوچۇق يېتەكچى مۇلازىمىتىنى ئىشلىتىپ ئېھتىياجلىق ئۈچۈرغا ئېرىشەلمىسە، ئىشلەتكۈچىلەر يېتەكچى بەت ئارقىلىق Google مۇلازىمىتىنى ئىشلىتىپ ئىزدىسە بولاتتى، شۇڭلاشقا Google تېخىمۇ كۆپ ھېسابلاش ئىقتىدارىغا ئېھتىياجلىق بولۇپ يوشۇرۇن تور ئېقىمىنى بىر تەرەپ قىلىشى كېرەك ئىدى.

جىم كومپيۇتېر قوشقان ۋاقىتتا، Google ئىزدەش ئىقتىدارىنىڭ سىنىقىنىمۇ بىللە ئېلىپ باردى، سىناقتا چوقۇم قىممەت كۆرۈلگەندە يېڭىدىن قوشۇلغان تور ئېقىمىنى بىر تەرەپ قىلالايدىغان قىلالمايدىغانلىقى

تەكشۈرۈلگەن ئىدى. جىم ماڭا: «ئادەتتىكى ئەھۋالدا، ئىككى ھەسسە بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىغا كاپالەتلىك قىلىش كېرەك. چوقتا قىممەت كۆرۈلگەن ۋاقىتتا، 4 ھەسسە بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارى بولۇشى كېرەك. Netscape شىركىتى Google نىڭ ئەينى ۋاقىتتىكى تور ئېقىم مىقدارى ئاساسىدا 1.7 ھەسسە بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىنى كۆپەيتىشنى ئۈمىد قىلغان، شۇڭلاشقا مەن سىناق قىلغان ئىدىم. بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارى تەخمىنەن 5 ھەسسە ئۆستۈرۈلدى، بىزنىڭ بۇنىڭغا تولۇق ئىشەنچىمىز بار. » دېدى. ئىشنى قىلىش ئۈنچە ئاسانغا توختىمىدى. 6-ئاينىڭ 24-كۈنى كەچ بولغۇچە، جىم ۋە سۈئىم ئىككىسى يەنىلا سانلىق مەلۇمات مەركىزىدە كومپيۇتېر قوراشتۇرۇۋاتاتتى. 6-ئاينىڭ 25-كۈنى ئەتىگەندە، Netscape شىركىتى بۇ كەسپىنى سىرتقا ئاشكارىلايتتى، ھەمدە ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ تور ئىزدىشىنى Google مۇلازىمېتىرغا ئەكىرەتتى. سۈئىم ئەتىگەن سائەت 2 غىچە ئىشلەشنى داۋاملاشتۇردى، ئۇزۇن مۇددەت ئۇيقىسىزلىققا ئۇ بەرداشلىق بېرەلمەيۋاتاتتى، پەقەت ئۆيگە قايتىپ ئۇخلىۋالاتتى.

تەلىيىمىزگە جىم ئەينى چاغدا تېخنىكا چۈشىنىدىغان بىرەيلەننى ئەكەلگەن ئىدى، يەنى سېرگېي ئۇلارغا يارەملىشىپ كۆچەۋاتاتتى. گەرچە سېرگېي كېيىنرەك كەلسىمۇ، ئەمما ئۇ سانلىق مەلۇمات مەركىزىدە جىم بىلەن ئەتىگەن سائەت 5 كىچە ھەمراھ بولدى، جىم ئەسلەپ: «ئۇ سىم يولىنى ئۇلاشنىڭ تېخنىكىلىق تەپسىلاتىنى بىلمەيتتى، ئەمما ئۇ ئىزچىل شۇ يەردە بولۇپ، پول ئۈستىدە توك كابىلى ۋە ئۇزۇچاتنى ئۇلايتتى. » دېدى. جىمغا نىسبەتەن، ئۇدا بىر قانچە ھەپتىدىن بۇيانقى جىسمانىي ھارغىنلىق ئۇنى ھالسىرىتىپ قويغان ئىدى، كارىۋاتقا چىقىپ ئوبدان ئارام ئېلىۋالىدىغان ۋاقىتقا كەلگەندە، كۆڭلىدە بىر خىل مۇۋەپپەقىيەت تۇيغۇسى پەيدا بولدى. بۇنچە قىستا ۋاقىت ئىچىدە، Google بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىنى 3 ھەسسە ئاشۇرۇپ، يوشۇرۇن خەۋپىتىن ساقلىنىپ قالدى.

بىر سائەتتىن كېيىن، جىمنىڭ تېلېفونى جىرىڭشىدى، تېلېفوننى سېرگېي ئۇرغان ئىدى. «دەرھال قايتىپ كەل، بىزگە چوڭ ئاۋارىچىلىك كەلدى. »

ئامېرىكا غەربىي دېڭىز قىرغىقى ۋاقتى ئەتىگەن سائەت 6 دە، ئاخبارات مەخسۇس لىنىيەسى Netscape شىركىتىنىڭ خەۋىرىنى ئېلان قىلدى. بىر قانچە سېكۇنت ئۆتكەندىن كېيىن، Google نىڭ تور ئېقىم مىقدارى شىددەت بىلەن ئۆرلەپ، ئىلگىرى مۆلچەرلىگەن 1.7 ھەسسە ئەمەس بەلكى 7 ھەسسە ئېشىپ كەتتى، مۇلازىمېتىرنىڭ بۇنچە كۆچلۈك ئېقىمنى بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارى يوق ئىدى. سېرگېي بىلەن جىم دەرھال سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە يېتىپ بېرىپ، قولىدا ئېشىپ قالغان ئەڭ ئاخىرقى بىر تۈركۈم كومپيۇتېرنى كومپيۇتېر جاھازىسىغا قوراشتۇرۇپ، ئارقىدىنلا تورغا ئۇلىدى.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، Google ئاساسىي مۇئەسسەسىلىرىگە ئانچە مۇھىم بولمىغان ئېھتىياجلارنى كۆچىنىڭ باربچە تازىلاپ، ئۆمۈچۈك پىروگراممىسىنىڭ Google ئىندېكسىغا تور بېكەت قوشۇشنى دەرھال توختاتتى، ھەمدە ئۇ كومپيۇتېرلارنى پۈتۈن كۆچى بىلەن ئىزدەش مۇلازىمتىنى قوللاشقا تەقسىملىدى. بۇ ئامال مۇئەييەن رول ئوينىدى، ئەمما يەنىلا يېتەرلىك ئەمەس ئىدى. ئىزدەش ئىنكاسى روشەن ئاستىلاپ كەتتى، بەزى ئىشلەتكۈچىلەر ئىزدەش نەتىجىسىگە پەقەت ئېرىشەلمىدى. بۇ Google نىڭ ھازىرغىچە ھەممىدىن مۇھىم تۇرىنىڭ بىرى ئىدى، ئەمما ئىشنى بۇزۇپ قويۇش خەۋپىگە دۇچ كېلىۋاتاتتى.

لارى، سېرگېي، ئۇرس ۋە Google شىركىتىنىڭ باشقا ئىنژېنېرلىرى ئېھتىماللىقى بار ھەل قىلىش لايىھەسىنى مۇنازىرە قىلىۋاتاتتى، كرائىگ سلۋېرستېين بىلەن ئامىت پاتېل (Amit Patel) ئورتاق ئىشلىتىدىغان ئىشخانىدىمۇ، كەيپىيات ئىنتايىن تۆۋەن ئىدى. Netscape شىركىتى Google نىڭ بىرىنچى خېرىدارى VMWare (يۇمشاق دېتال شىركىتى) گە ئوخشاش كىچىك ھەمكارلاشقۇچى ئەمەس. ئەگەر بۇ قېتىمقى ھەمكارلىق مۇناسىۋىتى ئاخىرقى ھېسابتا مەغلۇپ بولسا، بۇ ئىشنى ھەممە ئادەم بىلىپ كېتىپ، Google نىڭ تېخنىكا ئىناۋىتىمۇ يەرگە ئۇرۇلاتتى. ئۇلارنىڭ ئويلاپ تاپقان بىردىنبىر ئامالى بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىنى ئاشۇرۇپ، Netscape شىركىتىنىڭ ئىشلەتكۈچىلىرىنىڭ ئېھتىياجىنى قاندۇرۇش ئىدى.

لارری پۇتكـــۇل قوشـــۇنغا يوليـــورۇق بېرىـــپ: «ئۆزىمىزنـــڭ بېكىتىنـــڭ سۈرۈشـــتۈرۈش مـــۇلازىمىتىنى تاقىۋېتىڭلار.» دېدى. شـۇنىڭدىن كېيىنكى بـىر قـانچە سـائەتتە، Google نـڭ بـاش بېتىنـى زىيـارەت قىلغـان ئىشـلەتكۈچىلەر Google مۇلازىمىتىنـڭ تاقالغـانلىقىنى چۈشـەندۈرىدىغان بەتنـى كۆرىـدۇ. Google ئـۆزى باشـقۇرۇۋاتقان ھەر بـىر كومپيـۇتېر، بـىر بـەت تـور ئـېقىم كەڭلىكنـڭ ھەممىسـىنى Netscape شـىركىتىنڭ ئىشـلەتكۈچىلىرىنڭ ئـىزدەش ئېھتيـاجىنى بـىر تەرەپ قىلىشـقا ئىشـلىتىدۇ. لارری بـىلەن سـېرگېي ئـۆز تـور بېكىتىنـڭ نوپـوزى ئـارقىلىق ئىنـاۋەتنى قوغـداپ، Google نـڭ ئىشـەنچلىك تېخنىكـا ھەمكارلاشـقۇچى ئىكەنلىكىگە كاپالەتلىك قىلىدۇ.

چۈشلۈك تاماق ۋاقتىدا، تور ئېقىم مقدارى زور دەرىجىدە تۆۋەنلەيدۇ، لارری بىلەن سېرگېي شـۇ چاغـدىلا Google باش بېتىدىكى ئىزدەش مۇلازىمىتىنى قايتا ئېچىۋېتىشكە قوشۇلىدۇ. سۋىم (Schwim) بىلەن جـەم قايتـــدىن Exodus نـــڭ كومپيۇتېرخانىســـىغا قايتـــىپ، ئېشـــىپ قالغـــان مـــۇلازىمېتىرلارنى قوراشتۇرۇشـــنى داۋاملاشتۇرىدۇ. 4 سائەتتىن كېيىن، ئۇلار يېڭىدىن قوشقان 300 كومپيۇتېر تورغا ئۇلىنىدۇ، بـىر مەيـدان قـاش بىلەن كىرپىك ئارىلىقىدىكى بۆھران شۇنىڭ بىلەن ئاخىرلىشىدۇ.

جـەم بـىلەن سـۆھبەت كىشـىنى جىددىيلەشـتۈرىدىغان سـانلىق مەلۇمـات مەركىزىـدىن ئايرىلىـپ، يېـرىم كېچىدىكى ئىللىق ھاۋادا سەگىدەڭلىتىلغاندا، يەنە بىر تېلېفون تاپشۇرۇۋالىدۇ. Netscape شـىركىتىنىڭ تېخنىكـا قوشۇنى مائۇنتېن ۋىيـۇ (Mountain View) شەھىرىدىكى بىر مېھمانسـارايدا Google بـىلەن ھەمكـارلىق مۇناسـىۋىتە ئورناتقـانلىقىنى تەبرىكلەۋاتقانـدا، ئـۇلار Google شـىركىتىنىڭ تېخنىكـا قوشـۇنىنى تەبرىكلەشـكە بىللە قاتنىششقا تەكلىپ قىلىدۇ.

جەم ئەسلەپ: «ئۇلار بىز ئۇچـۇن ناھـايىتى پەيـزى مۇراسـىمدىن بىرنـى ئۆتكـۈزۈپ بەردى. ئـۇلار ئىزچـىل ‹پەقەت ئىشـەنگۈم كەلمەيـدۇ، سـىلەر ھەتتـا ئۆزۈڭلارنـڭ تـور بېكىتىنـى تاقىۋېتـىپ، بىزنـڭ ئـىزدەش ئىلتىماسـىمىزنى بـىر تەرەپ قىلـدىڭلار.› دېـدى. تەبرىكلەشـكە قاتناشـقان Google لۇقلارنـڭ ھەممىسـى ئۆزىنىڭ بەرگەن قۇربانلىقلىرى ئاخىرى مول نەتىجىگە ئېرىشكەنلىكىنى ئېيتـىدۇ. Google بـىلەن Netscape شىركىتىنىڭ ھەمكارلىقى چوقـۇم مۇستەھكەم دوستلۇققا قـاراپ راۋاجلىنـىدۇ. Google ئىشـەنچكە ئېرىشـىپلا قالماي يەنە Netscape شىركىتىنىڭ ئىزدەش ئېقىمىدىكى بىر يۈرۈش يېڭى سـانلىق مەلۇماتلارغـا ئېرىشـىدۇ، بـىز بۇ سانلىق مەلۇماتلارنى تەھلىل قىلـىپ، تـور ئـېقىم مقدارىمىز بـىلەن سېلىشـتۇرالايمىز. ئەڭ مـۇھىمى، بـىز شىركەت دۇچ كەلگەن تۇنجى قېتىملىق زور بۆھراندىن مۇۋەپپەقىيەتلىك ئۆتۈپ كەتتۇق. بۇندىن كېيىنكى يېڭى ساھەلەرنى ئېچىش جەريانىدا، لارری بىلەن سېرگېي خىرىسنىڭ ئېغىرلىقىنى تۆۋەن مۆلچەرلىمەيدىغان بولدى.

گەرچە ئەينى چاغدىكى بۇ بىر مەيدان جەڭ رىۋايەتتىكىدەك ھەيۋەتلىك بولسىمۇ، ئەمما كېيىن Google ئـىزدەش ھوقـۇقىنى قولغـا كەلتـۇرۇش ئۈچـۇن ئېلىـپ بارغـان ھەقىقـىي جەڭگە سېلىشـتۇرغاندا، ھېچنېمىگە ئەرزىمەيدۇ.

ئۇ كۈن كەلمەكچى.

نەدە چاتاق چىقتى؟

1999-يىلى كۈز، بىر شەنبە ئاخشىمى، ئەمدىلا 12 دىن ئۆتكەن ۋاقىت، جىمنىڭ شېرىن چۈشىنى تېلېفون ئاۋازى يەنە بىر قېتىم ئۈزۈۋەتتى. يەنە شۇ سېرگېي.

«تور بېكەت تۇردىن ئۇزۇلۇپ كەتتى. نېمە ئىش ئىكەنلىكىنى بىلەمسەن؟» سېرگېي ناھايىتى ئەنسىرەپ سورىدى.

«مەن بىلمەيمەن، مەن ئۇخلاپ قالغانىدىم. » دەپ ئەنسىرەپ جاۋاب بەردى جىم.

Exodus كومپيۇتېرخانىسىدىكى بىر قىسىم تۇتاشتۇرغۇچ سىمنى كېسىپ، Google شىركىتىنىڭ ئاساسىي ئۇزۇقاتى تاقىلىپ قالغان. HP شىركىتى ئىشلەپچىقارغان بۇ قاتتىق دېتالنى ئانچە قىممەت ئەمەس، ئەمما پۈتكۈل Google نىڭ تور ئېقىمى بۇنىڭدىن ئۈنۈملۈك ئىشلەيدىغان كومپيۇتېر جاھازلىرىنى ئەكىرىشتىن ئىلگىرى، ۋاكالەتەن باشقۇرغۇچى سودىگەرلەر بۇ ئۇزۇقاتىنى ئورناتقان ئىكەن، ئۇلار ئەينى چاغدا ئالدىراشلا ئورناتقان ئىكەن. بۇ ئۇزۇقات ئۇسكۇنىسى بىر كومپيۇتېر جاھازىسىنىڭ ئاستىدىكى پولغا ئورۇنلاشتۇرۇلغان بولۇپ، ئەينى چاغدىكى توك سىمىنى جايلاشتۇرۇشقا ئاساسلانغاندا، پەقەت شۇ جايغىلا ئورۇنلاشتۇرغىلى بولىدىكەن. ئۇلار شۇ جايغا ئەسكەرتىش تاختىسى ئورنىتىپ، بارلىق تېخنىك خادىملارنى «ئۇزۇقات پول ئۇستىدە» دەپ ئەسكەرتكەن ئىكەن. بۇ ئۇزۇقاتنىڭ زاپاس ئۇسكۇنىسى يوق ئىكەن، كاشلا يۇز بەرسىلا، Google توري توردىن ئۇزۇلۇپ كېتىدىكەن، كىشىلەر بايقاپ تەدبىر قوللانغانىدىن كېيىن ئاندىن ئەسلىگە كېلىدىكەن.

جىم ئەسلەپ: «سېرگېي بىر يىغىلىشقا قاتنىشىپتۇ. ئۇ ئۆيگە قايتقاندىن كېيىن Google نىڭ تۇردىن ئۇزۇلۇپ كەتكەنلىكىنى بايقاپتۇ. » دېدى. جىم سىستېمىغا كىرىپ، مەسىلىنى تاپقاندىن كېيىن، ۋاكالەتەن باشقۇرغۇچى ئۇزۇقاتىنى قايتىدىن ئېچىپتۇ. Google تۇردىن ئۇزۇلۇپ قېلىش ئەھۋالى ئالاھەزەل يېرىم سائەت داۋاملىشىپتۇ.

جىم سېرگېيغا تېلېفون قىلىپ كاشىلىنىڭ ئوڭشالغانلىقىنى ئۇقتۇرۇپتۇ، سېرگېي: «بىز تور بېكەتنى نازارەت قىلىشىمىز زۆرۈرمۇ؟» دەپ سوراپتۇ.

جىم شۇ كۈنى كېچە ۋە يەكشەنبە ئەتىگەندىكى ۋاقىتتىن پايدىلىنىپ، Google تور تۈراسىنى نازارەت قىلىدىغان قوليازما پروگراممىسىدىن بىرنى يېزىپتۇ. ئۇنىڭ قوليازما پروگراممىسى ھەر 5 سېكۇنتتا تور تۈرانى بىر قېتىم تەكشۈرۈپ، سىستېمىنىڭ نورمال ئىجرا قىلىنىشىغا كاپالەتلىك قىلىدىكەن. ئەگەر تاسادىپىي ئەھۋال يۈز بەرسە، سىستېما ئۆزلۈكىدىن مەلۇم قىلىش تېلېفونىغا تېلېفون ئۇرىدىكەن، شىركەتتىكى تورتۈرانىڭ يۈرۈشىشگە مەسئۇل بارلىق خىزمەتچىلەر كېيىنكى ھەپتىسى بىردىن چاقىرغۇغا ئېرىشىپتۇ.

Google يەنە بىر قېتىملىق بۆھراننى باشتىن ئۆتكۈزدى، ئەمما ھېچكىم بۇ ئىشتىن ھودۇقۇپ كەتمىدى ياكى خىزمەتتىدىن ئايرىلىپ قالمىدى. جىم ماڭا: «ئەگەر لارري بىلەن سېرگېينىڭ نېمە ئىشقا ئىشى پۈشقان بولسا، ئۇ مۇتلەقكى چوڭ ئاۋارىچىلىك. نېمە ئۈچۈن بىز بۇ نۇقتىنى ئويلاپ يېتەلمىدۇق؟ بىز ھەممىمىز بىر توپ ئەقىللىق كىشىلەر، ئەمما ھېچكىم ئۇزىمىزنىڭ تورتۈراسىنى نازارەت قىلىشنى ئويلاپ باقمايتۇ. »

چاقىرغۇدا سىگنال بېرىش سىستېمىسىنىڭ ئۆزىدىمۇ ئازراق مەسىلە بار ئىكەن. «كىلائۇس» [13] تور كۈندىلىك خاتىرە ئىنژېنېرى، ئۇ ئەڭ بۇرۇن مۇشۇ مەسىلىگە يولۇققان كىشىلەرنىڭ بىرى. بىزنىڭ تور ئېقىم مىقدارى سانلىق مەلۇماتىدىن ئىزچىل كاشىلا كۆرۈلۈپ، كۈندىلىك خاتىرە سىستېمىسىغا خەۋپ ئېلىپ كەپتۇ، ئۇ ئېھتىيات بىلەن بۇ خىل ئەھۋالنى كۆزىتىپتۇ. كۈندىلىك خاتىرىنىڭ ئۆزى پۇل، يەنى بىز كۈندىلىك خاتىرىدىكى سانلىق مەلۇماتلارغا ئاساسەن ئېلان سودىگەرلىرىدىن ھەق يىغمىز، شۇڭلاشقا ئۇ ئۆزىنىڭ قوليازما پروگراممىسىنى ئىجاد قىلىپ، ئۇ سانلىق مەلۇماتلارنى بىر تەرەپ قېتىۋ. ھەر قېتىم سانلىق مەلۇماتلارنى بىر تەرەپ قىلغاندىن كېيىن، سىستېما ئۇنىڭ چاقىرغۇسىنى ئۆزلۈكىدىن چاقىرىدىكەن، بىر كۈن كەچكىچە، ئۇنىڭ چاقىرغۇسى سائىتىگە ئۈچ قېتىمدىن سايرايدىكەن، ئىنژېنېر چاد لېستېر (Chad Lester)

[13] ئۇ ھەقىقىي ئىسمىنى ئىشلىتىشىمنى خالىمىدى.

نىڭ دېيىشچە، كىلائۇس (Claus) «ئىگىلىك تىكلىگەن دەسلەپكى مەزگىللەردە شىركەتنىڭ ھايـاتىنى ساقلاپ كېلىۋاتاتتى. ئۇ پەقەت ئىش ئۈستىلىدىلا ئۇخلايتتى، ھەر 20 مىنۇتتا، چاقىرغۇ بـىر قېتىم ئويغىتـۇۋېتەتتى. بـىر ئايدا، ئۇنىڭ چاقىرىش ھەققىلا نەچچە مىڭ دوللار بولۇپ كەتكەن ئىدى».

Google چاقىرىش مۇلازىمىتى بىلەن تەمىنلىگۈچىلەر بىلەن قايتىدىن سۆھبەتلىشىپ، يېڭىدىن چاقىرىش مـۇلازىمەت توختـامى تـۈزدى، ئەمـما تورتۇرانـىڭ ئىشـەنچلىكلىك دەرىجىسـى جەھەتـتە، يەنە چاتـاق چىقسـا بولمايتتى، مەيلى قانداق ئەھۋال يۈز بەرسۇن، Google.com چوقۇم ئىزچىل توردا تۇرۇشى كېرەك ئىدى.

ئۇ ئادەم كەلدى

2000-يىلى باھار، شىركەت رېتىمغا كۈنسېرى ماسلىشىشمىغا ئەگىشىپ، بېسىمىم تەدرىجىي يېنىكلىدى، ھېس قىلىشىمچە شىركەتنىڭ تۈپ ئاممىلىرىنى خۇلاسىلىغاندا: بـىر يـۈرۈش فىزىكىلىـق ئۈسكۈنە، بـىر يـادرولۇق قۇرۇلۇش قوشۇنى، بىر قىسىم مالىيە بوغالتىر ۋە ئادەم كۈچى بايلىقى خىزمەتچىلىرى، يەنە مەھسۇلاتنى قوللاش مەسئۇلىيىتىنى ئۈستىگە ئالىدىغان بازارچىلىق بۆلۈمى، بازارنىڭ مەھسۇلاتقا بولغان ئېھتىياجىنىڭ مەڭگۈ چېكى بولمىغانىدەك، كېيىنكى بىر قانچە ئايدا ئىزچىل مۇشۇنداق ئىدى، تور ئىشلەتكۈچىلىرى ئىلگىـرى ئـانچە ياخشى ئىشلەتمىگەن ئىزدەش موتورى، بۈگۈنكى كۈندە Google دىن ئىبارەت ھەقسىز مۇلازىمەت بولغانـدىن كېيىن، ئۇلارنـىڭ ھەممىسى باشـچىلاپ كىرىـپ كەتتى، ھەر قېتىم ئالـدىغا بـىر قەدەم ئىلگىرىلىگەنـدە، ئىشـلەتكۈچى سانـمىز بارغانسېرى كـۆپىيەتتى. 2000-يىلى 5-ئاينـىڭ 8-كـۈنى، Google نـىڭ تـور ئېقىمـى ھەر كـۈنى 8 مىليون قېتىملىق ئىزدەش رېكورتىنى يارىتتى. ئىككىـى ھەپتىـدىن كېيىن، بـۈ سـان 9 مىليونغـا يەتتى. نەزەرىـيە جەھەتـتىن ئېيتقانـدا، بـىز مەڭگـۈ ئېشـىپ مـاڭـمىز، ئەمـما ھەر قېتىملىـق ئېشـىش جەريانـدا، تەرەققىيـاتـمىز توساتتىن يىمىرىلىپ كېتىدىغان خەتەرگە دۇچ كېلىۋاتاتتى، چۈنكى بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىمىزنى ئۇنچە تېـز ئاشۇرۇشىمىز مۇمكىن ئەمەس ئىدى.

بىر قانچە ھەپتە ئۆتكەندىن كېيىن، ئەڭ يۇقىرى ئېقىم دولقۇنى كۆرۈلدى. ئەينى ۋاقىتتا بـۈ ئىشـنى تېخى بىلمەيتـتىم، قەھۋەخانـدا ئـۆچىرەتتە تـۈرۈپ تامـاق بۈيرۇتۇۋاتقانـدا، چارلىنـىڭ بـايراملىق تامـاق تـىزىملىكىنـى كۆرگەچ (پاچاق، شورپا، سەھرا پوستۇمىسى، تۈخۈم سېرىقى ئاي توقچى، قىيمىلىق بولكـا)، ئىشداشـلار بـىلەن نېمە يېيىشنى مۇنازىرە قىلۋاتـاتتۇق، مەن بـوش ئورۇننـىڭ ئادەتتىكـىدىن كـۆپرەك ئىكەنلىكىنـى ھېس قىلـدىم. شۇنىڭ بىلەن بىللە يەنە، قەھۋەخانىدا سـانى ئـانچە كـۆپ بولمىغـان بـىر قـانچە ئىنژېنېرلارمـۇ بـۈ جايـدا تامـاق يېمەي، يەيدىغان تاماقلىرىنى تەخسىسگە ئېلىپ ئۈدۈل ئىشخانىلىرىغا قايتتى، چىرايىدىن بېسىم ۋە ھارغىنلىق چىقـىپ تـۇراتتى، خـۇددى بـايىلا بـىر مەيـدان كەسـكىن خـوككېي تـوپى مۇسابىقىسـىنى باشـتىن كەچۈرگەنـدەك تۇراتتى.

ئاڭلاشـلارغا قارىغانـدا چـوڭ بـىر سـودا قىلـىدىغان بوپتـۇق، بـۇ خەۋەر تـور ئـارقىلىق ناھـايىتى تېـزلا ئىشخانىلارغا تارقالدى، ئەمما ھېچكىم بىزنىڭ كىم بىلەن سودا قىلىدىغانلىقىمىزنى دەللىلىمىگەن ئىدى.

ئـۇرس تەپسـىلاتىنى بىلەتتـى. ئۇنـىڭ يۈرۈشتۇرۇشـنى قـوللاش قوشـۇنى سـانلىق مەلۇمـات مەركـىزىنـىڭ كومپيۇتېرخانىسـىدا پۈتـۈن كـۈچى بـىلەن بـىر تەرەپ قىلـىش ئىقتىـدارىنى ئاشـۇرۇۋاتقان بولـۇپ، ئـۇرس ئـۆزى قۇماندانلىق قىلۋاتاتتى. بىز قوراشتۇرغىلى بولىدىغان ھەممە مـۇلازىمېتىرنى ئىشقا سېلىپ، ئىشتىھاسـىغا گەپ تـوغرا كەلمەيدىغان خېرىدارلارنىڭ ئېھتىياجىنى قاندۇرۇپ، ئۇلارنى قولغا كەلتۈرمەكچى ئىدۇق.

بىزنىڭ نىشانىمىز Yahoo.

2000-يىلى 6-ئايدا، Inktomi شىركىتى بىلەن Yahoo نىڭ ئىزدەش مۇلازىمەت توختامىنىڭ ۋاقتى توشاتتى، ئۇنىڭ ئۇستىگە Yahoo شىركىتى ئۇ شىركەت بىلەن ھەمكارلىشىشنى خالىمايتتى، سىرتتىكىلەر بۇ ئىشنى تېخى بىلمەيتتى. Yahoo شىركىتى Google نىڭ ئۇلارنىڭ تورتۇراسىغا باشتىن ئاخىر ئىزدەش مۇلازىمىتى تەمىنلەشنى ئويلاۋاتاتتى، خۇددى بىز Netscape شىركىتىگە مۇلازىمەت تەمىنلىگەنگە ئوخشاش. ئەگەر ئىشلەتكۈچىلەر Yahoo نىڭ يېتەكچى بېتىدە ئىزدىگە لازىملىق مەزمۇنلارنى تاپالمىسا، Google مۇلازىمىتىنى ئىشلىتىپ ئىزدىسە بولاتتى.

نېمە ئۈچۈن ھەمكارلاشقۇچىنى ئالماشتۇرىدۇ؟ Inktomi دەرۋازا بېكەتنىڭ ئىزدەش مۇلازىمىتىنى پايدا تاپقىلى بولمايدىغان قوشۇمچە كەسىپ دەپ قارايتتى—ئۇلار دىققىتىنى مەركەزلەشتۈرۈپ چوڭ تېپتىكى كارخانىلارنىڭ ئىچكى تورىغا ئىزدەش مۇلازىمىتى تەمىنلەيتتى—شۇڭلاشقا ئۇلار Yahoo ئۈچۈن ئۆزىنىڭ ئىزدەش ئىقتىدارىنى ئاشۇرمايتتى. بۇ ئەھۋال ئەكسىچە Google غا پۇرسەت يارىتىپ بەردى، لارى بىلەن سېرگېي قاتتىق باش قاتۇرۇپ پۇل-مۇئامىلە ماددىلىرى تەرەپتە Yahoo غا ئېتىبار[14] بەرمەكچى بولدى. Yahoo بىلەن Google ئارىسىدا نۇرغۇن ئوخشاشلىقلار بار ئىدى، Yahoo بىلەن Google نى يۇرۇشتۇرۇۋاتقانلارنىڭ ھەممىسى ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدىن كەلگەن ئىدى، ئومىد كوردېستانى ئۇدى مانبېر (Udi Manber) (ياخۇنىڭ باش ئىزدەش ئىنژېنېرى) نى تونۇيتتى، Google بىلەن Yahoo نىڭ Sequoia Capital (شەمشاد كاپىتالى) دىكى ئورتاق مۇدىرىيەت ئەزاسى مايك موريتز بولۇپ، ئۇ پۈتكۈل سودىنىڭ تونۇشتۇرغۇچىسى ئىدى.

Google مۇ ئىزدەش سۇپىتى جەھەتتە غايەت زور ياخشىلاش ئېلىپ بارىدىغانلىقىغا ۋەدە بەردى. Google نىڭ تېخنىكىسى ئاللىبۇرۇن Inktomi نىڭكىدىن ئېشىپ كەتتى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئۇزلۇكسىز ئىلگىرىلەيتتى، چۈنكى Google ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئىزدەش ئېھتىياجىغا چوڭقۇر كۆڭۈل بۆلىدۇ. شۇنداقتىمۇ، Intomi قالدۇرۇپ قويغان بۇ مەززىلىك تاماقتا، Google بىردىنبىر رىقابەتچى ئەمەس.

ئۇرس: «2000-يىلىنىڭ دەسلىپىدە، تېز ئىزدەش (FAST Search and Transfer) [15]بىر مەزگىل شىددەت بىلەن تەرەققىي قىلغان بولۇپ، ئادەمنى ھەيران قالدۇراتتى. ئۇلارنىڭ غايەت زور ئىندېكسى بار بولۇپ، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئىزدەش سۇرئىتىمۇ ئىنتايىن تېز، مۇلازىمەت سۇپىتىمۇ يامان ئەمەس ئىدى. شۇغىنىسى ئۇلاردا ئىندېكسىنى ئۈزلۈكسىز يېڭىلاش جەھەتتە كەمتۈكلۈك بار ئىدى، بۇ بەلكىم ئۇلار قىلىدىغان ئىشنىڭ بەك كۆپ بولۇپ كەتكەنلىكىدىن بولغان بولۇشى مۇمكىن ئىدى. 2001-يىلى، بىز ئۆزىمىزنىڭ Inktomi نىڭ ئىزدىشىگە سېلىشتۇرغاندا روشەن ياخشىلانغانلىقىنى ھېس قىلدۇق، AltaVista ۋە تېز ئىزدەش بىلەن سېلىشتۇرغاندىمۇ ياخشى ئىدى. بىز ئەڭ ياخشى ئىزدەش موتورىغا ئىگە ئىدۇق. » دەپ ئېتىراپ قىلدى. ئۇنداقتا بىر يىل ئىلگىرى Netscape شىركىتى بىلەن ھەمكارلاشقان ۋاقتىتا Google نىڭ نسىپي سۇپىتى قانداق ئىدى؟ ئۇرس ئۇدۇللا مۇنداق دېدى: «Netscape شىركىتى ئۆزلىرىنىڭ ئىزدىشىنى بىزنىڭ مەسئۇل بولۇشىمىزغا ئۆتكۈزۈپ بەردى، بۇ قارىماققا ئىنتايىن ئەسەبىيدەك كۆرۈنىدۇ. چۈنكى ئەينى چاغدا Google تېخى ئۇنچە كۆچلۈك ئەمەس ئىدى.» ئۇ شۇنىڭغا ئىشىنەتتىكى، Netscape بىلەن Google نىڭ ھەمكارلىش سەۋەبى، «قىسمەن جەھەتتىن ئۇلار ئىزدەشنى ئانچە كۆزگە ئىلىپ كەتمەيتتى... ئۇنىڭ ئۇستىگە Google بىلەن ھەمكارلاشسا نۇرغۇن پۇل تېجىيەلەيتتى. »

دېمىسەكمۇ، ئومىد كوردېستانىنىڭ كېڭەيتىپ سېتىش جەھەتتە ئۆزىگە خاس ئامالىرى بار ئىدى. ئۇرسنىڭ ئەسلىشىچە: «ئەينى چاغدا، ئومىد Google بىلەن Alta Vista غا ‹IBM› نى كىرگۈزۈپ ئىزدىگەندە، مانا قاراڭلار، بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىمىز ياخشىراقتۇ؟ بۇ قۇۋۋ ئۇسۇل. گەرچە بىزنىڭ ئىزدەش سۇپىتىمىز ياخشى بولسىمۇ، ئەمما قاپلاش دائىرىمىز ناھايىتى ناچار ئىدى. نۇرغۇن سۇرۇشتۇرۇشلەرگە

[14] شىركەتنىڭ پېيى بازارغا سېلىنغاندا Google نىڭ نەچچە مىليون پېيىنى سېتىۋېلىش ھوقۇقى كىنىشكىسى

[15] تېز ئىزدەش مىكروسوفت 2008-يىلى سېتىۋالغان نورۋېگىيە ئىزدەش شىركىتى.

نسبەتەن بىزنىڭ بۇ جايدا توربەتنى ئىزدەپ تاپقىلى بولمايتتى، لېكىن Alta Vista ياكى Inktomi لارنىڭ ھەممىسى ئىزدىيەلەيتتى. ئامال يوق، كىشىلەرنىڭ ئارزۇسى مانا مۇشۇنداق تۆۋەن. »

Yahoo نىڭ ئەھۋالى پەقەتلا ئوخشمايتتى، ئۇلار ئىزدەش مۇتەخەسسىسى ئۇدى مانېرنى باش ئالىم قىلغان ئىدى.[16] ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «ئۇدى مانېر توختام يېزىشقا مەسئۇل ئىدى، شۇڭلاشقا ئۇ مۇھىم مەسىلىلەرگە ئىنتايىن دىققەت قىلاتتى. » پەقەت Google نىڭ مەھسۇلاتىنى ئەڭ ياخشى قىلالمىسا، ئۇدى مانېر رازى بولمايتتى، ئۇمۇ Google نىڭ ئەينى چاغدىكى ئىزدەش موتورى بۇ تەلەپكە يەتمەيدىغانلىقىنى بىلەتتى.

لارى بىلەن سېرگېي Yahoo غا كاپالەت بېرىپ، Google بىر قانچە ھەپتە ئىچىدە چوقۇم زور ياخشىلاش ئېلىپ بارىدىغانلىقى يەنى: يېڭىدىن ئىككى سانلىق مەلۇمات مەركىزى قۇرىدىغانلىقى—ئۇنىڭ ئىچىدىكى بىرسى شەرقىي دېڭىز قىرغىقىغا جايلاشقان بولۇپ، ئىندېكسلاش چاستوتىسىنى ئۆستۈرۈپ، تور بەتلەرنىڭ ئىندېكسىنى ۋاقتىدا يېڭىلاپ، ئىزدەش نەتىجىسىدە ئەخلەت مەزمۇنلارنى ئازايتىپ، كېچىكىش ۋاقتى (ئىزدەشكە كىرىش بىلەن نەتىجىگە ئېرىشىش ئارىسىدىكى ۋاقىت) نىڭ قاتتىق تەلىپىنى قانائەتلەندۈرىدىغانلىقى ھەققىدە ۋەدە بېرىدۇ. ھەر بىر ۋەدىنىڭ كەينىدە زور مىقداردا تىرىشىشتا تۇغرا كېلەتتى، ئەمما ئەگەر بىز مۇۋەپپەقىيەت قازانساق،Yahoo ئىشلەتكۈچىلىرى ئۈچۈن Google روشەن ياخشىلانغان ئىزدەش تەسىراتى ئېلىپ كېلىدۇ.

تېخىمۇ ياخشى، ئەمما ئەڭ ياخشىسى ئەمەس. ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «ئەگەر سەن باشقا شىركەت بىلەن ھەمكارلىشىپ بىر ئىشنى تاماملىغان بولساڭ ھەمدە ئۆزۈڭنىڭ مال-مۈلكى بولسا، ئۇنداقتا ئەڭ مۇھىمى ھەمكارلاشقاندىن كېيىن ئازراق يېڭىلىق يارىتىشقا كاپالەتلىك قىلىشىڭ، بىزنىڭ ئېرىشىمەكچى بولغىنىمىز پەقەت ‹Google قوللىغان Yahoo ئىزدەش› تەك ئۇنداق ئاددىي ئەمەس، بۇ پۈرسەتتىن پايدىلىنىپ Google نىڭ داڭقىنى چىقىرىش، مانا بۇ سودا كېلىشىمنىڭ چەكلىمىسىگە ئۇچرىمايدىغان Google ئىزدەش. »

Google نىڭ ئىشتىھاسى بەك چوڭ بولۇپ كەتتىمۇ قانداق؟ Google نىڭ تور ئېقىمىنى Yahoo بىلەن سېلىشتۇرغاندا خۇددى «مولالا يوق يەردە موللىمەن» دېگەنىدەكلا ئىش [17]، ئەگەر Inktomi يەنە Yahoo نىڭ سۈرۈشتۇرۇشىگە جاۋاب قايتۇرمىسا، Google ھەر بىر سۈرۈشتۇرۇشكە تېز سۈرئەتتە، دەل ئىنكاس قايتۇرۇشى لازىم. بىزنىڭ ئەينى چاغدىكى بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىمىزغا نىسبەتەن ئېيتقاندا، گۈل سۈغۇرىدىغان سۇ تۇرۇبىسىنى ئوتتىن مۇداپىئەلىنىدىغان جۇمەككە ئۇلاپ قويغاندەكلا ئىش.

ئۇرس ماڭا: «بۇ ئىشنى ئېلىپ بېرىش ئۈچۈن زور كۆلەملىك قۇرۇلۇش قىلىشقا تۇغرا كېلىدۇ، شۇڭلاشقا زور مىقداردا مۇلازىمېتىرىمىز بولۇشى كېرەك.» توغرىسىنى ئېيتقاندا 5000، ھەر بىرىنىڭ سەپلىمىسى چوقۇم ئىنتايىن ياخشى بولۇشى كېرەك. بۇ مۇلازىمېتىرلارنى جايلاشتۇرىدىغان يېڭى سانلىق مەلۇمات مەركىزى تېخى ئەمەلىيلەشمىدى. بىز يەنە يېڭى تور سىستېمىسى تەتقىق قىلىپ، شۇ ئارقىلىق سۈرۈشتۇرۇشنىڭ ئوڭۇشلۇق بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىشىمىز كېرەك، مەيلى كومپيۇتېر نەگە قويۇلسۇن، قايتۇرغان سۈرۈشتۇرۇش نەتىجىسىنىڭ ھەممىسى پۈتۈنلەي ئوخشاش بولۇشى كېرەك.

Google نىڭ يۈرۈشتۇرۇش قوشۇنى[18] بىلەن ھۆددىگە ئالغان سودىگەر[19] بىرلىكتە گېرالد ئەيگنېر

---

[16] 2006-يىلىنىڭ بېشىدا، مانېر Google شىركىتىنىڭ قۇرۇلۇش بۆلۈمىگە مەسئۇل مۇئاۋىن لىدىر بولماقچى بولىدۇ.

[17] 2000-يىلى 4-ئايدا، Yahoo نىڭ 48 مىليون 600 مىڭ بىردىنبىر زىيارەتچىسى بار ئىدى، شۇ ئايدىكى تاراتقۇلار قاتارىدا ئىككىنچى ئورۇنغا تىزىلىپ، America Online (ئامېرىكا لىنىيەسى) نىڭ مۇلازىمىتىدىن كېيىنلا تۇراتتى. لېكىن Google نىڭ بىردىنبىر زىيارەتچى سانى ئەمدىلا 3 مىليوندىن ئاشقان بولۇپ، 100 نىڭ ئارقىسىغا تىزىلاتتى.

[18] كېنىس كلېنېر، شاۋن سىمپسون، فرانك كېۋساك،مارك فېلتون، گابې ئوستېرلەند ۋە دەيۋ مەككاي جىم رېس، لارى سۇممېر ۋە كىرىستوفېر بوچنىڭ يارىمى بىلەن گېرالد ئەيگنېردىن سۆھبەتلىشىش سېتىۋېلىش لايىھەسىنى ئۆگەندى.

تەمىنلىگەن زاپچاسلارنى قوراشتۇرۇپ، چارلىنىڭ قەھۋەخانىسىدا بازارچىلىق بۆلۈمى ئارىسىدا «شەپەرەڭ ئۆڭكۈرى» دىن بىرنى قۇردى، نۇرغۇن كىشىلەر ئۇ يەردە مۇكچىيىپ ئالدىراش يۇرۇشتۇرۇش بۆلۈمىدىكى خىزمەتچىلەر مۇلازىمېتىرنى سىناپ، ئاندىن شەرقىي دېڭىز قىرغىقىغا توشۇيتتى. كومپيۇتېر بىلەن لىق تولغان جاھازلار ھەم يوغان ھەم ئېغىر ئىدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئانچە پۇختا ئەمەس ئىدى. Google ئەسلىدە قارا ماشىنا ئىجارىگە ئالماقچى بولۇپ، بۇ كومپيۇتېر جاھازلىرىنى ئۆزلىرىنىڭ خىزمەتچىلىرى توشۇماقچى بولغان ئىدى. يۆتكەش جەريانىدا، بىر كومپيۇتېر جاھازىسى ئۆرۈلۈپ كېتىپ، بىر تېخنىك خادىمنى يارىلاندۇرۇپ قويغىلى تاس قالدى، شۇنىڭدىن كېيىن شىركەت پۇل خەجلەپ، مەخسۇس توشۇش ئىشچىلىرىنى تېپىپ شۇلار ئۈسكۈنىلەرنى توشۇيدىغان بولدى. ئەمما، يۇرۇشتۇرۇش بۆلۈمىدىكى بۇرادەرلەر يەنىلا قىممىتى نەچچە يۈز مىليون ئامېرىكا دوللىرىلىق تاسادىپىي ساقلىغۇچنى ئۆزىنىڭ ماشىنىسىغا قويۇپ، ئۆزى ماشىنا ھەيدەپ توشۇدى.

بارلىق كومپيۇتېر جاھازلىرى جايلاشتۇرۇلۇپ تەييار بولسىلا، كېچىلەپ ئامېرىكىنىڭ يەنە بىر چېتىگە توشۇلاتتى.

كىرىستوفېر بوچ بىر يۇك ماشىنىسىنى ئىجارە ئېلىپ، توختىماستىن ۋىرگىنىيە ئىشتاتىدىكى يېڭى سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە قاتنايتتى. يول بويى يۇقىرى سۈرئەتلىك تاشيولدا ماڭاتتى، پەقەت شوپۇر ئالمىشىدىغان ۋاقىتتىلا يۇقىرى سۈرئەتلىك تاشيولدىن چۈشەتتى، نىشانغا يېتىپ بارغاندىن كېيىن، بۇ كومپيۇتېر جاھازلىرى دەرھال ماشىنىدىن چۈشۈرۈلۈپ، بىۋاسىتە يېڭى مۇلازىمېتىر مەيدانغا توشۇلاتتى.

ئۇزۇن ۋەزىپە تىزىمىدا، مۇلازىمېتىرنىڭ بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىنى ئۆستۈرۈش پەقەت بىرلا تۈر ئىدى، مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا ئەڭ ئاسان بىر تۈر ئىدى، گەرچە تېز سۈرئەتتە ھېسابلاش ئىقتىدارىنى ئۆستۈرۈش بەك جىددىي بولسىمۇ، ئەمما پەقەت قاتتىق دېتال ئۈسكۈنىلىرى بولسىلا، نىشان ۋەزىپىسىنى ئېنىق بەلگىلىگىلى بولاتتى، چۈنكى تەرتىپى مەلۇملۇق ئىدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە قايسى باسقۇچقا كەلگەنلىك ئەھۋالىنى ئوپ-ئوچۇق بىلگىلى بولاتتى. شۇڭىنسى مەسىلە شۇكى، Yahoo بىلەن ھەمكارلىشىش ئىشى بولمىغان تەقدىردىمۇ، قاتتىق دېتال كۆپەيتىش ئارقىلىق بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىنى ئاشۇرۇش ئامالى Google نىڭ مەسىلىسىنى ھەل قىلالمايتتى.

جىق دىئاننىڭ ئېيتىشچە: «ئۇزاق ۋاقىتتىن بۇيان، بىزنىڭ تور ئېقىمىمىز ھەر ھەپتىدە 8% ئېشىۋاتاتتى. مەيلى قايسى ۋاقىتتا بولسۇن، پەقەت مۇشۇ ئېشىش نىسبىتى بولسىلا، توختىماستىن يۈمشاق دېتالنى ياخشىلاش كېرەك ئىدى، چۈنكى قاتتىق دېتالنىڭ ئىجرا بولۇش سۈرئىتى ھەمىشە ئانچە تېز ئەمەس ئىدى. قاتتىق دېتالغا مەسئۇل خىزمەتچىلەر پۈتۈن كۈچى بىلەن ئىشلىگەن تەقدىردە، ئەگەر ھەر ھەپتە پەقەت 4% كومپيۇتېرنى كۆپەيتەلەيدۇ، ئەمما تور ئېقىمى 8% ئاشىدۇ، ئۇنداق بولغاندا ئەلۋەتتە بولمايدۇ، شۇڭلاشقا ئۆزىمىزنىڭ مۇلازىمەت سىستېمىسىنى توختىماي ئۆزلۈكسىز ياخشىلىشىمىز شۇنىڭ بىلەن بىللە ئورنىغا ئىشلىتىدىغان لايىھەنى ئىزدەپ، تېخىمۇ يۇقىرى ئېقىم مىقدارىنى ئىشقا ئاشۇرۇش كېرەك. » بۇ خىل يۈمشاق دېتالنى لايىھەلەشكە يېڭىلىق يارىتىش ئىقتىدارى، ھەمدە لايىھەلەش ئىدىيەسى جەھەتتە يۈرەكلىك بۆسۈپ چىقىش روھى بولۇشى كېرەك، بۇنداق نەرسىلەرنى مۇلازىمېتىر قوراشتۇرغاندەك كۈنتەرتىپىنى ئالدىن ئورۇنلاشتۇرۇپ قويغىلى بولمايدۇ.

ئۇرسنىڭ دېيىشچە: «ئەمەلىيەتتە، بۇ بىز ئۇچۇن ياخشى ئىش. » ئۇنىڭ قارىشىچە توختامىدا بەلگىلەنگەن مەسئۇلىيەتكە ئاساسلانغاندا، بىز توختىماي ئۆزلۈكسىز ھالدا ئىندېكسلاشنى يېڭىلاپ، ئىزدەشكە كەتكەن ۋاقىتنى يېتەرلىك دەرىجىدە قىسقارتىشقا كاپالەتلىك قىلمىز، بۇ ھال Google نىڭ چوقۇم ئۆزىنىڭ ئىلگىرىلىشىنى يېقىندىن كۆزىتىپ تۇرۇشقا مەجبۇرلايدۇ، شۇنىڭ بىلەن Google نى «تېخىمۇ پىشقان

[19] Rackable Systems (مۇلازىمېتىر ۋە ساقلاش تېخنىكا شىركىتى) Google بىلەن بولغان ھەمكارلىقتا تەرەققىياتى ناھايىتى تېز بولۇپ، 2005-يىللا پاي چېكى بازارغا سېلىنغان. 2009-يىلى، ئامېرىكا SGI شىركىتىنىڭ قېپقالغان قىسمىنمۇ سېتىۋالدۇ، ھازىر Google شىركىتىنىڭ تۇرۇشلۇق ئورنى ئىلگىرىكى SGI شىركىتىنىڭ باش ئىشتابى ئىدى.

شركەت» كە ئايلاندۇرىدۇ، «بىز ئىزچىل ھالدا تېخنىۋ تېز قىلىشقا ئېھتىياجلىق، ئەمما توختامدا ھەر سائەتتە ئەڭ يۇقىرى كېچىكتۈرۈش ۋاقتى (ھەر قانداق بىر سائەتتە ئىزدەش نەتىجىسىنى قايتۇرۇشنىڭ ئوتتۇرىچە ۋاقتى) نىڭ قانچىلىك ئىكەنلىكى بەلگىلەنگەن. سىز چوقۇم كېچىكتۈرۈشنى دەل ئۆلچىشىڭىز كېرەك. مىقدارلاشتۇرۇش ئەمەلگە ئاشىسىلا، نىشانىنى تېخنىۋ ياخشى بەلگىلىگىلى بولىدۇ، ئاندىن «بىز كېيىنكى ئايدا كېچىكتۈرۈشنى 10% قىسقارتالامدۇق يوق؟» بۇنداق بولغاندا، نۇرغۇن ئىشلارنى مۇشۇ ئىشتىن قول سىلىپ قىلالايمىز. »

ئاخىرقى قۇرۇت

ئىزدەش سۇرئىتى ۋە بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىدىن سىرت، Google يەنە Yahoo غا ئىزدەش نەتىجىسىنى ۋاقتىدا يېڭىلاشقا كاپالەت بەرگەن. بۇ ۋەدە قارىماققا ئانچە تەس ئەمەستەك قىلغىنى بىلەن، 2000-يىلى 3-ئايدا، Google نىڭ قۇرۇتى پالەچ ھالەتكە چۈشۈپ قالدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئىجرا قىلغىلى بولمىغىلى تاس قالدى. Googlebot يۈمشاق دېتالى دەلدەڭشىپ مېڭىپ تور ئادرېسلىرىنى ئىزدەپ، ئاقساپ مېڭىپ ئاخىرى توختاپ قالدى. ئىنژېنېرلار سىستېمىنى قايتا قوزغاتقان بولسىمۇ ئەمما ھېچنېمىگە پايدىسى بولمىدى. قايتا سىنىغان بولسىمۇ، نەتىجىسى ئوخشاش بولدى. 4 ئايدىن بۇيان، Google ئىزچىل بىرمۇ يېڭى ئىندېكسىنى قۇرالمىدى. گەرچە مەن بۇ تاسادىپىيلىقنى ھېچكىمگە دېمىگەن بولسامۇ، بۇ ۋاقىت مېنىڭ Google غا خىزمەتكە چۈشكەن ۋاقتىم بىلەن ئاساسەن ئوخشاش ئىدى.

بىر ئىندېكسنى قۇرۇشتا، نۆۋەتتە بار بولغان تور بېكەتلەردىكى ئۇچۇرلارنى بىر قانچە ھەپتە ئىزدەپ، ئىزدىگەن ئۇچۇرلارنى تور بەت ئادرېس مۇندەرىجىسىدىكى سانلىق مەلۇماتلارغا توپلاپ كىرگۈزىدۇ، بۇ ئۇچۇر ۋە سانلىق مەلۇماتلار ئىشلەتكۈچى ئىزدىگەندە ئىزدەش نەتىجىسى سۈپىتىدە تەرتىپ بويىچە نامايەن بولىدۇ. زور كۆپچىلىك ئىشلەتكۈچى ئۇلار ئىزدەيدىغان تۇرنى كىرگۈزگەندە، كۆرۈنگەن نەتىجە ئۇلار Enter كۇنۇپكىسىنى باسقان ۋاقتىتىكى تورتۇرانىڭ ھالىتى دەپ قارايدۇ، شۇڭلاشقا ئۇلار ئەڭ يېڭى خەۋەر ۋە ئۇچۇرنى كۆرەلمىگەندە گاڭگىراپ قالىدۇ، بەزىدە ھەتتا ئاچچىقلىنىشى مۇمكىن. ئەگەر ئىندېكس بىر ئايغىچە يېڭىلانمىغان بولسا، ئۇنداقتا ۋاقتى ئۆتكەن بولىدۇ، ئىشلەتكۈچى تېخنىۋ نارازى بولىدۇ. Google نىڭ ئىندېكسىنىڭ ۋاقتى ئۆتۈپلا قالماي بەلكى كۆكرىپ كەتتى. قۇرۇتنى ئىشلەتكىلى بولمىسا، Google ئامالسىز Yahoo بىلەن تۇزىگەن توختامغا خلاپلىق قىلىدۇ، تېخنىۋ مۇھىم بولغىنى، Google باش بېتىنىڭمۇ بارغانسېرى كېرىكى بولمايدۇ.

ئۇ قۇرۇتنى تىلغا ئالغاندا، جىن دىئان ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئۇ مەن Google غا قوشۇلۇشتىن ئىلگىرى يازغان ‹بىر دۆۋە قالايمىقان قوليازما پىروگراممىسى› ئىدى، ئۇنىڭ كومپيۇتېر خاتالىقىنى تۇزىتىش ئىقتىدارى ھەقىقەتەن ئانچە كۈچلۈك ئەمەس ئىدى. شۇڭلاشقا، ئەگەر بىر كومپيۇتېردا قۇرۇت ئىجرا قىلىنىش جەريانىدا چاتاق چىقسا، ھەممە ئىش بىكارغا كېتەتتى. مۇشۇنداق بولغاندا، بۇرۇن قىلغان ئىشنى يوققا چىقىرىپ، قايتا باشلىشىمىزغا توغرا كېلەتتى. شۇڭلاشقا، ئەگەر 10 كۈن ئەتراپىدا ئۆمىلەپ ئۇچۇر يىغقاندىن كېيىن، كومپيۇتېر سىستېمىسىدا كاشىلا كۆرۈلسە، بۇ ئاستە ۋاز كېچىشكە مەجبۇر بولۇپ، ئاندىن قايتا باشلايتتى. بۇ ئىنتايىن ئازاپلىق ئىش ئىدى. » خۇددى جىن ئۆزى ئېيتقاندەك، بىردىنبىر زاپاس پىلان «ئاپلا، چاتاق. قايتا كېلەيلى».

ئەڭ ئەپسۇسلىنارلىقى، ئىندېكس قانچە كۆپەيگەنسېرى، ئىجرا قىلىدىغان كومپيۇتېرنىڭ سانمۇ شۇنچە ئاشاتتى، ئىجرا قىلىدىغان كومپيۇتېر قانچە كۆپەيگەنسېرى، ئۇنىڭ ئېچىدىكى بىر ئىككى كومپيۇتېردا كاشىلا

چىقىش ئېھتىماللىقى شۇنچە يۇقىرى بولاتتى[20]. Google سېتىۋالغان قاتتىق دېتاللار كاشىلا كۆرۈلمەي تۇرۇپلا ئاگاھلاندۇرۇش ئۇچۇرى كۆرسەتمىگەچكە، ئەھۋال تېخىمۇ ئېغىر ئىدى.

جىننىڭ دېيىشچە: «كومپيۇتېرىمىزنىڭ تاق-جۈپلۈكنى تەكشۈرۈش ئىقتىدارى يوق.» تاق-جۈپلۈكنى تەكشۈرۈپ خاتالىقنى ئېنىقلىيالايدۇ، كومپيۇتېر ساقلاش جەريانىدا تاسادىپىي خانە سانى خاتالىقى كۆرۈلگەندە ئەسكەرتىش بېرىدۇ. «تاق-جۈپلۈكنى تەكشۈرۈش ئىقتىدارى بار ساقلىغۇچ ئالىي دەرىجىلىك مۇلازىمېتىرلارغا ئىشلىتىلىدۇ، ئادەتتىكى ساقلىغۇچلارنىڭ تاق-جۈپلۈكنى تەكشۈرۈش ئىقتىدارى بولمايدۇ. مەسىلە شۇكى، ئەگەر نۇرغۇن سانلىق مەلۇماتنىڭ بولسا، «تەرتىپىنى تىزىش» بۇيرۇقى بەرسىڭىز، ئاساسەن تەرتىپى بار نەتىجىگە يېتەلەيدۇ. ئەمما سىز قايتا سانلىق مەلۇماتنى تەرتىپلەشنى تەلەپ قىلغاندا، تەرتىپلەش ئۇسۇلى ئانچە ئوخشىمايدۇ.» بۇنداق بولغاندا، Google نىڭ ئىنژېنېرلىرى سانلىق مەلۇمات قۇرۇلمىسىنى لايىھەلىگەندە، بېن گومېس (Ben Gomes) ئېيتقاندەك «دۇشمەن ساقلىغۇچ (adversarial memory)» قا يۇزلەنمەي ئامال يوق.

بېن گومېس ماڭا مۇنداق دېدى: «بىر مەزگىل، بۇنداق مەسىلەرنىڭ ھەممىسىگە يولۇقتۇم، چۈنكى كومپيۇتېرلارنىڭ سۈپىتى بەك ناچار ئىدى. ئەينى ۋاقىتتا مەن بۇ پىروگراممىلىرىنى ئوقۇش پۈتتۈرگەندىن كېيىنكى تۇنجى يولۇقتۇرغان چوڭ تۇرنى يېزىۋاتاتتىم، ئەمما ئىزچىل نورمال ئىجرا قىلىشقا ئامال قىلالمايۋاتاتتىم. مەن ئەينى چاغدا ئۆزەم ھۆرمەتلەيدىغان كىشىلەر بىلەن مۇشۇ ئۆيدە بىللە ئولتۇراتتۇق، ئۇلار جىق ۋە سانجاي گېماۋات، يەنە ئۇرس بار ئىدى. ئەينى ۋاقىتتا جىق مۇنداق دېدى: ‹بۇ ئىقتىدارلارنىڭ زور كۆپچىلىكى يەنىلا نورمال ئىجرا قىلىنىۋاتىدۇ، ئەمما تور بەتنى تەرتىپلەش پروگراممىسى ئىزچىل پالەچ ھالەتتە›، مەن ئاڭلىغاندىن كېيىن كامارىدىن بىرنى تېپىپ كىرىپ كەتكۈدەك بولۇپ كەتتىم. شۇنىڭدىن كېيىنكى ئۇدا بىر قانچە كېچە، پىروگراممىنىڭ پالەچ بولۇپ قېلىشىنىڭ سەۋەبىنى تاپىمەن دەپ پەقەت ئۇخلىمىدىم، مەسىلە ئاخىرى تېپىلدى، بىر پارامېتىرنى ئىلگىرى 0 گە تەڭشىگەن ئىكەنمەن، كېيىن تەكشۈرگەندە 4 ئىكەنلىكىنى بايقىدىم.

ئەينى ۋاقىتتا ‹بۇ مېنىڭ خاتالىقىم ئەمەس› دەپ ئويلىدىم. مەسىلىنى تاپقاندىن كېيىن، كۆپ يېنىكلەپ قالغاندەك ھېس قىلدىم.

2000-يىلى 3-ئايدا، بىر يېڭى قۇرۇت ئاخىرى دېڭگوسلاپ ئاخىرقى نۇقتىغا قاراپ ئۆملىدى، بېن گومېسنىڭ سۆزى بويىچە ئېيتقاندا، ھەقىقەتەن «ئۆلگۈدەك جاپا تارتىپ». » 3-ئايدىكى تور بەت ئىندېكسى كونا قۇرۇتنىڭ ئەڭ ئاخىرقى ئىجرا قىلىنىش نەتىجىسى ئىدى، شۇغىنسى ئىچىدىكى مەسىلەر ھەقىقەتەن بەك كۆپ ئىدى، بۇ ئىندېكسىنى چىقىرىۋېتىش مۇمكىن ئەمەس ئىدى. » بىز ئىچكى قىسمىدا ئۇنى «MarIndex» (داغ ئىندېكس) دەپ ئاتايتتۇق، بۇ قوش مەنىلىك سۆز بولۇپ، ھەم ئىندېكس قۇرۇلغان ئاي (March) مارتنى، شۇنىڭ بىلەن بىللە يەنە ئىندېكس مەزمۇنىنىڭ ناچارلىقىنى بىلدۈرەتتى. لارى بىلەن سېرگېي شىركەتنىڭ جىددىي ھالەتكە كىرگەنلىكىنى جاكارلاپ، قۇماندانلىق ئىشتاب قۇردى. بۇندىن كېيىن ھەر قېتىم شىركەتنىڭ ھايات-ماماتىغا مۇناسىۋەتلىك چوڭ ئىش يۈز بەرسە، ئۇلار ئەندىزە بويىچە ئىش قىلاتتى. جىق دىئان، سانجاي گېماۋات، گرائىگ سىلۋېرستېين، بوگدان كوكوسىل ۋە جورج خارىك كومپيۇتېرلىرىنى سېرىق رەڭلىك يىغىن زالىغا يۆتكەپ كىرىپ، قاتتىق ئويلىنىپ بۇ مەسىلىنى ھەل قىلاتتى. 4-ئاينىڭ دەسلىپىدە، ئۇلار ئىندېكسنى ئوڭشاپ مۇلازىمېتىرغا يوللايدىغان ھالەتتە كەلتۈردى، شۇغىنسى ئۇ قۇرۇتتا يەنىلا كەمتۈكلۈك بولۇپ، پەقەت دېڭگوسلاپ ئۆملەيتتى.

ئۇ كونا قۇرۇت بىلەن Yahoo نى بىر تەرەپ قىلغىلى بولمايتتى.

[20] 5000 كومپيۇتېرنىڭ ئۇدا 24 سائەت ئىشلىگەندىكى ھېسابلاش ئىقتىدارى بىر كومپيۇتېرنىڭ 14 يىللىق ھېسابلاش ئىقتىدارىغا تەڭ. بۇنچە ئېغىر ھېسابلاش جەريانىدا بىر ياكى بىر قانچە كومپيۇتېردىن كاشىلا چىقىش ئېھتىماللىقى نىسبەتەن يۇقىرى.

1 مليارد‌لىق نىشان

ئۇرس دەسلىپىدىلا، Google تېخنىۋى يۇقىرى ئۆرلەشتە، چوقۇم ئىلگىرى ئۆتكۈزگەن خاتالىقلىرىنى تۈزىتىشى بولۇپمۇ ئاساسىي سىستېمىدا ئاران يۈرۈشۈۋاتقان ئاساسىي كودنى ياخشىلاش كېرەكلىكىنى تونۇپ يەتكەن.

ئۇرس شىركەتكە كىرگەن تۇنجى كۈنى، Google نىڭ ھايات-ماماتىغا مۇناسىۋەتلىك بولغان بىر قانچە قېتىملىق ئوتنى دەرھال ئۆچۈرگەن. كېيىن ئۇنىڭ دېيىشچە: «بىز بىر قىسىم مەسىلىلەرنى ھەل قىلدۇق، ئەمما بىز راستلا باشتىن باشلاپ قىلىشىمىز كېرەك. » بۇ ئىشنى قىلىشتا ناھايىتى زور خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىمىز، چۈنكى تامامەن بۇزۇلۇپ كەتمىگەن نەرسىنى ئۆڭشاشقا مەنبە لازىم بولىدۇ، لېكىن ئەينى ۋاقىتتا بۇ مەنبە ئىنتايىن قىس ئىدى. زور كۆپچىلىك شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى بۇ خىل مۇرەككەپ ئىشنى ئارقىغا سۆرەپ، ئەڭ ئاخىرىدا بىر ياقتا تاشلاپ قويياتتى.

ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «ئەينى چاغدا مەسىلە ئۇنچە جىددىي ئەھۋالغا كېلىپ قالمىغان، شىركەت تورتۇراسىمۇ بۇ مەسىلىلەر تۈپەيلىدىن توختاپ قالمىغان، پەقەتلا ھاسىلات ئۇنۇمى مەسىلىسى ئىدى. ئەگەر ھەم كونا ھەم قالايمىقان مۇھىتتا ئۆزۈن مۇددەت ياشىسىڭىز، ئىش قىلىش ئۇنۇمىڭىز تۆۋەنلەپ كېتىدۇ. «1999-يىلى كۈزدە، ئۇ Google «ئىككى » (Google Two) نىڭ ئاساس كودىنى تەتقىق قىلىش تۈرىنى قوللىغان. بۇنىدىن كېيىنكى ييڭى سىستېما Google «ئىككى» دە ئىجرا قىلىنىدۇ، ئەسلىدىكى ئاساسىي كودنى ئىشلىتىش تەدرىجىي توختىتىلىدۇ. جىق ۋە كرائىگ بۇنىڭ ئۈچۈن تىرىشۋاتاتتى، ئەمما ييڭى ئاساسىي قۇرۇلما پىروگراممىسىنىڭ كودىنى ييزىشقا ۋاقىت لازىم ئىدى، ئەمما ۋاقىت ئىنتايىن قىس ۋە جىددىي ئىدى، Google ئىنژېنېرلىرىغا نىسبەتەنمۇ شۇنداق ئىدى.

ئۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە ئايدا، ئۇزلۇكسىز ئېشىۋاتقان تور ئېقىمى ھەر ۋاقىت ھەر زامان شىركەتنىڭ بېسىمىنى ئاشۇرۇۋاتاتتى. ئۇرسنىڭ ئويلىمىغان يېرىدىن، ئۇلار ستانفور ئۇنىۋېرسىتېتىدا ئوقۇۋاتقاندا يازغان پىروگراما كودىدىن مەسىلە چىقتى.

شىركەتنىڭ يىللىق قار تېيىلىش ساياھىتى مەزگىلىدە، كرائىگ سكۇاۋ جىلغىسى (Squaw Valley) مەنزىرە رايونىدا، پۇرقىراپ ھور چىقىۋاتقان كۆلچەكتە ئولتۇرۇپ، جىق بىلەن بىللە Google «ئىككى» ئۇچۇن يېپىيېڭى قۇرۇت ۋە ئىندېكسلاش پىروگراممىسى ييزىش تەكلىپىنى بەردى. ئۇ چاغدا «داغ ئىندېكس» نىڭ ئۆزۈل-كېسىل يېمىرىلىشىغا يەنە ئىككى ئاي ۋاقىت قالغان چاغ ئىدى. كرائىگ ئوتتۇرىغا قويغان ئۇسۇل ئەسلى پىروگراممىنى بىرمۇ-بىر ئالماشتۇرۇشتىن تېخنىۋى بىخەتەر ئىدى، جىغمۇ بۇ نۇقتىنى كۆرۈپ يەتكەن ئىدى. «داغ ئىندېكس» بۇ تۈرنى توساتتىن جىددىي ھالەتتە كەلتۈرۈپ قويدى. كرائىگ، جىق يەنە سانجاي، بېن گومېس تۆتەيلەن بىرلىكتە Google نىڭ بىر پۈتى گۆرگە ساڭگىلىغان يۈرىكىنى ئېلىپ، يۇقىرى ئۇنۇملۇك ھېسابلاش ئۇسۇلى قوللىنىلغان ييڭى تېپتىكى يۈرەككە ئالماشتۇردى.

بۇ قوشۇن ئەينى ۋاقىتتا Yahoo نىڭ قاتناشقانلىقىنى بىلمەيتتى، ئومۇمىي يېپىدىكى قارماقنى چىشلىمەكچى بولۇشقا تەييارلىنىۋاتاتتى. ئەلۋەتتە ئۇلار ئومۇمىي 5-ئايدا توختام تۈزگەن ۋاقىتتا، ئۇلارنىڭ ھەممە ئىشنى تاماملاشقا قالدۇرغان ۋاقتىنىڭ بىر ئايلا قالغانلىقىنىمۇ بىلمەيتتى. ييڭى سىستېما چوقۇم تور ئېقىمى Google نىڭ ئىلگىرىكى ئەڭ يۇقىرى يۈكىنىڭ 3 ھەسسىسىگە تەڭ شارائىتتا، پۈتۈنلەي ئىشەنچلىك، مۇقىم ئىجرا بولۇشى كېرەك ئىدى. ئۇلار سۈرۈشتۈرۈشنى نۇرغۇن سانلىق مەلۇمات مەركىزىدىكى نەچچە مىڭ

مۇلازىمېتىرغا تەقسىملەپ، ئاندىن كومپيۇتېرنىڭ بوش ۋاقتىنىڭ ئەھۋالىنى ھېسابلاپ، تور ئېقىمىنى ئۆزلۈكىدىن تەڭپۇڭلاشتۇرۇشى كېرەك ئىدى. ئىنژېنېرلار سىستېمىنى سىناش جەريانىدا Google مۇلازىمېتىرىنى تاقاشقا، Yahoo بىلەن ھەمكارلىشىش مەزگىلىدە Yahoo دىن كەلگەن ھەر قانداق بىر سۈرۈشتۇرۇشنى چۈشۈرۈپ قويۇشقا بولمايتتى. Google خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىشنى ياقتۇراتتى، ئەمما ئەقىللىق ھەم ئىستېداتلىق ئىنژېنېرلارنىڭ قارىشىچە: بۇ پۈتكۈل شىركەتنىڭ يىمىرىلىش گىردابىغا بېرىپ قېلىشىدىن دېرەك بېرەتتى. بۇنچە كۆپ ئۇسۇلنىڭ بىرسىمۇ كېرەككە كەلمىدى. ئۇرس ئەينى ۋاقتتىكى ۋەزىيەت ۋە قوشۇننىڭ ئىقتىدارىنى تەھلىل قىلىپ مۆلچەرلەپ، ئۇلار تېخىمۇ چوڭ خىرىسقا دۇچ كېلىدىغانلىقىنى تونۇپ يەتتى.

2000-يىلى يىل بېشىدا، ئىزدەش ساھەسىدىكى چوڭ ئاق كىت 1 مىليارد تور ئادرېسىغا ئىندېكس قۇراتتى. ئىلگىرى تېخى ھېچكىم بۇنداق چوڭ غەلىتە مەخلۇقنى تەمە قىلىپ باقمىغان، ئەمما ئۇرس Google نىڭ پارقىراپ تۇرغان يېڭى قۇرۇتى ئارقىلىق بۇ ۋەھشىي مەخلۇقنى تۇتماقچى بولدى. گەرچە ئىندېكستا پەقەت يېرىمدەك تور بەت تولۇق تۇپلاپ كىرگۈزۈلسە (قۇرۇت بەت تۇتۇشلۇق تور ئادرېسىنلا تونۇماستىن بەلكى بەتتىكى ھەممە مەزمۇننى تەكشۈرىدىغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ) مۇ، ئەمما بۇ Inktomi نى خۇنۇكلەشتۈرۈشكە يېتەرلىك ئىدى، ئۇلار 110 مىليون تور بەتنىڭ مەزمۇننى تۇتۇشنى ئىشقا ئاشۇرغانلىقىنى جاكارلىغان ئىدى. Yahoo بىلەن بولغان بۇ سودىغا نىسبەتەن ئېيتقاندا، 1 مىليارد تور بەتنى ئىندېكسلاشنىڭ زۆرۈرىيىتى يوق ئىدى، ئەمما مەزمۇن تۇتۇش قوشۇنىغا نىسبەتەن ئېيتقاندا «1 مىليارد» لىق ئىندېكسىنىڭ ئادەتتىن تاشقىرى مەنىسى بار ئىدى. بۇنداق بولغاندا Google ئەڭ مۇنەۋۋەر، ئەڭ ئىستىقباللىق ئىزدەش تېخنىكىسى جەھەتتە، دۇنيادا مۇنازىرە تەلەپ قىلمايدىغان باشلامچىغا ئايلىناتتى.

ئۇرسنىڭ قارىشىچە: «ئىزدەش جەھەتتە، بىزنىڭ ئويلىنىدىغىنىمىز، قانداق قىلىپ يېڭى سىستېمىنى نۆۋەتتىكى سىستېما بىلەن تولۇق سىلىشتۇرغاندا، قارىماققا ئۇنىڭ ھېچنېمىگە ئەرزىمەيدىغانلىقىنى بىلدۈرۈش. مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئەڭ ياخشى ئېنىقلىمىسى يېڭى سىستېمىدىن بىرنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى «ۋاھ، ھەقىقەتەن ئادەمنىڭ ئىشەنگۈسى كەلمەيدۇ، ئاشۇ كونا سىستېمىغا شۇنچە ئۇزۇن ۋاقىت چىداپتىمىز، چۈنكى يېڭى سىستېما بىلەن سىلىشتۇرغاندا، كونا سىستېما ھەقىقەتەن ھەم كونا ھەم ئارقىدا قالغان. »

بېن گومېس ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئۇرس دەسلەپتە 1 مىليارد دەرىجىسىدىكى ئىندېكسىمىز بولىدۇ دېگەن ۋاقىتتا، ئۇنى جۆيلۈۋاتىدۇ دەپ ھېس قىلغان ئىدىم. » بېن گومېس Google نىڭ ئىندېكس كۆلىمىنى ئۇ سانغا يەتكۈزۈش ئۈچۈن، ئەينى چاغدىكى ھەل قىلىش ئۇسۇلىغا ئازراق ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈپ ھەل قىلىشلا كۈپايە قىلمايدىغانلىقىنى بىلەتتى. ئۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «مېنىڭ مەسلىھەتچىم ‹سان دەرىجىسىدىكى ئۆسۈش سۈپىتە جەھەتتىن ئۆسۈش بولۇپ، سان جەھەتتىن ئۆسۈش ئەمەس› دېگەن ئىدى. سىلەر سان جەھەتتىن ئۆستۈرگەندە، سۈپىتە جەھەتتىن ئۆزگىرىش يۈز بېرىدۇ، ئۇنىڭدىن كېلىپ چىققان مەسىلە تامامەن ئوخشاش بولمايدۇ، ئۇنىڭغا قوللىنىدىغان ھەل قىلىش لايىھەسىمۇ پەقەتلا ئوخشمايدۇ. بۇ ئۇزلۇكسىز جەريان ئەمەس. »

يۇقىرى-تۆۋەنلىكىنى ئايرىغىلى بولمايدىغان ھەل قىلغىلى بولمايدىغان ئىككى مەسىلىگە قارىتا، بىرىنچى، Yahoo نىڭ تەلىپىنى قاندۇرۇش، ئىككىنچى، دۇنيادىكى 1 مىليارد دەرىجىسىدىكى تور بەت ئىندېكسىنى قۇرۇش، لارى بىلەن سېرگېي قوشلاپ دو تىكمەكچى بولدى. Google ئىككى ئىشنىڭ ھەممىسىنى قىلىدىغانلىقىنى قارار قىلدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە تەڭلا ئېلىپ بېرىلىدۇ. Google 7-ئاينىڭ 3-كۈنى دۇشەنبەدىن باشلاپ Yahoo نىڭ سۈرۈشتۇرۇشىنى بىر تەرەپ قىلىدۇ، 7-ئاينىڭ 4-كۈنى دۆلەت بايرىمى كۈنى كېلىپ چىقىش ئېھتىمالى بار ھەر قانداق چوڭ ئاپەتنى ئوڭشاشقا قالدۇرۇلىدۇ. بۇ بىر كۈندىكى بوش ۋاقىتنا، مۇرەككەپ بولغان كودنى تەھلىل قىلىپ، پروگراممىنىڭ خاتالىقىنى ئىزدەپ، ئاخىرىدا خاتالىق تۈزىتىلىدۇ. ئەگەر زۆرۈر تېپىلسا، ئىلگىرى بۇنچە چوڭ يۈكنى بىر تەرەپ قىلىپ باقمىغان سىستېمىنى قايتا قوزغىتىدۇ، شۇنىڭدىن كېيىن ھەر كۈنى 24 سائەت، ھەر ھەپتىدە 7 كۈن توختىماي ئىجرا قىلىنىدۇ.

يۈگرەشتىن ئىلگىرى ئۆملەش

4-ئاينىڭ بىر كېچىسى، تۇن خېلى بىر يەرگە بارغان، Google بىناسىدا، ھەرپىتاختا باسقاندا ئۆيدىن چىقىۋاتقان تاراق-تۇرۇق ئاۋازى بىلەن باھاردىكى يامغۇر تامچىسىنىڭ دەرىزىگە ئۇرۇلغاندىكى ئاۋازى بىر بىرىگە تەڭكەش بولۇۋاتاتتى. جىق دېئالىننىڭ ئىشخانىسىدا، سانجاي گېماۋات كود كىرگۈزۈۋاتاتتى، جىق ئۇنىڭ ئارقىسىدا تۇرۇپ ئۆزگەرتىش تەكلىپى بېرىۋاتاتتى، بىر قۇر بىر قۇر تېكىست ئېكرانىدىن دومىلاپ، خۇددى ئاپتوماتىك لىفتتا ئۈستىگە ئۆرلەۋاتقان پەشتاقتا ئوخشايتتى.

كرائىگ سلۇۋېرستېين كىرىپ كەلدى، ئۇ قولىدا قارامتۇل بىنەپشە ئۆمۈچۈك ئويۇنچۇقنى مجىپ تۇراتتى. ئۇ سانجاي گېماۋاتنىڭ ئارقىسىدىكى يەنە بىر تەرەپتە تۇرۇپ ئېكرانغا قاراۋاتاتتى، ئاندىن قولىدىكى ئۆمۈچۈكنى قويۇپ، ئۇ سورىماقچى بولغان بۇيرۇقنى كۆرستىپ تۇرۇپ جىنتىن سوردى. جىق ئۇنىڭ سوئالىغا جاۋاب بەردى، كرائىگ مەمنۇن بولغان ھالدا كەتتى. ئۆمۈچۈك شۇ يەردە قالدى، گەرچە تاشلۇۋېتىلگەن بولسىمۇ ئەمما ئۇ يالغۇز ئەمەس ئىدى. رېزىنكە بىلەن باغلاقلىق جېپسىلاش تاختىسى ۋە سىقىش كۈچىنى مەشىق قىلغۇچ بىر چەتتە تۇراتتى، بۇ ئېنىقلا كرائىگنىڭ كەلگەنلىكىنىڭ ئىسپاتى ئىدى. بېن گومبس كارىدوردا تۇرۇپ، پۇرچاق قاچىلايدىغان خالتا (بىر خىل ئويۇن قورالى) ئاسمانغا ئېتىپ، ئاندىن ئۇلارنىڭ ئىچىدىن بىر قانچىنى تۇتۇۋالاتتى. ئېكران ئالدىدا ئۇدا بىر قانچە سائەت تۇرغاندىن كېيىن، بىر قىسىم ھەجۈى ھەرىكەت قىلسا تېتىكلىشىپ قالاتتى، ھەمدە ئىجادچانلىقىنى قايتا ئۇرغۇتاتتى. بېن گومبس، بېن پولىك يەنە بېن سىمىس[21] لار ئورتاق ئىشلىتىدىغان «بېن كەپسى» (Ben Pen) دە، «بۇرچ» نىڭ ئاۋازى تەدرىجىي كۈچەيتىپ، بارغانسېرى كۈچلۈك بىر ئاۋازغا ئايلىنىۋاتاتتى.

ئۇلار ئۇ قۇرۇتنى كۆڭۈل قويۇپ ھالىدىن خەۋەر ئېلىۋاتاتتى.

ئىنژېنېرلار نۆۋەتلىشىپ تور بەتتىن تۇتقان ئۈچۈرلارنىڭ داۋاملىشىش ئەھۋالىنى نازارەت قىلىپ، ئايرىم بىر كومپيۇتېرنىڭ بىنورماللىقى سەۋەبىدىن پۈتكۈل تۇتۇش جەريانىنىڭ بىكار بولۇپ كەتمەسلىكىگە كاپالەتلىك قىلىۋاتاتتى. نېمە ئۈچۈن شۇنچە ئالدىراش بۇنچە كۆپ يېڭى كود ئىجاد قىلىدۇ؟ ئۇرس ئاخىرى قوشۇندىكىلەرگە بۇنىڭدىكى سەۋەبنى ئاشكارلىدى، ھازىر كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى Yahoo بىلەن ھەمكارلاشقانلىقىدەك بىر ئىشنىڭ بارلىقىنى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئاخىرقى مۆھلەتنى سۆھبەتلەشكىلى بولمايدىغانلىقىنى بىلدى. قۇرۇلۇش بۆلۈمنىڭ ئەتراپىنى غايەت زور بېسىم قورشاپ تۇراتتى، ۋاقىت ھەر بىر سائەت ئۆتكەندە، بۇ خىل تەخرسىزلىك ۋە بېسىم ۋاقىتنىڭ ئۆتۈشگە ئەگىشىپ ئېشىپ باراتتى.

تەۋرەتكىلى بولمايدىغان جېق، سانجاي گېماۋات ئىككى كىشىلىك گۇرۇپپىسىمۇ ئىختىيارسىز تەسىرگە ئۇچرىدى. سانجاي گېماۋات ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئۇ چاغدا مەن شىركەتكە كىرگىلى تېخى بىر قانچە ئاي بولغان، ئۇ Google باشتىن كەچۈرگەن خىزمەت ئەڭ جىددىي بولغان ۋاقىتلار ئىدى. Yahoo بىلەن ھەمكارلىشىدىغان ئىش ئىنتايىن يېقىنلاپ قالغان ئىدى، بىزگە ئاخىرقى مۆھلەت ناھايىتى ئېنىق ئىدى. »

سانجاي گېماۋات ئالدىراشلىق بىلەن يېڭى ئىندېكسلاش سىستېمىسىنى قۇرۇۋاتقان بولۇپ، يېڭى سىستېما 4-ئايدا تۇنجى سىناق قىلىناتتى، بۇ ئىندېكسلاش سىستېمىسىنى پۈتتۈرىدىغان ۋاقىت ئادەتتىكىدەك

[21] Google خىزمەتچىلىرى ئۆچ كاللىنىڭ بىرلا ۋاقىتتا جاۋاب بەرگەن ۋاقىتتىكى قىزىقارلىق مەنزىرىنى كۆرۈپ بېقىش ئۈچۈن، بەزىدە «گۇس!» دەپ ۋارقىراپ قويىاتتى. گەرچە ئۇلار دەرھال سۇ تاپانچىسىنى ئېلىپ بۇ خىل قالايمىقانچىلىق تېرىيدىغان قىلمىشىنى توسقان تەقدىردىمۇ، كۆپچىلىك يەنىلا بۇنىڭغا بېرىلىپ كېتەتتى.

3، 4 ئاي بولماستىن بەلكى چوقۇم بىر ئاي ئىچىدە تاماملاش كېرەك ئىدى. سانجاي گېماۋات ماڭا مۇنداق دېدى: «كاشلا كۆرۈلگەندە، بىزمۇ ياردەملىشەتتۇق. بىر قانچە سائەت ئارىلاپ، كۆپچىلىك بىر قېتىم ئويغىنىپ، ئەھۋال كۆرۈلگەن كۆرۈلمىگەنلىكىگە قاراپ باقاتتى، ئەگەر مەسىلە بولسا، بېرىپ رېمونت قىلاتتى. ئۇزۇن مۇددەت ئىشلەشنى داۋاملاشتۇرۇپ، ئىزچىل دىققەتنى يۇقىرى دەرىجىدە مەركەزلەشتۈرۈپ، مەسىلە كۆرۈلسە تېز سۈرئەتتە ئوڭشاش، ئەينى ۋاقتتىكى خىزمەت ئۇسۇلى ئىدى. »

جىنىڭ ئەسلەپ بېرىشچە، ئۇ ۋاقىتلار جىق Google دا خىزمەت قىلغان 10 يىل ئىچىدىكى تەلەپ ئەڭ قاتتىق بولغان بىر مەزگىل ئىدى. ئۇ ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «2000-يىلى 3-ئايدىن تاكى 2001-يىلنىڭ ئاخىرىغىچە، بىز جانىنى تىكىپ قويۇپ ئىشلەيتتۇق، سىستېمنى قايتا لايىھەلەيتتۇق، ناھايىتى قىستا ۋاقىت ئىچىدە ئوخشىمىغان ئۇسۇللارنى سىنايتتۇق. قىيىن نۇقتا مەھسۇلاتىمىز كۆپ خىل ئوخشاش بولمىغان تەرەپلەرگە چېتىلاتتى. سىزنىڭ قانچىلىك سۈرۈشتۈرۈشىڭىز بار؟ ئىندىكسىڭىز قانچىلىك چوڭلۇقتا؟ ئىندىكسىڭىزنى قانچىلىك ۋاقىتتا بىر قېتىم يېڭىلايسىز؟»

ئوخشاش ئىسىملىك 3 بىن مۇكەممەل داۋاملاشتۇرۇش جەدۋىلى تەمىنلىگەن بولۇپ، ئۇنىڭدىن يۇمشاق دېتال ئىجادىيەت جەريانىنىڭ داۋاملىشىش ئەھۋالىنى كۆرۈۋالغىلى بولىدۇ. ھەر بىر ئادەم ئۆز ئىشىنىڭ مەسئۇلىيىتىنى ئۈستىگە ئالغاچقا، ئۇلارنىڭ بېسىمى ئۇزلۇكسىز ئاشىدۇ. بىن گومېس تۇنجى بولۇپ ئاتلاندى، ئۇ ئەينى چاغدا «جىق-سانجاي گېماۋات» قا ياردەملىشىپ قۇرۇت پروگراممىسى ۋە ئىندېكس پروگراممىسى تۇزۇش بىلەن بىللە يەنە تور بەت تەرتىپىنى تىزىش پروگراممىسىنى يېڭىلاشقا مەسئۇل ئىدى. بىن پولك ئۇنىڭ ئارقىسىدا ئىدى، ئۇ ئەينى چاغدا بوگدان كوكوسىلگە ياردەملىشىپ تور بەت ئىندېكسىنى ھەر قايسى سانلىق مەلۇمات مەركەزلىرىگە قوشۇۋاتاتتى.

بىن گومېس ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئۇ ھەقىقەتەن ماھارەت تەلەپ قىلىدىغان ئىش ئىدى، چۈنكى ئالدى بىلەن يېڭى ئىندېكسنى ۋەزىپە بىر تەرەپ قىلىۋاتقان كومپيۇتېرغا كۆچۈرۈپ ئاندىن پۈرسەتنى كۈتۈپ تۇرۇپ، كونا ئىندېكسنىڭ ئورنىغا ئالماشتۇرۇش زۆرۈر ئىدى. يېڭى ئىندېكس ھەمىشە ئەسلىدىكىدىن چوڭراق بولاتتى، ئۇنىڭ ئۈستىگە تېخىمۇ مۇرەككەپ ئىدى، ئالماشتۇرۇش جەريانىدا، قانداق ئەھۋال كېلىپ چىقىشىنى مۆلچەرلىگىلى بولمايتتى. » ھەمىشە بەزى كۈتۈلمىگەن ئەھۋاللار كۆرۈلەتتى. بىن گومېس دەسلەپتە بىر خىزمەتدىشىغا ئالماشتۇرۇش جەريانىنى مۇنداق چۈشەندۈرگەن: «ئەگەر ئوڭۇشلۇق بولسا...» ئۇلاپلا ئۇ يەنە: «مەن نېمە ئۈچۈن ‹ئوڭۇشلۇق› دېگەن سۆزنى ئىشلىتىمەن؟»

بىن سىمس مەسئۇل بولغان ئالدى سەپتىكى ئۇل ئەسلىمەلەر، دەل مۇشۇ ئەسلىمەلەر بولغاچقىلا Google شىركىتى Yahoo ئۈچۈن ئىندېكس مۇلازىمىتى تەمىنلىيەلىدى. سىمس بىلەن كرائىگ سلۇبېرستېين Google مۇلازىمېتىر (GWS) ساھەسىدىكى مۇتەخەسىس، بۇ سىستېما ئەمەلىيەتتە ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن بۇاسىتە ئالاقە قىلىدۇ. شۇڭلاشقا سىمس يوشۇرۇن مەسىلىلەرنى نازارەت قىلىپ باشقۇرۇشقا مەسئۇل پادىچى رولىنى ئالدى.

Yahoo بىلەن بولغان ھەمكارلىقنى تىلغا ئالغاندا، سىمس مۇنداق دېدى: «ئۇ ھاياتىمدىكى ئەڭ ئازابلىق بىر قانچە ئاي، ھەر كۈنى تاڭ يورۇغاندا ئاندىن ماشىنامنى ھەيدەپ ئۆيگە قايتىمەن. پەقەت 4 سائەتلا ئۇخلىيالايمەن، ئاندىن كېيىن يەنە قايتىپ ئىشلەيمەن. »

ئەگەر كۈنتەرتىپتىكى ئىشنى ۋاقتىدا تاماملاپ بولالمىغان بولسا، ھەر بىر كىشى تېت-تېت بولۇپ ئەنسىرەپ كېتىدۇ. شۇنداق بولسىمۇ، ئەمما ھەممە ئادەم ئوخشاشلا جىددىيلىكنى ھېس قىلىشى ناتايىن. ئۇرس ماڭا مۇنداق دېدى: «مەن ئەينى ۋاقتىتا بەك ئەنسىرەپ كەتمىدىم. بىزنىڭ Yahoo غا بەرگەن ۋەدىمىزدىكى قاپلاش دائىرىمىز نىشانىمىز (1 مىليارد دەرىجىسىدىكى ئىندېكس) دىن خېلى كىچىك. كىشىنى ئەنسىرىتىدىغىنى سۈپەت ئەمەس بەلكى ئىشەنچلىكلىك، چۈنكى Yahoo سۈپەتنى باھالىيالمايدۇ. »

ئۇرس بۇنىڭ يەنىلا تىجارەت سودىسى ئىكەنلىكى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ياخۇ ئەۋزەل ئورۇندا تۇرۇۋاتقانلىقىنى چۈشەنمەيتتى. ئۇرس ئۇدۇللا مۇنداق دېدى: «ئەگەر Yahoo چېكىنمەكچى بولسا، خالىغان ۋاقىتدا چېكىنەلەيدۇ، ھەتتا ھېچقانداق باھانە تېپىشمۇ ھاجەتسىز. ئۇ سېپى ئۆزىدىن يەككە تەرەپلىك توختاتام. »

Google شىركىتى Yahoo غا كاپالەت بەردى، كۆزلىگەن خەتەرنى ئۈستىگە ئېلىۋاتىدۇ ئەمما ئۇرس پەرەز قىلغاندىن كېيىن ناھايىتى خاتىرجەم بولۇپ، كەچتە ياستۇقنى ئېگىز قىرلاپ، غەم-ئەندىشىسىز ئۇخلىسا بولىدۇ. ئۇ مۇنداق دېدى: «بىز 99.5% ۋاقىتتا نورمال ئىجرا بولۇشىغا ۋەدە قىلغان، لېكىن ئوچۇقنى ئېيتقاندا، بىز راستىنلا ئۇنداق سەۋىيەگە يېتەلمەيمىز. شۇڭا جەريانە ياكى جەريانە سوممىسىغا قاراپ بېقىپ، ناۋادا بىز ۋەزىپىنى تاماملىيالمساق، قىسمەن جەريانىنى ئۈستىمىزگە ئالايلى. ئەمما ئەگەر ھەمكارلاشقۇچى بىلەن مۇناسىۋىتىمىز ياخشى بولسا، پەقەت بىز ئەستايىدىللىق بىلەن تىرىشساقلا، ئۇلار بىزگە بىر قېتىم يول قويۇشى مۇمكىن. بىز چوقۇمكى ئەستايىدىللىق بىلەن پۈتۈن كۈچۈمىزنى چىقىرىمىز. »

ئارتىكل «the» نىڭ ئاخىرلىششى

ئۇنداقتا، بۇ تىرىشچانلىقلار ئارقىلىق نېمىگە ئېرىشتى؟

جىننىڭ دېيىشچە: «بىز ئاساسلىقى بۇ كومپيۈتېرلارنىڭ ھەر سېكۇنتتا تېخىمۇ كۆپ سۇرۇشتۇرۇشنى تاماملىشىنى ئويلىدۇق. بىز بىر قانچە چوڭ ئىش قىلدۇق، ئۇنىڭ بىرى ئىندېكس شەكلىنى پۈتۈنلەي ئۆزگەرتتۇق، بۇرۇنقىغا سېلىشتۇرغاندا كۆپ ئىخچاملاشتى. »

كەسىپ ئەھلى بولمىغانلارنىڭ گېپى بويىچە ئېيتقاندا، Google نىڭ ئىندېكسىنىڭ ھەممە يېرىدە زۆرۈر بولمىغان بوشلۇق مەۋجۇت يەنى بۇ سانلىق مەلۇماتلارنىڭ ئەتراپىدىكى بوشلۇق خۇددى كەڭرى ئازادە ئىشتانىغا ئوخشايدۇ، ھەر ۋاقىت چۈشۈپ قېلىش خەتىرى بار. Google قۇرۇق-قۇرۇق يانچۇقتىن لازىملىق ئۇچۇرنى ئىزدەپ ئىنتايىن قىممەتلىك ۋاقىتنى ئىسراپ قىلدۇ، «جىن-سانجاي گېماۋات» ئىككى كىشىلىك گۇرۇپپىنىڭ ياراتقان يېڭىلىقى، مۇئەييەن بىر سۆزنى ساندانىدىكى مەلۇم بىر جايغا يىغىش. بۇ خۇددى بارلىق بەش سىنتلىق تەڭگىنى بىر يانچۇقتا سالغانغا ئوخشاش، بارلىق بىر سىنت تەڭگىنى يەنە بىر يانچۇقتا سالغاندەك. مۇشۇنداق قىلغاندا، بەش سىنتلىق تەڭگىنى كۆرسىڭىزلا، بىر سىنتلىق تەڭگىنى ئىزدەشكە ۋاقىت ئىسراپ قىلماسلىقنى بىلدۇ. سانلىق مەلۇمات تۈرىدىكى ئۇچۇرغا ئاساسەن، ئىندېكسنى ئىزدەيدىغان يۇمشاق دېتال ناھايىتى تېزلا بۇ سانلىق مەلۇمات بۆلىكىدە لازىملىق ئۇچۇرنىڭ بار يوقلۇقىغا ھۆكۈم قىلالايدۇ، ئەگەر بولمىسا، ئۇ بۇ سانلىق مەلۇمات بۆلىكىدىن ئاتلاپ ئۆتۈپ، ئالدىغا قاراپ ئىزدەشنى داۋالاشتۇرىدۇ، بۇ خىل ئۇسۇلدا ھەر بىر كومپيۈتېرنىڭ ئىجرا قىلىش سۈرئىتى تېخىمۇ تېزلىشىدۇ.

جىن ماڭا مۇنداق دېدى: «بىز يۇقىرىدا بايان قىلىنغان ئۇسۇلنى ياخشىلاپ، جەدۋەلدىن ئاتلاش (skip tables) نى قوشتۇق، بۇنداق بولغاندا بىر بىردىن سانلىق مەلۇمات بۆلىكىدىن ئاتلىماي، تېخىمۇ چوڭ سانلىق مەلۇمات رايونىدىن ئاتلايدۇ. «بۇنداق قىلىشنىڭ مەقسىتى Google نىڭ ھەر بىر قاتتىق دىسكىنى ئوقۇش قېتىم سانىنى ئەڭ ئاز ھالەتكە چۈشۈرۈش، چۈنكى ماگنىت بېشىنىڭ تەخسىدە رادىيۇس يۆنىلىشىدە يۆتكىلىش سۈرئىتى ئېلېكترونلۇق تۇك يولىنىڭ ھەرىكىتىگە سېلىشتۇرغاندا بەك ئاستا. جىن بىلەن سانجاي گېماۋات دىسكا تەقسىملەش سىستېمىسىنى قايتا يېزىپ چىقتى، ھەر بىر قاتتىق دىسكىغا ئۆزىنىڭ كودىنى يازدى. بۇنداق بولغاندا، ئىزدەش ۋاقتى 30%-40% كېچە قىسقاردى. 30% لىك ئۆرلەش 3 مىنۇتتا 4 مىنۇتتا يۈگرەيدىغان مۇساپىنى تاماملاپ بولغانغا تەڭ. بۇ ياخشىلىنىشنىڭ ئۇنۇمى ئىنتايىن روشەن ئەمما يەنىلا يېتەرلىك ئەمەس.

شۇنىڭ بىلەن، جىق بىلەن سانجاي گېماۋات ئارتىكىل «the» نى چىقىرىۋەتتى.

ئېنىق ئارتىكىل «the» ئىنگلىزچىدا ئەڭ كۆپ ئۇچرايدىغان سۆز، ئەمما ئاساسەن ھېچقانچە كېرەكلىك ئۇچۇرنى يەتكۈزمەيدۇ. شۇنىڭ بىلەن، جىق بىلەن سانجاي بۇ سۆزگە پەرۋا قىلماسلىقنى قارار قىلدى، بۇنداق بولغاندا ئىندېكس ئىگىلىگەن 1% بوشلۇقنى بىكارلىغىلى بولاتتى. بىردىنبىر پاسسىپ ئاقىۋىتى نېمە؟ 80 يىللاردىن كېيىنكى باشقا خىلدىكى تولغىما مۇزىكا ئەترىتى «The The» نى ئىزدىمەكچى بولغاندا، بۇ ئۇنچە ئوڭاي ئىش بولماسلىقى مۇمكىن. قۇرۇلۇش لايىھەسىنىڭ ھايات-ماماتى، دەل پايدا-زىيانىنى دەڭسەپ ئوتتۇرىغا يولنى تۇتۇشقا مۇناسىۋەتلىك.

يەكىكە كومپيۇتېردا كاشىلا كۆرۈلۈپ سانلىق مەلۇماتنىڭ بۇزۇلۇشىنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈن يېكى پۈتكۈل تۇتۇش جەريانىنى قايتا قوزغىتىش ئۈچۈن، قوشۇندىكىلەر نۆقتا بەلگىلەپ قايتا تەكشۈرۈش ئۇسۇلىنى ئىشقا ئاشۇردى. كونكرېت ئۇسۇلى تۇتۇش ھالىتىنى ساقلاش، ئەگەر كاشىلا كۆرۈلسە، ئەڭ ئاخىرقى قېتىم قايتا تەكشۈرگەن نۇقتىدىن باشلاپ ئەسلىگە كەلتۈرۈش، پۈتۈنلەي باشتىن باشلىماسلىق.

بۇ ۋاقىتتا، قاتتىق دېتال سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە توشۇش يولىدا بولۇپ، تۇتۇش پىروگراممىسى، ئىندېكس پىروگراممىسى، تور بەتنى رەتكە تۇرغۇزۇش پىروگراممىسى شۇنداقلا مۇلازىمەتنى قوللاش ئىقتىدارىنىڭ ھەممىسى ئالغا ئىلگىرىلەيدۇ، ھازىر پەقەت بىرلا مەسىلە قالدى. Yahoo ئىزدەش نەتىجىسى نۆۋەتتىكى ئەڭ يېڭى مەزمۇننى ئۆز ئىچىگە ئېلىش كېرەك دەپ تەلەپ قىلغان، مۇنداقچە ئېيتقاندا ھېچ بولمىغاندا ھەر كۈنى بىر قىسىم ئىندېكسنى يېڭىلاش كېرەك.

ئويلاپ باقايلى، بىر قارت ماھىرى قىمار ئۈستىلىنىڭ كەينىدە ئولتۇرۇپ، قارت تەرتىپىنى كۆڭۈل قويۇپ ئورۇنلاشتۇرۇپ، ھەر بىر ئادەمنىڭ قولىدا ياخشى قارت بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىپلا قالماي، ئۆزىنىڭ قولىدىكى قارتقا يەتمەسلىك. ئاندىن، ئۇ نۆۋەت بويىچە قارتنى تارقىتىش. ئەمدى ئويلاپ باقايلى، ئۇ قارت تارقىتىش جەريانىدا يەنە قولىدىكى قارت سانىنى كۆپەيتىدۇ، كۆپچىلىكنىڭ قولىدىكى قارتنىڭ بارغانسېرى ياخشى بولۇشى بىلەن بىللە، يەنە ئۆزىنىڭ قولىدىكى قارتنىڭ سۈپىتىنى ئۆستۈرۈشى كېرەك. Google نىڭ دۇچ كېلىۋاتقىنى دەل مۇشۇنىڭغا ئوخشاش مەسىلە.

Google نىڭ تور بەتنى رەتكە تۇرغۇزۇش ھېسابلاش ئۈسۈلى بىر ئىندېكسنى باھالىغاندا، بىر يېرىم كۈن ۋاقىت سەرپ قىلىدۇ. ھەر 24 سائەتتە يېڭى ئۇچۇر قوشۇلىدۇ، تور بەتنى باھالاش پىروگراممىسى تېخىمۇ تېز ئىجرا بولغاندىلا ئاندىن يېڭى سانلىق مەلۇماتلار مۇۋاپىق ئورۇنغا جايلاشتۇرۇلىدىغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ. جىق چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى: «ھەر كۈنى ئىندېكسنى يېڭىلاش تىنچ ئىندېكس ئىشلەتكەنكە سېلىشتۇرغاندا قىينىلىق دەرىجىسى تېخىمۇ يۇقىرى، بىر تەرەپ قىلىش زۆرۈر بولغان ئۇزلۇكسىز يېڭىلىنىۋاتقان شۇنچە كۆپ يېڭى مەزمۇنلار بار. »

جىق پۈتۈن كۈچىنى ئىشقا سالدى، سانجاي گېماۋاتمۇ نورمىدىن ئارتۇق ئىشلەۋاتىدۇ، بېن گومېسمۇ ئوخشاشلا چارچاپ كەتتى. مىقدارى ئاشىدىغان ئىندېكس سىستېمىسىنى ئىجاد قىلىش ئۈچۈن، مەخسۇس بىر پىروگراممىلار قوشۇنى بىر قانچە يىل ۋاقىت سەرپ قىلىپ ئاندىن تاماملىيالايدۇ. ئەينى ۋاقىتتا توختام كۈچكە ئىگە بولۇشقا پەقەت بىر قانچە ھەپتىلا ۋاقىت قالغان. لارى بىلەن سېرگېي ئەھۋالنىڭ جىددىيلىكىنى بىلىدۇ، شۇڭلاشقا قولايلىق يولنى كەڭ ئېچىپ، بۇ ئىشنى تولۇق مەسئۇل بولۇپ قىلىشنى ئۈرسىتا ھاۋالە قىلدى، نېمە لازىم بولسا شۇنى تەمىنلەيدىغان بولدى. ئۇرس ئەزەلدىن ۋاقىتنى ئىسراپ قىلمايدىغان ئادەم، ئۇ پۈتۈن كۈچى بىلەن بۇ ۋەزىپىنى ئورۇنلاشقا ئاتلاندى. ئۇ بىر كىشىنى يالىلدى.

ئانۇراگ ئاكارىيا (Anurag Acharya) نىڭ دېيىشىچە: «مېنىڭ ئىلگىرى تۇتۇش پىروگراممىسى

جەھەتتە ھېچقانداق تەجرىبەم يوق ئىدى، Google ئەينى ۋاقىتتا ئۇلار نېمە ئىش قىلىدىغانلىقىنىمۇ دېمىگەن. » ئۇرس ئۆزىنىڭ يۈمشاق تىلنى ئىشقا سېلىپ چىرايلىق گەپلەر بىلەن كالىفورنىيە ئۇنىۋېرسىتېتى سانتا باربارا تارمىقىدىكى ئىلگىرىكى خىزمەتدىشىنى ئىلمىي تەتقىقاتتىن ۋاز كېچىپ، كىرىمنىي جىلغىسىغا كېلىشكە قايىل قىلدۇ.

ئىشقا چۈشكەن تۇنجى كۈنى، ئانۇراگ دىققىتىنى مەركەزلەشتۈرگىنى ئىندېكسلاش سىستېمىسىنىڭ بىر بۆلىكى. شۇ كۈنى كەچتە، ئۇرس ئۇنىڭ يېنىغا كېلىپ، بۇندىن كېيىنكى ۋەزىپە ئورۇنلاشتۇرۇشى ھەققىدە پاراڭلاشتى.

ئانۇراگ: «سىستېما كۈندىلىك خاتىرىسىنى كۆرۈپ باقاي، قانداق مەسىلە بولۇشى مۇمكىن. » دەپ ئوتتۇرىغا قويدى. ئۇرس كۆڭۈل بۆلمىگەندەك جاۋاب بېرىپ مۇنداق دېدى: «نېمە ئۈچۈن مىقدارى ئاشىدىغان ئىندېكس سىستېمىسىنى سىناپ باقمايمىز، ئاۋال سىناپ بېقىپ ئاندىن دېيىشسەك قانداق؟»

بۇ قېتىملىق سۆھبەت ھەققىدە، كېيىن ئانۇراگ ماڭا مۇنداق دېدى: «مەن ئەينى ۋاقىتتا ‹بولىدۇ› دېدىم، خۇددى مەن مىقدارى ئاشىدىغان ئىندېكسنىڭ قانداق ئىشلىقىنى بىلمىگەندەك. شۇنىڭدىن كېيىنكى 5 ئايدا، مەن شۇ ئىشنى قىلدىم. »

Google ئادەتتە يېڭى كەلگەن خىزمەتچىلەرنى گالۋاڭ قىلمايدۇ، ئەمما ئانۇراگ ئەينى چاغدا ئالدانغاندەك ھېسسىياتتا بولغان، خۇددى كۆزىنى تېڭىپ قويۇپ، باشقىلار تەرىپىدىن ياغاچتىن ياسالغان كېمە پالىقى بىلەن قورشالغان، ئىچىدە ھاراق ئىچىپ مەس بولۇپ كەتكەن قېرىنداشلار جەمئىيىتىنىڭ ئەركەكلىرى بىلەن لىق تولغان ئۆيگە ئەكىرىپ قويغانىدەك. ئەينى ۋاقىتتا ئۇ بىر تالاي مۇرەككەپ مەسىلىلەرگە دۇچ كېلىۋاتاتتى: يېڭى قوشۇلغان تور ئادرېسىنى قانداق تۇتۇش، ئۇلارنى قانداق قىلىپ مۇڭاپىق تەرتىپلەش، ئاندىن قۇسۇرسىز ھالدا بۇ تور ئادرېسلىرىنى مەۋجۇت ئىندېكسنىڭ ئىچىگە كىرگۈزۈش.

ئانۇراگنىڭ دېيىشىچە: «مېنى ئەكىلىشنىڭ مەخسۇس ئىندېكسلاش مەسلىسىنى بىر تەرەپ قىلىش ئىكەنلىكىنى ئويلاپ يەتمەپتىكەنمەن. لېكىن، ئەمەلىيەت شۇنداق ئىدى. مەن شۇ ۋاقىتتا پەيدا بولدۇم، ئۇ ئاچقۇچلۇق پەيتتە، بۇنچە كۆپ مەسىلەر مەۋجۇت ئىدى. »

بېن سىمىس ئىلگىرى ئانۇراگ كالىفورنىيە ئۇنىۋېرسىتېتى سانتا باربارا تارمىقىدا ئوقۇتقان ئوقۇغۇچىسى ئىدى، ئۇنىڭ دېيىشىچە: «ئانۇراگ ئەينى چاغدا Google غا كەلگەندە، شىركەتتىكى بىر قانچە كىشى ئۇنى تونۇيتتى. لېكىن، ئۇ كېيىن ئاساسەن يوقاپ كەتتى. ئۇ ئەزەلدىن پەسكە چۈشۈپ چۈشلۈك تاماق يېمەيتتى، ئىزچىل ئىشخانىسىدا تۇراتتى، ئۇدا ئىككى ئاي شۇنداق قىلدى. ئۇ ئاداش نېمە بولغانىدۇ؟ كېيىن ئۇرس مېنى ئىشخانىسىغا چاقىرتىپ، ‹ئەھۋال مۇشۇنداق، بۇ ئىش ئىنتايىن جىددىي. سەن ئۇنىڭغا ياردەملىشىپ قېيىن ئۆتكەلدىن ئۆتكۈزەلەمسەن؟› دېدى، مەن شۇ چاغدىلا ئاندىن ئانۇراگنىڭ نېمە ئۈچۈن يوقاپ كەتكەنلىكىنى بىلدىم. »

سىمىس ۋەزىپىنىڭ ئېغىرلىقىنى بىلەتتى. ئۇرس ئۇنىڭغا مىقدارى ئاشىدىغان ئىندېكس ياساشنى تۇنجى قېتىم ئېيتقان ۋاقىت بىر يىل ئىلگىرى ئۇ Google غا پىراكتىغا كەلگەن تۇنجى كۈنى ئىدى. سىمىس ئەينى چاغدا بىر ئېغىز گەپ بىلەن چىرايلىقچە رەت قىلغان ئىدى. سىمىس كۈلۈپ تۇرۇپ ماڭا مۇنداق دېدى: «ئەينى ۋاقىتتا، تەتىللىك تۈرگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، بۇ ۋەزىپە بەك چوڭكەن، ھېچكىم قانداق قىلىشنى بىلمەيدۇ دېگەن ئىدىم. مەن بۇ ئىشنى قىلىشنى خالىمايمەن. » بىراق بۈگۈنكى كۈندە، ئۇنىڭ بىلەن ئانۇراگ بىر قانچە ھەپتە ئىچىدە بۇ ۋەزىپىنى ئورۇنلىشى كېرەك.

سىمىس بۇنىڭدىن ئىلگىرى سۈرۈشتۈرۈش مەزمۇنىنى يۇقىرى سۈرئەتلىك ئاستىلىتىپ ساقلىغۇچقا قويۇپ،

مۇشۇ ئۇسۇل ئارقىلىق Google نىڭ ئىزدەشكە ئىنكاس قايتۇرۇش سۈرئىتىنى تېزلەتكەن ئىدى. ئەگەر بىر كىشى تۇنجى قېتىم «مادرىد مېھمانسارىيى» دەپ ئىزدىسە، Google پۈتكۈل ئىندېكسنى ئىزدەيدۇ، ئاندىن سۈرۈشتۈرۈش ۋە ئىزدەش نەتىجىسىنى ساقلايدۇ. كېيىنكى قېتىم يەنە باشقىلار «مادرىد مېھمانسارىيى» دەپ ئىزدىسە، سىستېما يازغان كود ساقلىغۇچتىن بىۋاستە ئوخشاش ئىزدەش نەتىجىسىنى يۆتكەپ ئىشلىتىدۇ، بۇنداق بولغاندا ئىندېكستىن قايتا ئىزدىمەسلىكى بولىدۇ. يۇقىرى سۈرئەتتە ئاستىلتىپ ساقلىغۇچتىن سۈرۈشتۈرۈشكە بىر قانچە يۈز كومپيۈتېر كەتمەيدۇ، پەقەت بىرلا كومپيۈتېر بولسا يېتەرلىك—شۇنداق بولغاچقا ئىزدەش تەننەرخىنى زور دەرىجىدە ئازايتتى. ھالبۇكى، سىستىما نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئەپسۇسلىنارلىقى يېڭى مىقدارى ئاشىدىغان ئىندېكس ئۇنىڭ ئىلگىرىكى خىزمىتىنى ۋەيران قىلىش گىردابىغا ئاپىرىپ قويىدى، چۈنكى توختىماي داۋاملىشىپ يېڭىلانغان ئىندېكس ئىنتايىن تېز سۈرئەتتە يۇقىرى سۈرئەتتە ئاستىلتىپ ساقلىغۇچتىكى سۈرۈشتۈرۈش نەتىجىسىنى ۋاقتى ئۆتكەن نەرسىگە ئايلاندۇرۇپ قويىدى.

سىمىس ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئانۇراگ ئالاھەزەل 6-8 ھەپتە كۈرەش قىلىپ، كۆرۈنەرلىك نەتىجىگە ئېرىشتى. ئۇ «ئارىلاشتۇرغۇچ» دەپ ئاتىلىدىغان يېڭى مۇلازىمەت پروگراممىسىدىن بىرنى يېزىپ، بىرنىڭ ئوخشاش بولمىغان ئىككى ئىندېكس (كۈندىلىك ئىندېكس ۋە ئاساسىي ئىندېكس) ئىشلىتىدىغان ئەمەلىيەتنى يېپىپ، ئۇ ئىككىسىنى بىرلەشتۈردى. »

سىمىس يەنە مۇنداق دېدى: «ئانۇراگ بىلەن مېنىڭ بىسىمىم ئىنتايىن يۇقىرى، ئەمما قانداق بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، بىز دېسەك بولمايدۇ. » ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ نېمە ئىش قىلىۋاتقانلىقىنى باشقىلاردا ئېيتسا بولمايدۇ، ئۆزىنىڭ نېمە ئۆچۈن ھەر كۈنى كەچتە ئىشخاندا تۇرىدىغانلىقىنى چۈشەندۈرسىمۇ بولمايدۇ، گەرچە جېننىي تىكىپ قويىدىغان پروگراممىلارمۇ ئۆيگە قايتقان بولسىمۇ، ئۇلار كەتسە بولمايدۇ. «بىز دائىم سەھەر سائەت 3-5 تە ئىشخانىدىن ئايرىلىمىز. بۇ چاغدا ئانۇراگ بىلەن مەن يېڭى سىستېمىنى ئىشلىتىپ باقمىز، چۈنكى ئۇ ۋاقىت بۆلىكىدە Google ئىزدەشنىڭ ئېقىم مىقدارى ئەڭ ئاز. نۇرغۇن ۋاقىتتا بىز مۇنداق دەيمىز: ئاچقاندىكى ئۇنۇم قانداقراقتۇ؟ چۈنكى بىز ئۇنۇمنىڭ زادى قانداق ئىكەنلىكىنى بىلمەيمىز، ئارىلاشتۇرغۇچتىن دائىم چاتاق چىقىدۇ، بەزىدە يۇقىرى سۈرئەتتە ئاستىلتىپ ساقلىغۇچ سەۋەبىدىن، بەزىدە مىقدارى ئاشىدىغان ئىندېكستىن، بەزىدە ئارىلاشتۇرغۇچ يىمىرىلىپ كېتىدۇ، بەزىدە يېڭىدىن مەزمۇن كۆپەيگەن ئىندېكس يىمىرىلىپ كېتىدۇ، سەۋەبى بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارى يېتىشمەيدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىز ئويلىنىمىز، ‹نېمە ئۈچۈندۇ؟ بۇ نېمە ئىشتۇ؟ قانداق بىر تەرەپ قىلىش كېرەك؟›»

ئۇزۇن ۋاقىت ئىشلەش ۋە بېسىم تۈپەيلىدىن ئىنژېنېرلارنىڭ سەۋرچانلىقى ئاللىقاياقلارغا يوقلىدۇ، سىرتتىن كەلگەن سۈركىلىش ئۈلارغا غايەت زور مەغلۇبىيەت تۈيغۇسى پەيدا قىلىدۇ.

سىمىس ماڭا چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى: «شىركەتتە مېنىڭ زور كۆپچىلىك ئىشىنىڭ ھەممىسى ئۇل ئەسلىمەلەرگە مەسئۇل بولۇش يېكى مۇنداقچە ئېيتقاندا مۇلازىمەت تەمىنلەش. لارىرنىڭ مەھسۇلاتقا بولغان قىزىقىشى ناھايىتى ئۇستۈندەك قىلاتتى. Yahoo بىلەن ھەمكارلىشىدىغان بۇ ئىشتا، ئۇ ئۇل ئەسلىمەنىڭ مۇلازىمىتىنى قوللاشقا قىلچە قىزىقىشى يوق بولۇپ، ھەتتا ئۇنىڭ زادى قانداق ئىش ئىكەنلىكىنمۇ چۈشەنمەيتتى. ئېسىمدە قېلىشچە بىر قېتىم ئۇ ئىشخانامغا كىرىپ، «جىددىيلىكنى ئازايتىش كېرەك» دېگەنگە ئوخشاش چاقچاق قىلىدىغان گەپلەرنى دەيتتى، مەن ئۇنى ئۇدۇللا بىر پەس تىللىۋەتتىم. »

چۈنكى 1 مىليارد دەرىجىسىدىكى ئىندېكس ئىشلەتكىلى بولىدىغان بارلىق كومپيۈتېرلارنى ئاساسەن دېگۈدەك ئىگىلىۋالدى، شۇڭلاشقا پەقەت بىر قانچە يۈز كومپيۈتېر مىقدارى ئاشىدىغان ئىندېكستا مەسئۇل قوشۇننىڭ ئىشلىتىشىگە تەمىنلەندى. ئۇسكۇنە بۆلۈمى قىستا ۋاقىت ئىچىدە كومپيۈتېرنى قوراشتۇرۇپ چىقالىسىمۇ، سانلىق مەلۇمات مەركىزىدە بۇ كومپيۈتېرلارنى قويغۇدەك جاي تېپىلمايتتى. 5-ئاينىڭ ئەڭ ئاخىرقى بىر قانچە كۈنلىرى ھەش-پەش دېگۈچە ئۆتۈپ كەتتى، 7-ئاي خۇددى ئىمپىرىيەنىڭ ئۆلۈك يۈلتۇزىغا ئوخشاش نۇرلىرى چاقناشقا باشلىدى، مىقدارى ئاشىدىغان ئىندېكستا مەسئۇل قوشۇن ئىزچىل ئۆلەر-

تېرىلىشىگە باقماي كۆرەش قىلىۋاتاتتى.

Yahoo بىلەن قۇدىلىشىش

ئەڭ ئاخىرقى مۆھلەتكە پەقەت بىر ھەپتىلا ۋاقىت قالدى.

كومپيۇتېرلارنىڭ ھەممىسى قوراشتۇرۇلۇپ بولدى، سانلىق مەلۇمات مەركىزى كومپيۇتېر بىلەن لىق توشتى، قۇرۇلما ئىجرا قىلىنىشقا باشلىدى، ئىندېكسلاش پىروگراممىسىمۇ ياخشى ئىشلەيدىغان بولدى، تور بەتنى رەتكە تۇرغۇزۇش پىروگرممىسىمۇ نورمال ئىشلەيدىغان بولدى. Google ئاللىبۇرۇن 1 مىليارد تور ئادرېسىنى تونۇدى، ھازىر ئۇنىڭغا ئىزدەش ئېلىپ بارالايدىغان بولدى. بىز ئەڭ ئىلغار تېخنىكىغا ئىگە، Yahoo بىلەن بولغان ھەمكارلىقىمىز بىزنىڭ سودا مىڭمىزنى ئىسپاتلىدى، بىزنىڭ چوڭقۇر يوشۇرۇپ ئاشكارلىمىغان نەرسىمىزنى ئېلىپ چىقىپ پۈتۈن دۇنياغا كۆرسىتىدىغان ۋاقىت كەلدى.

2000-يىلى 6-ئاينىڭ 26-كۈنى سەھەر 2:59، سىندى ئىشخانىسىدا ئولتۇرۇپ، بارماقلىرىنى ھەرپتاختىغا قويۇپ، «يوللا» توپچىسىنى بېسىشقا تەييار ئىدى، ئۇنىڭ ئېكرانىدا Google نىڭ دۇنيادىكى بىرىنچى چوڭ ئىزدەش موتورى ئىكەنلىكىنى جاكارلايدىغان خەۋەر ئارگىنالى تۇراتتى، بىر مىنۇتتىن كېيىن، ئۇچۇر يوللانسا، ئۇ ۋاقىت دەل شەرقىي دېڭىز قىرغىقىدىكى خەۋەر قويۇلىدىغان ۋاقىتقا تۇغرا كېلىدۇ، سىندى سودا تەھرىرلىرى ۋە تېخنىكا تەھرىرلىرىگە بىر سائەت ۋاقىت قالدۇرغان بولۇپ، ئۇلارنىڭ ھەيران قالارلىق بۇ ئۇچۇرنى ھەزىم قىلىشىغا يېتەتتى، ئاندىن ئۇ يەنە ئاساسىي ئىشنى يەنى ئاددىي ئۇقتۇرۇشتىن بىرنى Google ھازىر Inktomi نىڭ ئورنىنى ئېلىپ، Yahoo شىركىتى بىلەن رەسمىي كېلىشىم تۈزدى، Yahoo غا ئىزدەش تېخنىكىسى تەمىنلەيدىغان تېخنىكا سودىگىرىگە ئايلاندى، Google شىركىتى دۇنياغا كەلگەندىن كېيىن قىسقىغىنە ۋاقىتتا، بۇ بىزنىڭ قولغا كەلتۈرگەن ئەڭ چوڭ غەلبىمىز ئىدى.

شۇغىنىسى، بۇ مۇتەخەسسىسلەرنىڭ قىزغىنلىقىنى قوزغىيالمىدى.

پەن-تېخنىكا ئۇچۇر تورى (CNET) نىڭ خەۋىرىدە دېيىلىشىچە: «ئانالىزچىلارنىڭ قارىشىچە، بۇ ئۇقتۇرۇش مەلۇم دەرىجىدە Inktomi نىڭ غۇرۇرىغا تەگكەن، ئەمما ئۇنىڭ تىجارەت كىرىمى شۇنداقلا پايدا ئېلىش ئىقتىدارىغا بولغان تەسىرى ئانچە چوڭ بولمىغان... بۇ شىركەت تور مۇلازىمىتىنىڭ ئىنچىكە تۇرگە ئايرىلغان ساھەلىرىدە زور كۈچ بىلەن كېڭىيىۋاتىدۇ، ئۇنىڭغا سېلىشتۇرغاندا، ئىزدەش ساھەسىدىكى كەسىپلەر ئانچە پۇل تاپالمايدۇ. ئىزدەش بازىرىنىڭ ئومۇميۈزلۈك كىرىم بوشلۇقى نىسبەتەن كىچىك، ئۇنىڭ ئۈستىگە رىقابەت كەسكىن... Inktomi شىركىتىنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى دىك پىئېرس (Dick Pierce) نىڭ دېيىشىچە... بۇ دەرۋازا تور بېكەتنىڭ ئىزدەش كەسپىدىن ئايرىلىپ قېلىش... ‹بىزنىڭ پايدا ئېلىش ئىقتىدارىمىزغا ھېچقانداق تەسىرى يوق›. »

«ۋال كوچىسى گېزىتى» بۇ خىل مۇتەخەسسىسلەرنىڭ پىكرىنى قوللىمىدى. ئەمەلىيەتتە، Inktomi شىركىتى زور تەسىرگە ئۇچرىدۇ. شۇ كۈنى پاي چېكى بازىرى يېپىلغاندا، Inktomi نىڭ پاي باھاسى 18% چۈشتى. گەرچە Yahoo قارىماقتا Inktomi غا ئازراق يۈز خاتىرە قىلغاندەك قىلسىمۇ، شۇ كۈنى باشلىغان بىر تۈرلۈك پىلانداﺍ، ئۇنى «كارخانا ئىزدەش» ساھەسىدىكى ھەمراھى بولغانلىقىنى ئېلان قىلغان بولسىمۇ، نەتىجىدە يەنىلا ئوخشاش بولدى—چۈنكى كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى، ئىزدەش مۇلازىمىتىدە پۇل تاپقىلى بولىدىغانلىرىنىڭ ھەممىسىنىڭ كارخانا تەرەپتە ئىكەنلىكىنى بىلەتتى.

مەن ئۆزەمنىڭ تۇنجى قېتىملىق ئارام ئېلىشىمنى Google تارىخىدىكى ئەڭ مۇھىم بىر ھەپتىگە ئورۇنلاشتۇردۇم، ھەقىقەتەن «مۇكەممەل» ۋاقىت ئورۇنلاشتۇرۇش. يەكشەنبە كۈنى كەچتە، تاخو كۆلى مېھمانسارىيىدا پەقەت ئۇخلىيالمىدىم. دۇشەنبە كۈنى قاق سەھەردىلا ئورنۇمدىن تۇردۇم، ئەينى ۋاقىتتا ئۆيدىكىلەرنىڭ ھەممىسى ئۇخلاۋاتاتتى، مەن سىملىق تېلېۋىزىيە قانىلى ئارقىلىق خەۋەرلەرگە كۆز يۈگۈرتۈپ، Yahoo بىلەن Google نىڭ ھەمكارلىقى ھەققىدىكى زىلزىلە ئۇنۇمىنى ئىزدەپ، ئىلگىرى ئويلىغان مەنزىرىنى كۆرمەكچى بولدۇم. مېنى ھەيران قالدۇرغىنى شۇكى، باش خەۋەردە بىرەر ئاساسلىق تور شىركىتىنمۇ تىلغا ئېلىپ قويماپتۇ. سەيشەنبە كۈنىدىكى گېزىتتىمۇ مۇناسىۋەتلىك خەۋەرنى نۇقتىلىق خەۋەر قىلماپتۇ، مەن ھەقىقەتەن ھەيران قالدىم. «سان فىرانسىسكو مۇھىم خەۋەرلەر گېزىتى» سودا سەھىپىسىدە ئازراقلا تىلغا ئاپتۇ، «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» كۆپرەك تىلغا ئاپتۇ. شۇنداق بولغان تەقدىردىمۇ، مەن ئىشلاردا كۆرۈنەرلىك ئۆزگىرىش يۈز بېرىۋاتقانلىقىنى كۆرۈپ يەتتىم. ئۇنىڭدىن ئىلگىرى ئاساسلىق تاراتقۇلار ئىزچىل ھالدا Google نى غەلىتە ئىگىلىك تىكلەش كارخانىسى ياكى كالىفورنىيە ئىشتاتىنىڭ مەدەنىيەت غەيرىي ھامىلىسى، شۇنىڭ بىلەن بىللە غەربىي قىسىمدىكى كارخانىچىلار قىلمىشىدىكى ئەپسانە دەپ تەكىتلىشەتتى. شۇنداقتىمۇ، قانداقلا بولمىسۇن، Google ھازىر سودا بۆلۈكىگە كىردى، بۇ Google نىڭ بىر كارخانا سۈپىتىدە ھەقىقىي ئىتىراپ قىلىنغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ.

بىز تاراتقۇلارنىڭ نېمە دېيىشىگە ئانچە پىسەنت قىلىپ كەتمەيمىز ئەمما بىز بۇنىڭ چوڭ بىر غەلىبە ئىكەنلىكىنى بىلىمىز. Google لۇقلار باش ئىشتابىدا ناھايىتى ئوڭۇشلۇق ھالدا تازا بىر تەبرىكلىدۇق، دۇشەنبە كۈنى بولغاندا، چارلى بىلەن ئۇنىڭ ئاشخانىسىدىكى خىزمەتچىلەر بىرلىكتە كۆپچىلىككە چۈشلۈك زىياپەت ھازىرلىدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە پائالىيەت دالدا ئېلىپ بېرىلدى. يېڭى قىرغىلغان چىملىق ياپ-يېشىل بولۇپ، ھوري پۈرقىراپ تۇرغان تاماقلارنىڭ تۈرلىرى مول، كۆپچىلىكنىڭ روھى ئۇرغۇپ تۇراتتى. ھاۋادا ئەلنەغمە ئاۋازى لەيلەپ يۈرەتتى، مارگارىت ھارىقى قەغەز رۇمكىدا چايقىلاتتى، لارري بىلەن سېرگېي سۇلياۋ گۈل چەمبىرەكنى ئېسىپ، كۆپچىلىككە Yahoo نىڭ قۇرغۇچىلىرىدىن بىرى بولغان داۋىد فىلو (David Filo) نى تونۇشتۇرۇۋاتاتتى، كۆپچىلىك قەدەھلەرنى كۆتۈرۈپ ئۇنىڭغا ھۆرمەت بىلدۈردى. فىلو كۆپچىلىكنىڭ خوشامىتىنى قايرىپ قويۇپ، ئۇدۇللا قىسقا نۇتۇق سۆزلىدى. ئەڭ ئاخىرىدا خۇلاسلاپ: «كۆپچىلىككە رەھمەت. بىزنىڭ قىلىدىغان يەنە نۇرغۇن ئىشلىرىمىز بار، كۆپچىلىك قايتىپ ئىشلەيلى. » فىلونىڭ شېرىكى ياڭ جيىۋەن (杨致远) كۆرۈنمىدى، بەلكىم ياڭ جيىۋەننىڭ يىغىلىشقا قاتنىششى تېخىمۇ مۇڭاپىق بولۇشى مۇمكىن ئىدى.

سۇسان ۋوجچىككى مەخپىي زاكاز قىلىپ سېتىۋالغان مايكىنى كۆپچىلىككە تارقىتىپ بەردى، ئۇستىگە «Google Yahoo، ئامەتتە بىللە»، بۇ Google نىڭ تۇنجى خاتىرە كىيىمى ئىدى. ئەگەر پەن-تېخنىكا پاي چېكىدە باي بولۇش ئۈچۈن، پەقەت سان فىرانسىسكو بىلەن سان جونىس ئارىلىقىدا مايكا سودىسى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان دوستۇڭدىن بىرنى تېپىپ، ئۇنىڭ ھەر ۋاقىت مايكىنىڭ جىددىي زاكازلىرىغا دىققەت قىلساڭلا بولىدۇ. كىرىمنىي جىلغىسىنىڭ ئەنئەنىۋى تەپەككۇرى «يا مايكىغا يېزىلغان، يا پەقەت مەۋجۇت ئەمەس».

ياخشى شېرىك، قىيناش

7-ئاينىڭ 1-كۈنى شەنبە، Google غەربىي قىرغاقتىكى يېڭى سانلىق مەلۇمات مەركىزىنى ئىشلىتىشنى باشلاپ، بارلىق ئىشلەتكۈچىلىرىنى 1 مىليارد دەرىجىسىدە ئىندېكسلانغان ئىزدەش مۇلازىمىتى بىلەن تەمىنلەيدۇ، قېيقالغان خىزمەت ئىندېكسلايدىغان قوليازما كودىنى ۋىرگىنىيە ئىشتاتىدىكى يېڭى سانلىق مەلۇمات مەركىزى بىلەن Exodus كومپيۇتېرخانىدىكى سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە يۆكلەش، ۋىرگىنىيە ئىشتاتىدىكى سانلىق مەلۇماتنى يوللاش ناھايىتى ئوڭۇشلۇق بولدى ئەمما يۈرۈشتۇرۇش بۆلۈمى كۆچۈرۈلمە نۇسخىسىنى Exodus قا يوللىغاندا مۇۋاپىقىيەتلىك بولمىدى. ئىككى سانلىق مەلۇمات مەركىزى

ئاربسىدىكى باغلىنىش قۇرۇلمىدى، بۇنىڭ بىلەن سانلىق مەلۇماتنى يوللىغىلى بولمىدى. ئىندىكسىنىڭ كۆچۈرۈلمە نۇسخىسى بولمىسا، ئۇچىنچى سانلىق مەلۇمات مەركىزى رولىنى جارى قىلدۇرالمايتتى، ئۇنىڭ ئۈستىگە Google يەنە Yahoo دىن كەلگەن سۈرۈشتۈرۈشنى بىر تەرەپ قىلىشقا ئۇلگۈرەلمەي قالىدۇ. ئەجەللىكى، Yahoo نىڭ ئىزدەش يۇقىرى پەللىسى 48 سائەت ئىچىدىلا باشلىنىدۇ.

جىم، سۇممېر ۋە زائىن كاخن (Zain Kahn) ئۇچەيلەن جىمنىڭ 10 يىللىق تارىخى بار ياشانغان ۋولۋو سايياھەت ماشىنىسىغا قىستىلىپ ئولتۇرۇپ، ئۇچقاندەك سۈرئەتتە سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە چېپىپ، مەسىلىنىڭ سەۋەبىنى تېپىشقا ماڭىدى. ئەسلىدە سانلىق مەلۇمات مەركىزى ئاربىسىدىكى تور سىمى ئىشلىتىلمىگەن ئىكەن. ئۇلار باشقىلارنىڭ كېلىپ كابىلنى ئاكتىپلىشىنى ساقلمايلا، تېخنىك خادىملارمۇ بىلدىغان زاپاس لايىھەنى بۇاستە ئىشلەتتى.

سۇممېر ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «بىز ئىندىكس ساقلانغان 80 كومپيۇتېرنى رەسمىي يوسۇندا چىقاردۇق. » ئۇ ئەينى ۋاقىتتا كومپيۇتېرلارنى سايياھەت ماشىنىسىغا بېسىشقا يارەملەشتى، خۇددى Google نىڭ كەلگۈسىنى ماشىنىغا باسقاندەك، تېخنىك خادىملار قاتتىق دىسكىلارنى قۇچاقلاپ ماشىنىغا يامىشىپ چىقىپ، Exodus قا قاراپ يولغا چىقتى، ئۇلار بۇ كومپيۇتېرلارنى تىقما-تىقماق بولۇپ كەتكەن كومپيۇتېرخانىدىكى پولنىڭ ئۈستىگە تىزدى. يۇرۇشتۇرۇش بۆلۈمىدىكى بىر ئىشداش كېيىن ماڭا مۇنداق دېدى: «بىز 80 كومپيۇتېرنى يەرگە دۆۋىلىدۇق، ئەتراپتا ئىشكاپمۇ يوق ئىدى. ئاندىن بىز بۇ كومپيۇتېرلارنى ئاددىي تۇك مەنبە تاختىسىغا چاتتۇق، مۇشۇنداق قىلغانىدا ئىندىكسلارنى كۆچۈرگىلى بولاتتى، ئويلىماق تەس ئەمەسكى، Inktomi شىركىتىنىڭ خىزمەتچى خادىملىرى چوقۇم ‹بىزنىڭ شۇنداق چىرايلىق كومپيۇتېر جاھازلىرى رايونىمىز، يەنە بىر دۆۋە... غور-غور ئاۋاز چىقىرىۋاتقان كومپيۇتېر، نەتىجىدە Google توختامنى قولغا ئالدى؟› دەپ ئويلايدۇ، شۇڭلاشقا ئاشۇ بىر يۈك ماشىنىسى قاتتىق دىسكا ئېلىپ كەلگەن بەلباغ كەڭلىكىنى تۆۋەن مۆلچەرلىمەسلىك كېرەك. »

گەرچە Inktomi نىڭ كومپيۇتېر جاھازلىرى رايونى ناھايىتى چىرايلىق بولۇشى مۇمكىن، ئەمما بىخەتەرلىك تەدبىرلىرى دېگەندەك ئەمەس. ئەينى ۋاقىتتا، Google نىڭ ھەممە كومپيۇتېرلىرىنى چېتىشقا يېتەرلىك ئېغىز بولمىغاچقا، زائىن كاخن بوشلۇقتىكى ئاسما پولنىڭ ئاستىدىن ئۆملەپ ئۆتۈپ، Inktomi شىركىتىنىڭ قاشاسىنىڭ ئۇ تەرىپىدىن ئىشلەتمىگەن بىر تال تۇك كابىلنى تارتىپ ئەكەلگەن. ئەگەر Yahoo نىڭ ئىلگىرىكى ھەمكارلىق شېرىكى Inktomi شىركىتىنىڭ بىرەر خىزمەتچىسى بايقاپ قالسا، ئىنتايىن يۈزىمىز تۆكۈلىدىغان ئىش بولاتتى. لېكىن، Google نىڭ قارىشچە، بۇ پەقەت تاسادىپىي قولغا كەلتۈرگەن پۇرسەتلا خالاس.

كەلكۈننىڭ باشلىنىشى

7-ئاينىڭ 2-كۈنى يەكشەنبە تاڭ سەھەر، خوۋارد گوبىئوف قارا رەڭلىك تويوتا چۈغۇنىدەك موتوسكلىتنى ھەيدەپ Google نىڭ ماشىنا توختىتىش مەيدانىغا كىردى، موتورنى ئۆچۈرۈپ، قالپاقنى ئېلىپ، ئۈزۈن چاچلىرىنى پۈلاڭلىتىپ، پايىغا چىقتى. ئىشخاندا، نۆۋەتلىشىپ تىيلىدىغان خوككىي توپىنىڭ دەرىجىدىن تاشقىرى ھەۋەسكارى بوگدان كوكوسېلمۇ ئوخشاشلا پۈتۈن بىر كېچە كۆزىنى يۇممىدى. بۇ رۇمنىيەلىك يېڭى ئىندىكسىنى بارلىق سانلىق مەلۇمات مەركەزلىرىدىكى نەچچە مىڭ مۇلازىمېتىرغا يوللاۋاتاتتى. ئۇ بىر تەرەپتە ئەستايىدىللىق بىلەن قاراپ تۇراتتى، سىستېمىدىن مەسىلە كۆرۈلسىلا ئاغزىنى ئېچىپلا تىللايتتى، خوۋارد تېرمىنالنىڭ ئالدىدا ئولتۇرۇپ، ئۇنىڭ قىينىچىلىقلىرىنى ھەل قىلىۋاتاتتى.

Google بىناسىدا تۇرۇدىغان ئادەمگە نسبەتەن، ئۇ پارلاق ھەمدە يېپىيېڭى سۈبھى ئىدى. ھازىر ئارقىغا يانغىلى بولمايتتى، خۇۋارد تور بەت ئىندېكسىنىڭ قاتتىق دىسكىغا قاچىلىنۋاتقانلىقىنى ئۆز كۆزى بىلەن كۆرۈپ، مۇشۇنداق پۈتۈن بىر كۈن داۋاملاشتى، ئاخىرى ئۇچىنچى كۈنى ئەتىگەندىن ئىلگىرى 1 مىليارد URL (بىر تۈتاش مەنبە ئورنىنى بىكىتىش بەلگىسى) ئىندېكسىنى كۆچۈرۈپ تۈگىتىپ ھەمدە يۈكلەپ بولدى، شۇنداقلا مۇلازىمەت تەييارلىقىنى ھازىرلاپ بولدى، Yahoo كەچ سائەت 8:00 دە ئالماشتۇرۇشقا باشلايدۇ.

7-ئاينىڭ 3-كۈنى دۈشەنبە كەچ سائەت 7:45، قوشۇندىكى خادىملار تۈشمۈ-تۈشتىن كىرىپ كەلدى، ئۇلار ئۇرس خوئېلزىلنىڭ ئىشخانىسىنى چۆرىدەپ، ئىزدەش كەلكۈنىنىڭ كېلىشىنى كۈتۈۋاتاتتى، Yahoo كەلكۈنى بىلەن Google سۈرۈشتۈرۈشنىڭ جىرا سۈيىنىڭ قوشۇلۇشنىمۇ كۈتۈۋاتاتتى.

ئاخىرى، كەچ سائەت 8:00 يېتىپ كەلدى، ئەمما كەلكۈن ئېقىنى كۆرۈلمىدى، ھەتتا جىرا ئېقىنىمۇ كۆرۈلمىدى. Yahoo نىڭ سۈرۈشتۈرۈشى Google تەرەپكە ئالماشمىغان ئىدى. ئەجەبا Yahoo كۆز قارىشىنى ئۆزگەرتكەنمىدۇ؟ ياكى Inktomi بۇ قېتىملىق ھەمكارلىقنى بۇزغانمىدۇ؟ ئۇرس ئۇدى مانېبرغا تېلېفون قىلدى. ھەقىقەتەن، كەچ سائەت 8:00 دە سۈرۈشتۈرۈش كەلكۈن ئېقىنى كۆرۈلەتتى، ئەپسۇسلىنارلىقى، Yahoo دائىرە نامى مۇلازىمېتىرنى قايتا سەپلەش جەريانىدا مەسىلە كۆرۈلۈپتۇ. دائىرە نامى مۇلازىمېتىرى ھازىر سۈرۈشتۈرۈشنى Inktomi غا ئەمەس بەلكى Google غا يوللىشى كېرەك ئىدى، ئۇزۇن مەزگىلدىن بۇيان، Yahoo نىڭ ئىچكى قىسمىدا دائىرە نامى مۇلازىمېتىرىنىڭ كىرىش ئېغىزىنى ئۆزگەرتىپ باقمىغاچقا، ئۇلارمۇ ئالماشتۇرۇش مەشغۇلاتىنى قانداق ئېلىپ بېرىشنى ئونتۇپ قاپتۇ.

بىر دەمدىن كېيىن، ئۇدى مانېبر ئۇرسقا مۇنداق دېدى: «ھازىر سەن سۈرۈشتۈرۈش كەلكۈن ئېقىنىنى كۆرەلەيسەن. »

«ھە... يەنلا يوق. »

«ھازىر يەنە يوقما؟»

«يەنلا يوق. سەن دائىرە نامى مۇلازىمېتىرىنىڭ ئىناۋەتلىك ۋاقتىنى ئۆزگەرتىپ سىناپ باققىن. »

بىر دەم توختىدى.

«ھازىر بولدىمۇ؟»

Yahoo نىڭ تور ئېقىمى كۆزنى يۇمۇپ ئاچقۇچە Google نىڭ ھەر قايسى سانلىق مەلۇمات مەركەزلىرىگە يوپۇرۇلۇپ كەلدى، Google نىڭ ئۆزىنىڭ سۈرۈشتۈرۈش مىقدارىمۇ تېز سۈرئەتتە زورايدى، سانى بۇاستە سۈرۈشتۈرۈشنىڭ يۇقىرى چېكىگە يەتتى، Google بىر سەكرەپلا توردا ئىزدەش شىركىتىنىڭ ئالدىنقى قاتارىغا ئۆتتى. «پوك» قىلغان ئاۋازغا ئەگىشىپ، بىرەيلەن بىر ششە دوم پېرىنون شامپان پادىشاھنىڭ ئاغزىنى ئاچتى، بىر جايغا توپلانغان Google لۇقلار تەنتەنە قىلىپ تەبرىكلەشتى، كۆپچىلىك قوللىرىدا رۇمكىلىرىنى سۇنۇشۇپ، نەچچە ئون ئادەم خۇشپۇراق مەينى تېتۈاتاتتى.

ئۇرس سۆز قىلىشقا باشلىدى، ئۇ Yahoo نىڭ مەسئۇلىدىنمۇ قىسقا سۆزلىدى. ئۇ پەقەت «تەبرىكلەيمەن» دەپلا، رۇمكىنى كۆتۈردى.

كرائىگ سىلۇۋېرستېين مەك دونالدقا يۈگرەپ بېرىپ، گىگانت ھامبۇرگ بولكىسىدىن بىر قانچە خالتا سېتۇۋېلىپ كەلدى. ئىنژېنېرلار شامپان ئىچكەچ، كرائىگ سېتۇالغان ھامبۇرگ بولكىسىنى يېدى، پادىچىلار

ئىشتىنغا ماي يۇقى بارماقلىرىنى سۈرتۈپ، ئاندىن ئۆيىگە قايتىپ تاتلىق بىر ئۇخلىۋالماقچى بولدى. پۈتكۈل سۈرۈشتۈرۈش كەم-كۈتسىز، ھېچقانداق بىر سۈرۈشتۈرۈشنى چۈشۈرۈپ قويمىدى. Yahoo شىركىتى Goolge غا ھوقۇق بېرىپ ئىزدەتكىنى پەقەت Google توپلىغان پۈتكۈل سانلىق مەلۇماتنىڭ بىر قىسمى بولۇپ، بۇ كۆپ ساندىكى Yahoo ئىشلەتكۈچىلىرىگە نسبەتەن ھېچقانداق پەرق يوق ئىدى، ئەمما بۇ Google ئۆزىنىڭ تور بېكىتىگە نسبەتەن مۇتلەق ئەۋزەللىك تۇرغۇزدى.

قېيقالغان بىردىنبىر قول تۇتىدىغان مەسىلە تېخى ھەل قىلىنمىغان ئىدى: 1 مىليارد دەرىجىسىدىكى ئىندېكس بىلەن بىر قاتاردا تۇرىدىغان مقدارى ئاشىدىغان ئىندېكس بىلەن بىرلىكتە تاماملىنامدۇ يوق دېگەن مەسىلە ئىدى. نەتىجە ئۇنداق بولمىدى. ئۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە ئايدا، مقدارى ئاشىدىغان ئىندېكس ھەل قىلىش لايىھەسى ئىنژېنېرلارنىڭ بىھۇدە ئاۋارە بولۇشىنىڭ ئالدىنى ئالاتتى. Google شىركىتى Yahoo غا تېز سۈرئەتتە مقدارى ئاشىدىغان ئىندېكسنى تاماملاشقا كاپالەت بەرگەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە تاماملاشتىن ئىلگىرى ھەر ئايدا ئىندېكسنى يېڭىلاپ، سانلىق مەلۇماتنىڭ ۋاقتچانلىقىغا كاپالەتلىك قىلىشى كېرەك ئىدى.

Yahoo بىلەن ھەمكارلىششى Google نىڭ كەلگۈسىگە بولغان ئەندىشەمنى يوق قىلدى. بىزنىڭ ھەيۋىمىز كۈچلۈك، تەڭداشسىز بولۇپ، ئەگەر بىز Yahoo نى Inktomi نىڭ قولىدىن تارتىپ ئېلىپ كېلەلسەك، ئۇنداقتا يەنە كىم بىزنىڭ رىقابەتچىمىز بولالايدۇ؟ مېنىڭچە كىرىمنىي جلغىسسدىكى مۇۋەپپەقىيەت ھېكايىلىرى ئىچىدە بىزنىڭ ئىسمىمىز پەيدا بولۇشى مۇمكىن.

مەن ئاتا-ئانامغا تېلېفون بېرىپ، بۇ خۇش خەۋەرنى ئۇلارغا يەتكۈزدۇم، چۈنكى مەن ئۇلار تۇرغان جاكسونۋىل شەھىردە ئىنتېرنېت بار يوقلۇقىنى جەزملىيەلمەيتتىم. مەن ئۇلارغا پاي چېكى قەرەللىك ھوقۇقى سېتىۋېلىش ئۇچۇن ئارىيەت ئالغان پۇلنى قايتۇرىدىغانلىقىمنى پۇرىتىپ قويدۇم. لېكىن ئەسكەرتىپ قويماي، ھازىر ئەمەس، ئەمما بىر كۈنى چوقۇم قايتۇرىمەن.

كىرىمنىي جلغىسسدىكىلەر بىر ئائىلە

Google بىلەن Yahoo نىڭ ھەمكارلىق كەسپى رەسمىي جاكارلىنىشتىن بىر قانچە ھەپتە ئىلگىرى، مەن بۇ قېتىملىق سودىدىكى ئۈيۇنۇنى تاماملىغان ئىدىم. ئومىد ئىلگىرى Yahoo تور تۇراسىدىكى ئېلاننى سېتىۋېلىپ، ئۆز ئارا ئىشىنىدىغان ياخشى پوزىتسىيەمىز بىلەن ئۇلارنى قايىل قىلىشنى ئوتتۇرىغا قويغان، شۇڭلاشقا مەن ئۇلارنىڭ تور تۇراسىدا ئىلگىرى ئىجاد قىلغان 100 دىن ئارتۇق تاسماق ئېلاننى ئوتتۇرىغا چىقاردىم. سېرگېيىنىڭ قارىشىچە، مەن شىركەتنىڭ مەبلىغىنى ئەڭ ياخشى نەپكە ئېرىشتۇرۇپتىمەن، بىراق مەزكۇر مەبلەغنىڭ ئەڭ ئاخىرقى مەقسىتى دوستلۇقنى يېتىلدۇرۇش ئىكەنلىكى ئۇنىڭ كۆڭلىگە ئايان ئىدى. ئۇ ماڭا قاراتىملىقى يوق ئادەتتىكى ئېلاننى سېتىۋېلىش ھەققىدە كۆرسەتمە بەردى، چۈنكى بۇنداق ئېلان Yahoo نىڭ مەزمۇنى سۈپەتلىك قانالىرىدىكى ئېلاندىن ئەرزان ئۇنىڭ ئۈستىگە كىشىلەر بۇ ئېلانلارنى چەكمىگەن تەقدىردىمۇ، Google ماركىسىنىڭ ئاشكارىلىنىش دەرىجىسىنى ئاشۇرىدۇ. ئەمەلىيەتتە ئاساسلىقى ئەرزان بولغانلىقتىن.

Yahoo مۇ بىزنىڭ تەشەببۇسكارلىق بىلەن ياخشچاق بولغانلىقىمىزدىن ئوبدان پايدىلىنىشنى ئويلايدۇ، ئۇلار سۆھبەتلەشكەندە، بىزنىڭ باھانى تۆۋەنلىتىش تەلىپىمىزنى رەت قىلدى. بۇ بىر قېتىملىق مۇشەققەتلىك سۆھبەت بولۇپ، مەن چوقۇم سېرگېيىنىڭ كۆرسەتمىسى ئاساسىدا يول قويۇشۇم كېرەك ئىدى، مۇشۇنداق بولغاندا بىزنىڭ تېخىمۇ چوڭ سۆھبەت نىشانىمىزنى ئەڭ زور چەكتە ئىشقا ئاشۇرالايتتۇق، ئۇ بولسىمۇ Yahoo نى خۇشھال قىلىش. مەن شەرتنى بەك ئېغىر قىلىۋېتىشنى خالىمايمەن، ئەمما مەلۇم دەرىجىدە مەيدانىمدا چىڭ

تۇرۇش مەسئۇلىيىتىم بار دەپ ئويلايمەن. Yahoo نىڭ دېگىننى ئاڭلاپ، ئۇلار ئوتتۇرىغا قويغان ھەر قانداق تەلەپنى قارىغۇچىلارغا قاندۇرسام بولمايدۇ. شۇنسى ئېنىقكى مېنىڭ سۆھبەت نەتىجەم قانداق بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، سېرگېي خەجلىگەن پۇلۇمنى بەك كۆپ بولۇپ كەتكەندەك ھېس قىلىدۇ. كېيىن بايقىشىمچە، يەنە بىر ئامىل ئىشنى تېخىمۇ مۇرەككەپلەشتۈرۈۋەتتى. Yahoo شىركىتىنىڭ Google كەسپىنىڭ سېپتىش ۋاكالەتچىسى داۋىد كىرەينغا ياتلىق بولدى، ئەينى چاغدا داۋىد يېقىندىلا Google شىركىتىنىڭ ئاممىۋى مۇناسىۋەت دىرېكتورى بولۇشقا تەكلىپ قىلىنغان ئىدى.

Google باشقۇرغۇچىلار قاتلىمىدا «سىرتقا چېتىلىدىغان نىكاھ» مۇناسىۋىتى بارلاردىن بىر داۋىدلا بولماستىن، «سىرتقا چېتىلىدىغان نىكاھ» جۆرىسى يوشۇرۇن رىقابەتچىنىڭ شىركىتىدە ئىشلەيدىغان، ھەتتا بازار بۆلۈمىدە ئىشلەيدىغان، بۇ خىل ئەھۋالى بار كىشىلەر خېلى كۆپ ئىدى.

بىر مىسال ئالساقلا، كىرىمنىي جىلغىسىدىكى كىشىلىك مۇناسىۋەتنىڭ نەقەدەر مۇرەككەپ، راۋانلاشتۇرۇشنىڭ تەسلىكنى چۈشەندۈرۈپ بېرەلەيتتى. ئەينى ۋاقىتتا بىز eGoups شىركىتى ئارقىلىق «Google دوستى» نىڭ شۇئان ئالاقە تورىنى ئىشلەتكۈچىلەرگە يوللاپ بەرگەن، سەۋەبى لارىرنىڭ كارل (Carl) ئىسىملىك بىر قېرىندىشى بولۇپ، ئۇ eGroups شىركىتىنىڭ قۇرغۇچىلىرىنىڭ بىرى ئىدى. لارى ئۆز قولى بىلەن eGroups شىركىتىنىڭ ئەڭ دەسلەپكى مۇلازىمېتىرىنى سەپلەپ بەرگەن، ئىلگىرى بىر مەزگىلگىچە، eGroups نىڭ مەركىزى كومپيۇتېرى لارىرنىڭ ئىشخانىسىدىكى ئۈستىلىنىڭ ئاستىغا قويۇلغان ئىدى. بىز Yahoo بىلەن ھەمكارلاشقانلىقنى جاكارلىغان ئاشۇ ھەپتە، Yahoo 428 مىليون دوللار باھا بىلەن eGroups نى (Yahoo لارى پەيج جەمەتى بىلەن ئىزچىل ئىناق ئۆتەتتى) سېتىۋالدى. eGroups نىڭ Yahoo گۇرۇھىغا قوشۇۋېتىلىشىگە ئەگىشىپ، بىزنىڭ شۇئان ئالاقىمىز بىر قېيىن مەسىلگە ئايلاندى،

پېچمىدىن باشقۇرۇشقىچە ھەممىسى باش قاتۇراتتى. تەلىيىمىزگە، ئىلگىرى eGroups (ئامېرىكا ئېلخەت تىزىمى شىركىتى) دا ئىشلىگەن بىر يۇمشاق دېتال ئىنژېنېرىمۇ Yahoo غا تەكلىپ قىلىندى، ئۇ دەل Google نىڭ بازار بۆلۈمى بىلەن ئالاقىسى بار ئىدى. چۈنكى ئۇ سىندىنىڭ ئېرى ئىدى، بىز تەرس كۆنگە قېلىپ، ھەممە نورمال ئالاقلىشىش يوللىرى كارغا كەلمىگەندە، سىندىنىڭ «ئالاھىدە دوستى» كۆپىنچە ھاللاردا بىزگە ياردەم قىلىپ مەسىلنى ھەل قىلىپ بېرەتتى.

كىرىمنىي جىلغىسى خۇددى ياپۇچى بار يېتىشتۇرۇش قۇتىسىغا ئوخشاش، ئىچىگە ئۆزگىرىشچان قۇرۇتقا ئوخشاش كارخانىلار لىق تولغان، ئۇلار كىچىك تېخنىكا شىركەتلىرىنى جەلپ قىلىپ، ھەزىم قىلىپ، كېيىن ئۆزىنىڭ جەلپ قىلىنىپ ھەزىم بولغانلىقىنى بايقايدۇ ياكى تەرەققىي قىلىپ يېتەرلىك چوڭايغاندا، ئۆزىنىڭ تارمىقىنى بۆلۈپ چىقىرىدۇ. ياللىغۇچىلار ئوخشاش بىر خىزمەت ئىزدىگۈچىلەر توپىدىن تەكرار-تەكرار ئادەم يالالايدۇ، بۇ جەريانداا، ئۇلار ئۆزگىچە خۇمارنى يېتىلدۈرگەن، شۇڭلاشقا ھەممە ئادەم ئاخىرى بېرىپ مەلۇم تەرەپتە باشقىلار بىلەن ئۇنداق ياكى مۇناسىۋەتتە بولدۇ ياكى ھېچ بولمىغاندا ئوخشاش بىر شىركەتتە ئىشلەيدۇ. بىز شىركەت ئالمىششىنى قوللايمىز—ياق، مۇنداقچە ئېيتقاندا شىركەت ئالمىششىنى ئۈمىد قىلمىز—پۈتكۈل كەسپىي ھاياتقا نسبەتەن ئېيتقاندا، مەيلى قايسى بىر جاي بولسۇن يېتەرلىك قىزىقارلىق ۋە يېڭىلىق يارىتىشچان بولۇپ بىر ئۆمۈر ئىشلەشكە ئەرزىمەيدۇ. سېرگېي بىزدىن يۇز تۇرانە ئىمتىھان ئالغاندا، «نېمە ئۈچۈن ‹سان جوس مىركۈرىي خەۋەرلىرى› دىن ئايرىلىشنى ئويلىدىڭىز» دەپ سورىماستىن بەلكى «نېمە ئۈچۈن بۇنچە ئۇزۇن كۈتتىڭىز»، سەۋەبى دەل مۇشۇ يەردە.

ئىجتىمائىي ئالاقە تورىنىڭ بۇ جايدا يىلتىز تارتقىنى بىكار ئەمەسكەن، بىز ئۆزئارا باغلانغان بىر ئائىلە، ھەمشە ئۇز ئارا باغلىنىشلىق ئىكەنلىكىمزنى ھەيرانلىق ئىچىدە بايقايمىز.» ئۇ ئىنتىل شىركىتىنىڭ ئىچكى قىسمىدىكىلەر بىلەن بولغان مۇناسىۋىتى ئادەتتىكىدىن تاشقىرى بولغان تۇنجى خوجايىن. » «ئۇ ئىلگىرى Sun شىركىتىنىڭ ياردەمچىسى، ئەمما كېيىن كۆپېرتىنودىكى ھالى ئۈستۈن بىر ئىگىلىك تىكلەش كارخانىسىغا بارغان. » نۇرغۇن تېخنىك خادىملار ۋە دوستلىرى شۇنداقلا ئۇرۇق-تۇغقانلىرىنىڭ يېقىن مۇناسىۋىتى بار ئەمما

شركەتنىڭ تەپسىلاتلىرىدىن ئورتاقلاشمايدۇ.

بۇنداق ئەھۋالدا «Google شىركىتى ئۇرۇق-تۇغقانچىلىقنىڭ تەسىرىگە ئۇچرايدۇ، رىقابەت چېكىدىن ئاشقان مۇناسىۋەتلەرنىڭمۇ تەسىرىگە ئۇچرايدۇ. ھېسسىيات، نىكاھ، بەزىدە يەنە ياماق خەۋەرلەرمۇ بار. خۇددى ئەينى چاغدا Google شىركىتىنىڭ ئادەم سانىغا سېلىشتۇرغاندا بۇنداق يېقىن مۇناسىۋەتلەرنىڭ سانى يەنىلا نورمالدەك ھېس قىلىمەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە Google دا شۇنچە كۆپ ياش، قىزغىن، ھاياتىي كۈچى ئۇرغۇپ تۇرىدىغان مۇۋەپپەقىيەت قازانغان كىشىلەر تۇرسا. شاھىت ئاشكارا ئىتىراپ قىلمىغان شەخسىي تۇرمۇش تەپسىلاتلىرىنى تىڭ-تىڭلاش ئىنتايىن يېنىك قىلمىش، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ ئىشلار كىتابنىڭ ئاساسىي تېمىسى بىلەن مۇناسىۋەتسىز، شۇڭلاشقا ئىشخاندىكى مۇھەببەتلىششىنىڭ شىركەتنىڭ ئومۇميۈزلۈك تەرەققىياتىغا ئانچە چوڭ تەسىرى يوق. ئادەتتىكى ئەھۋالدا، ھەقىقەتەن شۇنداق. بىراق، مەن ھەقىقەتەن بىر جۈپ تاشقىن كۆچىنى بايقىدىم، ئۇ مېنىڭ ۋەزىپىنى تاماملاش ئىقتىدارىمنى ئۈيان-بۈيان قىلۋاتاتتى.

بىزنىڭ Yahoo بېتىدە ئېلان سېتىۋېلىش سېلىنمىمزنىڭ ئېشىشىغا ئەگىشىپ، لارىرى بىلەن سېرگېيېنىڭ بازارچىلىق نەتىجە گىرافىكىنى كۆرۈش تەلىپى بارغانسېرى كۈچەيدى. ئۇ تېخىمۇ ياخشى ئۇسۇل تېپىپ، ئېلاننىڭ ئۇنۇمىنى ئۆلچەشنى يېنىش-يېنىشلاپ تەلەپ قىلدى. بىزنىڭ باش بەتتىكى سېتىشنى تېزلىتىش تېكىستى قانداقراق؟ قايسى ئۇچۇرلار يېڭىياچى ئىشلەتكۈچىلەرنى مۇقىم ئىشلەتكۈچىگە ئايلاندۇرالايدۇ؟ خېرىدارلار باھاسى؟ ۋەدە؟ سېلىشتۇرۇش؟ ئۇلار قانچىلىك ئېلان چېكىدۇ؟ ئۇلار قانچىلىك ئىزدەش ئېلىپ بارىدۇ؟

بۇ مەسىلىلەرگە جاۋاب بېرىشنىڭ بىردىنبىر يولى ھەربىرىكەتچان بەت ھاسىل قىلىش—ئوچۇقنى ئېيتقاندا مەخسۇس پىروگراممىا ئىجرا قىلىپ، تورتۇرانى زىيارەت قىلغان ھەر بىر ئىشلەتكۈچىگە ئوخشاش بولمىغان نەشرىدىكى باش بەتنى يوللاش. بۇنداق بولغاندا ئوخشاش بولمىغان ئىشلەتكۈچىگە ئوخشاش بولمىغان تېكىستنى نامايان قىلغىلى بولىدۇ، ئاندىن ئۇلارنىڭ تېكىستنى كۆرگەندىن كېيىنكى ھەربىرىنى ئىز قوغلاش.

2000-يىلى 4-ئايدا، لارىرى كۆرسىتىدىغان تېكىستنى يېزىش ۋەزىپىسىنى ماڭا تاپشۇردى، ھەربىرىكەتچان بەتنىڭ پىروگراممىا تۈزۈش ۋەزىپىسىنى مارىسساغا تاپشۇردى. كۈنىدىلىك خاتىرە قوشۇنى دوكلات ھاسىل قىلىپ، قانچىلىك يېڭى ئىشلەتكۈچىنىڭ بەتنى قايتا زىيارەت قىلىدىغانلىقىنى كۆرۈپ باقماقچى بولدى. گەرچە مەن يازغان باش بەت ئۇچۇرى ناھايىتى ئۈزۈن ۋاقىت كۈتكەندىن كېيىن تەستىقلانغان بولسىمۇ، ئەممىا ھەربىرىكەتچان بەتنىڭ شەكىللىنىشى نەتىجىسىنى بىلگىلى بولمايدىغان قىلىپ قويدى. لارىرى بىلەن مېنىڭ ھەر قېتىملىق سۆھبىتىمىز ناھايىتى تېزلا ئىشلەتكۈچىلەرنى تۈتۈپ قېلىش نىسبىتىنى سىناشقا ئۆزگىرىپ كېتەتتى.

لارىرى مەندىن: «دوگلاس، بىز ئۇ سانلىق مەلۇماتلارنى قاچان كۆرىمىز؟ بىز پۈلنى ئىسراپ قىلۋاتقان تۇرساق، چۈنكى بىز ئەڭ كۈچلۈك سېتىشنى تېزلىتىش ۋاستىسىنى ئۇنۇملۇك ئىشلەتمىدۇق.» دېدى. مەن ئىشلەتكۈچىلەرنى تۈتۈپ قېلىش نىسبىتىنى خىزمەت نىشانىمنىڭ بىرى قىلىپ، ھەر قېتىم سورالغاندا مەن لارىرغا سانلىق مەلۇمات يوقلۇقىنى ئېيتاتتىم، شۇنىڭ بىلەن بىللە مەنمۇ ئۆزەمنىڭ ئىشەنچ دەرىجەمنىڭ تۆۋەنلەۋاتقانلىقىنى ھېس قىلدىم. بۇ تۇرنىڭ تېزرەك قوزغىلىشى ئۈچۈن، بارچە ئامىللىرىمنىڭ ھەممىسىنى ئىشقا سالدىم ئەمما مەن يېتەرلىك ئالدىنلىق ھوقۇقىغا ئېرىششىم مۇمكىن بولمىدى. پەقەت مارىسسالا ئىشنى ئوڭۇشلۇق ئېلىپ بارالايتتى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۈلار جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنىدا، ئۇنىڭ بىلەن لارىرنىڭ ھازىر بىر جۈپ ئىكەنلىكىنى جاكارلىدى. 8-ئاينىڭ ئاخىرىغا بارغاندا، مەن ئاخىرى ئېغىر قەدەملىرىمنى سۆرەپ بىنانىڭ ئۈستىگە چىقىپ، لارىرنىڭ ئىشخانىسىنىڭ ئىشىكىنىڭ ئالدىغا كەلدىم. ئىشخاندا پەقەت لارىرى ئۆزى يالغۇز قالغان ۋاقىتتا، ئىشخانىغا كىرىپ ئىشكىنى تاقىدىم.

مۇنداق دېدىم: «لارىرى، مارىسساغا ھەممە گەپنى قىلدىم، مەن ئۇنۇم ئېچىمگە چۈشۈپ كەتكەن ھالدا، ياخشى گەپنىمۇ قىلدىم، تاقىشىپمۇ باقتىم، ئەمما ئۇ ھەربىرىكەتچان بەتنى ئىشقا ئاشۇرمىدى، ئۇنداق بولغاندا

ئىشلەتكۈچىلەرنى تۇتۇپ قېلىش نىسبىتىنى تەكشۈرەلمەيمەن. ماڭا باشقا تەكلىپ بېرەلەمسەن؟» مەن ئەينى ۋاقىتتا ھەم ئۇمىدسىز ھەم جىددىيلىشىپ كەتكەن ئىدىم، كەيپىياتىمنىمۇ يوشۇرالمىغان ئىدىم. ۋەزىپىنى ئورۇنلىيالمىغانلىقىمنى ئېتىراپ قىلىمەن. Google دا، بۇ خىل ھەرىكەت مۇتلەق ھالدا ئۆزىگە ئاۋارىچىلىك ئېلىپ كېلىدۇ. شىركەتنىڭ لىدېرىغا، ئۇ ئۈچرىشۋاتقان ئىنژېنېرنىڭ ئۆزىنىڭ يولنى توسقانلىقىنى ئېيتسا، بۇ ئۆزەمنى قويىدىغان يەر تاپالمايدىغان ئەھۋالغا ئەكىلىپ قويىدى. لارى ئېغىر بېسىقلىق بىلەن باش قېتىمچىلىقىمنى ئاڭلىدى.

ئاڭلاپ بولغاندىن كېيىن، قاقاقلاپ كۈلۈپ كەتتى، ئۇ ماڭا كاپالەت بېرىپ: «دوگلاس، ئەنسىرىمە. بىز چوقۇم ھەل قىلالايمىز.» دېدى. ئاندىن دولامنى شاپىلاقلاپ تۇرۇپ، يېنىك تەۋرىنىپ، ئاندىن مېنى ئىشىك ئالدىغا ئېلىپ كەلدى. مەن ئەينى چاغدا غەلىتىلا ھېس قىلغان، بىراق لارىنىڭ سەممىيىتى خۇددى ئېلېكتىر دولقۇنىغا ئوخشاش تارقىلىپ، مەن دۇچ كېلىۋاتقان ئوڭايسىزلىقنى ئۇنىڭ چۈشىنىۋاتقانلىقىنى ئېيتىۋاتقانىدەك قىلاتتى، مۇناسىۋەتسىز ئىلگىرىكىدەكلا بولۇپ، ئىشلار ياخشى بولۇپ كېتىدۇ، بۇ ئىشنى ئۇنىڭغا تاپشۇرۇپ ھەل قىلايلى. مەن ئىش ئۈستىلىمگە قايتىپ كېلىشتىن ئىلگىرى، بۇنىڭدىن كېيىن نېمە قىلىشىمنى بىلمەيتتىم. ناۋادا ماربىسسا تەرەپتىن باشقا مەسىلە چىقسا قانداق قىلىش كېرەك؟ مەن بۇرۇنلا بىزنىڭ ماركا تەرەپتىكى قارىشىمىزنىڭ بىردەك ئەمەسلىكىنى كۆرۈپ يەتكەن، كېيىن ھەر قېتىم بىزنىڭ پىكرىمىز بىردەك بولمىغاندا، ھەمىشە لارىنىڭ يېنىغا بېرىپ ھەل قىلىش چارىسىنى ئىزدەمدىم؟

بەلكىم ئۇدۇل كەپ قالغاندۇ، ياكى ئەمەستۇ، ھەربىرىتچان بەتنىڭ پروگراممىسى بىر قانچە كۈندىلا تاماملىنىدۇ. ئەلۋەتتە، نەزەريە جەھەتتىن تامامىلاندى. بىز يەنىلا قوليازمىغا ئېھتىياجلىق، قوليازما بولغاندىلا تور باشقۇرغۇچى كارۇن ئاندىن Windows سىستېمىسى ئىشلەتكەن كومپيۇتېردا پروگراممىنى ئىجرا قىلالايدۇ. بۇنىڭغا يەنە بىر قانچە ھەپتە ۋاقىت كېتىدۇ. كېيىن، كۈندىلىك خاتىرە قوشۇنى بىز ئېھتىياجلىق ئىشلەتكۈچى سانلىق مەلۇماتىنى ئاجرىتىش جەريانىدا ئاۋارىچىلىقنا يولۇقتى. 11-ئايغا بارغاندا، تۇنجى ھەقىقىي دوكلات ئاندىن رويابقا چىقتى.

مەن ئەزەلدىن قۇرۇلۇش بۆلۈمىدىكى ئىشداشلىرىمنىڭ بىرىنچى ئالدىنئالا ۋەزىپەم بىلەن قەستەن كارى بولمايۋاتىدۇ دەپ ئويلىمايمەن. ئۇلار قول تىقىپ بىر تەرەپ قىلىدىغان 1000 رىقابەت تۇرنىڭ ئىچىدە ھەر قانداق بىرى، بازارچىلىق ئېھتىياجىدىن مۇھىم. لارى بىلەن سېرگېي بازارچىلىققا كۆڭۈل بۆلىدۇ، ئەممىا ئىنژېنېرلارغا تېخىمۇ كۆڭۈل بۆلىدۇ. قانداقلا بولمىسۇن شىركەت قۇرغۇچىسىنىڭ ئۆزىمۇ ئىنژېنېر، ئۇلار ئىنژېنېرنىڭ خىزمىتىنى بەش قولدەك بىلىدۇ. شۇغىنسى ئۇلار نېمە ئۈچۈن ئىنژېنېرلارنىڭ ئۇنۇمىنىڭ تېخىمۇ يۇقىرىراق بولۇشىنى چۈشەنمەيدۇ، شۇڭلاشقا ئىنژېنېرلارنى پىلاندىكى سۈرئەتتىن تېزراق بولۇشقا سۈيلەيدۇ.

لېكىن، بازارچىلىق قوشۇنمىزغا نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئۇلارنىڭ تەلىپى مۇجمەلدەك كۆرۈنىدۇ. لارىنىڭ دېيىشچە: «بازارچىلىقتا خەتەردىن بۇنچە ئۆزىنى چەتكە ئالمىسمۇ بولىدىكەن. »

سېرگېي مۇنداق دېدى: «تېخىمۇ ئىجادكارلىققا ئىگە بولۇشى كېرەك ئىكەن. »

ئۇلار ئىككىسى خۇلاسلاپ مۇنداق دېدى: «تېخىمۇ ئۇنۇمى بولۇشى كېرەك. »

ھەر قېتىم بازارچىلىق كۈچ بەرمەي مەسىلە كېلىپ چىقىپ باشقۇرغۇچىلار قاتلىمىنىڭ مۇنازىرە قىلىدىغان تېمىسى بولغاندا، سىندى ھەمىشە بىزگە ئۇقتۇرۇش قىلاتتى. بۇ خىل ئەھۋال دائىم كۆرۈلىدىغاندەك قىلاتتى.

سىندى مېنىڭ يىل ئوتتۇرىسىدىكى خىزمەت خۇلاسەمگە مۇنداق يازغان: «ھەر قانداق ئىش ئاخىرقى ۋەزىپىنى ئورۇنلىشىڭغا توسالغۇ بولمىسۇن، مەسىلىنى ھەل قىلىدىغان ئەڭ تېز ئۇسۇلنى تېپىپ چىق. يەنە سۈپەتكە كاپالەتلىك قىلىپ، ئىمزا قويۇش ئۇلچىمىڭنى تۆۋەنلەتمە. »

مەن ئۇنىڭغا كاپالەت بېرىپ مۇنداق دېدىم: «ئەلۋەتتە. » ئەمما قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ قوللىشى بولماي تۇرۇپ، بىر قىسىم ئىشلارنى تاماملاشقا ئامال يوق، پەقەت لارى ياكى سېرگېي تەستىقلىغان تۇرلا قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ قوللىشىغا ئېرىشەلەيدۇ. ئۇلارنىڭ قوللىشىغا ئېرىشىش ئۈچۈن، كىشىلىك مۇناسىۋەتنى تەڭشەشكە توغرا كېلىدۇ، بۇ بەك مۇرەككەپ.

Google غا ئوخشاش بۇنداق شىركەتتە يېقىن مۇناسىۋەت قۇرۇش ئىنتايىن ئاسان، ئىنتايىن زىچ ئىشخاندىن تارتىپ، شىركەتتىكىلەر بىرلىكتە غىزالىنىدىغان ئاشخانىغىچە شۇنداقلا ھەر كۈنى 24 سائەت، ھەر ھەپتىدە 7 كۈن ھەر ۋاقىت ئېلىخەت بىلەن مەسئۇلات ھەققىدە پىكىر ئالماشتۇرالايدىغان بۇ شەرتلەرنىڭ ھەممىسى ناھايىتى پايدىلىق. بىز دائىم كۆرۈشەلەيمىز، ئادەتتە ھەممەيلەن ياخشى دوستلاردىن بولۇپ كېتىمىز ئەمما بوشلۇق جەھەتتىكى يېقىن ئارىلىق بەزىدە ئادەم بىلەن ئادەم ئوتتۇرىسىدىكى يېقىنچىلىقنى سۇسلاشتۇرۇۋېتىدۇ. كىچىك ئىللەتلەر ۋە ئالاھىدە بولۇۋېلىپ ئۆز ئالدىغا ئىش قىلىش كۆپچىلىكنىڭ ئۆزئارا نارازىلىقىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغان ئاساسلىق سەۋەب. ئارىلىق يېقىن بولغانلىقتىن، كۆپچىلىك قەستەن ئۆزلىرىنىڭ شەخسىيىتىنى باشقىلارنىڭ بىلىپ قالماسلىقى شۇنداقلا ئۆزىنىڭ شەخسىي تازىلىقىغا ئىنتايىن ئەھمىيەت بېرىدۇ. ئەلۋەتتە بەزىلەر بۇنىڭدىن بىزار ۋە بۇ خىل كەيپىياتتىن ئۆزىنى چەتكە ئالىدۇ، بەزىدە بىسىمنىڭ ئارتىشىغا ئەگىشىپ غەزەپلىنىش تېخىمۇ روشەنلىشىپ كېتىدۇ، بۇ جەريانىدا، كىشىلەر مۇھەببەتلىشىدۇ ياكى ئايرىلىپ كېتىدۇ، بەزىلەر توي قىلىپ بىر ئۆمۈر قول تۇتۇشىدۇ، بەزىلەر ئايرىلىپ ئايرىم تۇرىدۇ. بەزى كىشىلەرگە نىسبەتەن، Google خوجايىنلا بولۇپ قالماستىن بەلكى بىر خىل تۇرمۇش ئۇسۇلى.

مەن خىزمەتكە كىرىشىشكە ئامراق، ئۆزەمنىڭ خىزمىتىنى ياقتۇرىمەن، بەسلىشىشكە ئامراق، كۆچ-قۇۋۋەتنىڭ ئۇرغۇپ تۇرۇشىنى ياقتۇرىمەن، ئىشداشلىرىمنى ياقتۇرىمەن—مېنىڭ ئۇلار بىلەن بىللە بولغان ۋاقتىم مېنىڭ ئائىلەمدىكىلەر بىلەن بىللە بولغان ۋاقتىمدىنمۇ ئۇزۇن. ئەمما ماڭا نىسبەتەن، Google باش ئىشتابى ئىشىنى ياخشى قىلىدىغان جاي. مەن ئەينى ۋاقىتتا 41 ياشقا كىرگەن، توي قىلغان، ئۈچ بالىسى، ئىككى ماشىنىسى، بىر مۇشۇكى، يەنە رەنىلىك قەرزى بار ئىدىم. مەن ئاللىبۇرۇن جەمەتلىك بولۇپ بولغان كىشى ئىدىم.

ئون ئىككىنچى باب
خۇشاللىق ۋە ئىسسىم

سېرگېي بىلەن سۈسان بىرلىكتە ئالىيۇمنىدىن ياسالغان قېيىقنىڭ ئالدىدا ئولتۇراتتى، مەن رولنى باشقۇرۇۋاتاتتىم، قېيىق رۇسىيەدىكى دەريا ئېقىنىنى بويلاپ تۆۋەنگە ئۆزۈپ، سونوما ۋىلايىتىگە كېتىپ باراتتى. ئۇ 2000-يىلى 9-ئاي ئىدى، مەن پۈتۈن كۈچۈمنى ئىشقا سېلىپ، ھەممە كىمە ھەيدەش ھۈنەرلىرىمنى چىقىرىپ، قېيىقنىڭ دەريادىكى تاش ياكى ئۈستىمزدىكى دەرەخ شاخلىرىغا تېگىپ كېتىشتىن ساقلىناتتىم، ئەتراپىمىزدا Google دىكىلەرنىڭ ھەممىسى قولىدا بىردىن ئالىي دەرىجىلىك سۇ تاپانچىسىنى ئېلىپ ئۆز ئارا سوقۇشۇۋاتاتتى، ئەگەر بەزىلەر تېيىز جايغا چىقىپ قالسا ياكى قېيىقى ئۆرۈلۈپ كەتسە، ئەتراپتىن خۇشال-خۇرام ۋارقىراش سادالىرى كېلەتتى.

سېرگېي مايكىسنى سېلىۋېتىپ، قېيىقنىڭ بىر تەرىپىدە ئولتۇرۇپ، مېنى ئالدىرىتىپ: «لارىنىڭ قېيىقى تەرەپكە ھەيدىشىمنى دېدى. »

تۇيۇقسىز، ئۇ قېيىقتىن سەكرەپ، شېرىكى تەرەپكە قاراپ ئۆزۈشكە باشلىدى، لارىنىڭ قېيىقنىڭ يېنىنى تۇتۇۋېلىپ، بىر تەرەپتىن قېيىققا سۇ ئۇسسىسا، بىر تەرەپتىن قېيىقنى چالغۇتاتتى، قېيىقنى ئۆرۈۋەتمەكچى ئىدى، كېيىن ئۇ يەنە باشقا ئىنژېنېرلارنىڭ قېيىقلىرىغا ھۇجۇم قىلدى.

ئىككى سائەتتىن كېيىن، بىز ئەڭ ئاخىرقى بىر قۇملۇققا يېتىپ باردۇق، لارى ئۇ جايدا سېرگېيدىن ئۆچ ئېلىش ئۈچۈن ساقلاپ تۇرغان ئىكەن. مەن قېيىقنى قۇملۇق ساھىلىغا سۆرۈپ ئەكەلگەن ۋاقتىمدا، لارى تېيىز سۈنى كېچىپ كۆزلىرىنى چەكچەيتىپ يۈگرەپ كەلدى، مەن كۆڭلۈمدە: «ھە، ئەمدى سېرگېي تۇگىشىدىغان بولدى. » دېدىم. مېنى ھەيران قالدۇرغىنى، لارى سېرگېينىڭ يېنىدىن ئۆتكەندە مېنى تۇتۇۋېلىپ، تۆت پۇتۇمنى ئاسمانغا قىلىپ سۇغا يىقىتىۋەتتى. ئىلگىرى مەن ئەزەلدىن خوجايىنىم تەرىپىدىن ھۇجۇمغا ئۇچراپ باقمىغان، ئۇ ياش يىگىتلەر ئارىسىدىكى قوپال چاقچاقلار ئىدى، مەن كۈلۈمسىرىگەن ھالدا ئورنۇمدىن تۇردۇم. ياغاچ قېيىق سايا ھەتتىنىڭ ئاساسلىق مەقسىتى Google لۇقلارنىڭ تېخىمۇ يېقىن مۇناسىۋەت باغلىشى ئۈچۈن بولۇپ، ئۇزۇن ۋاقىتتىن بۇيانقى ئىشخانىدىكى بۆلۈمچىلەردىكى تۇرمۇشتىن بۆسۈپ چىقىش ئىدى. گەرچە بۇ خىل خۇشھاللىق كارخانا مۇھىتىدا بولسىمۇ يەنىلا كۆپچىلىكنى ناھايىتى خۇشال قىلاتتى.

بۇ مەسىلىدە، كۆپچىلىك Google غا نىسبەتەن مۇنداق تەسىر پەيدا بولۇشى مۇمكىن: بۇ بىر رەھىمسىز بېسىم قازىنى، دانا، قۇسۇرچى ئىگىلىك تىكلىگۈچىلەر تەلپۈنگەن گۈزەل كېلەچەكنى ئالغا سىلجىتىش ئۈچۈن، بىز بارلىق تىرىشچانلىقىمىز ۋە قىزغىنلىقىمىزنى سەرپ قىلىشىمىز لازىم. بۇ ئىنتايىن تۇغرا، ئىلگىرى ھامىلىدار بولغىنى بىر قانچە ئاي بولغان تۇر باشقۇرغۇچى يېرىم كېچىدىن كېيىن تورخېتىمگە جاۋاب قايتۇرمىغانلىقتىن— ئۇ بەكلا ھېرىپ كەتكەن—مەندىن كەچۈرۈم سورىغان ئىدى. ئۇ ئىنتايىن خىجىل بولغان ھالدا ئۆزىنىڭ ئەينى ۋاقىتتا ئۇخلاپ قالغانلىقىنى ئېتىراپ قىلغان ئىدى. بىراق، Google مۇ ئىچ پۇشۇقىنى چىقىرىدىغان ياخشى جاي، بۇ يەردىكىلەرنىڭ ھەممىسى ئىنتايىن قىزىقارلىق كىشىلەر، ئۇلارنىڭ جىسمانىي كۈچى ئۇرغۇپ تۇرۇپلا قالماستىن يەنە پەم-پاراسەتلىك.

بىز قېيىقتا بىللە سايا ھەت قىلىدىغان شېرىك تاللىغان ۋاقتىمىزدا، ئىنژېنېر جون باۋېر چاقچاق قىلىپ:

«مەن ئۇرس بىلەن بىر قېيىقتا ئولتۇرىمەن، ئۇ بولمىسا مەن ئۇزىلمەيمەن. » دېدى. جېرېمى چاۋ (Jeremy Chau) قېيىق توختاتقان جايدا يىقىلىپ قالغان بىر تۈپ دەرەخنى كۆرۈپ: «ئەپسۇس ‹يىلتىزى› ئاللىبۇرۇن ‹ئۆلۈپ› تۇ، بىز ‹ياغاچ› [22] نى كۆرۈپ باقايلىمۇ؟» دېدى

بىز بىر قېتىملىق خىزمەتچىلەر مۇسابىقىسى ئۆتكۈزدۇق، كۆپچىلىك بىزنىڭ قايسى كۈنى 100 مىليون قېتىم ئىزدەش ئېلىپ بارالايدىغانلىقىمىزنى پەرەز قىلدۇق، ئۇنتقانلار توك موتوسكلىتتىن بىرىگە ئېرىشەلەيتتى. بىز «مارۇزنى ئالاقىسى» ئېلىپ بارىدۇق، يەنە نۇرغۇن قىزىقارلىق چاقچاقلارنى تاييارلىدۇق («بىر چىراغنى ئالماشتۇرۇش ئۈچۈن مىكروسوفت ئىنژېنېرىدىن قانچىسى كېتىدۇ؟ بىرسىمۇ كەتمەيدۇ. ئۇلار پەقەت قاراڭغۇ ئۆلچەم دەپ جاكارلىسلا بولىدۇ»).

كارۇن يىللىق ئارام ئالغاندا، بىز كۆڭۈل ئېچىش مەيدانىدا ئويناىدىغان كىچىك تۇپتىن 1000 نى زاكاز قىلدۇق، ئۇلارنى كارۇننىڭ بۆلۈمچىسگە قاچىلىدۇق. بىر يىلدىن كېيىنمۇ بىز ئۇ تۇپلارنى ئېلىپ ئىشخاندا بىربىرىمىزگە ئېتىشىپ ئويناىدۇق، يەنە نۇرغۇن تۇپ ئىشخاندىكى ئۇستەلنىڭ ئاستىدا ئۇياندىن-بۇياڭا دومىلاپ يۈرەتتى.

40 كۈنلۈك روزىدىن كېيىنكى شادلىق بايرىمى بولغاندا، چارلى بامبۇك بىلەن تاماقخانىنى يېپىپ ئىچىنىلىۋەتتى ھەمدە سولياۋ قونچاقنى پادىشاھ تورتنىڭ ئىچىگە قويۇپ بېزىدى. 5-ئاينىڭ 5-كۈنىدىكى بايرام بولغاندا، بىز كىچىك راك ۋە تاتلىق ياڭيۇ قوناق ئۈنى گۆش دۈملىمىسىنى تېتىدۇق، خورچاتا ناملىق مېكسىكا ئىچىملىكىنى ئىچىپ، ھەم تاتلىق ھەم شىرنىلىك تاۋۇز يىدۇق.

پەرىشتىلەر بايرىمىدا، قان دانچىسىنى قونچاق بالىنىڭ بەدىنىگە پۈركۈپ، ئۈنى چىننىڭ ئىچىدە لەيلەتتۇق (چارلى مۇشۇنداق غەلىتە يىمەكلىكلەرنى تەييارلاشقا خۇشتار)، ئۇنىڭ ئۇستىگە بىر ئاز ئېغىرراق ئۇسلۇبتىكى كىيىم-كېچەكلەرنى تەييارلىدۇق، يەنە پوپ بىلەن گۈناھكار بىلله تۇرغان شېئىر ئوقۇش سىنىپىدىكى ئۆسمۇر، قانلىق ئايروپىلان ۋەقەسىدىكى جەسەت، يەنە لەھەڭ چىشلەپ يارىلاندۇرغان زىيانلانغۇچى، بۇلارنىڭ ھەممىسى ئادەم كۈچى بايلىقى بۆلۈمىنىڭ باشقۇرغۇچىسى خېسىر كىيىدىغان كىيىملەر.

بىزنىڭ يەنە چوقۇنغۇچىلىرىمىزمۇ بار. بىر تۇپ Linux مايكىسىنى كىيگەن سايامەتچىلەر بىزنىڭ ئىشكىمىزنىڭ ئالدىدىكى Google بەلگىسىنىڭ ئالدىدا سۈرەت تارتىپ خاتىرە قالدۇرۇۋاتاتتى—بۇ Yahoo نىڭ بىزنىڭ داڭقىمىزنى يىراقلارغا تاراتقانلىقىنى ئىپادىلەيدۇ، ئۇنىڭ ئۇستىگە بىزنىڭ ماركىمىز پەقەتلا كىلاسسىك تېخنىكا شىركىتى بولماي قالدى.

مەن ئورنۇمدىن تۇرۇپلا، ئولتۇرغان ئورنۇمدىن سىرتتا بىر قانچە قەدەم ماڭسامىلا، يېڭىلىق ۋە خۇشھاللىقنى ھېس قىلالايتتىم.

«جانىيەر ھالقسى؟» مەن سېتىش ۋاكالەتچىسىنىڭ بۆلۈمچىسىدىن ئۆتۈپ كېتىپ بارغاندا ئۇنىڭ يەنە بىر سېتىش ۋاكالەتچىسى دەۋاتقان گېپىنى ئاڭلاپ قالدىم. «بىزدە ھازىر قانچىلىك بار؟ تىتىرەتكۈچتىنچۇ؟ بىزگە يەنە قانچىلىك لازىم؟»

«چوقۇم مەن بىلمەيدىغان چوڭلار ئويۇنچۇق ئىشكاپى بار، ياكى مەن ‹ئىشتىن چۈشكەندىن كېيىنكى ئۇچرىشىش› ئېلىخەت تىزىمغا خەتلەتشىنى ئۇنتۇپ قالدىم. » دەپ ئويلىدىم. سۈرۈشتۈرۈپ بىلىشىمچە، چوڭلارغا مۇلازىمەت قىلىدىغان ئېلان سودىگىرى بىزنىڭ دەسلەپكى خېرىدارلىرىمىزنىڭ بىرى بولۇپ، ئۇلار بىزنىڭ بەلگىلىگەن دائىرىمىز بويىچە ئۆزلىرىنىڭ كەسپىدىكى ھالقىلىق سۆزگە قانچىلىك ئېلان تارقاتسا بولىدىغانلىقىنى بىلمەكچى ئىكەن. ئۇ ئىككى سېتىش ۋاكالەتچىسى ئۇ جايدا ئاشۇ ھالقىلىق سۆزلەرنىڭ

[22] بۇ بىر قوش مەنىلىك سۆز بولۇپ، «ياغاچ» بىلەن «خاتىرە» دېگەن سۆز ئىنگلىزچىدە ئوخشاشلا log. —تەرجىماندىن

مۆلچەردىكى ئىزدەشتە «ئامباردىكى سانى» نى سېلىشتۇرۇۋاتقان ئىكەن، ئەگەر سىز بەك سەزگۈر بولسىڭىز، ئۇنداقتا Google دا ئىشلەشكە ماس كەلمەيدىكەنسىز.

بۇنداق ئازادە ۋاقىتلار ئېغىر خىزمەتنى قېيىن ھېس قىلدۇرمايدۇ، شۇغىنسى، بۇنداق كىۋچ سەرپ قىلىپ ياخشى بولغىلى بولمايدىغان مۇشكۈل قېيىن-قىستاقتا، مېنى ھاياجانلاندۇرۇپ قىلچە بىزارلىق ھېس قىلدۇرمايدىغىنى، يەنىلا سودا لايىھەسى بولغان يۇرەكلىك سىناق ئېلىپ بېرىشىمىز ئىدى. بۇ مېنى ئۆزەمنىڭ ھېسسىياتسىز تاشنىڭ ئۈستىدە ئولتۇرۇپ كۈن-كۈنلەپ تەكرار ئىش قىلىشقا باغلىنىپ قالمىغانلىقىمنى ھېس قىلدۇراتتى. مەن ئۆزەمنى قانداق ۋاقىتتا بىر توپنىڭ كاللامغا تېگىپ، ئۆزەمنىڭ تەپەككۇرۇمنى قايتىدىن رەتلەيدىغانلىقىمنى ئالدىن مۆلچەرلىيەلمەيتتىم.

دېمەكچى بولغىنىڭنى سۆزلە

لارى ماڭا ئۆزى بەلگىلەيدىغان يېڭى ئېلان سىستېمىسى ھەققىدىكى قاراشلىرىنى سۆزلەپ بەردى، مەن ئۇنىڭدىن: «سەن زادى قانداق ئويلىغان؟» دەپ سورىدىم. ئىنژېنېرلار ئىزچىل ھالدا بىزنىڭ ئەڭ دەسلەپكى CPM ئېلان سىستېمىمىزنى توختىماي ياخشىلاۋاتىدۇ، بەتنىڭ چوققىسىدا ئېلان كۆرسىتىشتىن باشقا، يەنە ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ ئوڭ تەرىپىدە ئېلان قويۇلىدى، لارى بىزگە مۇنداق دېدى، كېيىنكى قەدەمدە ئىشقا ئاشۇرىدىغان ئىقتىدار ھەر قانداق ئادەم بىر قانچە مىنۇت ئىچىدە بەتنىڭ ئوڭ تەرىپىدىكى ئېلاننى ياساپ چىقىشنى ئىشقا ئاشۇرۇش ھەمدە ئېلاننى Google غا چاپلاش، بىزنىڭ ئېلان يېتەكچى سىياستىمىز ۋە ئېلان تەڭشەش مادداللىرىمىز بولۇشى كېرەك، ئەمما ئېلانىنىڭ بۇ شەرتلەرگە ماس كېلىدىغانلىقىنى جەزملەشتىن ئىلگىرى بىز ئېلان تىجارىتىنى باشلىدۇق. ئەمەلىيەتتە، پەقەت ئىناۋەتلىك كارتا بولسىلا، ھەر قانداق ئادەم ھەر قانداق مەزمۇندىكى ئېلان ئىشلىيەلەيدۇ.

مەن قارشى پىكىرنى ئوتتۇرىغا قويدۇم: «ئەگەر ئىشلەتكۈچى ئېرقچىلىق، شەھۋانى شۇنداقلا باشقىلارغا بۆھتان چاپلايدىغان ئېلان ئىشلىسە، ئۇنداقتا بىزنىڭ ماركىمىز يەنە ھايات تۇرالامدۇ؟ بۇنداق ئېلانلار چوقۇم بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجە بېتىمىزدە كۆرۈنىدۇ، ئەجبا بىز ئۆزىمىزنىڭ ماركىسىنى ئۆچمەنلىك سۆزلىرى بىلەن تولغان ھەتتا تېخىمۇ ناچار نەرسىلەر بىلەن بىرلەشتۇرىمىزمۇ؟ بۇنىڭغا نىسبەتەن مەندە بىر خىل شۇملۇق تۇيغۇسى بار. »

لارى ھېچقانداق تەكشۈرۈشتىن ئۆتكۈزمەيلا ئىشلەتكۈچى ئىشلىگەن ئېلاننى بىزنىڭ تورتۇراغا قويۇشنى قارار قىلدى، بۇ مېنى قورغۇچىمىزنىڭ ھېچقانداق كىرىزىس تۇيغۇسى يوقلۇقىغا ئىشەندۈردى، تاسقاشتىن ئۆتمىگەن ئېلاننى بۇاستە تارقىتىش تېپىك بازارچىلىق كىرىزىسى پەيدا قىلىشقا باراۋەر ئىدى. بۇ نۇقتىنى كالۋامۇ كۆرۈپ يېتەلەيتتى، كۆرۈنۈپ تۇرۇپتۇكى، مەن دەل شۇ كالۋا ئىدىم.

ماڭا ئوخشاش، يەنە باشقىلارمۇ بۇنىڭغا گۇمانىنى ئىپادىلەيدۇ. بىر ئىنژېنېر بۇ پىلاننى ئاڭلىغاندىن كېيىن ئىنتايىن ھەيران قاپتۇ، ئۇ ھەتتا مۇدىرىيەتتىكى خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلەغ سالغۇچى سودىگەرگە بىر پارچە ئېلخەت يېزىشنى ئويلىشىپتۇ، ئۇلارغا Google غا سالغان مەبلەغ دەسمايىسىنىڭ قايتىپ كەلمەيدىغانلىقىنى ئېيتماقچى بوپتۇ. بىراق، تاماق تاللىمايدىغان ئىنژېنېر چاد لېستېر (Chad Lester) ئىگىلىك تىكلىگۈچىنىڭ خەتەرگە سەۋر قىلىشنى ياخشى دەپ ماختاپتۇ.

چاد لېستېر شۇ ئىشتىن كېيىن ماڭا مۇنداق دېدى: «مەن ئەينى چاغدا ناھايىتى ھاياجانلىنىپ كېتىپتىمەن. خۇددى ئوتتۇرا مەكتەپ ھاياتىدا تازىلىق قەغىزىنى باشقىلارنىڭ ئۆيىنىڭ ھەممە يېرىگە

ئېسىۋەتكەنگە ئوخشاش. نېمە ئۈچۈن سىناپ باقمايمىز، نەتىجىسى قانداق بولىدۇ كۆرۈپ باقمامدۇق؟»

مەن ئىلگىرى كۆرگەن باشقۇرغۇچى، كىشىلەرنىڭ كۆڭلىگە ياقمايدىغان قارارنى ئالغا سىلجىتىش ئۈچۈن، ئىشنى باشلاشتىن ئاۋال ئورتاق تونۇشقا كېلىۋالاتتى. ئۇنىڭ ئۇستىگە مەنمۇ، ئاشۇ خوجايىنلارنىڭ كىچىك دائىرىدىكى سىناق ئېلىپ بارىدىغانلىقىنى بىلەتتىم، ئەھۋال چاتاق بولسىلا، ئۇلار خالىغان ۋاقىتتا چېكىنىشكە تەييار. Google نىڭ باشقۇرغۇچىلىرى تۈپتىن ئوخشىمايدۇ، لارى جامائەتنىڭ پىكرىنى چەتكە قېقىپ، ئۆزىگە ئىشىنەتتى، ھېچنېمىدىن قورقماي خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىپ، قىلچە ئىككىلەنمەيتتى. ئۇ سۈزۈلمىگەن ئېلانىنىڭ توغرىلىقىغا مۇتلەق ئىشىنەتتى.

ئەسلەپ ئۆتكەندە، لارى بىلەن چاد لېستېرنىڭ قىزغىنلىقى ئوخشاش بولمىغان ھايا تلىق دەۋرىدىكى ئالاھىدىلىكنى ئەكس ئەتتۈرۈشى مۇمكىن. مەن ئەينى چاغدا ئۇنتۇرا ياش ئاتا ئىدىم، ئەگەر Google يېرىم يولدا ئۆڭۈشسىزلىققا ئۇچرىسا، مېنىڭ يوقتىدىغىنىم ناھايىتى كۆپ بولاتتى، ئەمما چاد لېستېر بىلەن لارى ئەينى چاغدا ھەم ياش ھەم بويتاق بولۇپ، ئۇلارنىڭ ئىشلىرى تېخى ئەمدى باشلانغان ئىدى. ئۇلار كىرىمنى جىلغىسىدىكى ھېلى ئۆرلەپ ھېلى پەسلەيدىغان بەدەلگە بەرداشلىق بېرەلەيتتى، بۇ جايدا خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىپ مەغلۇپ بولۇش كونسىرۋاتىپ مۇڭۇپپەقىيەتكە سېلىشتۇرغاندا تېخىمۇ كۆپ ھۆرمەتكە ئېرىشەلەيتتى.

ھەمە ئۇتتۇرا ياش كىشىلەرنىڭ ئۇنچە كونسېرۋاتىپ بولۇپ كېتىشى ناتايىن، ئىگىلىك تىكلەشنى خالىمايدۇ ئەمما مۇڭۇپپەقىيەت قازىنىش ئۈچۈن ئېنىقسىزلىقنى قوبۇل قىلىشى، ئېنىقسىزلىقنى سۆيۈشى، خۇددى چاد لېستېر قىرما كاتالىتتىن مېھرىنى ئۈزەلمىگەندەك، يېتەرلىك ئېنېرگىيە توپلاپ ئالدىنىزدا كۆرۈلگەن مەسىلىلەرنى بىر تەرەپ قىلىشىڭىز، ھەر قېتىم پولات سىمدىن يىقىلىپ، يەرگە قاتتىق چۈشكەندە، دەرھال ئورنىڭىزدىن تۇرۇپ ئىشەنچىڭىزنى قايتا تۇرغۇزۇشىڭىز كېرەك، مەن ئىلگىرى يا پونچە سۆزلىيەلمەيدىغان ۋاقتىمدا ناگويا غا كۆچۈپ بارغان، كېيىن رۇسچىنى قەتئىي بىلمەيدىغان تۇرۇپ يېڭى سىبىرىيەگە بېرىپ باققان، مەن «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» دىكى مۇقىم خىزمەتىمدىن ۋاز كېچىپ، كەلگۈسى كاپالىتى يوق نامسىز شىركەتكە كېلىپ، كاپالىتى يوق ئىشنى قىلغان. مەن ئېنىقسىزلىقتىن ئانچە ئەنسىرىمەيتتىم، شۇنداقلا ئويلانمايلا قىلغان قارارلىقىم سەۋەبىدىن گۇزەل كەلگۈسۈمنى كۆرۈشنى خالىمايتتىم، ئويلانمايلا چىقارغان قارار تۈپەيلىدىن ۋەيران بولۇشنى خالىمايتتىم، بايقىشىمچە، مەلۇم بىر ئىشنىڭ قارارلىق بىلەن قارار چىقىرىلغانلىقىغا ھۆكۈم قىلىش بارغانسېرى قېينلىشىپ كەتتى.

مەن شىركەتكە كىرگەن ۋاقىتتا، Google دا مېنىڭ يېشىمدىكى خىزمەتچىلەر بار ئىدى، مەندىن بىر قانچە ئايلىق چوڭ خىزمەتچىلەرمۇ بار ئىدى. قاتتىق دېتال لايىھەلگۈچى ۋىل ۋايتېد شىركەتكە كىرگەندە 54 ياشقا كىرگەن ئىدى، لېكىن ئۇنىڭ تەپەككۇرى ياش خىزمەتداشلىرى بىلەن ئانچە پەرقلەنمەيتتى. ئۇ ئوچۇق قىلىپ مۇنداق دېدى: «مېنىڭچە تەپەككۇرۇم تېخىمۇ ياشراق ھېس قىلىمەن، بۇ بەلكىم مېنىڭ زور كۆپچىلىك كىشىلەرگە سېلىشتۇرغاندا ئانچە مەسئۇلىيەتنى ئۈستۈمگە ئالمايدىغانلىقىمدىن بولسا كېرەك. نۇرغۇن Google خىزمەتچىلىرى دۇچ كەلگەن مەسىلە دەل ئەكسىچە—ئۇلارنىڭ يېشى مەندىن ياش ئەمما تەپەككۇرى نىسبەتەن كونا. ئۇلارنىڭ تەپەككۇرى سەل ئاستا ئۇنىڭ ئۈستىگە بەكلا ياسالما، بۇ ئۇلارغا ئاز بولمىغان ئاۋارىچىلىك ئېلىپ كەلدى. »

مەنمۇ ئىلگىرى مۇڭۇپپەقىيەت قازانغانلارنىڭ نىشانىغا قاراپ تىرىشىپ باققان، تەپەككۇرۇمنى كېڭەيتىپ، مەيلى بۇ ئىدىيەلەر نەدىن كەلسۇن، بۇ ئىدىيەلەر مۇڭاپىق بولسۇن ياكى بولمىسۇن كارىم بولماي، يېڭى ئىدىيەنى قوبۇل قىلغان.

سىز بىلىدىغان بارچە نەرسىنىڭ ھەممىسى خاتا، بۇ نۇقتىنى قوبۇل قىلىش ئۇنچە ئاسان ئەمەس. ئەگەر قوبۇل قىلمايدىغان بولسىڭىز، سىز ھېچ بولمىغاندا ئۇ بىلىملەرنىڭ ھەممىسىنىڭ توغرىلىقىنى قايتا ئىسپاتلاش ئوخشاشلا ناھايىتى قىيىن. لارى تاسقالمىغان ئېلانىنى ئىجرا قىلىشنى قارار قىلغاندا، مېنىڭ ئاجىز يېرىمگە

قادالدى، مەن بۇ ئىشنىڭ ماركىمزنى بۇزۇشىدىن ئەنسىرەيتتىم، شۇڭا قەتئىي قارشى تۇراتتىم. بۇ ماڭا نسبەتەن بىر قېتىملىق سىناق ئىدى، مېنىڭ تېخىمۇ كەڭ دائىرىدىكى نەزەر بىلەن تاللاش ئىرادەمنىڭ بار يوقلۇقىغا قارايتتى—بىز دۇچ كەلگەن پۈرسەتنىڭ پۈتكۈل مەنزىرىسىنى كۆرستەتتى، ھەرگىزمۇ ئەتراپىمىزدىكى قورشاۋ تامنىلا كۆرسەتمەيتتى. خەتەرنى تۆۋەنلىتىش مەسلىسىدە، ئەگەر Google دا پۈتۈنلەي ئاتالمىش «چوڭ شىركەت» كۆز قارىشىدىكى كونا قاتمالللقتا چىڭ تۇرسا، ئۇنداقتا بىز ھوسۇل ئالالمايمىز پەقەت پەۋقۇلئاددە ھاۋارايى شارائىتىدىلا پىشىدىغان كەم ئۇچرايدىغان مىۋە بولۇپ قالمىز.

تورداىكى ئېلان ساھەسىدىكى تۇنجى جەمەت

لارى ئاللىبۇرۇن، بىز 2000-يىلى يىل ئاخىرى يېڭىدىن ئۆزى بەلگىلەيدىغان ئېلانىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىش پىلانىنى قارار قىلىپ بولغان. ھازىر بىز بۇ پىلانىنى نېمە دەپ ئاتىساق بولار دېگەنىنى مۇنازىرە قىلىشقا باشلىدۇق. «AdsToo» (يەنىلا ئېلان) ئىنژېنېرلار خىزمەت جەريانىدا قويغان ئات (بۇ ئېلان سىستېمىسىنىڭ ئىككىنچى نەشرى، ئىنژېنېرلارنىڭ ھەممىسى تىلى ئاددىي كىشىلەر). كۆپچىلىكنىڭ ئېچىدىكى ھېچكىم بۇ ئىسمىنى رەسمىي قوللىنىشنى خالىمىدى.

مەھسۇلات تونۇشقا مەخسۇس ئادەم ياكى تارماق مەسئۇل بولمىغانلىقتىن، ئات قويۇش جەريانى ناھايىتى قالايمىغان بولۇپ كەتتى. لارى راۋۇرۇس ئاتتىن بىرنى قويۇشنى ئويلايتتى، بىر تىنىقتا ئۇدا 5 قېتىم دېگەن تەقدىردىمۇ كۆلكىلىك تۇيۇلمايدىغان بولۇش كېرەك ئىدى. ئومۇمەن ئېلان مەھسۇلاتىنىڭ ئىسمى بىلەن Google نىڭ ئىسمىنى پەرقلەندۇرۇش (Google ئېلانى دېگەندەك بولسا بولمايتتى) نى ئويلاتتى. بۇلار پەقەت يېتەكچى ئىدىيە بولۇپ، ئات قويۇش تەكلىپى تەرەپتىن كېلىۋاتاتتى، ھەر بىر ئات قويغۇچى ئۆزى قويغان ئىسمىنى بەك ياقتۇراتتى، شۇنىڭ بىلەن بىللە يەنە باشقا بىر قىسىم كىشىلەرنىڭ قوللىشىغىمۇ ئېرىشەتتى.

سالار «PrestoAds» (تېز ئېلان) دەپ ئىسىم قويۇش تەكلىپىنى بەردى، كېيىن بۇنى بەك كونىچىكەن دەپ ھېس قىلدى، خۇددى 20-ئەسرىنىڭ 70- يىللىرىدىكى ئىسىملارغا ئوخشاش. كېيىن ئۇ « Self-serve Ads» (ئىختىيارىي ئېلان) بۇ ئىسمىنى قوللاشقا ئالماشتى، بۇ ئىسىم مەھسۇلاتىنىڭ خاسلىق ئىقتىدارىنى ئېنىق تەسۋىرلەپ بېرەتتى.

سۇسانىنىڭ قارىشچە «AdsDirect» (بىۋاستە ئېلان) دېگەن بۇ ئىسمىنى ياخشىراق دەيتتى.

مەن Google «تەسرلىششچان ئۆزى قۇرىدىغان ئېلان پىروگراممىسى» (Google ئوتتۇرىغا قويغان ئۆزى ئېلان ئىشلىيەلەيدىغان تەسرلىششچان پىروگراممىسى) دېيىش تەكلىپىنى بەردىم. كۆپچىلىك دەرھال قارشى تۇرىدىغانلىقىنى بىلدۇردى. كېيىن مەن يەنە ئويلىنىپ « BuyWords» (سۆز سېتىۋېلىش) نى تاپتىم. « Buy Words» (سۆز سېتىۋېلىش) بىلەن «by words» (سۆز ئارقىلىق) نىڭ ئوقۇلۇشى ئوخشاپ كەتكەنلىكتىن ئىلھاملىنىپ بۇ ئىسمىنى ئويلاپ تاپتىم. سېتىش قوشۇنىدىكىلەر بۇ ئىسمىنى ياقتۇرىدىغانلىقىنى ئېيتتى، بارت ۋويتوۋۇز (Bart Woytowicz) مۇ بۇ ئىسىم كىشىنى ناھايىتى جەلپ قىلىدۇ دەپ قارايدىكەن. لارىمۇ ناھايىتى قوللىدى.

مەن ئەسلىدە «بۇ قېتىم چوڭ ئىش پۈتتى» دەپ ئويلىغان ئىدىم. لېكىن، مەن يەنە بىر قېتىم كۆپچىلىكنىڭ بىردەك پىكرىنى ئاخىرقى قارار دەپ خاتا ئويلۇاپتىمەن.

ئۇنىڭدىن كېيىن، قايىل قىلىپ سۆزلەش پائالىيىتى باشلىنىپ كەتتى.

سالار ھالقىلىق سۆزگە قارىتىلغان ئىلان ئۇقۇمى بىر قەدەر يېڭى بولغانلىقتىن، بىز ئۇنىڭ خىزمەت مېخانىزمىنى چۈشەندۈرەلەيدىغان ئىسمىدىن بىرنى تېپىشىمىز كېرەكلىكىنى كۆرسەتتى. «سۆز سېتىۋېلىش» بۇ ئىسىم بىزنىڭ ئەمەلىي ئىزدەش نەتىجىسىدىكى قاتار ئورۇننى سېتىۋالىتاندەك تەسىر بېرىدۇ، بىزنىڭ ئىلاننى ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ يېنىغا قويىدىغانلىقىمىزنى چۈشەندۈرمەيدۇ. بىراق «بۇاستە ئىلان» غا سىلىشتۇرغاندا، ئۇ يەنىلا «سۆز سېتىۋېلىش» قا مايىل، مېنىڭچە «بۇاستە ئىلان» بەك تومتاق، ئۇنىڭ ئۇستىگە كونا نۇسخىدىكى بۇاستە يەتكۈزۈلىدىغان پوچتا يوللانمىسىنى ئەسكە سالىدۇ.

سۇسان «بۇاستە ئىلان» غا قارشى، چۈنكى بۇنداق بولغاندا ئىشلەتكۈچىنى ئۇلارنىڭ ئوتتۇرىدىكى ۋاستىچى كېرەك قىلمايلا ئىلان ئىشلىيەلەيدىغانلىقى ياكى ئۇلارنىڭ ئىلانلىرىنى قويالايدىغانلىقىنى ئەسكەرتىدۇ، شۇڭلاشقا ئۇلار پايدا ئۆتۈنۈپ بېرىش تەلىپىنى ئوتتۇرىغا قويۇشى مۇمكىن.

سىندى «سۆز سېتىۋېلىش» دېگەن بۇ ئىسمىغا مەلۇم جەھەتتە قوللايدىغانلىقىنى بىلدۈردى، چۈنكى ئۇنىڭ قارىشىچە بۇ تاراتقۇلارنىڭ دىققىتىنى تارتىدىغان بىر جەريان ئىكەن، ئۇلارغا بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىدىكى ئورۇننى سېتىشنى رەت قىلىدىغانلىقىمىزنى بىلدۈرگىلى بولىدىكەن. بىراق ئۇنىڭ قارىشىچە «بۇاستە ئىلان» مۇ يامان ئەمەس ئىكەن.

بىز يەنە بىر قېتىم قاتمال ھالەتكە چۈشۈپ قالدۇق. شۇ كۈنى ئۆيگە قايتىشتىن ئىلگىرى، ئوغۇللىرىم ئائىلە تاپشۇرۇقى ئىشلەۋاتاتتى، كىرىستېن كىچىك بالامنى يۇيۇندۇرۇۋاتاتتى، مەن بىر سائەت ۋاقىت سەرپ قىلىپ بىر قانچە ئىسىم تاپتىم، ئىككىنچى كۈنى ئەتىگەنىدە مەن يېڭى بىر نۇسخا ئىسىم تىزىملىكىنى تاپشۇردۇم.

«تىزگىنلەشنى ئۆستۈرۈش» (Promote Control)

«ئىلان ئاپتوماتىك قۇرۇلمىسى» (Ad-O-Mat)

«ئىلان كوماندىرى» (Ad Commander)

«ئىمپولىس ئىلان» (Impulse Ads)

ئەمەلىيەتتە بۇ ئىسىملارنىڭ بىرىنمۇ ياقتۇرمايمەن، ئەمما تىزىملىكتىكى ئەڭ ئاخىرقى بىرى يامان ئەمەستەك ھېس قىلدىم: AdWords.

مەن ئۆزەم ساتقاننى ئۆزەم داڭلاپ: «بۇ يېڭىسى! ئەسلىدىكسىدىن ياخشى! «BuyWords» دىكى «Buy» (سېتىۋال) چىقىرىۋېتىلدى! ئۇنىڭ ئۇستىگە تەلەپپۇزى «ئىدۋاردىس» (Edwards) دېگەن فامىلەم بىلەن ئوخشاش كېتىدۇ. »

BuyWords قا سىلىشتۇرغاندا، سالار AdWords نى تېخىمۇ ياقتۇردى. ئومىدمۇ بۇ يېڭى ئىسىمنى ياقتۇردى، بارتمۇ ياقتۇردى، لارىرمۇ ياقتۇردى.

لارى ئەڭ ئاخىرقى بىر بىلەتنى تاشلىدى، ئۇ قۇرۇلۇش لايىھەلەش قوشۇنىغا ئۇقتۇرۇش قىلىپ، بىزنىڭ يېڭى سىستېمىزنىڭ ئىسمى AdWords. ئۇ بۇ قارارنى ماڭا دېيىشنى ئۇنتۇپ قاپتۇ—ئۇ بازارچىلىق گۇرۇپپىسىدىكى ھېچكىمگە دېمەپتۇ. بۇ خىل بىپەرۋالىق P&G گە ئوخشاش ماركا ئىسمىغا ئېتىبار بېرىدىغان

شركەتتە ئويلاپ يەتكىلى بولماسلىقى مۇمكىن. شۇنداقتىمۇ، بىر ئىنژېنېرنىڭ نۇقتىسىدىن قارىغاندا، ئىسىم مەسلىسىنى ھەل قىلىشنىڭ ئاساسلىق سەۋەبى، ئىسمىنى جەزملىگەندىن كېيىن «كودنى توڭلىتىش» تېن ئىلگىرى مۇڭاپىق كېلىدىغان ھەرپ تىزىقىنى پىروگراممىغا قوشۇپ، ئاندىن ھەر قانداق چوڭ ئۆزگەرتىش ئېلىپ بېرىشقا يول قويۇلمايدۇ. بازارچىلىق خادىملىرىمۇ بىر ماركا تۇرغۇزۇش ئىككىنچى ئورۇندا تۇرىدۇ دەپ قارايدۇ، ئۇنىڭ ئۇستىگە پىروگراممىنى قۇلۇپلىغاندىن كېيىنمۇ ماركا تۇرغۇزغىلى بولىدۇ. ئالدى سەپتىكى قوشۇندا ئىشلەيدىغان جېن مەككراسىنىڭ ماڭا ئېيتىپ بېرىشچە، مېنىڭ فامىلەم مەڭگۇ داڭاملىشىدىكەن، كىرىم مەنبەسى پەيدا قىلىدىغان سېھىرلىك قۇتىدا تەنتەنىلىك ھالدا ئەتىڭارلىنىپ ساقلىنىدىكەن.

چوڭ راك ۋە شەھۋانىيلىقنىڭ قايتا پەيدا بولۇشى

AdWords پەيدا بولۇشتىن ئىلگىرى يەنە نۇرغۇن خىزمەتلەرنى قىلىش كېرەك. ئىنژېنېرلار ئېلان يۇمشاق دېتالىنى ھەر تەرەپتىن ئويلىشىپ، بۇ يۇمشاق دېتالىنى تور بەتكە قويىاتتى ھەمدە ئېلانغا ھەق ھېسابلايتتى، ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنى بىلەن سالار ھەمكارلىشىپ، ئىشلەتكۈچى ئارا يۇزىنى ئەڭ ئاخىرىدا جەزملەشكە مەسئۇل ئىدى، ئۇنىڭدىن كېيىن ئېلان سودىگەرلىرى مەشغۇلات كۆرۈنۈشىدە ئېلانىنى ياساپ ۋە ئاكتېپلايتتى، ئاممۇى مۇناسىۋەت قوشۇنى مۇناسىۋەتلىك مەزمۇننى ئاخبارات تاراتقۇلارغا ئۇقتۇراتتى، بۇ كەسپىنى ئىشلەتكۈچىلەرگە بۇاستە چۈشەندۈرىدىغان ماقالىگە مەن مەسئۇل ئىدىم، چۈشەندۈرۈشكە تېگىشلىك مەزمۇن ھەقىقەتەن ئاز ئەمەس ئىدى، بىز كۆپ ئۇچرايدىغان مەسىلىلەرگە جاۋاب، خاتالىق دوكلاتى، مۇلازىمەت ماددىلىرى، خېرىدارلار مۇلازىمەت تورخېتى شۇنداقلا سېتىش ماتېرىياللىرى قاتارلىقلارنى تەييارلىدۇق. ئېلان قىلىنىشتىن ئىلگىرىكى بىر قانچە ھەپتىدە، قۇرۇلۇش بۆلۈمى ئىزچىل قايتا-قايتا ئۆزگەرتىۋاتاتتى، شۇڭلاشقا نۇرغۇن كەچقۇرۇن كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى يېرىم كېچىگىچە ئىشلىدى.

مەن بۇنى ئازراقمۇ كۆڭلۈمگە ئالمايمەن، چۈنكى AdWords يەنە مېنىڭ خىزمەت مەسئۇلىيىتىمنى كېڭەيتتى. مەن ھازىر Google نىڭ ماركسىنى تىكلەشكە مەسئۇل بولۇپلا قالماي يەنە بىزنىڭ ئاخىرقى چېكىمىزنى ئىگىلەشكە مەسئۇل. شۇ چاغدىن باشلاپ، مەيلى ئىستېمالچىلارغا قارىتىلغان بولسۇن ياكى ئېلان خېرىدارلىرىغا قارىتىلغان يېزىق مەزمۇنى بولسۇن، بىزنىڭ تور بېكىتمىزدە كۆرۈنىدىغان خەتلا بولسا ھەممىسىگە مەن مەسئۇل. مەن ئۆزەمنى Google شىركىتى بىلەن مەھسۇلاتىمىزنى ئىشلىتىدىغان ئىشلەتكۈچىلەر ئارىسىدىكى سۈنئىي ئارايۈز دەپ قارايدىغان بولدۇم. مېڭەمدە مۇنداق بىر ئوي ئەكس ئەتتى: ئەگەر مەن Google نىڭ ئاۋازى بولسام، ئۇنداقتا Google نىڭ ئاۋازى ئاڭلىماققا مېنىڭ ئۇسلۇبۇم بولىدۇ. مەن خىزمەتداشلىرىمنىڭ تەلەپپۇزى، ئۇسلۇبى شۇنداقلا چوڭ يېزىلىشتىكى خەت ۋە ئۇنىدەش بەلگىسىنى قالايمقان ئىشلىتىش مەسلىسىگە قارىتا ئۆزۈن ماقالە يازدىم. ئىنژېنېرلار خەت چوڭلۇقى ۋە تىنىش بەلگىسىنى ئىشىك تۇتقۇچى دەپ قارايدۇ، ئۇلار خالىغانچە ئۇيان-بۇيان تولغاپ، باشقا يېزىش ئۇسلۇبىدا ئىپادىلىگىلى بولمايدىغان ھاياجانلىنىش تۇيغۇسىنى يارىتىدۇ—قاراڭ! بۇ ھەقىقەتەن ئىنتايىن مۇھىم! مەن ئۇلارغا تەكىتلەپ، ئۇنىدەش بەلگىسىنى بەك كۆپ ئىشلىتۇۋېتىپسىلەر! ئۇلار «پۇل بۇلايدىغان ئەر-خوتۇنلار» غا ئوخشاش كۆچلۈك زوراۋانلىق ئەكس ئەتتۈرۈلگەن كىنو ئەسىرى ياكى شۇنىڭغا ئوخشاپ كېتىدىغان باشقا مەزمۇن يېزىۋاتقان بولسا ئۇ باشقا گەپ!

ھەممە تەييارلىق پۈتتى.

2000-يىلى 9-ئاينىڭ 27-كۈنى كەچتە، AdWords نىڭ سىناق نەشرى ئېلان قىلىندى. ئىككى سائەتتىن كېيىن رود ئارىلى (Rhode) كىنگىستون (Kingston) دىكى «تىرىك چوڭ راك» (Lively Lobsters) خەتلىتىپ تورغا چىقىپ، تۇنجى ئىشلەتكۈچى(ھالقىلىق سۆز: چوڭ راك) گە ئايلاندى، ئۇ 83

دولـلار سـەرپ قىلـىپ ئـېلان سـېتىۋالدى. تـىرىـك چـوڭ راكىنـاڭ ئىگـەدارى رىـيان بارسـولومېۋ (Ryan Bartholomew) ئېلان باشقۇرغۇچى بولۇپ، ئۇ شىركىتىدىكى بىردىنبىر خىزمەتچى ئىدى، ئۇ ناھايىتى تېزلا AdWords نىڭ باشقا تور بېكەتلەرنىڭ ئىتتىپاقداشلىق پىلانىدىن پايدىلىنىپ پۇل تاپقىلى بولىدىغان ئاددىي ئۇسۇلىنى تېپىپ چىقتى. جېڭ دېئـان ئەمـدى بىرىنچـى Google ئـېلان سىستېمىسـىنى پۈتتۈرگەنـدە، دىئـان ئاللىبۇرۇن ئامازوننىڭ باش بېتىدىكى كىتابلارنى AdWords دا ئېلان قىلىشقا باشلىدى، ئۇ ئارىدىن مۇئەييەن نىسبەتتە شېرىنكانە تـاپتى. ئـۇ چـوڭلار تـور بېكەتلىـرى ئىتتىپـاقى پىلانىنـاڭ پايدىسـىنىڭ ناھـايىتى يـۇقىرى ئىكەنلىكىنـى بايقـىدى. بارسـولومېۋنىڭ سـۆزىگە ئاساسـلانغاندا، ئۇنـاڭ ئىتتىپاقداشـلارنى ئەلالاشـتۇرۇش ئېمپىرىيەسى 16 كىشىلىك كارخانىغا كېڭەيدى، شـۇنىڭدىن كېيىنكـى 10 يىلدا، ئـۇلار Google غـا قويغـان ئېلان 12 مىليون ئامېرىكا دوللىرىدىن ئېشىپ كەتتى.

تۇنجى خېرىدارىدىن باشلاپ، AdWords ئۆزىنىڭ پايدا تېپىش تەرەپتىكى كەڭ ئىشلىتىلىشى ۋە غـايەت زور يوشـۇرۇن كـۇچىنى نامايـان قىلـدى. شـۇنىڭدىن كېيىنكـى ئىككـى كـۈن ۋاقىتتـا، يەنە 20 ئىشـلەتكۈچى خەتلەتتى، شۇنىڭغا ئەگىشىپ بـز ئىلگـرى ئويلاشـمىغان مەسـىلىمۇ يېتـىپ كەلـدى. بەزىـلەر «Google» نـى ھالقىلىق سـۆز قوزغـاتقۇچ سـۈپىتىدە ئىشـلىتىپ، قانـداق ئېلان كۆرۈنـىدىغانلىقىنى سـىنىدى. مۇشـۇنداق قىلسـا بولامدۇ؟ تۇر باشـقۇرغۇچى جەيـن مەننـاڭ (Jane Manning) نـاڭ قارىشـچە، بۇنـداق بولغانـدا ناچـار بـر ئىشنىڭ باشلانمىسى بولۇپ قالاتتى، شۇڭلاشقا بىز ئىلتىماسنى رەت قىلدۇق. بىز ئوخشاش ئۇسۇل بـىلەن باشـقا شـىركەتلەرنىڭ تـاۋار ماركىسـىغا قارىتىلغـان ئېلانلارنـى بـر تەرەپ قىلامـدۇق؟ بـر ئىنژېنېـر تـاۋار ماركىسـىغا قارىتىلغـان بـارلىق ئىزدەشـلەرنى چەكلىشـىمىز كېرەكلىكـى ھەققـىدە تەكلـىپ بەردى، ئەمـا بۇنـداق بولغانـدا، «staples» كە ئوخشاش ھەم شىركەت ئىسمى ھەم ئاممىباب ئاتـالغۇ بولغـان سـۆزلەرنى قانـداق بـر تەرەپ قىلىمىز؟ لارىي بىلەن سېرگېي باشقا شىركەتلەرنىڭ تـاۋار ماركىسـىنى چەكلىمەسـلىكنى قـارار قىلـدى، ئەمـا بـۇ مەسىلە ئاخىرىدا Google نىڭ ئەرز قىلىنىشـىنى كەلتـۈرۈپ چىقـاردى. مەن بـۇ كىتـابنى يېزىۋاتقـان چېغىمـدا، سوت Google نـاڭ دەۋادا ئۇتقانلىقىغـا ھۆكـۈم چىقـاردى. بـۇ دەل ئۇلگىنـاڭ چەكلىمىسـىگە ئۇچرىمايـدىغان شـىركەتلەرگە ئىشـلىگەنده ئـادەمنى ھاياجانلاندۇرىـدىغان يېـرى. بـز ئـۆزىمىز ئالغـا ئىلگـىرىلەش جەريانـدا ئۇزلۇكسىز ياخشـىلايمىز، لېكىن باشقا شـىركەتلەر بىرىنـاڭ ئارقىسـىدىن يەنە بـرى قوغلىشـۇاتقاندا ئۇلارنـاڭ ئۆزگىرىشلىرىنى تىنچ ئولتۇرۇپ كۆزىتەلەيسىز.

2000-يىلى 10-ئاينىڭ 23-كۈنى، AdWords رەسمىي ئېلان قىلىنـدى، ئـۇ ئۇچقانـدەك يۇرۇشـۇپ، پايدا دېڭىزىغا قاراپ ئاتلاندى. بۇ جەريانداء ھېچقانداق ئاممىۋى مۇناسىۋەت كىرىزىسى پەيدا بولمـدى. ئەگەر ھەقىقەتەن مۇڭاپىق بولمىغان ئېلان كۆرۈلگەن بولسا، ئۇنىڭغا دىققەت قىلـدىغان ئـادەممۇ يـوق، چـۈنكى ئـۇلار پەقەت دېڭىزدىن بىر قەتىرە ئىزدەيدۇ خالاس. گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، بىز يەنىلا شەرت بىلەن چەكلەشتە چـاڭ تـۇرۇپ، ئـېلان زور كۆلەمـدە تارقىتىلىشـتىن ئىلگـىرى تەكشۈرۈشـتىن ئۆتۈشـكە كاپالەتلىـك قىلـدۇق، بـز يەنە ۋاقىتلىق خىزمەتچىلەرنى يالالاپ ھەر بىر يېڭى ئېلاننى تەكشۈرۈپ چىقتۇق.

مەن ئىلگىرى ئىنتايىن بىمەنە ساراڭلارچە ئوي دەپ قارىغان ئىش نەتىجىدە ناھـايىتى كـۆپ پـۇل تـاپتى، Google بۇنىڭغا قانىتىق بېرىلىپ كېتەمدۇ؟ بۇنىڭدىن مەن ئويۇمنىڭ ناھايىتى غەلىتە بىر قېرى ئىكەنلىكىمنى ھېس قىلدىم، خۇددى باللارغا چىملىقتىن ئايرىلىش توغرىسىدا ۋارقىراپ-جارقىرىغاندا ئوخشاش.

خاتالىقىمىزنى زاڭلىق قىلىش

مەن ئۆزەمنىـڭ فامىلىسـى ئـارقىلىق ئاتالـدىم، AdWords نـى بۇنـدىن كېـيىن، ئۆزىنىـڭ ئـاۋازىنى چىقـارغۇزىمەن. ئالـداش بـايرىمى چـاقچىقى MentalPlex نـاڭ (Google ئالـداش بايرىمـدا ئوتتۇرىغـا

چقارغان بىر تۈرلۈك مۇلازىمەت) ئىشلەتكۈچىسىنىڭ ئىنكاسى غەيرىتىمنى تېخىمۇ ئاشۇردى، مەن Google نىڭ تىل مۇتەخەسسىسى بولۇش سۈپىتىم بىلەن ئۆزەمگە بولغان ئىشەنچىم بارغانسېرى كۈچەيدى، شۇڭلاشقا مەن دەسلەپتە ئانچە مۇھىم بولمىغان جايلارغا كىشىنىڭ دىققىتىنى تارتىدىغان كىچىك يۇمۇر كىرگۈزدۇم.

مەن خاتالىق ئەسكەرتىشگە مۇنداق يازدىم: «ياخشىمۇ سىز، ھازىر بىر مەسىلىگە يولۇقتىڭ. يۇمشاق دېتالىمىزدىن مەسىلە چىقىپلا قالماي بەلكى ئۆزلۈكىدىن دوكلات ھاسىل قىلغۇچىمۇ قۇرۇلۇش لايىھەلەش قوشۇنغا مەسلىنى چۈشەندۈرەلمىدى. ئەمما سىز يارەدەم قىلالايسىز. » مەن شۇنىڭدىن كېيىن ئىشلەتكۈچىگە بىرگە ئېلىخەت يېزىپ ئەۋەتىش تەكلىپى بەردىم، تور خەتتە يۇلتۇز تۈركۈمىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان تەپسىلىي ئۇچۇرلارنى بىرگە ئۇقتۇراتتى.

يەنە بىر خاتالىق ئەسكەرتىشىگە مۇنداق يېزىلغان ئىدى: «كەچۈرۈڭ، كاشىلا كۆرۈلدى. ئەگەر بىز مەسىلىنىڭ نەدىلىكىنى بىلسەك، سىزگە بۇاستە ئېيتىپ بېرەتتۇق، لېكىن ھازىرقىغا ئوخشاش ھېچقانداق پايدىسى يوق ئۇچۇر دوكلاتى يوللىمىغان بولاتتۇق. ئەمەلىيەتتە، ئەگەر بىز ھەقىقەتەن كاشىلىنىڭ نەدىلىكىنى بىلسەك، بەلكىم ئوڭشاپ بولغان بولاتتۇق. خاتىرجەم بولۇڭ، دوكلات ناھايىتى تېزلا قۇرۇلۇش بۆلۈمىگە يەتكۈزۈلدۇ، بۇ جايدا كۆرۈلگەن كاشىلىنىڭ تەپسىلاتى چۈشەندۈرۈلدۇ. »

مېنىڭ بۇ خىل ئۇسۇلۇمغا، AdWords قوشۇنى قارشى تۇرمايلا قالماستىن بەلكى يەنە قىزغىنلىق بىلەن ماڭا رەھمەت ئېيتتى، مەن شۇ سەۋەبتىن ئادەتتىن تاشقىرى خۇشھال بولدۇم. مەن ئاخىرى ھەممە ئادەم تىل ئىشلىتىش ئالاھىدىلىكىمنى بۆشۈكىدىلا ئۇجۇقتۇرۇۋەتمەيدىغان شىركەتتە ئىشلىدىم. ئىشداشلىرىم «كەسپىي» بازارچىلىق خادىملىرى ئىشلەتكۈچىلەرنى نادان بىلمىسىز دەپ پەرەز قىلىدىغانلىقىنى ئانچە بىلمەيدۇ، ئۇلار ھەر بىر ئىشلەتكۈچىنى كىچىك بالا دەپ قارايدۇ، كۆپ بوغۇملۇق مۇرەككەپ سۆز ئىشلىتىشتىن ساقلىنىدۇ. مەن ئەلۋەتتە بۇلارنى ئۇلارغا دېمەيمەن. مۇنداقچە ئېيتقاندا، ئۇلار پەقەت ئېكراندا مېڭۈاتقان پىروگراممىا كودىغلا دىققەت قىلىدۇ، ئالدىدا بۇيرۇق ئەسكەرتىش بەلگىسى يوق سۆز جۈملىلەرنىڭ ھەممىسى ئانچە مۇھىم ئەمەس.

مەن تورتۇرانىڭ ماقالىلىرىنى يازغان ۋاقتىمدا، ئوقۇرمەنلەرنى ئۆزەمنىڭ دوستى دەپ قاراشقا باشلىدىم. مەن «سىمپسون ئائىلىسى» دىكى بىر قىسىم مەزمۇنلارنى پايدىلانما سۈپىتىدە كۆپ كۆرۈلىدىغان مەسىلەرنىڭ جاۋابىغا قوشتۇم، مەن يەنە شۇئان ئالاقىدە بىر قىسىم قوش مەنىلىك سۆزلەرنى ئىشلەتتىم. ئىنژېنىر ئامىت پاتېل ماڭا ئۆزىنىڭ ئادەمسىمان مايمۇن تۇرىدىكى ھايۋانلار ۋە ئۇلارنىڭ Google چە كۆزنى ئىنتايىن ياخشى كۆرىدىغانلىقىنى ئېيتتى، شۇنىڭ بىلەن مەن لېمۇر مايمۇننى ھەممە مىسالالاردا ئىشلىتىشكە باشلىدىم. («مەن ھەر قانداق ئادەمنىڭ لېمۇر مايمۇنى بىلەن بەسلىشىپ يۈگرەشنى ياخشى كۆرۈدىغانلىقىمنى بىلىشنى خالىمايمەن. بۇ شەخسىيەت ئۇچۇرىمۇ؟ ») بۇ مەزمۇنلار خىزمىتىمگە نۇرغۇن خۇشاللىقلارنى ئېلىپ كەلدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئوقۇۋاتقان بەتنىڭ كىشىلەر تەرىپىدىن بىر تەرەپ قىلىنغانلىق تۇيغۇسىنى ئىشلەتكۈچىگە بېرىدۇ.

مەھسۇلات تارقىتىشنىڭ تۇراقسىزلىقى ھەققىدە، مۇنداق يازدىم: «بەزىدە بىز مۇلازىمېتىرنى تاقۇتسەك ئاندىن ياخشىلاش ئېلىپ بارالايمىز، بەزىدە مەھسۇلات ئۆزىمۇ بىر چەينەك ئېسىل گىراف چىيى ۋە بىر قانچە پارچە يېڭى ۋايفېر پىرەنكى سەۋەبىدىن ئىش تاشلايدۇ. »

بىزنىڭ دائىم ئۇچرايدىغان مەسىلەرگە جاۋابمىز باشقا تىلغا تەرجىمە قىلىنغاندا، بەزى يۇمۇرلار تۇغرا ئېپادىلەنمەيدىغانلىقىنى بايقىدىم، ھەم ئۇنچە يۇمۇرلۇق بىلىنمەيدىكەن. ئەگەر بىر چاقچاق بەك كۆپ ئۇچرىسا، يۇمۇرلۇق ئالاھىدىلىكىنى يوقتىدۇ. Google ئوتتۇرىغا قويغان تەجرىبە خاراكتېرلىك ئىجتىمائىي ئالاقە تورتۇراسى orkut تا، مۇلازىمەتتە ئۇزلۇكسىز مەسىلە كۆرۈلگەچكە، مەن يازغان خاتالىق ئۇچۇرى ناھايىتى تېزلا تېتىقسىزلىشىپ كەتتى.

خاتالىق ئۇچۇرى مۇنداق: «مۇلازىمپتىر بەكلا ناچارىكەن، سىزگە بېرىدىغان تاتلىق-تۇرۇمسىز يوق. كەچۈرۈڭ، orkut.com تورتۇراسى مۇلازىمپتىرىنىڭ ئىپادىسى ئادەمنى بەكلا تاسادىپىي ھېس قىلدۇرىدۇ. بىز بۇنىڭدىن كەلتۈرگەن قولايسىزلىق ۋە مۇلازىمپتىرنىڭ ئەتراپلىق ئويلانمىغانلىقىدىن سىزدىن كەچۈرۈم سورايمىز. »

مەن ئۇچۇرنى يۇمۇرلۇق يازدىم دەپ ئويلىدىم ئەمما ئۇنداق بولسا نېمە كېرىكى، ئىشلەتكۈچىنىڭ كۆڭۈل بۆلىدىغىنى يەنىلا مۇلازىمپتىرنىڭ سۈپىتى، ئۇلار ئەلۋەتتە ئۇمىدسىزلىنىدۇ. Google ئىزدەشنى ئىشلىتىپ «مۇلازىمپتىر بەكلا ناچارىكەن» دەپ ئىزدىسە، 100000 غا يېقىن ئىزدەش نەتىجىسى كۆرۈنىدۇ، كۆپ قىسمى ئۇلىنىش مەسلىسىنى قاتتىق تىللىغانلار.

گەرچە بەزىدە پالاكەتلىك قىلغان تەقدىردىمۇ، ئەمما مەن يۇنىلىشىنى تاپقانلىقىمنى بىلىمەن. مەن بارغانسېرى Google نىڭ بىر ئاۋاز شەكىللەندۈرۈۋاتقانلىقىنى ھېس قىلدىم ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۆزەمنىڭ ئىقتىدارىغا تېخىمۇ ئىشىنىدىغان بولدۇم، بۇ ئاۋاز بىلەن گەپ قىلالايدىغانلىقىمنى ھېس قىلدىم—كۆپچىلىك ئىشلەتكۈچىلەرگە نسبەتەنلا ئەمەس بەلكى ئاشۇ Google باش ئىشتابى بىناسىدا ئىشلەۋاتقان كىشىلەرگە نسبەتەنمۇ شۇنداق.

2000-يىلى 11-ئاي، مەن Google غا ئىشقا چۈشۈپ تەخمىنەن بىر يىل بولغاندا، ئۆزەمنىڭ چۈشىنىشى بويىچە ئىككى قۇرلۇق نشانىنى يېزىپ چىقتىم، Google يېڭى كارخانا گەۋدىسى بولۇش سۈپىتى بىلەن قانداق شىركەت بولۇشنى توغرا بېكىتىش—بۇ ئىككى قۇرلۇق نشان مېنىڭ ئارزۇيۇمدىكى شىركەتنىڭ جەۋھىرىنى يۇقىرى دەرىجىدە يىغىنچاقلاپلا قالماي بەلكى ئۆزەممۇ بۇنداق بىر شىركەتكە سىڭىپ كەتكەنلىكىمگە ئىشەندىم. خىزمىتىمنىڭ باش ئاخىرى بار بولدى، رولۇم كاپالەتكە ئىگە بولدى، بۇ ئاساسىي نىشان مەڭگۈلۈك ھالدا Google نىڭ ئاۋازى بىلەن بىرىكىپ كەتتى. ئەينى ۋاقىتتا پۈرسەت ناھايىتى ياخشى ئىدى، چۈنكى Google كۈندە دېگۈدەك يېڭى ئەزالارنى قوبۇل قىلىۋاتاتتى، ئۇلار يېڭى ھاياتىي كۈچ ۋە يېڭىلىق ئېلىپ كېلەتتى ئەمما يېڭى قانىنىڭ قوشۇلۇشىغا ئەگىشىپ، شىركەتنىڭ قىياپىتىمۇ ئۇنىڭغا ئەگىشىپ ئۆزگەرمەي قالمايتتى.

ئون ئۇچنچى باب
ئۆزگىچە «يانى يانى»

ئاللېگرا تۇدسكو (Allegra Tudisco) مەن 9-ئايدا تەكلىپ قىلغان بازارچىلىق ماسلاشتۇرۇغۇچىسى، ئۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «مەن چۈشلۈك تاماق يەۋاتقانىدا، بىر شىرەدە تاماق يەۋاتقانلارغا ئۆزۈمنى تونۇشتۇردۇم. كۆپچىلىكمۇ ماڭا ئۆزلىرىنى تونۇشتۇردى، ئەمما بىر ئادەم ئىزچىل ئۆزىنىڭ ئىسمىنى ئېيتمىدى، ئۇ ئازراق تارتىنىدىغانىدەك قىلىدۇ. مەن ئۇنىڭدىن ئىسمىنى سورىغاندا، ئۇ ماڭا لارى دېدى. ئاندىن مەن ئۇنىڭدىن نېمە خىزمەت قىلىدىغانلىقىنى سورىدىم، ئۇ مەن لارى پەيج، شىركەتنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى دېدى. مەن پەقەت ئويلىماپتىكەنمەن. »

Google ئاللىبۇرۇن مەدەنىيەت ئابىدىسىدىن ئۆتۈپ بولدى. شىركەتنىڭ تەرەققىيات كۆلىمى شۇنچە چوڭ، لارى بىلەن سېرگېينىڭ ھەر بىر خىزمەت ئىزدەيدىغانلاردىن ئۆزى يۈز تۇرانە ئىمتىھان ئالىدىغانغا نەدىمۇ ۋاقتى بولسۇن. بۇنىڭدىنمۇ بىر مەسلە پەيدا بولدى: بىر ھەپتىدىن كېيىن، لارى بىزنىڭ نيۇيورکتىكى يېڭى قۇرۇلغان 9 كىشىلىك ئىشخانىمزغا كەلدى، ئۇلار لارىنى ئىشكىتىن كىرگۈزمەپتۇ، چۈنكى ئۇلار بۇ ئادەمنىڭ ھەقىقي لارى ئىكەنلىكىگە ئىشەنمەپتۇ.

شۇنداقتىمۇ، شىركەتنىڭ راۋاجلىنىپ زورىيىشى ئاساسلىقى بىزنىڭ يەنە قىلىشقا تېگىشلىك نۇرغۇن ئىشلىرىمىزنىڭ بارلىقىدىن، تېخىمۇ كۆپ ئۇل ئەسلىمە قۇرۇشىمىز لازىملىقى، تېخىمۇ كۆپ سودىنىڭ كېلىشىم تۈزۈشنى كۈتۈپ تۇرۇۋاتقانلىقى، تېخىمۇ كۆپ ساتقۇچى خادىملارنىڭ خېرىدارلار بىلەن ئالاقە قىلىدىغانلىقى، تېخىمۇ كۆپ مەھسۇلاتنىڭ تەتقىق قىلىنۋاتقانلىقىدىن دېرەك بېرەتتى. نۇرغۇن مەھسۇلاتلار ئىچىدە، بىر مەھسۇلات ئىزدەش رامكىسىنى ئىشلەتكۈچىنىڭ تورکۆرگۈسىدىكى قورال بالداقتا يېغىنچاقلايتتى، بۇنداق بولغاندا، ئىشلەتكۈچى Google.com تورتۇراسىنى زىيارەت قىلماي تۇرۇپلا Google دىن ئىزدىيەلەيتتى. بۇ مەھسۇلات بىزنىڭ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇندىكى ئىشداش بەي چاڭ (Bay Chang) ئىلگىرى تەتقىق قىلىپ چىققان ئەسلى نۇسخا ئاساسىدا، پىروگراممىر جوئېل سپولسكىغا ھاۋالە قىلىپ تەتقىق قىلىشقا ھۆددىگە بەردۇق. بۇ مەھسۇلاتنىڭ تۇنجى سىناق نەشرىنى Google شىركىتىنىڭ رەسمي خىزمەتچىسى داۋىد ۋاتسون تاماملىدى، ئېرىك فرېدرىكسېن ئاخىرىدا بۇ يۇمشاق دېتالنى رەسمي تارقاتتى. لارى ئەينى چاغدا بۇ مەھسۇلاتنى ئوتتۇرىغا چىقىرىشقا ئىنتايىن ئالدىرىغان ئىدى.

Google قورال بالداقنىڭ ئۆزى پەقەت ئىزدەش رامكىسى بولۇپلا قالماي يەنە ئۇنىڭ «ئالىي ئىقتىدار» نمۇ بار ئىدى. ئۇنىڭ ئۇسىتىدە يېشىل رەڭلىك سانلىق قىممەت تاياقچىسى بولۇپ، ئۇنىڭ نسپىي ئۆزۈنلۇقى ئىشلەتكۈچى زىيارەت قىلۋاتقان بەتنىڭ «تور بەت قاتارى» نىڭ قىممىتىنى تەخمىنەن ئەكس ئەتتۇرەتتى. «تور بەت قاتارى» Google نىڭ تور بەتنىڭ مۇھىملىقىغا بولغان باھاسى بولۇپ، بۇ تور بەتكە ئۇلانغان تورتۇرالارنىڭ مۇھىملىق دەرىجىسىنى كۆرۈش ئارقىلىق مۆلچەر قىممەت بىكىتىلەتتى. شۇڭلاشقا، بىر بەتنىڭ «تور بەت قاتارى» قىممىتىنى بىلسە، ئىشلەتكۈچى Google نىڭ بۇ بەتنى مۇناسىۋەتلىك بەت ياكى ئەمەس دەپ قارايدىغانلىقىنى چۈشىنەتتى. ئىنژېنېرلار بۇنداق لايىھەلەشنى ناھايىتى ياقتۇراتتى، چۈنكى ئۇ ئىشلەتكۈچىلەرگە ئەمەلىي سانلىق مەلۇمات تەمىنلەپ، باھا كۆزقارىشىنى نامايان قىلاتتى، ئېنىقكى ھەممەيلەن خۇشھال بولاتتى. بىراق بىر نۇقتىغا دىققەت قىلىش كېرەك، «ئالىي ئىقتىدار» ئاكتېپلانسىلا، Google ئىشلەتكۈچى زىيارەت قىلغان ھەممە بەتنى كۆرەلەيتتى.

بىر تورتۇرانىڭ «تور بەت قاتارى» قىممىتىنى بىلمەكچى بولغاندا، Google سىز زىيارەت قىلغان تورتۇرانىڭ قايسى تورتۇرا ئىكەنلىكىنى بىلىشى كېرەك ئىدى. ئەگەر ئىشلەتكۈچى رۇخسەت قىلسا، قورال بالداق بىر سانلىق مەلۇماتنى Google غا قايتۇرىدۇ، ئاندىن Google يېشىل رەڭلىك سانلىق مىقدار قىممىتىنى بار تاياقچىسىنى كۆرسىتىدۇ، ھالقىلىق يېرى «ئىشلەتكۈچى رۇخسەت قىلسا»، چۈنكى سىز سانلىق مەلۇماتنى Google غا يوللىمايدىغان قورال بالداقنىمۇ چۈشۈرەلەيسىز. ئىشلەتكۈچى ئۆز ئالدىغا تاللىيالايدۇ، بىراق لارى بىلەن ئىنژېنېرلار قوشۇننىڭ قارىشچە—ھەمدە ئۈمىد قىلىشچە—زور كۆپچىلىك ئادەم Google مۇشۇ ئارقىلىق ئۆزلىرىنىڭ تورغا چىقىش ئادىتىنى بىلەلەيدىكەن دەپ بۇ ئالىي ئىقتىدارنى ئىشلىتىشنى رەت قىلمايدۇ بىز بۇ جايدا دەۋاتقىنىمىز ھەقسىز نورمىدىن ئارتۇق سانلىق مەلۇمات. گەرچە «تور بەت قاتارى» نىڭ ئىشلەتكۈچى ئۇچۇن ئانچە كۆپ ئەمەلىي قىممىتى بولمىسىمۇ، ئەمما ئىشلەتكۈچى قايسى تورتۇرالارنى زىيارەت قىلغانلىقىنى بىلىش Google غا نىسبەتەن ناھايىتى زور قىممەتكە ئىگە. تور بەت قاتارى كۆرسەتكۈچ بۇ ئۇچۇرلارنى توپلاش ئۇچۇن مۇۋاپىق سەۋەپ تەمىنلىدى.

مېنىڭچە بۇ ئىشلەتكۈچىنىڭ شەخسىيتىگە مۇناسىۋەتلىك چوڭ مەسىلە. مەن بۇ سانلىق مەلۇماتلارغا نىسبەتەن ئاتسىز بىر تەرەپ قىلىش ئېلىپ بارىدىغانلىقىمىزنى بىلىمەن، ئىشلەتكۈچىنىڭ سالاھىيەت ئۇچۇرى بىلەن ئۇلار زىيارەت قىلغان تورتۇرالارنىڭ تىزىمىنى باغلىمايدۇ. گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، بۇ خىل ئۇسۇل يەنىلا مېنىڭ قويقا چاچلىرىمنى تىك تۇرغۇزۇۋەتتى، ئۇنىڭ ئۇستىگە بۇ خىل ئويى بار ئادەم مەن بىرلا بولماسلىقى مۇمكىن. ئۇنداقتا، قانداق قىلغاندا ئىشلەتكۈچى بىزنىڭ ئۇلارنىڭ ئۇچۇرلىرىنى ئىشلەتكەنلىكىمىزنى بىلدىغان، ھەمدە ئۇلارنى قورقىتىپ قاچۇرۇپ قويمايدىغان قىلىمىز؟

ئەگەر بىز ئالىي دەرىجىلىك ئىقتىدارنى ئاچقاندىن كېيىن، Google ئىشلەتكۈچى زىيارەت قىلغان ھەممە بەتلەرنى بىلدۇ دېسەك، نۇرغۇن ئىشلەتكۈچىلەر مەڭگۇ ھەر قانداق نەشرىدىكى قورال بالداق يۇمشاق دېتالىنى چۈشۈرمەسلىكى مۇمكىن. ئۇنداق بولسا تۇنجى گەپ. قورال بالداق بىزنىڭ مىكروسوفتقا جەڭ ئېلان قىلىدىغان مەخپىي قورالىمىز. قورال بالداقنى تورکۆرگۈگە قويۇش ئارقىلىق، Google ئىشلەتكۈچى زىيارەتنى چەكلىمەيدىغان ئۇرۇشتا يەنە بىر ئۇرۇش سېپى ئاچتى. بىل گەيتس شەخسىي كومپيۇتېردىكى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ تەسراتىنى پۈتۈنلەي تىزگىنلەشنى ئويلايدۇ، ئېقىپ يۈرگەن نۇرغۇن گەپلەردە دېيىلىشىچە كېيىنكى نەشرىدىكى Windows سىستېمىسى ئىزدەش رامكىسىنى ئۇستەلئۈستىگە توپلاشتۇرىدىكەن. بىز Google ئىزدەش رامكىسىنى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ تاشلىۋەتمەسلىكىگە كاپالەتلىك قىلىشىمىز كېرەك. بۇ نۇقتىنى ئىشقا ئاشۇرۇش ئۇچۇن، بىز مىكروسوفتنىڭ كۈچلۈك تەرىپىنى بىزنىڭ ئەڭزەللىكىمىزگە ئايلاندۇرۇشىمىز ھەمدە ئۇلارنىڭ ئىككى تارمىقى ئارىسىدا كاشىلا پەيدا قىلىش كېرەك.

ئەگەر Google نىڭ قورال بالدىقى ناھايىتى قارشى ئېلىشقا ئېرىشسە، كۆپچىلىكنىڭ مىكروسوفتنىڭ Internet Explorer تورکۆرگۈسىنى چۈشۈرۈشى پەقەتلا قورال بالداقنى ئىشلىتىش ئۇچۇن، ئۇنداقتا مىكروسوفتنىڭ Windows سىستېمىسى بىزنى يوقاتماقچى بولغاندا، ئۇلارنىڭ شىركىتىدىكى تورکۆرگۈ كەسپىگە مەسئۇل كىشى بىزنى قوغدايدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىللە، بىز دۇنيادا ئەڭ قارشى ئېلىشقا ئېرىشكەن تور بەت كۆرگۈنىڭ مۇرىسىدە، مىليونلىغان ئىشلەتكۈچىلەرنى قولغا كەلتۈرەلەيمىز.

ئىشلەتكۈچى Google قورال بالداقنى چۈشۈرگەندە كۆرىدىغان خەتلەرنى ماھىرلىق بىلەن يېزىپ، خەتەرنى يېنىكرەك يېزىپ، مۇشۇ ئارقىلىق ئۇلارنىڭ ئەندىشىسىنى پەسەيتىمىز. بىز كىچىك خەت نۇسخىسى ئىشلەتسەك بولىدۇ، ئەسكەرتىش ئۇچۇرىنى ئىشلەتكۈچى ئىجازەتنامە كېلىشىمگە يوشۇرساق، بۇ ناھايىتى ئاقىلانە ئۇسۇل بولغان بولىدۇ. يۇمشاق دېتال ئورنىتىشتىن ئىلگىرى ئاساسەن ھېچكىم دېگۈدەك ئۇزۇن قانۇن ماددىلىرىنى ئوقۇمايدۇ. بۇ نۇقتىنى بىلگەندىن كېيىن، بىز ئۇزۇن ۋاقىت سەرپ قىلىپ ئويلىنىش ئارقىلىق، ئاخىرىدا كاۋاپنۇ زىخمۇ كۆيمەيدىغان ئەپچىل چارىدىن بىرنى ئويلاپ تاپتۇق—مەن ئالدىدا تىلغا ئالغان ئىككى قۇر.

مەن بىرىنچى قۇرنى قىزىل رەڭلىك توم خەتتە: «تەپسىلىي ئوقۇڭ. » دەپ يېزىپ، ئاستىدا يېڭى قۇردىن باشلاپ، يەنە قىزىل توم خەتتە: «بۇ ئادەتتىكى يانى يانى ئەمەس[23]. » ئۇنىڭغا ئەگىشىپلا يېزىلغان جۈملىمۇ ئۇستىلىق بىلەن: «ئالىي ئىقتىدارغا ئىگە Google قورال بالداقنى ئىشلەتكەندە، سىز زىيارەت قىلغان تورتۇرانىڭ ئۇچۇرىنى Google غا يوللاپ بېرىشىڭىز مۇمكىن.» دەپ يازدىم. بۇنداق بولغاندا چاندۇرماي ئۆتكۈزۈۋەتكەندەك تۇيۇلدۇ.

بەلكىم مەن Google مەدەنىيىتىدە ئۇزۇن ۋاقىت تۇرغاچقىمكىن، مەن يەنىلا مۇنداق دەپ قارىدىم: ئىشلەتكۈچىگە بىزنىڭ نېمە ئىش قىلىدىغانلىقىمىزنى ئېنىق ئېيتىپ، بىز بىلەن ھەمكارلىشىش ھوقۇقىنى ئىشلەتكۈچىگە تاپشۇرۇپ بېرىش، بۇ تۇغرا ئۇسۇل. مەن ئەسكەرتىش ئۇچۇرىنى ئىشلەتكۈچى دىققەت قىلمايدىغان جايغا قويۇشنى ئويلىمىدىم—مېنىڭچە روشەن شەكىلدە ئۇلارنىڭ كۆز ئالدىغا قويۇپ قويۇپ، قىزىل ئالاھىدە چوڭ خەتتە يېزىپ ئەسكەرتىش.

مېنىڭ بۇنداق قىلىشىم يەنە ئازراق شەخسىي غەرىزىمىمۇ بار. مېنىڭچە، ئەگەر بىز ئۆزىمىزنىڭ قىلمىشىنى ئاشكارا جاكارلىساق، بۇندىن كېيىن دۇچ كېلىدىغان تەنقىد ۋە پەرەزلەرنىڭ ئالدىنى ئالالايمىز. ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن ئالاقە قىلىدىغانلارنىڭ مەسئۇلى بولۇش سۈپىتىم بىلەن، بۇنداق قىلىشىم ئۆزۈمنىڭ خىزمىتىگە نۇرغۇن چېكىنىش يولى قالدۇرۇش ئىدى.

شۇنداق، مەن ئەينى چاغدا بۇنداق قىلسام بەزى يوشۇرۇن ئىشلەتكۈچىلەرنى قاچۇرۇپ قويىدىغانلىقىمنى ئويلىدىم، ئەمما ئاشۇ «قوشۇل» دېمەن دېگەن تۇيۇقىنى باسقان ئىشلەتكۈچىلەر ئۆزىنىڭ نېمە ئىش قىلىۋاتقانلىقىنى تامامەن چۈشىنىدۇ. قورال بالداقنىڭ قىممىتى ئۇلارغا نىسبەتەن ناھايىتى كۆرۈنەرلىك ئىكەنلىكىگە ئىشىنىمەن، ئۇلار باشقىلارغىمۇ بۇ ئۇچۇرنى تارقىتىدۇ. گەرچە دەسلەپتە دىلىغۇلدا بولۇپ قارار قىلالمىغان ئاشۇ كىشىلەرمۇ، ئاخىرى باشقىلار تەرىپىدىن قايىل قىلىندۇ.

بىزنىڭ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى مۇتەخەسسىسمىز بەي چاڭ ئۇ سۆزلەرنىڭ نۇرغۇن ئىشلەتكۈچىلەرنى سەۋەبسىز قاچۇرۇۋېتىشىدىن ئەنسىرىدى، ئەمما ئۇ مەزمۇنىنى ئۆزگەرتىشتە چىڭ تۇرمىدى. قورال بالداقنىڭ ئىجادكارى ئېرىك (Eric) مۇ بۇ تەرەپتىكى ئەندىشىسىنى ئىپادىلىدى، ئەمما ئۇنىڭ قارىشىچە ئىشلەتكۈچىلەرگە شەخسىيەت مەسلىسىنى ئالدىن ئۇقتۇرغاندا ئۇلارنى خاتىرجەم قىلغىلى بولىدىكەن، Google ئوچۇق ئاشكارە.

مەن روھنىڭ چوڭقۇر قاتلاملىرىدىن بۇ ھەقىقەتنى ھېس قىلدىم. ئۇ ئىككى جۈملە سۆز خۇددى بىلىم بېرىپ، دىلىنى يورۇتقاندەك بولۇپ، بىردىنلا دىلىمنى يورۇتۇۋەتتى، بىز ئىشلەتكۈچىلەر تامامەن ئىشىنىدىغان شىركەتكە ئايلىنىمىز، مەڭگۈ ئىشلەتكۈچىلەردىن كىشىنى بىزار قىلىدىغان ھەقىقىي ئەھۋالنى يوشۇرمايمىز. ئۆزىنىڭ قىلمىشىغا نىسبەتەن، بۇ شىركەت ئىزچىل پۈتۈنلەي ئاشكارىلىقنى قوغلىشىدۇ، Google مەڭگۈ يامانلىق قىلمايدۇ. مەن كۈچۈمنىڭ يېتىشچە، زور كۈچ بىلەن بىزنىڭ شەخسىيەت مەسلىسىگە ئىنتايىن كۆڭۈل بۆلىدىغانلىقىمىزنى تەشەببۇس قىلىمەن، بىزنىڭ ئەمەلىي تۇپلىغان ئۇچۇرلىرىمىزنى ئىشلەتكۈچىلەرگە تۇغرا بىلدۇرىمىز، ئەلۋەتتە بىزنىڭ يادرولۇق قىممەت قارىشىمىزدىنمۇ ئۇلارنى خەۋەرلەندۇرىمىز.

2000-يىلى 11-ئايدا، بىز Google قورال بالداقنى چىقاردۇق، ئورنىتىش پىروگراممىسىدا مەن يازغان ئاشۇ سۆزلەر بار بولۇپ، قىزىل تۇم خەتتە ھەممىسى شۇ پېتى ئۆزگەرمىدى. قورال بالداقنى ئورنىتىپ بولغاندىن كېيىن، ئىشلەتكۈچى كۆرگەن بەتتە ئوخشاشلا ئىشلەتكۈچىنىڭ دىققەت قىلىشى كېرەكلىكىنى ئەسكەرتىدىغان ئۇچۇر بار، Google نىڭ ئۇچۇر توپلايدىغانلىقىنى ئۇلارغا بىلدۇرىدۇ، بۇ بەتتىمۇ Google

[23] ئىنگلىزچىسى yada yada بولۇپ، بىر خىل ئېغىز تىلى، ئۇنىڭ مەنىسى ئۇيغۇرچىدىكى «قاتارلىقلار»، «...»، مۇنداقچە ئېيتقاندا بىر بۆلەك يېزىقنى قىسقارتىپ ئىپادىلەش، —تەھرىر ئىلاۋىسى

شەخسىيەت تەدبىرىنى كۆرستىدىغان ئۇلانما تەمىنلەنگەن، ھەمدە ئۇچۇر دوكلات قىلىش ئىقتىدارىنى قانداق تاقاش توغرىسىدىكى يېتەكچى چۈشەندۈرۈش بېرىلگەن. كىشىلەرنىڭ ھەممىسى بۇلارغا دىققەت قىلدى.

ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئىنكاسى ئويلىمىغان يەردىن ئىنتايىن سالماق. ئىشلەتكۈچىلەر بىزگە ئېلخەت يوللاپ ئۇلارنىڭ ئەنسىرىشىنى بىزگە چۈشەندۈرگەندە، بىز ئەدەپ بىلەن ئورنىتىش بېتىدىكى سۆزلەردىن نەقىل ئېلىپ، بىزنىڭ ھەممە تاللاشلارنى ناھايىتى ئېنىق قىلىپ چۈشەندۈرگەنلىكىمىزنى قەيت قىلدۇق. مەسىلە سۆز قالدۇرۇش تاختىسىدا ئۇزلۇكسىز پەيدا بولغاندا، قورال بالداقنى چۈشۈرۈپ بولغان ئىشلەتكۈچى ئېنىق قىزىل رەڭلىك ئۇچۇرنى كۆرسىتىپ تۇرۇپ، «مۇشۇنداق ئۇقتۇرسىمۇ يەنە ئېنىق بولمامدۇ» دەپ قايتۇرۇپ سورايدۇ. ئالىي ئىقتىدارلىق قورال بالداقنى چۈشۈرگەن ئىشلەتكۈچىلەرگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئۇلارنىڭ تامامەن خەۋەردار ئەھۋالدا قارار قىلغان تاللىشى. كارنېگى مېللون ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ پىروفېسسورى راندى پوش (Randy Pausch) بىر تۈرلۈك ئىشلەتكۈچى تەتقىقاتىنى ئېلىپ بارغان بولۇپ، ئېرىشكەن خۇلاسىسى «قىزىل رەڭلىك Yada Yada ئۇچۇرى ھەقسىزەتەن ئۇنۇملۇك بولغان: ئۇ بىر خىل ئاكتىپ ئۇسۇلدا ئىشلەتكۈچىنىڭ دىققىتىنى تارتقان»، بۇ تەتقىقات بىزنىڭ ئويىمىزنى ئىسپاتلىدى.

كۆپ يىللاردىن بۇيان، كىشىلەرنىڭ ھەممىسى Google نى كەسپىنىڭ چەكلىنىدىغان ساھەلىرىنى تەتقىق قىلدىغان ماركا دەپ قارايتتى، ئەمما مىكروسوفت مەڭگۈ ئۇنداق قىلمايدۇ، ئۇ تېخى يېقىنلاشماي تۇرۇپلا ھەممە جايدا ئاگاھلاندۇرۇش بېرىپ بولدۇ. Yada Yada ئۇچۇرىنىڭ ئۆزىلا ناھايىتى ياخشى ئىسپات.

پەن-تېخنىكا خەۋەرلىرى تورى CNET تىن «ماسساچۇستس سانائەت پەنلىرى ئىنستىتۇتى تېخنىكىلىق باھالىشى» غىچە، «بۈگۈنكى ئامېرىكا» شۇنداقلا «ۋاشىنگتون پوچتا گېزىتى» بۇ ئاخبارات تاراتقۇلىرىنىڭ ھەممىسى ماقالىدا Google نىڭ شىركەت ۋە ئىشلەتكۈچىنىڭ شەخسىيىتىگە بولغان ئېنىق ئەسكەرتىشىنى تىلغا ئالغان، بۇ Google غا پاك ئاتاق ئاتا قىلدى، چۈنكى بۇ سۆزلەر ئىشلەتكۈچىگە بىزنىڭ مەقسىتىمىزنى ئېنىق بىلدۈردى.

شۇنىڭغا ئىشىنىمەنكى بىز ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن ئالاقە قىلدىغان ئالتۇن قائىدىنى بايقىدۇق، ئەمما يەنە بەزىلەر بۇنىڭدىن خەۋەرسىز.

بىز ئۆزىمىزنىڭ مەخپىي قورالى ئارقىلىق بارلىق گۇمانلارنى مەغلۇپ قىلالايمىز: بىر خىل ئاقىلانە ئەمما ناھايىتى ئاز ئىشلىتىلىدىغان بازارچىلىق تەدبىرى دەل مۇتلەق سەممىيەت. بۇ ھەقىقەتەن ئەڭ ياخشى تەدبىر.

مېنىڭ بۇ سىياسەتنى ئەمەلىيلەشتۈرۈشۈم بەلكىم سەل چەكتىپ ئېشىپ كەتكەن بولۇشى مۇمكىن. ھەر قېتىم بىز يېڭى مەھسۇلاتنى ئوتتۇرىغا چىقارغاندا، مەن ئەزەلدىن ئىشلەتكۈچىلەر بىلىشكە تېگىشلىك ھەر قانداق ئۇچۇرنى يوشۇرمايمەن، مېنىڭ تەلىپىم ھېچنېمىنى قالدۇرماي، ھەقىقەتكە يۈزلىنىش، بىزنىڭ ياش مارکىمىزدىن تۆكۈلگەن قىزىل تومۇ چوڭ خەت خۇددى چاقماقتەك مېنى يورۇتاتتى، مەن خۇددى دەمەشىققە بېرىش يولدا خىرىستىيان دىنىغا قايتقان پائۇل بۇچېتقا ئوخشاش، دىنىمنى ئۆزگەرتىشنى ئەمەلگە ئاشۇردۇم. سەن كۆپچىلىككە قانچە كۆپ نەرسىنى ئاشكارىلىساڭ، ئۇلار سېنىڭ ئۇلارغا زىيان يەتكۈزمەيدىغانلىقىڭغا شۇنچە ئىشىنىدۇ. خۇددى MentalPlex قا ئوخشاش، ئۇ ساۋاق سۇنغان خىرۇستالغا ئوخشاش ئېنىق ھەمدە ئېنىق ئىدى. شۇنداقتىمۇ، ئوخشاش سانلىق مەلۇماتقا نىسبەتەن، كىشىلەر مەسىلگە ھەمىشە ئوخشىمىغان نۇقتىدىن قارايدۇ، بۇ خىل ئەھۋال يەنە كۆرۈلدى. ناھايىتى ئۇزۇن بىر مەزگىلدە ئىشلەتكۈچى شەخسىيەت مەسىلىسى كۆرۈلمەسلىكى مۇمكىن، ئەمما بىز بۇ مەسىلگە قانچە قېتىم پەرۋا قىلماسلىقىمىزدىن قەتئىينەزەر، ئۇ ھامان تەكرار دىققەت قىلىنىدۇ.

مىڭ چاقىرىملىق ئۇزۇن سەپەرمۇ بىرىنچى قەدەمدىن باشلىنىدۇ

مەن مۇنداق يازدىم: «بۇ Google قورال بالداقىنىڭ 20-نەشرى، ئىلگىرىكى نەشرى ئەگەر مەۋجۇت بولسا ئۇنىڭ پايدىسىمۇ يوق. كونسى كەتمىسە يېڭىسى كەلمەيدۇ ئەمەسمۇ. » قورال بالداقىنىڭ ئىجادىيىتىگە مەسئۇل ئىنژېنېر ئېرىك كۆرگەندىن كېيىن ناھايىتى خۇشال بولدى، ئۇ ئىزچىل يۇمشاق دېتالىنىڭ نەشرى يېڭىلانغاندا، ئىشلەتكۈچى تېخىمۇ ئېنىق ئەسكەرتىلىشىنى ئۈمىد قىلاتتى. ئۇ ناھايىتى تېزلا سۆزلىشىش رامكىسىغا ئۆزىنىڭ ئىمزاسى: «مىڭ چاقىرىملىق ئۇزۇن سەپەرمۇ بىرىنچى قەدەمدىن باشلىنىدۇ» نى قوشتى.

مەن قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ تەلىپىگە ئاساسەن ماقالە يازغاندا دائىم ئوڭۇشلۇق بولۇۋاتقان ئىشلەتكۈچى چاشقىنەك سىنبەلگىسىنى باش بەتتىكى «يا بايدىن يا سايرامدىن» دېگەن تۇپچىغا توغرىلىغاندا، قانداق خەت كۆرۈنىدۇ؟ بىز بۇنىڭغا دېلىغۇل بولۇپ قارار قىلالمىدۇق.

ئۇ تۇپچە ئادەتتىكىگە ئوخشىمايتتى. ئىشلەتكۈچى ئىزدەش قۇتىسىغا ئىزدەش تۈرىدىن بىرنى كىرگۈزگەندىن كېيىن، ئەگەر بۇ تۇپچىنى باسسا، ئۇلار ھەممىسى ئىزدەش نەتىجىسى بولغان بەتنى كۆرمەي بەلكى نەتىجە تىزىمدىكى بىرىنچى ئورۇنغا تىزىلغان بەتكە بۇاستە كىرىدۇ، لارىرى بىلەن سېرگېي ئۆزلىرىنىڭ تېخنىكىسىغا بەك ئىشىنەتتى، ئۇلارنىڭ قارىشىچە بىرىنچى ئىزدەش نەتىجىسى زور كۆپچىلىك ئىشلەتكۈچىگە يېتەرلىك ئۇچۇر تەمىنلىيەلەيتتى. ئەپسۇسلىنارلىقى شۇكى، زور كۆپچىلىك ئىشلەتكۈچىلىرىمىز ئىچىدە «يا بايدىن يا سايرامدىن» بۇ تۇپچىنىڭ زادى نېمە ئىش قىلىدىغانلىقىنى بىلىدىغانلار ناھايىتى ئاز ئىدى. شۇنداقتىمۇ، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ بىزگە دېيىشىچە، ئۇلار باش بەتتىكى بۇ ئىبارىنى كۆرۈشنى ياقتۇرىدىكەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇنىڭدىكى دارىتمىلانغان ئۆزىگە ئىشىنىش پوزىتسىيەسىنمۇ ياقتۇرىدىكەن، شۇڭلاشقا، بىز ئۇلارنى ساقلاپ قالدۇق، بۇ ھېسسىي بىلىشنىڭ ئەقلىي بىلىشتىن غالىپ كەلگەنلىكىنىڭ يەنە بىر ئىسپاتى. [24]

2000-يىلى 12-ئايدا، ئەڭ ئالدىغا تىزىلغان ئىزدەش نەتىجىسىنى «يا بايدىن يا سايرامدىن» توپچىسىنىڭ ئىزاھات يېزىقى سۈپىتىدە كۆرسىتىش تەكلىپىنى بەردىم. بەي چاڭ بۇ خىل ئىزدەش سۈپىتىمىزنى گەۋدىلەندۈرىدىغان ئىپادىلەش شەكلىنى ناھايىتى ياقتۇردى. سالارمۇ بۇ تەكلىپنى ياقتۇردى، چۈنكى بۇ بىزنىڭ تور بەتنى تەرتىپكە تىزىشىمىزنىڭ ئالاھىدە ئۇسۇلدا ئىپلىپ بېرىلىدىغانلىقىنى ئىشلەتكۈچىگە بىلدۈرەلەيتتى. ئەمما ماريسسا بۇ تەكلىپنى ئانچە ئىشەنچلىك ئەمەس دەپ ھېس قىپتۇ.

ئۇ ئۇدۇللا: «رەتكە تۈرغۇزۇش سەت ئاڭلىنىدىغان سۆز، مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا «بەتبۇي»، ئۇ «بىرىنچى ئىزدەش نەتىجىسگە كىرىش» كە تېخىمۇ مايىل، چۈنكى ئۇ ئىشلەتكۈچىنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ «رەتكە تىز» لغانلىقىنى بىلىدىغان ياكى بىلمەيدىغانلىقىنى جەزملىيەلمەيدۇ. ئۇلار ئېھتىمال ئىزدەش نەتىجىسى «نومۇر قويۇش» ياكى «رەتكە تىزىش» ئارقىلىق كەلگەن دەپ قارىشى مۇمكىن. نەتىجىدە ئىككى تەرەپ ئۆزىمىزنىڭ مەيدانىدا تۇرۇپ، ئاخىردا ھېچقانداق چۈشەندۈرۈش سۆزى يازمىدۇق.

مەن ئۇسكۇنە ئاسراشقا مەسئۇل سۈمغا ئېلىخەت يوللاپ، ئۇنىڭ شىركەتنىڭ خەت ساندۇقىنىڭ ئۆزلۈكىدىن جاۋاب قايتۇرۇش مەزمۇنىغا بولغان پىكرىنى ئالدىم، ھەمدە ئوخشاشلا رەت قىلىشقا ئۇچرىدىم. ئۇ ھەتتا مېنىڭ تورخېتىمنى بىر قېتىم تەھرىرلەپ، ئاندىن ماڭا قايتۇرۇپ يوللاپتۇ.

---

[24] بىز ئىلگىرى مۇنداق ھېسابات قىلىپ باققان، Google نىڭ ھەر يىلى «يا بايدىن يا سايرامدىن» توپچىسىنىڭ مىليارد قېتىملىق چېكىلىشىگە سەرپ قىلىدىغان بەلباغ كەڭلىكى چىقىمى ۋە كىرىم چىقىمى مىليون دوللارغا يېتىدۇ: ئەگەر ئىشلەتكۈچى بۇاستە باشقا تورتۇراغا كىرسە، ئۇلار Google ئىزدەش بېتىدىكى ئېلاندىن ئاتلاپ كېتىدۇ.

سۈيەم ئۆزىنى بۇغدايلىقتىكى قارانچۇق دەپ قاراپ، ئۇ ئۆزىنى سىرتقا ئۇچۇر تارقىتىدىغانلارنىڭ باش مەسئۇلى دەپ ھېس قىلىپ، ئۆزىنىڭ خىزمەت دائىرىسىدىكى مەسئۇلىيىتىنى قاتتىق ئىجرا قىلىپ، Google ماركىسىنىڭ ئادەتتىكىدەك بولۇپ قېلىشىنى توسىدىكەن. ئەگەر قايسى ماقالە Google ساقلاشقا تېگىشلىك ئۆلچەمگە يەتمىدى دەپ ھېس قىلسا، ئۇ قايتىدىن يازىدىكەن. بىر قېتىم، ئالدىنقى كۈنى كەچتە بىر پارچە ئېلخەتنى يېزىپ پۈتتۈرۈپ، ئىككىنچى كۈنى يوللىماقچى بولغاندا، شۇ كۈنى كېچىدە كۆزگە قادىلىپ تۇرىدىغان غەلىتە بىر ماقالە خاتالىقى كۆرۈلدى، مەن دەرھال ئۇنى ئىزدىدىم. ئەسلىدە ئۇمۇ دەل ئۇنىڭ خاتالىقى ئىكەن. يەنە بىر ئىنژېنېر ئەينى چاغدا خەتنى ئۆزگەرتىشنى تەلەپ قىلىپ، بۇ خىل خاتالىق كېلىپ چىقىپتۇ. ئۇلار تۇردا مۇنازىرە قىلغان ۋاقىتتا مەزمۇننىمۇ ماڭا كۆچۈرۈپ يوللايتتى، ئەمما مەن جاۋاب قايتۇرمىغان، ئەينى ۋاقىتتا ئەتىگەن سائەت بىر يېرىم بولغان بولۇپ، مەن ئاللىبۇرۇن ئۆيگە قايتقان.

بىر قانچە يىلدىن كېيىن، سۈيەم بۇ ئىشنى ماڭا چۈشەندۈردى. سۈيەم مېنى ئەسكەرتىپ مۇنداق دېدى: «ئەينى ۋاقىتتا بىزنىڭ ناھايىتى مۇھىم بولغان مەھسۇلات ئېلان قىلىش پائالىيىتىمىز بارئىدى، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئۆيگە قايتمىغان، ھەم ئۇخلىمىغان. بىز ئىشلەتكۈچىلەرگە ئىنكاس قايتۇرماقچى ئىدۇق، ئەمما ئەينى چاغدا ئادەم يوق ئىدى، چۈنكى سەن ئۆيگە قايتىپ ئۇخلاپ قاپسەن. » ئۇ ئەسلىدە چاقچاق قىلماقچى ئىكەن، ئەمما ئەمەلىيەت ھەقىقەتەن شۇنداق بوپتۇ. مېنىڭ ئۆزەمنىڭ ئائىلىسى بار، خىزمەتتىن سىرت ئۆزەمنىڭ تۇرمۇشۇم بار، ئۇ ئىنژېنېرلارنىڭ بۇ ئىشلار بىلەن نېمە كارى. مېنىڭ بىر كۈنۈم ئەتىگەن سائەت 6 دە باشلىنىدۇ، لېكىن ئۇلارنىڭ بىر كۈنى دەل مۇشۇ ۋاقىتتا ئەمدىلا ئاخىرلىشىدۇ. ئۇلار ساڭا ئېھتىياجلىق بولغان ۋاقىتتا، بەلكىم سەن بولۇشۇڭ، بەلكىم بولماسلىقىڭ مۇمكىن—مەيلى قايسى خىل ئەھۋالدا بولسۇن، ئۇلار ئۆزىنىڭ ئەڭ ياخشى دەپ قارىغان ھۆكۈمى بويىچە ئالغا ئىلگىرىلەپ كېتىۋېرىدۇ. ھېچقانداق ئىش شىركەتنىڭ ئالغا ئىلگىرىلىشىنى توسۇيالمايدۇ.

سىندى مېنىڭ بازارچىلىقىنىڭ مەسئۇلى بولۇپ ئۆستۈرۈلگەنلىكىمنى مەخپىي تۇتۇپ، پەقەت بىزنىڭ قوشۇنمىزنىڭ ئىچىدىكى ئەزالارغىلا دېيىشىنىڭ سەۋەبىمۇ بەلكىم مۇشۇ بولۇشى مۇمكىن. گەرچە 2000-يىلى 12-ئاي بىزنىڭ تۇنجى پايدا ئالغان ئېيىمىز بولسىمۇ، ئەمما لارى بىلەن سېرگېيغا نىسبەتەن، تەشكىلىنىڭ ئىچىدە بىر باشقۇرۇش قاتلىمى قوشۇشنى ئۇلارنىڭ قوبۇل قىلالمايدىغانلىقىغا ئىشىنىمەن. بازارچىلىق باشقۇرۇش قاتلىمىدىكى بىر خىزمەت ئورنى شىركەتتىكى باشقا بۆلۈملەرگە قانداق ئۇچۇر يەتكۈزىدۇ؟ بۇ بازارچىلىقتا ئەھمىيەت بەرگەنلىكتىن دېرەك بېرەمدۇ؟ مەن ئەينى چاغدا مەسئۇل ئىشلىرىمنى ھەمدە فۇجى سالللى قالدۇرۇپ كەتكەن خىزمەتنى قىلاتتىم، ئەمما پروگرامما تۈزۈش ئەمەس ئىدى. مەن بۇ قېتىملىق ئۆستۈرۈشنى ئاكتىپ بىر قەدەم دەپ قارايتتىم. مەن بىر ماركا ئاساسىنى يارىتىم ئۇنىڭ ئۈستىگە بىزنىڭ سىرتقى تەشۋىقاتىمزنى ناھايىتى تەرتىپلىك ئورۇنلاشتۇردۇم. مەن ھازىر Google نىڭ ئاۋازى، ھېچ بولمىغاندا سىندى مېنى ئازراق بولسىمۇ ئېتىراپ قىلىنسا دەپ ئويلايدۇ. 2001-يىلى باشلانغاندا، يېڭى بىر يىلدا ئىشلەتكۈچىلىرىمىز بىلەن داۋاملىق ئەسرارلىشىپ تۇرۇشمىزنى كۈتىمىز. مېنىڭ يېڭى دوئىلىم ئىشلەتكۈچىلەر ئۇتتۇرىغا قويۇۋاتقان نۇرغۇن مەسىلىلەرگە ئامال قىلىپ جاۋاب بېرىش.

ئون تۆتىنچى باب
Google بومبا ۋە ئېلخەت كاشىلىسى

Yahoo بىلەن ھەمكارلىشىش Google نىڭ تەرەققىيات سۈرئىتىنى ئۇچقاندەك ئالغا ئىلگىرىلىتىۋەتتى. Google كۇندىلىك خاتىرە قوشۇنىدىكى كىلائۇس كاربىدورنىڭ بىر تەرىپىدىكى تامغا 3 فۇت ئېگىزلىكتىكى يۇگىمە قەغەزگە رەڭلىك قەلەم بىلەن تور ئېقىم مىقدارىنى تەپسىلىي ھەم ئىلمىي ھالدا دىئاگراممىا قىلىپ سىزىپ چاپلاپ قويۇپتۇ. ئەھمىيىتى زور ئابىدىلەرنىڭ ھەممىسىگە خاتاسىز بەلگە قويۇلۇپتۇ، ئوخشاش بولمىغان ئىشلەتكۈچىلەر توپى پەرقلىق رەڭلەر بىلەن ئىپادىلىنىپ [Google نىڭ ئۆزىنىڭ تورتۇراسىدا ئىزدىگەن ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن ھەمكارلاشقۇچىلىرىمىزنىڭ تورتۇراسى (مەسىلەن Netscape ۋە Yahoo) دا ئىزدىگەن ئىشلەتكۈچىلەر سىلىشتۇرۇلما قىلىنغان]. ئاشۇ ئېقىم مىقدارى رەسىمىدىن، ئالدىدا سۈس يېشىل تاغ ئېتىكى، ئارقىسىدا ھەرە چىشىدەك توق يېشىل تاغ چوققىسى، ئۇنىڭ ئارقىسىدىن كۆك رەڭلىك ئېگىز قەد كۆتۈرگەن تاغ تىزمىسى، يەنە ئارقىسىدا بېنەپشە رەڭلىك ئالىپس تېغىدەك توپ توپ كىچىك تاغلارنى كۆرەلەيمىز. تاغ چوققىسى دۈشەنبە كۇندىكى ئېقىم مىقدارىنىڭ ئۆرلىشىگە ۋەكىللىك قىلسا، ئىككى ياقتىكى تاغ جىلغىسى تور ئېقىم مىقدارىنىڭ ھەپتە ئاخىرىدا تۆۋەنلىگەنلىكىنى ئىپادىلەيدۇ.

Google خىزمەتچىلىرى ئۆزلىرىنىڭ خىزمەتكە چۈشكەن ۋاقتى ياكى باشقا مۇھىم ئىشلىرى (مەسىلەن، Google ئۆزۈم ھارىقى كۆلۇبىنىڭ قۇرۇلۇشى) نى بۇ رەسىمدە باھا بېرىپ ئەسكەرتىپ قويىدۇ. ئۇستىدە يەنە Google نى زىيارەت قىلغان بىر قىسىم داڭدار كىشىلەرنىڭ ئىمزاسى بار، ئامېرىكىنىڭ سابىق مۇئاۋىن ئەلباشى ئال گور (Al Gore) نىڭ ئىسىمىمۇ بار، يەنە سابىق ئەلباشى جىممى كارتېر (Jimmy Carter)، ئەنگلىيە Coldplay مۇزىكا ئەترىتىنىڭ باش ناخشىچىسى كىرىس مارتىن ۋە ئۇنىڭ قىز دوستى گىۋىنېس پالتروۋنىڭ ئىسىمىمۇ بار. كىلائۇس نىسبىتىنى دەرھال تۆۋەنلەتكەچكە، 300 مىڭ ئىزدەش مىقدارى كېچىك تاغقا ئوخشاش پۈتكۈل دىئاگراممىنىڭ يېرىمىنى ئىگىلىمىگەن. نىسبىتى ئۆزگەرگەندىن كېيىن، دىئاگراممىنىڭ يېرىم ئېگىزلىكى 3 مىليون قېتىم ئىزدەشنى ئىپادىلەيدۇ. بىر قانچە ئاي ئۆتمەيلا، كىلائۇس نىسبىتىنى قايتىدىن توغرىلىدى، ئوخشاش ئېگىزلىك ھازىر 30 مىليون قېتىملىق ئىزدەشكە ۋەكىللىك قىلىدۇ. مۇشۇنداق بولغان تەقدىردىمۇ، تاغ چوققىسىنىڭ ئېگىزلىكى بۇرۇنقىدەكلا ئۆزلۈكسىز ئۆرلەپ، دىئاگراممىنىڭ چوققىسىغا يېتەي دەپ قالدى.

سۈممېر كۇنىدە دېگۈدەك كۆپچىلىككە ئېلخەت يوللاپ، Google.com نىڭ كۇندىلىك ئىزدەش مىقدارى زور دەرىجىدە ئاشقانلىقىنى دوكلات قىلىدۇ.

مەن 1999-يىلى كېينىكى يېرىم يىلدا Google غا قوشۇلغان ۋاقىتتىن ھېسابلىغاندا، ئۇ چاغدىكى كۇنىدىلىك ئىزدەش مىقدارى تەخمىنەن 4 مىليون قېتىم ئىدى. بىر ئايغا يەتمىگەن ۋاقىتتا، ھەمكارلاشقۇچىلارنىڭ تورتۇراسىدىكى ئىزدەشنى ھېسابقا ئالمىغاندا، Google نىڭ ئۆزىنىڭ تورتۇراسىدىكى ئىزدەش مىقدارى 5 مىليون قېتىمغا يەتتى. يەنە ئىككى ئاي ئۆتكەندىن كېيىن، بىر 8 مىليونلۇق ئۆتكەلدىن ئۆتكەن. 2000-يىلى 9-ئاينىڭ ئوتتۇرىلىرى، بىزنىڭ ھەر سائەتلىك ئىزدەش مىقدارىمىز 1 مىليون قېتىمغا يەتتى. 3 ئايدىن كېيىن، ھەر سېكۇنتتا ئىزدەش مىقدارى مىڭ قېتىمغا يەتتى. تور ئېقىم مىقدارى قىممىتىنىڭ ئىزچىل ئېشىشىغا ئەگىشىپ، كىلائۇس ئەسلىدىكى دىئاگراممىنىڭ يېنىغا بىر قىسىم چوڭراق ئاق قەغەز چاپلاشقا مەجبۇر بولدى.

Yahoo بىلەن بولغان ھەمكارلىقنى تاماملاش ئۈچۈن، يۇرگۈزۈش ئاسىراش قوشۇنى بۇنىڭدىن ئىلگىرى جان-جەھلى بىلەن قاتتىق دېتال قۇرۇلۇش خىزمىتىنى ئىلگىرى سۈردى، مەھسۇلات بۆلۈمىمۇ ھازىر پۈتى يەرگە تەگمەي ئالدىراش بولۇپ كەتتى. كومپيۈتېرىمىز ھازىر يېتەرلىك ھېسابلاش ئىقتىدارى بىلەن تەمىنلىيەلەيدۇ، ھەتتا مەلۇم بىر سانلىق مەلۇمات مەركىزى پۈتۈنلەي تۇردىن ئۈزۈلۈپ قالغان تەقدىردىمۇ، Google تور تۇراسى يېاكى ھەمكارلاشقۇچىلارنىڭ ئىزدەش كەسپى توختاپ قالمايدۇ. يېڭى ئىندېكس قۇرغان ۋاقىتتا، تېخنىكا خادىملىرى ئالدى بىلەن بارلىق ھۆججەتلەرنى بىر سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە كۆچۈرۈپ، ئاندىن كېيىنكى سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە كۆچۈرۈشنى داۋاملاشتۇرىدۇ. بۇنداق بولغاندا، ئىزدەش نەتىجىمىزدە بىر قىسىم غەلىتە ئەھۋاللار يۈز بېرىدۇ.

ماتت كاتتس (Matt Cutts) ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئالاھەزەل ھەر ئايدا بىر ھەپتىدەك، كونكرېت قايسى ھەپتە ئېنىق ئەمەس: ئىزدەش يا كونا سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە يۆزلىنىدۇ، يا يېڭى سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە يۆزلىدۇ.» » ئەگەر ئىزدەش ئىندېكس يېڭىلانغان سانلىق مەلۇمات مەركىزىگە يوللانسا، ئاندىن يەنە بىر يېڭىلانغان سانلىق مەلۇمات مەركىزى ئوخشاش مەزمۇننى قايتا ئىزدەيدۇ، ئىزدەش نەتىجىسىدە ئاتلاش كۆرۈلىدۇ، خۇددى ئۇسسۇل ئويىنغاندەك، بۇ خىل Google چە «ئۇسسۇل» ئىزدەش قاتارىغا كۆڭۈل بۆلىدىغان نۇرغۇن كىشىلەرنى يۇرەك كېسىلى قىلىپ قويغان. Webmaster World (تور باشقۇرغۇچىلار دۇنياسى) تورتۇراسىدا، باھالىغۇچىلار ھەر قېتىملىق ئىندېكس ئالماشقاندا بىر ئىسىم قويۇپ، خۇددى بىر قېتىملىق تەيفىڭ بورىنىغا ئوخشاش، بىرىنچى بەتتىكى ئىزدەش نەتىجىسىدە يوقالغان تورتۇرالارغا نىسبەتەن، ئۇلارنىڭ زىيىنى بىر قېتىملىق تەيفىڭ بورىنىغا ئۇچرىغاندىن قېلىشمايدۇ. Google غا نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئىندېكس ئالماشتۇرۇش ئىندېكستا تېخىمۇ كۆپ سانلىق مەلۇمات قوشۇشنى بىلدۈرۈپلا قالماي يەنە رەتكە تىزىش ھېسابلاش ئۇسۇلىغا نىسبەتەن ياخشىلاش ئېلىپ بېرىشنى كۆرستىدۇ.

Google نىڭ خىزمەت مۇھىم نۇقتىسى ئىزدەش سۈپىتى بىلەن ئۇل ئەسلىھەلەر ئارىسىدا توختىماي يۆتكىلىش، ئەڭ بۇرۇن ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدا ئېجاد قىلىنغان «تور بەت رەت تەرتىپى» دىن ئىبارەت بۇ تېخنىكىدا يېڭىلىق يارىتىش ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ ئۆزئارا مۇناسىۋەتلىك بولۇشچانلىقىنى يۇقىرى كۆتۈردى. 2000-يىلىنىڭ دەسلىپىدىن باشلاپ ئىشلەۋاتقان سىستېما 1 مىليارد دەرىجىسىدىكى تور بەت ئىندېكسىنى ياراتتى، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئىزدەشكە ئىنكاس قايتۇرۇش سۈرئىتىنى زور دەرىجىدە ئۆستۈردى. 2001-يىلى، خىزمەتنىڭ مۇھىم نۇقتىسى قايتىدىن ئىزدەش سۈپىتىگە قايتتى.

ئۇرسنىڭ ماڭا دېيىشچە: «لارى دائىم ‹ئىزدەشنىڭ تەننەرخى ئىنتايىن تۆۋەن›، ھەر قېتىملىق ئىزدەشكە سەرپ بولىدىغان خىراجەت ھەقىقەتەن ئاز. تىجارەت كىرىمىنىڭ يامان ئەمەسلىكىنى ئويلاشقاندا، بىزنىڭ تېخنىكۇ كۆپ ئىشلارنى قىلىشقا قۇربىمىز يېتىدۇ.» پۈل خەجلەپ ئىزدەش سۈپىتىنى ئۆستۈرۈش Google بىلەن رىقابەتچىلەرنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىدىكى پەرقنى چوڭايتىدۇ، بىز يۇقىرى سۈپەتلىك ئىزدەش سۈپىتىمىزگە تايىنىپ ئۆزىمىزنىڭ ماركىسىنى تىكلىيەلەيمىز. باشقا ئىزدەش شىركەتلىرى ئوخشاش سېلىنما ياكى تېخىمۇ كۆپ مەبلەغ سالغاندىلا ئاندىن بىزگە يېتىشەلەيدۇ. بىز بىر مەيدان تەييارلىق مۇسابىقىسىنى تەشەببۇس قىلىپ، رىقابەتچىلىرىمىزنى ۋەيران بولۇش گىردابىغا پاتۇرۇپ قويالايمىز.

ئۇرسنىڭ قارىشىچە: «ئىزدەش تەننەرخىنى ئۆستۈرۈش ئەمەلىيەتتە پايدىنى كۆپەيتىدۇ، پايدىنىڭ ئېشىش سۈرئىتى تەننەرختىن خېلىلا تېز، شۇڭلاشقا چەت ياقا ئۇنۇمى ھەقىقەتەن يۇقىرى. »

لارى بىلەن سېرگېي ئۇنۇمنى ئۆستۈرۈشنى بەك خالايدۇ، ئەمما ئۇلارنىڭ ئېنىقلۇمالماقچى بولغىنى، ئەگەر كومپيۈتېرغا بولغان سېلىنمىنى ئىككى ھەسسە كۆپەيتىپ ئىزدەشنىڭ سۈپەت مەسلىسى ھەل قىلىنسا، Google غا نېمە پايدىسى بار، شۇڭلاشقا ئۇلار بىر تەجرىبە ئىشلىدى.

سانجاي گېماۋات ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «2000-يىلى، مەن لاررىنىڭ ئىشخانىسىدا ئولتۇراتتىم، لارري مۇنداق دېدى: ‹بۇ يەردە 3000 كومپيۇتېر بار، سىلەرنىڭچە بۇ كومپيۇتېرلار بىلەن نېمە ئىشلارنى قىلغىلى بولار.› بۇ كومپيۇتېرلار ھېچ ئىشتىن ھېچ يوق تاسادىپىي پەيدا بولۇپ قالغاندەك كۆرۈنمىسىمۇ، ئۇلارنىڭ بۇ جايدا پەيدا بولۇپ قېلىشىدا چوقۇم بىزنىڭ بىر قىسىم ئەھمىيەتلىك ئىشلارنى قىلىشىمىز لازىملىقىدىن بولغان. » بۇ ئىش مانا مۇشۇنداق باشلانغان.

ئۇرسىمۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «لاررىنىڭ ئۇنداق دېيىشى بىر سىگنال تارقىتىش ئۇچۇن ئىدى. ئەگەر كومپيۇتېرنىڭ سانى پېتەرلىك بولسا—بىز نېمە ئىش قىلالايمىز؟» ئالدى بىلەن 3000 كومپيۇتېر، ئاندىن يەنە 10000 كومپيۇتېر كەلتۇرۇلدى، كومپيۇتېرنىڭ ھەممىسى ئىزدەش سۇپىتىنى ئۆستۇرۇشكە ئىشلىتىلەتتى. جىق، سانجاي گېماۋات ۋە ئامىت سىڭخال (Amit Singhal)[25] پۇتۇن كۈچى بىلەن ئاتلىنىپ، بارلىق ھېسابلاش ئىقتىدارىنى مەركەزلەشتۇرۇپ، زور كۆلەملىك يېڭىلىق يارىتىپ، Google نىڭ مۇناسىۋەتلىك ئىزدەش نەتىجىسىگە ئىنكاس قايتۇرۇش ئۇنۇمىنى غايەت زور دەرىجىدە ئۆستۇردى. جىفنىڭ قارىشىچە، ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ ئۇنۇمىنى ياخشىلاشنىڭ ھالقىلىق بىر ئاملى «تېخنىۇ ئەستايىدىللىق بىلەن ئۇلانما لەڭگەر نۇقتىسىنىڭ تېكستىنى بىر تەرەپ قىلىش».

بىر ئىندېكس ئۆز ئىچىگە ئالغان تور بەت قانچە كۆپ بولسا، ئۆزئارا مۇناسىۋەتلىك ئۇلانمىنىڭ ئۇچۇرىنىۇ شۇنچە كۆپ بولىدۇ، ئاشۇ ئۇلانما ئۇچۇرىغا مۇناسىۋەتلىك ئۇچۇرلارمۇ شۇنچە كۆپ بولىدۇ، بۇ نۇقتا Google ئۇچۇنىۇ ناھايىتى مۇھىم. ئەمەلىي ئۇلانمىنىڭ چۈشەندۇرۇشى دەل «ئۇلانما لەڭگەر نۇقتا تېكستى». ئەمەلىيەت ئىسپاتلىدىكى، ئۇلانما لەڭگەر نۇقتا تېكستى بىلەن ئۇ كۆرسەتكەن تور بەتنىڭ مەزمۇنىنى بىرلەشتۇرۇش ئۇسۇلى ناھايىتى پايدىلىق. مەسىلەن، كالىفورنىيە ئۇنىۋېرسىتېتى بارکلېي شۆبىسىنىڭ بەزى ئۇلانمىسىدا، شۇ مەكتەپنىڭ ئىسپانچە ئىسمى ياكى باشقا ئىسمى يېزىلغان. شۇنداقتىمۇ، ئۇلانما لەڭگەر نۇقتىسىغا بەكلا تايىنىۋالغاندا بەزىدە مەسىلە كېلىپ چىقىدۇ.

جىق چۈشەندۇرۇپ مۇنداق دېدى: «بەزى ئۇلانما لەڭگەر نۇقتىسىنىڭ تېكستى ناھايىتى ياخشى، ئەمما بەزىلىرىنىڭ ئۇنچە ياخشى ئەمەس. ئېسىمدا قېلىشچە ‹سوغۇق لىمون تۇخۇم-سۇتلۇك پىرەنىك› دەيدىغان ئىزدەش دائىم MapQuest (خەرىتە سۇرۇشتۇرۇش) نىڭ بېتىگە باشلاپ كېتەتتى. » بۇنىڭ سەۋەبى بىر تورتۇرا MapQuest نى كۆرسەتكەن ئۇلانمىدا دەل شۇ ئاتالغۇنى ئىشلىتىپتۇ، ئۇنىڭ ئۇستىگە Google بۇ ئاتالغۇغا بەرگەن ۋەزىن چوڭ ئىكەن. ھەممە نەرسىنىڭ جۇپتى بولغىنىدەك، «ساتان (Satan) دىنمۇ رەزىل» دېگەن سۇرۇشتۇرۇشتىمۇ ئوخشاش مەسىلە كۆرۈلدى. 1999-يىلى، بۇ ئۇلانما مىكروسوفت شىركىتىنىڭ باش بېتى[26] نى كۆرسىتىپتۇ. سېرگېي سىندىغا، ئۇنىڭ مۇخبىرلارغا، بۇ «تور بوشلۇقىدىكى كۈڭانت تەۋرىنىشى كەلتۇرۇپ چىقارغان نورمالسىزلىق» پەيدا قىلغان نەتىجە دېيىش ھەققىدە كۆرسەتمە بېرىپتۇ. بۇ بىمەنە ئىشنى چۈشەندۇرۇش ئۇچۇن، قارىغۇلارچە توقۇلغان بۇ بىر جۈملە سۆز ئاخبارات خەۋەرلىرىدە ئەسلى پېتى بىر قانچە قېتىم نەقىل ئېلىندى.

ئالدامچىلىق خاراكتېرىدىكى ئۇلانما تىلى بەزىدە مەقسەتلىك قىلىنغان قىلمىش بولىدۇ. تور باشقۇرغۇچىلارنىڭ بايقىشىچە، ئۇلار قەستەن مۇئەييەن ئۇلانما لەڭگەر تېكستىدىن پايدىلىنىپ مەلۇم تور بەتنى كۆرسىتىش ئارقىلىق مۇئەييەن ئىزدەش تۇرىنىڭ رەت تەرتىپىنىڭ نەتىجىسگە تەسىر كۆرسىتىدۇ، بۇ خىل ئويۇننى Google «بومبا» دەپ ئاتايدۇ. ئەڭ بېشىمنى ئاغرىتىدىغان Google بومبىسى «ئۇنسىز بومبا». 2000-يىلى ئامېرىكا ئەلباش سايلىمى مەزگىلىدە، بۇ خىل تۇر بىلەن يوللانغان ئىزدەش نەتىجىسى جورج بۇشنىڭ ئەلباش رىقابتىدە ئىشلىتىدىغان تاۋارلارنى ساتىدىغان توردىكى دۇكانغا باشلاپ بارىدۇ. بۇشنى

[25] ئامىت سىڭخال 2000-يىلى 12-ئايدا Google غا كىرگەن، ئۇ باش بولۇپ Google نىڭ ئىزدەش سۇپىتىنى ياخشىلاشتا مەسئۇل.

[26] 2004-يىلى، مىكروسوفتنىڭ ياخشىلانغان MSN (بىر خىل شۇئان پاراڭلىشىش يۇمشاق دېتالى) ئىزدەش موتورىدا «ساتاندىنمۇ رەزىل» دەپ ئىزدىگەندە، Google ۋە مىكروسوفت ئىككى شىركەتنىڭ تورتۇراسىنى كۆرسىتىدۇ، ئەمما ئەگەر «رەزىل كارخانا» دەپ ئىزدىگەندە، مىكروسوفتنىڭ ئۇزۇنىڭ باش بېتىگە بۇاستە كىرىدۇ.

قوللايدىغانلار بۇنىڭدىن قاتتىق نەپرەتلەندى، مەن خېرىدارلار مۇلازىمىتىگە مەسئۇل كىشى بولۇش سۈپىتىم بىلەن، ئوتتۇرىغا چىقىپ چۈشەندۈرۈشكە توغرا كەلدى. مەن بۇش تورتۇراسنىڭ خىزمەتچى خادىملىرى بىلەن ئالاقە قىلىپ، بۇنى Google مەقسەتلىك قىلمىغانلىقىنى چۈشەندۈردۈم. ئاندىن ئوخشاش مەزمۇندىكى بىر يازمىنى تەييارلاپ، خېرىدار مۇلازىمەت ۋەكىلىگە تاپشۇرۇپ، ئىشلەتكۈچىگە جاۋاب قايتۇرۇشقا ئىشلىتىشكە بەردىم. ئەمما ئەڭ ياخشى جاۋابنى بۇ خىل مەسىلىگە ئىنتايىن پىششىق بولغان بىرى بەردى.

ئالىي سوت مەھكىمىسى 2000-يىللىق ئەلباش سايلىمىنىڭ نەتىجىسىنى ھۆكۈم قىلىپ بىر قانچە ئايدىن كېيىن، ئېرىك شىمىت ئۇنىڭ دوستى ئال گورنى Google شىركىتىدە نۇتۇق سۆزلەشكە تەكلىپ قىلدى، مەزمۇنى سايلام رىقابىتى پائالىيىتى، ئىنتېرنېت، مۇھىت مەسىلىسى شۇنداقلا ئۇ قىزىقىدىغان باشقا مەزمۇنلارغا چېتىلاتتى.

ئال گور بىزنىڭ نۇرغۇن توك ۋېلىسىپىتلىرىمىزدىن بىرنى مىنىپ، بىزنىڭ جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنىمىزغا قاتناشتى. ئۇ بىر تەرەپتىن ۋېلىسىپىتتىن چۈشۈپ مىكروفوننى ئالغاچ، يەنە بىر تەرەپتىن «مەن ۋاشىنگتوندىن ھەيدەپ كەلدىم» دېدى، كۆپچىلىك ئاڭلاپ قاقاقلاپ كۈلۈپ كەتتى. ئۇ چاقچاق قىلىپ مۇنداق دېدى: «سىلەر بەلكىم مېنى ‹كېينكى نۆۋەتلىك ئەلباشى› دەپ ئويلاپ تونۇغان بولغيتىڭلار. » ئۇنىڭ چاقچىقى قىزغىن ئالقىشقا ئېرىشتى. سوئال سورايدىغان باستۇچقا كەلگەندە، Google نىڭ بىر خىزمەتچىسى ئال گوردىن بۇشنىڭ ئاشۇ Google بومبىسى بىلەن تونۇشامسىز دەپ سورىدى، ئۇ ھەئە دېدى.

ئۇ ئۇلاپلا يەنە مۇنداق سورىدى: «ئۇنداقتا ئۇ ئىشقا قانداق قارايسىز؟»

ئال گور سەل تۇرۇڭۇپلىپ، ئەتراپقا قارىۋېتىپ، خۇددى سىنغا ئېلىۋاتقان ئادەم يېكى مۇخبىر بارەدەك. ئەينى چاغدا ئۆيدە گەرچە Google نىڭ خىزمەتچىلىرى لىق تولغان، بەزىلەر قاتلانما ئورۇنداۋقتا ئولتۇرغان بولسا، بەزىلەر تېخىمۇ ئېنىق كۆرۈش ئۈچۈن شىرەنىڭ ئۈستىدە ئۆرە تۇرۇڭۇاتقان بولسىمۇ، ئەمما سىنغا ئالدىغان يېكى مۇخبىرلار يوق ئىدى.

ئاخىرىدا، كاۋاپىمۇ كۆيمەيدىغان زىخمۇ كۆيمەيدىغان قىلىپ ئۆزىنىڭ كۆز قارىشىنى مۇنداق بايان قىلدى: «ھە، مېنىڭچە سىلەر سۇئىئي ئەقلىي ئىقتىدار تېخنىكىسىنى بايقىدىڭلار. »

شۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە يىلدا، ئىشلەتكۈچىلەر تېخىمۇ كۆپ Google بومبىسى ياسايدۇ، «فىرانسىيە ئارمىيەسى غەلبە قىلدى» دىن تارتىپ «باشقۇرۇش يىراقلاپ كېتىش» كىچە، يالغۇز بۇلارلا ئەمەس. ئالدىنقىسى Google نىڭ ساختا خاتالىق بېتىنى كۆرسىتىدۇ، ئۇستىدە «سىز ئىزدىگەن ‹فىرانسىيە ئارمىيەسى غەلبە قىلدى› دېگەنگە ماس كېلىدىغان ھېچقانداق ھۆججەت يوق» دەپ يېزىلغان. سىز راستلا فىرانسىيە ئارمىيەسىنىڭ قارشى تەرەپنى يەڭگەنلىكىنى ئىزدەمسىز؟». كېينكىسى Google پاي چېكىنى بازارغا سېلىشنىڭ ھارپىسىدا يۈز بەرگەن، بۇ ئىزدەش ئىشلەتكۈچىنى بۇاستە Google نىڭ تورتۇراسىدىكى باشقۇرغۇچىلار قوشۇننىي تونۇشتۇرۇش بېتىگە يۆتكىلىدۇ. پەقەت مۇشۇ نۇقتىدىن قارىغاندىمۇ، بىز ئاشۇ Google نى تەنقىدلەيدىغان كىشىلەر شۇنى ئىسپاتلىيالايمىزكى، Google ھېچ قاچان ئىزدەش نەتىجىسىنى باشقۇرمىدى، ھەمدە ھېچ كىمنى قەستەن تەرك ئەتمىدى ياكى قوغدىمىدى.

پوچتالىيون ئەپەندى، سەل كۈتۈپ تۇرۇڭ

ھەر قېتىم Google بومبىسى پەيدا بولغاندا، مەن ناھايىتى ئوسال بولۇپ كېتىمەن. مەن قولۇمدىكى

بارلىق ئىشلارنى قويۇپ تۇرۇپ، بار كۈچۈم بىلەن ماركىمىزنىڭ ئوبرازىغا داغ تەگكۈزىدىغان ئوتلارنى ئۆچۈرىمەن، ئەمما مەن ئەڭ نەس باسقىنى ئەمەس، بىزنىڭ بىردىنبىر خېرىدار مۇلازىمەت ۋەكىلىمىز ماكس ئېردستېين، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ تور خېتىدىن توختىماي كېلىۋاتقان بومبىلىرىغا يۈزلىنىپ تۇرىدۇ.

ماكس ئېردستېين ئەمدىلا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنى پۈتتۈرۈپ، تارىخ پەنلىرى بويىچە باكلاۋۇرلۇقنى ئالغان. ئۇ شىركەتكە خىزمەت ئىزدەپ كەلگەندە، Google ئېھتىياجلىق ھەر قانداق خىزمەتنى قىلالايدىغانلىقىنى ئوتتۇرىغا قويغان، ئۇنىڭ ۋەزىپىسى دەسلەپتە «Google دوستى» نىڭ شۇئان ئالاقىسى دېگەندەكلەرنىڭ پىلان لايىھەسىنى يېزىش، يەنە ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ تورخېتىگە جاۋاب يېزىش بولغان. سىندى بازارچىلىق قوشۇننى قايتا تەشكىللىگەندىن كېيىن، ماكس ئېردستېين بىزنىڭ خىزمەت قوشۇنمىزغا قوشۇلدى، ئۇ Google نىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنى قوللاش بۆلۈمىگە مەسئۇل، بۇ بۆلۈم ئەينى ۋاقىتتا ھەقىقەتەن دەلدەڭشپ ئاران ماڭاتتى، پۈتكۈل بۆلۈم ماكس ئېردستېين، بىر يان كومپيۇتېر ھەمدە مىكروسوفت Outlook يۇمشاق دېتالى (بىر ئىشخانا يۇرۇشلۇك دېتالىنىڭ تەركىبى قىسمى) دىن تەشكىل تاپقان ئىدى.

ماكس ئېردستېين خېرىدار مۇلازىمىتىنىڭ ئۆزىنىڭ بارلىق ۋاقتىنى ئالىدىغانلىقىنى پەقەت ئويلىمىغان ئىدى، بىراق ئۇ ئۆزىنىڭ خۇددى ماشىنا ئادەمدەك، ھەر كۈنى دۇنيانىڭ ھەر قايسى جايلىرىدىن كەلگەن 1000 دىن ئارتۇق ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرىدىغانلىقىنى بايقىدى، ئېغىر بېسىمدا، ئۇ پەقەت قىسقىلا جاۋاب قايتۇراتتى: «رەھمەت! Google نى داۋاملىق ئىشلىتىڭ!».

ئىنگلىزچە بولمىغان ئېلخەت ئەڭ چوڭ مەسىلىگە ئايلاندى، بىز ئىشلەتكۈچىنىڭ بىزنى ماختىغان يېكى تەنقىد قىلغانلىقىنى بىلەلمىدۇق. بىز تورسىز تەرجىمە يۇمشاق دېتالىنى سىناپ باقتۇق ئەمما تەرجىمە نەتىجىسى بىزنى ئەكسىچە نېمە دېمەكچى بولغانلىقىنى تېخمۇ بىلەلمەيدىغان ھالغا كەلتۈرۈپ قويدى.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، سېتىشقا مەسئۇل مۇئاۋىن باش مۇدىر ئومىد ئاغرىنىشقا باشلىدى، ئۇنىڭ دېيىشىچە ئېلان سودىگەرلىرى ۋە ئىزدەش مۇلازىمەت خېرىدارلىرىنى قوللاشقا ئەھمىيەت بېرىشىمىز كېرەك ئىكەن. ماكس ئېردستېين بۇ تەرەپتە يارىدەم بېرەلەمدۇ؟ بۇ كىشىلەر ئادەتتىكى ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن ئوخشىمايدۇ، ئۇلار Google نىڭ تىللا تۆكىلىدىغان دەرىخى تۈرسا. ماكس ئېردستېيىننىڭ ئەينى ۋاقىتتىكى خىزمەت مىقدارىنىڭ كۆپلۈكىدىن چېكىگە يەتكىلى بولمايتتى، جاۋاب قايتۇرۇپ بولالمىغان ئېلخەت توپلىنىپ بارغانسېرى كۆپىيىپ كەتتى، سېرگېي ناھايىتى ئۇنۇملۇك قاراشتىن بىرنى ئوتتۇرىغا قويدى، ئۇ مۇنداق دەپ سورىدى: «بىز نېمە ئۈچۈن چوقۇم بۇ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئېلخەتلىرىگە جاۋاب قايتۇرمىساق بولمايدۇ؟»

سېرگېينىڭ قارىشىچە، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ مەسلىسىگە جاۋاب قايتۇرۇش ئۇنۇمى ئىنتايىن تۆۋەن قىلمىش بولۇپ، ئەگەر ئۇلار خەت يېزىپ Google نىڭ مەسلىسىنى كۆرسەتسە، بۇنداق ئېلخەت قىممىتى بار ئۈچۈر ھېسابلىنىدۇ، بىز مەسلىنى خاتىرىلەپ، ئاندىن ياخشىلىشىمىز كېرەك. ۋاقىت ۋە كۈچ سەرپ قىلىپ ئۇلارغا بىز خاتالىقنى ئوڭشاۋاتىمىز دەپ چۈشەندۈرگەندىن، ئالدىدىكى ئۇسۇل ئىشلەتكۈچىنى تېخمۇ خۇشال قىلىدۇ. ئەگەر ئىشلەتكۈچى ئېلخەت يوللاپ بىزنى ماختىغان بولسا، بىزنىڭ جاۋاب قايتۇرۇشىمىزنىڭ پەقەت ھاجىتى يوق، چۈنكى ئۇلار بىزنى ناھايىتى ياخشى كۆرۈپ بولدى. شۇڭلاشقا، جاۋاب قايتۇرمىساقلا تېخمۇ ياخشى ئەمەسمۇ؟ بولمىسا، ئاپتوماتىك جاۋاب قايتۇرۇش پروگراممىسىدىن بىرنى تۈزۈپ، كۆپ قىسىم ئەھۋاللارنىڭ ھەممىسگە ماس كېلىدىغان جاۋاب مەزمۇنىنى ئىختىيارىي ھاسىل قىلساق، بۇ ئەڭ ياخشى ئۇسۇل ئەمەسمۇ؟

شىركەت قۇرغۇچىسىنىڭ ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرۇش خىزمىتىگە ئانچە كۆڭۈل بۆلمەسلىكنى كۆزدە تۇتقاندا، ئۇلار ماكس ئېردستېيىننىڭ خىزمىتىنىڭ بىر خىل مەنىسىز، ھېچقانداق نەتىجە تۇيغۇچى يوقلۇقىدىن كېلىپ چىققان ئازابىغا نىسبەتەن ھېسداشلىق قىلىشتىن سۆز ئاچقىلى بولمايدۇ. ئۇنىدىن باشقا، شىركەتنىڭ دەسلەپكى ئىگىلىك تىكلەش باسقۇچىدا، لارى بىلەن سېرگېي ئىلگىرى ئۆز قولى بىلەن ھەممە ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرغان، ئۇلار ئۆزىمۇ كود يازاتتى، شىركەتنىڭ تۇنجى لايىھەلەيتتى ھەمدە تاراتقۇلارنىڭ سوئاللىرىغا ئۆزى

تاقابىل تۇراتتى. بۇگۈنكى كۈندە، شىركەتتە تېخنىۋ كۆپ مەنبە بار بولدى، Google مۇ ئىلگىرىكى بىر كىچىك تۈردىن تەرەققىي قىلىپ قانات-قۇيرۇقلىرى يېتىلگەن چوڭ شىركەتكە ئايلاندى، بۇ خىل پارتلاش خاراكتېرىدىكى ئۆزگىرىش ئېلىپ كەلگەن نۇرغۇن ئۇششاق ۋەزىپىلەرگە نىسبەتەن، كىم يەنە نېمىدىن ئاغرىنالايتتى؟

مەن ئاخىرى شۇنى ھېس قىلدىمكى، بۇ مەسىلىنى ھەل قىلىشتا، يەنىلا سانلىق مەلۇماتتىن جاۋاب ئىزدەش كېرەك ئىكەن. 2000-يىلى باھاردا، مەن ماكس ئېردىستېينغا كۇنىدە قانچىلىك ئېلىخەت تاپشۇرۇۋالىدىغانلىقى، قانچىلىككە جاۋاب قايتۇرىدىغانلىقىنى ئىستاتىستىكا قىلىشنى بۇيرۇدۇم. مەن سانلىق مەلۇماتتىن دىئاگرامما سىزىپ، ماكس ئېردىستېيىننىڭ قابىلىيىتىنىڭ يۇقىرى چېكىنى مۆلچەرلەپ، ئاندىن بىزنىڭ ماكس ئېردىستېينغا ئوخشاش خىزمەتچىدىن قانچىگە ئېھتىياجلىق ئىكەنلىكىمىزنى مۆلچەرلىگەندە ئاندىن ئېلىخەتنى تاپشۇرۇپ ئالغاندىن كېيىنكى 48 سائەت ئىچىدە ھەممىسگە جاۋاب قايتۇرۇپ بولالايمىز. ئەڭ ئاخىرى، سانلىق مەلۇمات شۇنى ئېنىق كۆرسەتتىكى، بىز ئاز دېگەندە ماكس ئېردىستېينغا ئوخشاش خىزمەتچىدىن بىرىگە ئېھتىياجلىق ئىكەنمىز، ئۇنىڭدىن سىرت يەنە تېخنىۋ ياخشى ئېلىخەت باشقۇرۇش قورالى بولۇشى كېرەك ئىكەن.

ئادەم بايلىقى بۆلۈمى ئانچە خالاپ كەتمىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە يەنە ئومىدنىڭ بېسىمىۋ بار، بىراق بىزنىڭ يەنە بىر خېرىدار مۇلازىمەت ۋاكىلى يالالاش تەلىپىمىز تەستىقلاندى، بىز يەنە بىر يۇرۇش خېرىدارلار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرۇش سىستېمىسىدىن بىرنى سېتىۋالىدىغان بولدۇق. مەن دەرھال ئىككى تەرەپتىن تۇتۇش قىلىپ، نىشانىنى كۆزلەشكە باشلىدىم. 2000-يىلى ياز كەلگەندە، بۇ ۋەزىپە تېخنىۋ جىددىيلىققا ئۆزگەردى، ئەينى ۋاقىتتا ماكس ئېردىستېين ئۆزىنىڭ يېڭى رولىغا ئالماشقان بولۇپ، ئېلان سودىگەرلىرىگە يارەملىشىپ ئۇلارنىڭ AdWords ئېلان پائالىيەتلىرىدىن تېخنىۋ كۆپ پايدىغا ئېرىشتۇرەتتى. سېتىش قوشۇنى ئۇنىڭغا « Maximizer»[27] دەپ لەقەم قويغان ئىدى.

مەن ماكس ئايرىلىشتىن ئىلگىرى خېرىدارلار مۇلازىمەت خىزمىتىنى سىرتقا ھۆددىگە بېرىشنى سىناپ باقماقچى بولدۇم، ئەمما ھازىر بار خادىملاردىن قىسقا ۋاقىت ئىچىدە ئىزدەش مۇلازىمىتىنىڭ ھەقىقىي مەنىسىنى چۈشىنىپ، خەتلىرىمىزنىڭ ئىنتايىن مۇرەككەپ ئۇسلۇبىنى ئىگىلەپ بولالمايتتى. ماكس ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدىكى ئىچكى توردا خادىم تەكلىپ قىلىپ، بىر قانچە مۇنەۋۋەر نامزاتنى تاپتى، ئۇنىڭ ئىچىدە ئانىنا لىندېرۇم ۋە روب راكوۋ بار ئىدى. ئانىنا چەتئەللىك ئوقۇغۇچى بولۇپ، ئۇ ئەمەلىيەتتە بىز ئۈچۈن ھەقسىز ئىشلەپ بېرىۋاتىدۇ، چۈنكى قانۇنغا ئاساسلانغاندا بىز ئۇنىڭغا مائاش بېرەلمەيمىز، روب يۇقىرى مولېكۇلا ئىلمى كەسپىدە ئوقۇۋاتىدۇ.

ئۇلار ناھايىتى تېزلا ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ تورخېتىگە جاۋاب قايتۇرۇش ماھارىتىنى ئىگىلىدى.

بۇ مەزگىلدە، مەن يېڭى ئادەم تەكلىپ قىلىشنى 5 ئاي توڭلاتقاندىن كېيىن، 2000-يىلى 10-ئايدا دېنىس گرىففىننى مەخسۇس خېرىدارلار مۇلازىمەت ۋەكىلى قىلىپ تەينىلىدىم. ئىلگىرى خادىم تەكلىپ قىلىش جەريانىدا خىزمەت ئىزدىگۈچىلەر مىجەز ۋە يېزىقچىلىق ماھارىتى جەھەتتە خىزمەت تەلىپىگە ماس كېلىدىغانلار ناھايىتى ئاز چىقاتتى، ئۇلار ھەممىسى دېگۈدەك Google نىڭ سىرت بىلەن ئالاقە قىلغاندا تەلەپ قىلىدىغان گۈزەل ئەدەبىي ئىستېدات ۋە گىراماماتىكا جەھەتتە تەربىيەلەنمىگەن ئىدى، ئەمما دېنىس ھەممە تەلەپنى قانىدۇرۇپلا قالماي يەنە ئىقتىدارىمۇ كۆرۈنەرلىك ئىدى، كالىفورنىيە ئۇنىۋېرسىتېتى بېركېلېي تارمىقىنىڭ باكالاۋۇرلۇقىنى ئالغان بولۇپ، ئىجتىمائىي مۇلازىمەت تەجرىبىسىگە ئىگە بولۇپ، سېرگېي بۇ تەرىپىدىن ئىنتايىن رازى ئىدى.

[27] ماكسنىڭ ئەسلى ئىسمى Max، ئەمما Maximizer بولسا ئەڭ چوڭ قىممەتنى ئالغان ئادەم دېگەن مەنىدە بولۇپ، بۇ جايدا گارمونىك ئاۋاز ۋە قوش بىسلىق مەنىگە ئىگە.—تەرجىماندىن

دېنىس ئىشلىگەن ئاشۇ كۈندىن باشلاپ، بىزدە 3000 پارچە ئېلخەت بېسىلىپ قالغان ئىدى. ھەر خىل مەسىلىلەر ئۈزلۈكسىز كۆرۈلۈۋاتاتتى. بىر سېرىق مەزمۇن ئارتىسى ھېچنېمىگە قارىماستىن بىزدىن ئۇنىڭ ئۆڭي تېلېفونىنى ئىزدەش موتورىمىزدىن ئۆچۈرۈۋېتىشنى تەلەپ قىلىۋاتاتتى، بىر توپ تارىخ ھەۋەسكارى ئىسرائىلىيە 1967-يىلى ئامېرىكىنىڭ ھەربىي پاراخوتىنى چۆكتۈرۈۋەتكەنلىكىنى جار سېلىۋاتاتتى، ئۇلار نارازىلىق بىلدۈرۈپ، بىزنىڭ مۇنەدىرجىمىزدە ئۇلارنى ئۆچمەنلىك گۇرۇپپىسىغا تەۋە قىلىپ قويغانلىقىمىزغا قارشى تۇرۇۋاتاتتى، تۇركىيە تۇركلىرى نارازىلىق بىلدۈرۈۋاتاتتى، چۈنكى ئېرقي قىرغىنچىلىققا ئائىت ئېلان «تۇركىيە» دېگەن ھالقىلىق سۆزگە باشلاپ باراتتى. بۇلار پەقەت دېڭىزنىڭ بىر تال تامچىسىلا خالاس. بىزنىڭ ئېلخەت سانداۋقىمىز پارتلايلا دەپ قالدى، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ مەسلىسى بارغانسېرى مۇرەككەپلىشىۋاتاتتى، جاۋاب قايتۇرۇشقا بارغانسېرى كۆپ ۋاقىت كېتىۋاتاتتى.

بىزنىڭ ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرۇش سۈرئىتىمىز سېرگېيېنىڭ ئېسى (غەرەزسىز كۆپتۈرۈۋەتكەن بولۇشى مۇمكىن) دە قالغىنى بويىچە ھەر مىنۇتتا بىردىن ھەر 3 مىنۇتتا بىرگە چۈشۈپ قالغان. دېنىس ۋە روب ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرغاندا، ئەلۋەتتە سېرگېيېدەك ئۇنداق خالىغانچە ئىش كۆرمەيدۇ ئەمما سېرگېيېنىڭ قارىشىچە، بۇ تۆۋەن ئۇنۇمنىڭ باھانىسى ئەمەسكەن. سىندىنىڭ كېيىن بايقىشىچە، بىر قىسىم بېسىلىپ قالغىنىغا بىر ھەپتە بولغان تېخى جاۋاب قايتۇرمىغان ئېلخەتلەر سەلبي ئاخبارات خەۋەرلىرىگە سەۋەب بولۇشى مۇمكىن ئىكەن.

ئۇ بىزنى ئاگاھلاندۇرۇپ: «ئەھۋالنى تىزگىنلىگىلى بولمىدى، سەن دەرھال بىر تەرەپ قىل. »

سېنىڭ مۇنداق ئارزۇيۇڭ بولۇپ باققانمۇ: سەن ئەسلىدە بىر يامان ئادەمنىڭ قوغلاپ تۇتۇشىدىن قېچىۋاتسەن، نەتىجىدە ئىككى پۇتۇڭ پاتقاققا پېتىپ قېلىپ چىقالمىدىڭ؟ مەن ئىككى پۇتۇمنىڭ قورقۇنۇچلۇق يېزىق سازلىقىغا پېتىپ قالغانلىقىنى ھېس قىلدىم، شۇغىنسى يېزىق ئىشلەتكۈچى تايىنىپ ياردەم ئىزدەيدىغان ئاساس.

مەن يەنە كەيىنىمگە قايتىپ قايتا-قايتا سىناپمۇ ئانچە ياخشى بولمىغان بىردىنبىر ھەل قىلىش لايىھەسى—سانلىق مەلۇماتقا قايتتىم. مەن سالار بىلەن سانلىق مەلۇمات ھەققىدە مۇنازىرە ئېلىپ بېرىپ، بىزنىڭ قوشۇنغا يەنە بىر خېرىدار مۇلازىمەت ۋەكىلى تەكلىپ قىلىشمىزغا قوشۇلۇش ھەققىدە ئۇنى قايىل قىلۋاتاتتىم، ئۇنىدىن باشقا ئومىد ئېلان خېرىدار مۇلازىمەت خىزمەتچىسى تەكلىپ قىلىش ھەققىدە ئايرىم تەلەپنى ئوتتۇرىغا قويدى. يېڭىدىن ئىككى خىزمەتچى قوشۇلغاندىن كېيىن، ھېچ بولمىغاندا ئېلخەت سانى يەنە بىر قاتلانغۇچە بولغان بىر قانچە ئايدا، بىز بىر ئاز تىنىۋالدۇق. سالارنىڭ ھەيدەكچىلىكىدە، سېرگېي بىزنىڭ بىر نەپەر خېرىدار مۇلازىمەت ۋەكىلى تەكلىپ قىلىشمىزغا قوشۇلدى. بۇ شۇنى چۈشەندۈرىدۇكى، بۇ خېرىدار مۇلازىمەت ۋەكىلى ھەم ئىشلەتكۈچىنى قوللاشقا مەسئۇل، ھەم ئېلان خېرىدارلىرىنىڭ خىزمىتىنى بىر تەرەپ قىلىدۇ. بۇ تېخى يېتەرلىك بولمىسىمۇ ئەمما يوق بولغاندىن ياخشى.

ئىنگلىزچە ئەمەس ئېلخەتلەر ھەقتەتەن كۆپ بولغانلىقتىن، مەن Google نىڭ بارلىق خىزمەتچىلىرىگە ئۇچۇر تارقىتىپ، ئۇلارنىڭ ئۆزىنىڭ تىل قابىلىيىتىنى جارى قىلدۇرۇپ، ئىچمىزدىلا تەرجىمە ماھارىتى مەسلىسىنى قېزىپ چىقىشنى ئۈمىد قىلدىم.

Google خىزمەتچىلىرى ئىگىلىگەن تىللاردىن ئەرەبچە، خەنزۇچە، ھىندىچە، ھىندونېزىيەچە، ياپونچە، ئىبرانىچە، رومىنىيەچە ۋە شۋېدچىنى ئۆز ئىچىگە ئالاتتى، ئەمما ماڭا نىسبەتەن بۇنىڭ ياردىمى يوق دېيەرلىك ئىدى. ئىنژېنېرلارنىڭ ۋاقتى يوق، ئۇنىڭ ئۈستىگە پۈتۈن كۈن چەتئەل تىلىدىكى ئەخلەت ئېلخەتلەرنى كۆرۈپ، ئۇنىڭ ئىچىدىن جىددىي ئۇچۇرلارنى ئىزدەشنى خالمايتتى. بىز تېخمۇ ياخشى تېخنىكا ئارقىلىق ئېلخەتلەرنى تۈرلەرگە ئايرىپ، بىر قىسىم ئېلخەتلەرگە بىر تۈتاش جاۋاب قايتۇرۇشمىز لازىم ئىدى. ئەمما مۇۋاپىق بولغان خېرىدارلار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرىدىغان يۇمشاق دېتال تاللاشتا، قۇرۇلۇش تېخنىكىسى تەرەپتىكى ماھارەت

زۆرۈر بولۇپ، بىز ئورناتقان پىروگراممىنىڭ ئىقتىدار ئۇنۇمى ۋە بىخەتەرلىكىگە قارىتا باھالاش ئېلىپ بېرىشىمىز كېرەك ئىدى. قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ تۈر باشقۇرغۇچىسى مېكې، بىلۇمفېلد ماڭا يارەملىشىپ بۇ ئىشنى قىلىشقا ماقۇل بولدى.

مېكې بىلەن مەن ناھايىتى تېزلا، Google نىڭ بۇنداق ھېچنېمىگە ئەرزىمەيدىغان ئېھتىياجى چوڭ تېپتىكى خېرىدارلار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرىدىغان شىركەتلەرنىڭ دىققىتىنى تارتمايدىغانلىقىنى بايقىدۇق. ئۇلارنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك زور مىقداردىكى سېتىش مۇئامىللىرىنى باشقۇرۇشقا دىققەت قىلىپ، مىڭلىغان ئون مىڭلىغان ھەقلىق ئىستېمالچىلارغا مەھسۇلات جەھەتتىن قوللاش تەمىنلەيدىغان شىركەتلەر ئىكەن. بىز كىمنىڭ مۇھىم يوشۇرۇن خېرىدار ئىكەنلىكىنى پەرقلەندۈرۈشمىزنىڭ ھاجىتى يوق، سېتىۋالغۇچىنىڭ قىسقىچە تونۇشتۇرۇش ھۆججىتى تەييارلاش ئويىمزمۇ يوق. بىز پەقەت ئاددىي بىر قورالغا ئېرىشمەكچى، ئۇ ئېلىخەت سانى ۋە جاۋاب قايتۇرۇش سۈرئىتىنى باشقۇرۇشنى ئەمەلگە ئاشۇرىدۇ. بىز كۆپ پۇل خەجلەشنى خالىمايمىز. ئەپسۇسلىنارلىقى شۇكى، بىزنىڭ بۇ كىچىك سودىمىزنى ھېچكىم ياراتمىدى.

Kana شىركىتى (خېرىدار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرۇش بىلەن تەمىنلەيدىغان تەمىنلىگۈچى سودىگەر) نى ۋال كوچىسى خېرىدار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرۇش ساھەسىدىكى يولباشچى دەپ تەرىپلىگەن، ئۇلار تېخى بايىلا پاي پارچىلاش لايىھەسىنى ئەمەلىيلەشتۈرۈپ، تەڭشىگەندىن كېيىن پاي چېكى باھاسى 1500 ئامېرىكا دوللىرىغا يەتكەن. ۋال كوچىسىنىڭ قارىشىچە، خېرىدار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرۇش قورالى تور ئىقتىسادىغا نىسبەتەن، خۇددى ئالتۇن كولىغاندا ئىشلىتىدىغان تۆمۈر كۇرەككە ئوخشاش كەم بولسا بولمايدۇ، بىراق بۇ شىركەتلەر خالىغانچە يۇقىرى باھا قويالايدۇ. eGain شىركىتى (خېرىدارلار تەسىرلىشىش مەركىزى ھەل قىلىش لايىھەسى بىلەن تەمىنلىگۈچى) Kana نىڭ رىقابەتچىسى، ئۇلارنىڭ ئەڭ ئەرزان ھەل قىلىش لايىھەسىنىڭ باھاسىمۇ 100 مىڭ دوللاردىن ئاشىدۇ. لارري بىلەن سېرگېي ئېلىخەتكە پەي قەلەم بىلەن قولىدا يېزىپ جاۋاب قايتۇرۇشقا رازىكى، ئۇنچە كۆپ پۇل سەرپ قىلىپ باشقىلارنىڭ يۇمشاق دېتالىنى سېتىۋېلىشنى خالىمايدۇ. ئۇنىڭ ئۇستىگە يۇمشاق دېتال تەمىنلەش سودىگەرلىرىمۇ بىزدەك بۇنداق كىچىك ئىگىلىك تىكلەۋاتقان شىركەتلەرگە ئىلتىپات قىلىشنى خالىمايدۇ. بىز ئېھتىياجلىق ھەرقانداق ئالاھىدە ئىقتىدارغا نىسبەتەن، ئۇلار ئاكتېپلىق بىلەن ئىجاد قىلىشقا ھۆرۈنلۇق قىلىدۇ، پەقەت بۇ ئىقتىدارلار باشقا مۇھىم خېرىدارلارغىمۇ پايدا ئېلىپ كېلىدىغان بولغاندىلا ئاندىن ئۇلارنى قورال يۇمشاق دېتالغا توپلاشتۇرىدۇ.

شۇڭلاشقا، بىز نەزىرىمىزنى ئىككىنچى قاتاردىكى شىركەتلەرگە ئاغدۇردۇق، بۇ شىركەتلەرنىڭ تەمىنلەيدىغىنى پارچىلىغىلى بولىدىغان يۇمشاق دېتال لايىھەسى بولۇپ، بىز تېخىمۇ ئىلگىرىلەپ ئۆز ئالدىمىزغا پارچىلىيالايمىز. 6 شىركەتنى باھالىغاندىن كېيىن، بىز قۇرۇلغىنىغا بىر يىل بولغان كارخانىدىن بىرنى تاللىدۇق، مەن تۆۋەندە Miasma شىركىتى (بىر يۇمشاق دېتال شىركىتى) دەپ ئاتىغان شىركەت، ئۇلار بىز ئېھتىياجلىق نەرسىنى تەمىنلىيەلەيدۇ: ئېلىخەت باشقۇرىدىغان ئاددىي ھەل قىلىش لايىھەسى، جاۋاب قايتۇرىدىغان تىزىمنى ساقلايدىغان يۇرگۈزگىلى بولىدىغان ئۇسۇل شۇنداقلا بىر قىسىم چەتئەل تىللىرىنى قوللاش. Miasma شىركىتى بىزگە 5 كىشىلىك يەككە ئىشلەتكۈچى ئىجازىتى بېرىدىغانلىقىنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، ئۇنىڭدىن سىرت بىر يىللىق سېتىشتىن كېيىنكى ئاسراشنى قوشىدىغان بولدى. ئۇلارنىڭ تېخنىكا خادىملىرى يۇمشاق دېتالنى ئورنىتىش كامانداۋرۇپكا خراجىتىنى قوشقاندا، ھەممىسى 35000 ئامېرىكا دوللىرى باھا قويىدى. مېنىڭچە بۇ باھا خېلى مۇۋاپىق ئىدى.

سېرگېي ئىقتىدار بۆلەكلىرىنى كۆرۈپ بولغاندىن كېيىن، ماڭا مۇنداق دېدى: «مېنىڭچە تېخنىكىسى خېلى بولىدىغاندەك قىلىدۇ، شۇغىنىسى بىز ئۇلارنىڭ يۇمشاق دېتالىنى ئىشلەتكەندىن كېيىن ئۇلار بىزگە پۇل بەرسە بولىدىكەن. شىركىتىمىز كۇنسېرى يۇكسىلىۋاتىدۇ، ئەمما ئۇلار خېرىدارلارغا پايدىلانما تەمىنلىشى زۆرۈر، بىزنىڭ يۇمشاق دېتالنى ئىشلىتىش ئەھۋالىمىزنىڭ مۇناسىۋەتلىك ئۆزگىرىشلىرىنى كۆزىتىش ئارقىلىق، ئۇلار نۇرغۇن نەرسىلەرنى ئۆگىنىۋالىدۇ. مەن ۋە لارريغا يەنە ئىككى ئىشلىتىش ئىجازەتنامىسى تەمىنلىسۇن. ئۇلار بىزنى ھەقسىز ئىشلەتكىلى قويسۇن، چۈنكى ئۇلار بۇنداق قىلسا ھېچقانداق تەنەرخ كەتمەيدۇ، لېكىن بىز ناھايىتى

ياخشى سناپ ئىشلەتكۈچىگە ئايلىنىمىز. »

Miasma شىركىتى ئەلۋەتتە بىزگە پۇل تۆلىشى مۇمكىن ئەمەس، شۇنداقتىمۇ بىز ئۇلارنىڭ پايدىلىنىش ئىشلەتكۈچىسى بولۇشنى خالىغانلىقىمىز ئۈچۈن، 35000 ئامېرىكا دوللىرى ئومۇمىي باھاسىدىن يېرىمىنى كېمەيتىۋەتتۇق (گەرچە سېرگېينىڭ لوگىكىسى ئانچە چەكتىن ئېشىپ كەتمىگەن بولسىمۇ). بىز ئورنىتىدىغان ۋاقىتنى بېكىتتۇق، بىزنىڭ خىزمىتىمىزدىكى مۇرەككەپ خىزمەتنى ئاددىيلاشتۇرىدىغان تېخنىكىنىڭ كېلىشىنى كۈتۈۋاتاتتۇق.

Miasma شىركىتىنىڭ تېخنىكا خادىملىرى ئىشنى ناھايىتى بېرىلىپ قىلىدىكەن، ئۇلار يۇمشاق دېتالنى ئورنىتىپ بولۇپ، يۇمشاق دېتالنى قوزغاتتى، شۇنىڭ بىلەن بىللە بىزنى تەربىيەلىدى، بىزگە توپ ھالدا ئېلىخەت يوللاش مەشغۇلاتىنىڭ ئۇسۇلى ھەمدە خىزمەتداشلارغا تەرجىمە قىلىشقا يوللايدىغان ياكى تېخىمۇ ئىلگىرىلەپ سېپتىش مەسلىسىنى مۇنازىرە قىلىدىغان ئېلخەتنى قانداق يوللاش ئۇسۇلىنى ئۆگەتتى. ھەممە خىزمەتلەر پىلاندىكىدەك ئېلىپ بېرىلىۋاتىدۇ، گەرچە بىز ئالمىشىش باسقۇچىدا سۈرئەت سەل ئاستى بولسىمۇ ئەمما ھازىر كۈنسېرى ئېغىرلىشىپ كېتىۋاتقان مەسىلىنى مۇڭاپىق ھەل قىلغانلىقىمىزغا ئىشىنىمىز. ئورنىتىش خادىملىرىنى ئۇزۇنتۇپ قويدۇق، ئاخىردا قېپقالغان ئېلخەتلەرنى بىر تەرەپ قىلىش خىزمىتى ناھايىتى تېزلا يېتىشۋالالايدۇ.

يېڭى باشلىغان ۋاقىتتا، ئازراق كىچىك مەسىلەر كۆرۈلدى. قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ «مۇتەخەسسىس» لىرى Linux سىستېمىسى ئورنىتىلغان كومپيۇتېردا RTF پېچىم (مول تېكست پېچىمى) دىكى قوشۇمچە ھۆججەتنى ئوقۇيالمىدى، شۇڭلاشقا بىزگە يارەملىشىپ تېخنىكىلىق مەسىلەرگە جاۋاب قايتۇرالمىدى. بىر قىسىم يول تاللاش قائىدىلىرىدىمۇ بەزىدە كاشىلا كۆرۈلەتتى، بىز بىلەن ئالاقە قىلىپ باققان ئىشلەتكۈچىلەر ئۆزلۈكىدىن جاۋاب قايتۇرۇلغان بىر قانچە ئېلخەت تاپشۇرۇۋالاتتى، كېيىن بىر كۈنى، مەن Miasma شىركىتىنىڭ كارخانا ئېلخەت ساندۇقىغا ئەۋەتكەن ئېلخەت قايتۇرۇۋېتىلىپتۇ، سەۋەبىگە يەتكۈزەلمىدى دەپتۇ، ئەجىبا ئۇلارنىڭ شىركىتى ۋەيران بولغانمىدۇ؟

بىز ئۇلار بىلەن ئالاقىلاشقاندىن كېيىن، Miasma شىركىتىنىڭ خىزمەتچىلىرى ناھايىتى قىزغىنلىق بىلەن يارەدەم بەردى، ئىقتىدار ئېھتىياجىمىزنىڭ ئېشىشىغا ئەگىشىپ، داۋاملىق ياماق پروگراممىا قىستۇرۇشقا باشلىدۇق. ئۇلار دوكلات سىستېمىسىنى ئۆڭشىدى، بۇنداق بولغاندا بىز قانچىلىك ئېلخەتنىڭ بېسىلىپ قالغانلىقىنى كۆرەلەيتتۇق، ئۇلار يەنە بىزگە ئىنتېرنېت ئارقىلىق يېراقتىن سىستېمىغا كىرىپ زىيارەت قىلىش ئىجازەتنامىسىنى بەردى. بىز دېنىسنىڭ شىرەسىنىڭ ئاستىدىكى مۇلازىمېتىرغا ساقلىغۇچ قوشتۇق، كومپيۇتېر دائىم قېتىپ قالغانلىقتىن، سىستېمىنى قانداق قوزغىتىشنىمۇ ئۆگىنىۋالدۇق. گەرچە Miasma شىركىتى ئېلخەت سىستېمىمىزنى ياخشىلىغان بولسىمۇ ئەمما يۇمشاق دېتالنىڭ ئىجرا قىلىنىشى نىسبەتەن ئاستا ئىدى، دائىم قولدا ئىش سۈرئىتىنى ئۆستۈرۈشكە تىرىشاتتى. يېڭى تېخنىكا پۈتۈنلەي قوللىنىلغاندىن كېيىن، بىزنىڭ ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرۇش سۈرئىتىمىز ئىلگىرىدىن ئانچە تېزلىشىپ كەتمىدى.

بېسىلىپ قالغان ئېلخەتلىرىمىز بارغانسېرى كۆپەيدى، بىر كۈنى ئېلخەت تىزىمىنى تەكشۈرۈپ، 10000 پارچە ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرمىغانلىقىمىزنى بايقىدىم. Miasma شىركىتىنىڭ تېخنىكا خادىملىرى قايتا-قايتا تەڭشەپ، مۇلازىمېتىرنى قايتا قوزغىتاتتى، ئەمما ــ بىر قانچە ئاي ھەپلىشىش ئارقىلىق ــ ئاخىرى بىز يەنىلا ۋاز كەچتۇق. بىز ئېلخەتنى بىر تەرەپ قىلىش خىزمىتىنىڭ پۈتۈنلەي قالايمىقانلىشىپ كەتكەنلىنى جاكارلاپ، ئاندىن تېخى جاۋاب قايتۇرمىغان ئېلخەتلەرنى ئارخىپلاشتۇرۇپ پېچەتلەپ، ھەممىنى باشتىن باشلىدۇق. بىر قانچە ئايدىن كېيىن، سىستېما ئاخىرى نورمال ئىشلەيدىغان بولدى، ئەمما ئىزچىل بىز ئارزۇ قىلغان تېز سۈرئەتتە جاۋاب قايتۇرۇش سەۋىيەسىگە يېتەلمىدى. مەن ھەر ھەپتە ئېلخەتنىڭ بېسىلىپ قېلىش سانىنى دوكلات قىلغان ۋاقىتتا، ھەمىشە جىددىي بېسىم ھېس قىلاتتىم.

سالار مۇنداق سورىدى، Miasma شىركىتىنىڭ يۇمشاق دېتالنى ئىشلەتمىگەن ۋاقىتتا، ئەگەر ماكس

جاۋاب قايتۇرالايدىغان ئېلخەتنىڭ سانى X بولسا، ئۇنداقدا يېڭى قورال ئىشلىتىلىشكە باشلىغاندىن كېيىن، دېنىس ۋە روبىنىڭ جاۋاب قايتۇرالايدىغان ئېلخەت سانى X نىڭ بىر قانچە ھەسسىسى بولمامدۇ؟ ئەگەر بىزنىڭ ھازىرقى بار خىزمەتچىلەر ئۆزىنىڭ قابىلىيىتىگە يارىشا ئىشلىيەلمىسە، ئۇنداقتا نېمە ئۈچۈن تېخىمۇ كۆپ كەسىپ ۋەكىلىنى يالالايمىز؟ مەن مەسىلىنىڭ ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرغۇچى كىشىدە ئەمەس بەلكى سۇرۇشتۇرۇشنىڭ مۇرەككەپلىشىش دەرىجىسىنىڭ ئۆرلىشىگە ئەگىشىپ، چەتئەل تىلىدىكى ئېلخەت شۇنداقلا بىز ئىشلىتىۋاتقان يۇمشاق دېتالنىڭ ئىچكى چەكلىملىكىدە ئىكەنلىكىنى چۈشىنەتتىم.

مەن ئۆزەمنى خەتەرلىك ئورۇنغا قىستىغان ئىدىم. مەن سېتىۋالغان يۇمشاق دېتال خىزمەت ئۇنۇمىنى ئۆستۈرەلمەيلا قالماي، ئەكسىچە ئىشلىتىشتىن ئىلگىرىكى سەۋىيەگە يېتەلمىگەن ئىدى. لارى بىلەن سېرگېي بۇ يۇمشاق دېتالنى ناھايىتى ياقتۇراتتى، ئۇلارنىڭ ئۆزلىرىنىڭ شەخسىي ئېلخەتلىرىنى بىر تەرەپ قىلىشىنى ئويلاشقاندا، بۇ نۇقتا ئانچە مۇھىم ئەمەس ئىدى؛ خامچوت چەكلىمىسى تۈپەيلىدىن، تېخىمۇ ئىشەنچلىك يۇمشاق دېتال تەمىنلىگۈچى سودىگەرلەرنى سىرتتا قالدۇرۇشقا توغرا كېلەتتى، بۇ نۇقتا ئانچە مۇھىم ئەمەس؛ يۇمشاق دېتال تەمىنلىگۈچى سودىگەر بىر تەرەپتە تەلىپىمىزدىن ئاغرىناتتى، بىر تەرەپتە تىرىشىپ ياخشىلاۋاتاتتى، بۇ نۇقتا ئانچە مۇھىم ئەمەس؛ مۇھىم نۇقتا بىزنىڭ ئىش ئۇنۇمىمىز تۆۋەنلەۋاتاتتى، بۇ قالايمىقانچىلىقنى چوقۇم ئۆزەم يىغىشتۇرۇشۇم كېرەك ئىدى.

بېسىلىپ قالغان خىزمەتلىرىمىزنى تازىلاش ئۈچۈن، دېنىس بىلەن روب كېچە-كۈندۈز ئىشلەيتتى. بىراق، ئەگەر ئۇلار نىسبەتەن ئاددىي مەسىلىرگە ئاۋۇال جاۋاب بەرسە، تېخنىكىلىق سەۋىيەسى يۇقىرىراق مەسىلىرگە جاۋاب قايتۇرۇش ۋاقتى تېخىمۇ ئارقىغا سۈرۈلۈپ كېتىدۇ. ئەگەر ئۇلار مەركەزلەشتۈرۈپ تېخنىكا تەرەپتىكى مەسىلىرگە جاۋاب بەرسە، ئومۇمىيۈزلۈك جاۋاب بېرىش نىسبىتى تۆۋەنلەپ كېتىدۇ، چۈنكى بۇ مەسىلەرنىڭ جاۋابىنى تېپىشقا تېخىمۇ كۆپ ۋاقىت كېتىدۇ. چەتئەل تىلىدىكى ئېلخەتلەرنى بىر ياقتا قويۇپ قويۇشقا مەجبۇر.

مەسىلە ئۇزلۇكسىز كۆرۈلىدۇ، بىز بىلەن ھىندىستاندىكى Miasma شىركىتىنىڭ تېخنىكا قوللاش بۆلۈمى ئارىسىدىكى ئېلخەتلەر قايتا-قايتا تەكرارلانىدى، مانا مۇشۇنداق توپتوغرا بىر يىل ئۆتتى. ئەڭ ئاخىرىدا، Miasma شىركىتى ئۇ يۇمشاق دېتالنىڭ پۈتۈنلەي يېڭىلانغان نەشرىنى ئېلان قىلىپ، بىزنىڭ ھەممە مەسىلىرىمىزنى ھەل قىلىدىغانلىقىنى جاكارلاپ، ئېلخەت تورى يامغۇردىن كېيىن ھەسەن-ھۈسەن چىققانىدەك ھالەتكە كېلىدۇ دېدى. شۇنداق بولسىمۇ، بىز يەنىلا ئالدى بىلەن ئىشلەتكۈچىلەرگە مۇلازىمەت قىلىش خىزمىتىنىڭ غايەت زور بىسىمغا بەرداشلىق بېرىپ تۇرمىساق بولمايتتى.

ئېلخەت ئىلھامى

2000-يىلى 11-ئايدا، مەن تۇنجى قېتىم Google نىڭ يەنە بىر شىركەتنى سېتىۋېلىۋاتقانلىقىنى ئاڭلىدىم. سېتىۋېلىنىدىغان شىركەت «دېجا خەۋەرلىرى» دەيدىغان، Deja News نامىدىكى تور خەۋەرلىرى مۇنبىرى. بىز ئىككىنچى يىلى 2-ئايدا بۇ سودىنى جاكارلىماقچى،

ئەگەر سىز «تور خەۋەر گۇرۇپپىسى» (Usenet) غا ئامراق بولسىڭىز، ئۇنداقتا مېنىڭ تۆۋەندە دەيدىغان مەزمۇنۇم سىزنى نارازى قىلىشى مۇمكىن، كۆڭلىڭىزنىڭ يېرىم بولۇپ قىلىشىڭىزنىڭ ئالدىنى ئېلىش ئۈچۈن تۆۋەندىكى ئابزاستىن ئاتلاپ كېتىڭ. ئەمما سىزنىڭ ئاتلاپ كەتمەيدىغانلىقىڭىزنى بىلىمەن. چۈنكى ئەگەر سىز تور خەۋەر گۇرۇپپىسىنى ياقتۇرسىڭىز، سىزنىڭ كۆڭلىڭىز چوقۇم يېرىم بولىدۇ.

قىسقارتىپ ئېيتقاندا، تور خەۋەرلەر گۇرۇپپىسى ئىنتېرنېت توربەتلىرى دۇنياغا كەلگەن كومپيۇتېر تورى. بۇ خىل مۇلازىمەت 1980-يىلى مەيدانغا كەلگەن بولۇپ، تەتقىقاتچى ۋە ئالىملارغا پىكىر ئالماشتۇرىدىغان سۇپا تەمىنلىگەن، ئۇلار ئېلېكترونلۇق ئېلان تاختىسىدىكى خەۋەرلەر گۇرۇپپىسىدا ئۇچۇرنى چاپلاپ، ئوخشاش كەسىپتىكىلەر بىلەن ئۇچۇرنى ئورتاقلاشقان. خەۋەر گۇرۇپپىسى ئوخشاش بولمىغان تېما تۈرلىرىگە بۆلۈنگەن، مەسىلەن، «comp.» كومپيۇتېرغا، «sci.» پەن-تېخنىكىغا، «rec.» ئىستىراھەتكە ۋەكىللىك قىلىدۇ. چېكىتتىن كېيىنكى ئىسىم ئىككىنچى دەرىجىلىك گۇرۇپپىنى ئىپادىلەيدۇ، مەسىلەن «sci.research.AIDS»، سولدىن ئوڭغا «پەن-تېخنىكا—تەتقىقات—ئەيدىز كېسىلى» نى ئىپادىلەيدۇ. ۋاقتىنچە ئۆتۈشىگە ئەگىشىپ، تور خەۋەرلەر گۇرۇپپىسى ئۈزلۈكسىز تەرەققىي قىلىپ، دەسلەپتىلا يۇقىرىراق نىشاننى قوغلاشتى، تەرەققىياتىنىڭ ئاخىرىغا كەلگەندە بىزنىڭ بۇ دەۋرىمىزدە ئومۇميۈزلۈك كۆڭۈل بۆلۈۋاتقان ھەمبەھىرلەش مەسىلىگە ۋەكىللىك قىلىدۇ، خۇددى «rec.arts.movies.slasher» (ئىستىراھەت—سەنئەت—كىنو—قاتتىللىق فىلىمى) غا ئوخشاش ھەممىلا جايدا ئۇچراپ تۇرىدۇ، تۇردىكى ئىككىلىك سىستېمىسىدىكى رەقەملىك ھۆججەتلەر ئۈزلۈكسىز تەرەققىي قىلىپ، بۇنىڭ ئىچىدە تورتۇراغا قويغاندا شىفىرلىغان يۇمشاق دېتال، نەغمە ۋە سۈرەتلەر بار، بۇ مەزمۇنلارنى توردىن چۈشۈرگەندە ئىناۋەتلىك كارتا ۋە ياش ئىسپاتنى تەمىنلەش كېرەك، ئۇنىڭدىن باشقا، خەۋەر گۇرۇپپىسىدا سۆزلىشىشنىڭ خاراكتېرى ئاددىي ھالدىكى ئىلمىي مۇنازىرىدىن كەسكىن مۇنازىرىگە ئايلىنىپ كېتىدۇ، مەزمۇنلار سىياسىي، دىن شۇنداقلا مۇنازىرە بولۇۋاتقان نۇرغۇنلىغان سۆز تېمىلىرى بار، شۇنىڭدەك «ئادەم تىللايدىغان ئېلىخەت» ۋە «تور تاشلاپ بېلىق تۇتۇش قىلمىشى» قا ئوخشاش گەپلەرنى پەيدا قىلغان.

Deja News توختىماي يېڭىلىنىۋاتقان 500 مىليون تورتۇرا ئارخىپىنىڭ جەمگاھى، بۇ ھۆججەتلەرنى 1995-يىلىغىچە سۈرۈشتۈرۈشكە بولىدۇ، ئىچىدە Alta Vista نىڭ قۇرۇلۇش بايانىتامىسى شۇنداقلا Google نىڭ تۇنجى قېتىم باشقىلار تەرىپىدىن تىلغا ئېلىنغانلىقىغا ئوخشاش كىلاسسىك مەزمۇنلار بار، ئەپسۇسلىنارلىقى Deja News بۇ مۇلازىمەتنى داۋاملىق قوللاشقا ئامالسىز قالدى. ئەمەلىيەتتە، ھەتتا ئۇزى ئارخىپلاشتۇرۇپ ساقلىغان ھۆججەتلەرنىمۇ ئومۇميۈزلۈك زىيارەت قىلىش مۇلازىمتى بىلەن تەمىنلىيەلمىدى. ئۇمىدسىزلىك ئىچىدە، ئۇلار Google نى ئىزدەپ، ئاشۇ سانلىق مەلۇماتلارنى ساقلاپ قېلىشنىڭ يولىنى ئىزدەشنى ئۇمىد قىلغان. لارى بىلەن سېرگېي ئۇنىڭ قىممىتىنى تونۇپ، تورتۇرا ئارخىپلاشتۇرغان ماتېرىياللارنى قوبۇل قىلىشقا قوشۇلغان، رەتلىگەندىن كېيىن، ئىزدەش ئاسانلىشىپلا قالماي، بەلكى خەۋەر گۇرۇپپىسى مۇلازىمتىنى پىلانلىغان، شۇڭلاشقا بۇ ئىشنىڭ سەۋەب نەتىجە مۇناسىۋىتى بار. شۇنداق بولغان ئىكەن، بۇنداق قىلىش يەنە ئىچ ئاغرىتىشتىن بولۇپ، بۇنىڭغا قاتناشقان ھەممەيلەنگە ناھايىتى ئايان.

تاپشۇرۇش تاپشۇرۇۋېلىش جەريانى ناھايىتى تېزلا يېتىپ كەلدى—Google غا نسبەتەن ئىنتايىن تېز بولدى، ھەممە ئىشنى قىلىشقا يېشىپ بولالمىدى، مۇڭلۇق لايىھە سۈپىتىدە، يېڭىلا قولغا ئالغان خەۋەر گۇرۇپپىسىنىڭ تارىخىي سانلىق مەلۇماتلىرى ئاساسىدا ۋاقتىلىق مۇلازىمەتتىن بىرنى ئېلان قىلدى. شۇنىڭ بىلەن بىللە، ئىنژېنېرلىرىمىز Deja تورتۇراسىنىڭ سانلىق مەلۇماتلىرىنى تۇرگە ئايرىپ رەتلەپ، تېخىمۇ ياخشى تارقىتىش سىستېمىسى قۇرۇشقا ئاساس سالدى. ۋاقتىلىق تورتۇرا 1995-يىلىدىن باشلانغان ھەممە تور يازمىلىرىنى ئۆز ئىچىگە ئالمىغان، پەقەت ئىلگىرىكى بىر يىللىق تور يازمىلىرىنى تەمىنلىدى. ئىشلەتكۈچىلەر ئوخشاش بولمىغان گۇرۇپپىلار ئارقىلىق تور يازمىلىرى (ئەمما ئىزدىيەلەيدۇ) نى كۆرەلمەيدۇ، يېڭى ئۇچۇرمۇ تارقىتالمايدۇ. ئەڭ مۇھىمى، ئىشلەتكۈچى ئىلگىرى ئۆزى يازغان يازمىنى ئۆچۈرۈۋەتكەن تەقدىردىمۇ، ئۇلار يەنىلا بۇ مەزمۇنلارنى «يوقىتىپ» يىلى تەلتۆكۈس ئۆچۈرەلمەيدۇ (Deja ئۆچۈرۈلگەن باھالارنى كۆرسەتمەيدۇ، ئەمما بۇ باھالار كونا ساندانداغا ساقلىنىدۇ). Deja News نىڭ بىر قىسىم ئىشلەتكۈچىلىرى ئۆزىنى ناھايىتى ئوڭايسىزلاندۇرىدىغان تاجاۋۇز خاراكتېرلىك يازمىلىرىنى كۆرەلەيدۇ، ئۇلارنىڭ ھەممىسى ئەينى چاغدا ئاچچىقتىن يىلى مەس بولۇپ قالغاندا يېزىپ، ئويلانغاندىن كېيىن ئۆچۈرۈلگەن يازمىلار. لېكىن ھازىر بۇ يازمىلار يەنە ئوتتۇرىغا چىقىپ قالدى.

مەن بىر مەيدان بوران-چاپقۇنىنڭ كېلىدىغانلىقىنى ئالدىن ھېس قىلدىم.

مەن Deja نىڭ كونا نەشرىدىكى باش بېتى ۋە كۆپ كۆرۈلىدىغان مەسىلىلەرگە جاۋاب ئۈچۈن ماقالە تەييارلىدىم، چۈشەندۈرۈپ Google «نەچچە مىڭ مېگابايت قائىدىسىز سانلىق مەلۇمات پاتقىقىغا جەڭ ئېلان قىلدى»، يېڭىلانغان پۈتۈنلەي يېڭى نۇسخىدىكى تور خەۋەرلەر گۇرۇپپىسىنى مۇلازىمەت سىستېمىسىغا ئەكىرمەكچى دەپ چۈشەندۈردۈم. مەن تىرىشىۋاتقانلىقىمنى ئېنىق ئىپادىلەپ، ئىشلاردا ناھايىتى تېزلا ئىلگىرىلەش بولىدىغانلىقىنى ئېيتتىم.

2001-يىلى 2-ئاينىڭ 12-كۈنى دۈشەنبە، ئىلگىرىكى Deja.com سەھىندىن چېكىندى، Google نىڭ ۋاقىتلىق تورتۇراسى پەردازلىنىپ سەھنىگە چىقتى. بىر قانچە سېكۇنت ئۆتكەندىن كېيىن، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ غەزىپى ۋولقاندەك پارتلاپ، ئىنتېرنېتتا شىددەت بىلەن يامراپ، ناھايىتى تېزلا قوبۇللاش ساندۇقىمىزنى كۆمۈۋەتتى. ئىشلەتكۈچىلەرنى قوللايدىغان خادىملار مەن ئىلگىرى ئۆگەتكەن بويىچە جاۋاب قايتۇرۇپ، «نۇرغۇن مەسىلە ۋە باھا» تاپشۇرۇۋالغانلىقىمنى ئېتىراپ قىلدۇق ھەمدە ئاشۇ غەزەپلەنگەن ئىشلەتكۈچىلەرگە، «بۇنىڭدىن كېلىپ چىققان قولايسىزلىق» ھەققىدە بىزنى چۈشىنىشىنى ئۈمىد قىلدۇق. سىندى ماڭا كاپالەت بېرىپ، بۇنداق دېسەك ئەلۋەتتە چاتاق يوق. مېنىڭچىمۇ، ھەر ئىككىمىز يېزىقچىلىققا ماھىر كەسپىي ئادەملەر بولغان ئىكەنمىز، بۇ ئىشلار ناھايىتى تېزلا ئۆتۈپ كېتىدۇ.

ئەمەلىيەت ئۇنداق بولمىدى. Deja تورتۇراسىدىن پاخشە يېگەن ئەگەشكۈچىلەرنىڭ ئىنكاسى كۈچلۈك بولدى، خۇددى ھەرە ئۇۋىسىنى چۈۋۈۋەتكەندەك، ئۇلار توپلىشىپ ھۇجۇمغا ئۆتتى. دۈشەنبە چۈشتىن كېيىننىڭ ھەممىسىدە، ئۇلارنىڭ ئېلخەتلىرى بىزنىڭ ئاجىز خېرىدار مۇناسىۋەت باشقۇرۇش سىستېمىمىزنى غۇلىتىۋەتتى، ئۇنىڭ ئۇستىگە يەنە ئۇزلۇكسىز كېلىۋاتاتتى. سىستېما كاشىلىسى تۈپەيلىدىن تور خەۋەرلەر گۇرۇپپىسى ھەققىدىكى ئېلخەتلەرگە جاۋاب بېرىشكە ئامالسىز قالدۇق، ئۇنىڭ ئۇستىگە بىزنىڭ ئادەتتىكىدەك جاۋابىمىز ئۇ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ غەزىپىنى ئۆرلەتتى. خەت ساندۇقىمىز قالايمىقانلىشىپ كەتتى.

مىننەتدارلىقىنى بىلمەيدىغان Deja ئىشلەتكۈچىلىرى لارري بىلەن سېرگېيىنى ھەيران قالدۇردى. بىز ئۆزىمىز پۇل خەجلەپ تاربخنىڭ چاڭ-توزانلىرى دۆۋىسىدىن قىممىتى بار ئىنتېرنېت بايلىقلىرىنى قۇتقۇزۇۋالدۇق، شۇنداقلا ياخشىلانغان تور خەۋەر گۇرۇپپا مۇلازىمىتىنى ئېلان قىلىشقا كۈچ چىقاردۇق، ئىشلەتكۈچىلەر زىيارەت قىلالايدىغان سانلىق مەلۇماتلار Deja ئىلگىرى تەمىنلىگەن مەزمۇنلاردىن خېلىلا كۆپ. ئۇلار «بۇ ئادەملەر نېمە بولغان؟» لىقىنى چۈشىنەلمىدى، ئۇلار ناھايىتى تېزلا جاۋابقا ئېرىشىدۇ؛ بىر قانچە كۈن ئۆتكەندىن كېيىن، كۆڭلىدە رازى بولمىغان خەۋەر گۇرۇپپا ئىشلەتكۈچىلىرى Google نىڭ چوڭ دەرۋازىسى ئالدىغچە كېلىپ، قارشى تۇرۇش سادالىرى شىددەت بىلەن كېلىشكە باشلىدى.

بىر ئىشلەتكۈچى ۋارقىراپ تۇرۇپ مۇنداق دېدى: «ياخشى، سەن ئەبلەخلەر قەستەن قىلغان شۇنداقمۇ، ئۇنداق بولسا ئوخشتىپراق ئۇيناڭلار!!! ھازىرغىچە، سىلەرنىڭ پوزىتسىيەڭلار ئىنتايىن مەمنۇنىيەتلىك.» ئۇ ئارقىسىدىن بىزنى Firestone شىركىتى بىلەن ئوخشاش دەپ تىلغا ئالدى، بۇ شىركەتنىڭ بالوندا ئەجەللىك كەمتۈكلۈك بولغاچقا، بىخەتەرلىك مەسىلىسى سەۋەبىدىن قايتۇرۇۋېلىنغان. ئەمما مېنىڭ بىلىشىمچە، ھېچكىم rec.arts.sf.starwars (ئىستىراھەت—سەنئەت—فانتازىيە—پىلانىتلار ئارا ئۇرۇش) تىكى 3 يىل ئىلگىرىكى يازمىنى زىيارەت قىلالمىغانلىقتىن ئۆلۈپ بەرمەيدۇ.

ۋاينى روسىڭ قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ يېڭى باشلىقى بولۇپ، ئۇ بۇ خىل ھۇجۇملارغا پەرۋا قىلمايدۇ، ئۇ مۇنداق دېدى: «مۇھىمى بىزنىڭ قىلغان ئىشىمىز توغرا، ئەگەر كىشىلەر ھازىر چۈشەنمىسە، ئۇلار چوقۇم بىر كۈنى چۈشىنىدۇ. »

ئۇنىڭ بۇ بىر جۈملە سۆزى، Google نىڭ ئاممىنىڭ پوزىتسىيەسىگە بولغان قارىشىنىڭ شەكىللىنىشىدە

ئىنتايىن مۇھىم تەسىرى بار. توغرا، بىز ئىلگىرى MentalPlex نى قىلساق ئىشلەتكۈچىلەر بەك نارازى بولغان، ئەمما ئۇ قېتىم ئۆزىمىز ئانچە توغرا قىلمىغان. بىراق Deja مۇلازىمىتى ئىشىدا، ساۋابلىق ئۈچۈن ياخشى ئىش قىلۋاتقان پەرىشتە، شۇغىنسى ئامما چۈشەنمىگەنلا يېرى بار. ھەتتا بىز يېنىمىزدىن پۇل چىقىرىپ، جان-جەھلىمىز بىلەن ئۇلار ئۈچۈن ياخشى ئىش قىلىپ بېرىۋاتقان ۋاقتىتىمۇ، ئۇلار ئۇ يەردە ئاغرىنىپ غەۋغا چىقىرىپ، نارازى بولاتتى ياكى زارلىناتتى، ئىشلەتكۈچىلەر بۇنچە ئاقىل بولمىغان تەقدىردە، بىز خاتىرجەم ھالدا بۇنداق زارلىنىشقا پەرۋا قىلمىساقمۇ بولىدۇ. بۇنداق پوزىتسىيە دەل بىزنىڭ ئىككى قۇرغۇچىمىزغا ماس كېلىدۇ—مەيلى قانداق ئەھۋالغا دۇچ كېلەيلى، ئۇلار ھەمىشە خالىغىنىنى قىلاتتى.

بەزىلەر مەندىن، لارى بىلەن سېرگېي راستىنلا ناھايىتى ئەقىللىقمۇ دەپ سورىغان. مەن ئۇلارنىڭ ئەقلىي قابىلىيىتىنىڭ قانچىلىك ئىكەنلىكىنى بىلمەيمەن ئەمما ئۆز كۆزۈم بىلەن ئۇلارنىڭ ئالدىدا كۆرۈش ئىقتىدارىنىڭ شۇنچە كۈچلۈك، بۇ جەھەتتە تەڭدىشى يوقلۇقىنى كۆرگەن، پەقەت ئۇلار يۈزەكى تۇغرا دەپ قارىسىلا ئۇنداقتا ئۇلارنىڭ ئويىنى ئىشقا ئاشۇرۇشتا، بىزنىڭ سىرتقى دۇنيانىڭ ئەيبلەشلىرى بىلەن كارىمىز بولمىسىمۇ بولىدۇ. ئۇلار قىلۋاتقان ئىشنىڭ قىممىتى ئىنتايىن زور، كىشىلەر ئاخىرى بىر كۈنى بۇ نۇقتىنى تونۇپ يېتىدۇ، توختاپ ئۇلارغا چۈشەندۈرۈشنىڭ ھاجىتى يوق.

بۇ خىل پوزىتسىيە ھەم Google نىڭ ئارتۇقچىلىقى ھەم ئەجەللىك ئاجىزلىقى، ئەينى چاغدا رىقابەتچىلەر زىچ توپلانغان ئىزدەش بازىرىدا ئىقتىدارى تېخىمۇ ياخشى بولغان ئىزدەش موتورىنى ئېلان قىلىشتىن تارتىپ، AdWords دا سۈزۈشتىن ئۆتكۈزۈلمىگەن تېكىست ئېلانغىچە، ئىنتايىن تالاش-تارتىش قىلىنغان ئويۇن-پىكىرنىڭ تۈشمۈ-تۈشتىن غەلبە قىلىشى، Google دا مۇنداق بىر ئىشەنچنى پەيدا قىلغان، ئۇ بولسىمۇ كۆپچىلىكنىڭ ئەڭ دەسلەپكى كۆز قارىشى ئادەتتە ئانچە مۇھىم ئەمەس.

ئەينى يىلى يىل ئاخىرىغا بارغاندا، بىز ئىشلەتكۈچىلەر قىزغىن قارشى ئالغان مۇلازىمەت ئىقتىدارىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىپلا قالماي، Deja دەك ئاران 5 يىللىق ئۇچۇرنى ئىزدەشنى تەمىنلىمەستىن بەلكى يەنە 20 يىل ئىلگىرىكى تور يازمىسىنى سۈرۈشتۈرۈشنى ئىشقا ئاشۇرۇپ، شۇ ئارقىلىق بىزنىڭ مەقسىتىمىزنىڭ ئىزچىل ئالىيجانىاپ ھەققانىي ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلىدۇق.[28] تور خەۋەر گۇرۇپپىسىدىكى ئەڭ بالدۇرقى يازمىلارنىڭ ھەممىسى ماگنىتلىق لىنتا ۋە نۇردىسكىغا ساقلانغان بولۇپ، شۇ ماگنىتلىق لىنتا ۋە نۇر دىسكا شۇنداقلا سانلىق مەلۇماتلارنى ئوقۇيالايدىغان قاتتىق دېتال ئۈسكۈنىلىرىنى تېپىش ئۈچۈن، بۇ مەزمۇنلارنى پۈتۈن دۇنيادا ئىزدىگىلى بولۇشى ئۈچۈن، ئىنژېنېر مايكول سىمىت ئاساسەن ئۆزى دېگۈدەك بۇ خىزمەتنى تاماملىدى. تور خەۋەر گۇرۇپپىسى تۈنجى قېتىم مىكروسوفت شىركىتىنىڭ يازمىسىنى تىلغا ئالدى، تىم بېرنېرس لې ئەڭ بۇرۇن چاپلىغان ئىنتېرنېت ھەققىدىكى پايدىلىنىش ماتېرىيالى، يەنە مارك ئاندرېسسېن ئاشكارا ھالدا Netscape تورکۆرگۈنىڭ دەسلەپكى نۇسخىسى بولغان Mosaic تورکۆرگۈ ھەققىدىكى ئۇچۇرلارنىڭ ھەممىسى تورداشلارنىڭ كۆز ئالدىدا نامايان بولدى.

ئىلگىرى Google غا بولغان ئۈمىدسىزلىكى چېكىگە يەتكەن Deja نىڭ ئىشلەتكۈچىلىرىدىن بىرى مۇنداق يازدى: «ئەگەر تەڭرىنىڭ كۆزى بولسا، سەن ئەبلەخلەر چوقۇم پۇل تېپىپ بېيىپ كېتەتتىڭلار، بىل گەيتس ئۆچىرەتتە تۇرۇپ لاۋزا شورپا ئىچەتتى.» لارى بىلەن سېرگېينىڭ تۇغرا قارارىنى باشقىلارنىڭ مۇئەييەنلەشتۈرۈشىگە ئېھتىياجى يوق، بىراق بۇ گەپلەر ئاڭلىماققا يەنىلا ئىنتايىن نەپ تېگىدىغاندەك قىلاتتى.

[28] گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، بىز 2001-يىلى 6-ئايدا Deja دىن قېيقالغان تورخەت مۇلازىمىتى BigMailBox نى توختىتىۋەتتۇق، ئىشلەتكۈچىلەرگە: «گەرچە Google ئۇتكۇنچى مەزگىلدە بۇ مۇلازىمەتنى ساقلاپ قالسىمۇ ئەمما تورخەت مۇلازىمىتى تەمىنلەش بىلەن ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ھەممە تورىدىكى ئۇچۇرلارنى زىيارەت قىلالىشىدەك يادرولۇق بۇرچ بىلەن ماس كەلمەيدۇ.»، ھە، شۇنىڭدىن كېيىن، تورخەت مۇلازىمىتى يوق بولدى.

ئون بەشىنچى باب
ئىسسىق سۇدا يۈيۈنۈۋاتقان باشقۇرغۇچى

بىر Deja نى سېتىۋېلىپ بىر ئاي بولغاندا، 140 نەپەر Google خىزمەتچىسى قىستا مۇساپىلىك سايامەت بوغچىسىنى ئېلىپ، بىر قانچە ماشىنا بىلەن تاغقا قاراپ يولغا چىقتۇق. Google نىڭ يىلدا بىر ئۆتكۈزۈلىدىغان قار تېيلىش سايامىتى باشلاندى.

Google دا پەقەت 8 خىزمەتچى بار ۋاقىتلاردىلا، بۇ ئادەت شەكىللەنگەن ئىدى، ئەينى چاغدا لارى ناھايىتى ئېھتىياتچانلىق بىلەن ئىجارە ئالغان بولكىۋاينى تاخو كۆلىگە قاراپ ھەيدەيدى، سېرگېي، كرائىگ، رەي يەنە خارى ۋاقىت ئۆتكۈزۈش ئۈچۈن ماشىنىنىڭ ئارقىسىدا لوگىكىلىق ئويۇن ئويناشقا باشلىدى، خېسىرنى قاتتىق مۇگدەك باسقان ئىدى. بو بىر توپ ئادەم لارىنى كەسىپي شوپۇرلۇققا تەيىنلەپ، ھەر كۈنى 2.5 دوللار تېجەيتتى—ئاساسلىق سەۋەب لارى باشقىلارنىڭ ماشىنا ھەيدىشىدىن خاتىرجەم بولالمايتتى.

گەرچە خېسىر قار تېيلىش سايامىتىگە ھەر بىر كىشىنىڭ چوقۇم قاتنىششى كېرەكلىكىنى قايتا-قايتا ئېنىق ئەسكەرتكەن بولسىمۇ، 2000-يىلىدىكى ئاشۇ قېتىملىق سايامەتكە مەن كۆپچىلىك بىلەن بىرگە بارالمىدىم. بۇ خىل سايامەت بىر خىل كوللېكتىپ قۇرۇش مەشقى بولۇپ، پەقەت رەسمىي خىزمەتچىلەرلا قاتنىشاتتى، ئائىلە تاۋاباتلىرىنى بىلە ئېلىپ بېرىشقا بولمايتتى. بۇنداق بولۇشى كىرىتېنىنى ئىنتايىن خاپا قىلدى، ئۇنىڭ Google دا كۆرگەن ئاڭلىغانلىرى ئۇنىڭ كۆڭلىدە ئاللىبۇرۇن گۇمان پەيدا قىلغان ئىدى. بىر كۈنى كىرىتېن شىركەتكە كېلىپ چۈشلۈك تاماق يەۋاتقاندا، 20 ياشلار چامىسىدىكى ياش گۈزەل بىر قىزغا دىققەت قىلدى، كىيۇالغان harem ئىشتىنىدىن ئېچىدىكى T شەكىللىك كالتە ئىشتىنى ئېنىق كۆرۈنۈپ تۇراتتى، ئاشۇ چاغدىن باشلاپ ئۇنىڭ Google غا ھېچقانداق قىزغىنلىقى قالمىدى.

ئۇ قىز تاماق پەتنۇسىنى ئېلىپ ئاساسىي قورۇملار رايونىدىن تاتلىق-تۇرۇملەر رايونىغا بارغۇچە، ئايالىم قۇلىقىمغا ئاستا پىچىرلاپ مۇنداق سورىدى: «بۇ كىم بولىدۇ؟»

مەن «ۋاي، ئادەتتىكى ئىنژېنېر.» دەپ جاۋاب بەردىم. ئۇنى خاتىرجەم قىلىش ئۈچۈن، «ئۇ موتوسىكلىت مىنىدۇ» دەپ قوشۇپ قويدۇم.

كېيىن، مەن كىرىتېنغا شىركەت مەندىن سايامەتكە بېرىشمىنى تەلەپ قىلغانلىقىنى، سايامەت ئورنىنىڭ تاخو كۆلىدىكى تاغ باغرى ئىكەنلىكىنى ئېيتتىم، بۇ خىل ئۆز ئارا چۈشىنىشنى ئىلگىرى سۈرىدىغان سايامەتكە پەقەت رەسمىي خىزمەتچىلەرلا قاتنىشىدىغانلىقىنى ئېيتتىم، ئۇ ئاڭلاپ بولغاندىن كېيىن: «مەن ئۆيدە ئولتۇرۇپ 3 بالىغا قارايمەن، سىز بىر ماشىنا ھېسسىياتى ئۇرغۇپ تۇرغان ياشلار بىلەن ئۇدا بىر قانچە كۈن خۇشال ئويناپ، ئىچىملىك ئىچىپ، دۆڭ ئويناپسىلەر. »

ئەمەلىيەتتە كىرىتېنىنىڭ كۆز قارىشى ئاساسەن توغرا ئىدى. مېنىڭ كۆڭلۈمدىمۇ سان بار ئىدى، چۈنكى كېيىن مەن ئۇنىڭغا، ئەگەر مەن بارمىسام، ئىشلىرىم چوڭ تەسىرگە ئۇچرايدىغانلىقىنى ئېيتتىم، شۇ چاغدىلا ئۇ مېنىڭ ئىككىنچى يىلدىكى قار تېيلىش سايامىتىگە بېرىشىمغا قوشۇلدى. مەن دېدىمكى، شىركەت ماشىنىغا ئولتۇرۇش، تاماق، Squaw Creek ئارامگاھىدىكى ئالىي مېھمانسارايىنىڭ خراجىتى قاتارلىقلارنىڭ

هەممسنى ئۆز ئۈستىگە ئالىدۇ، يەنە ھەر بىرىمىزگە قار تىيلىش دەرسى ئۆگەنگەنلىكىمىز ئۈچۈن 50 دوللار تولۇقلىما پۇل تارقىتىپ بېرىدۇ. مەن ئۆزۈم بىر سىنتىمۇ خەجلىمەيمەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە بېرىپ بىر قانچە كۈنلا تۇرىمەن. قەدىرلىكىم، بولامدۇ؟ بولمامدۇ؟

پۇل تېجەش ئۈچۈن، بىر قانچەيلەن بىر ئۆيدە تۇردۇق، مەن، بەي ۋە يېڭى تەكلىپ قىلغان ئادۇوكات كۈلپرېت رانا بىرگە تۇردۇق، چەك تارتقاندا بەي چاڭغا قىسقىسى چقىپ قالغاچقا ئۇ پولدا ئۈخلىدى. مەن ناھايىتى پەخرلەنگەن ھالدا ئۆزەمنىڭ ئىنتايىن كونسېرۋاتىپ ئىكەنلىكىمنى دەيمەن، لارري، سالار، ئۇرس، ئومىد ھەمدە باشقا Google ئەزالىرى بىرلىكتە سىرتتا ئىسسىق سۇغا چىلىنىپ ناھايىتى كەچ ئۈخلىغاندىن باشقا، ئۆزىنى قويۇۋېتىدىغان ھېچقانداق پائالىيەتلەرگە قاتناشمىدى، كۆپچىلىك ئەلۋەتتە ماڭا سېلىشتۇرغاندا ئۆزلىرىنى خېلى قويۇپ بەردى.

خېلى كۆپلىرى ئويناپ ساراڭ بولۇپ كەتتى، يېڭىلا ئوقۇش پۈتتۈرگەن ئالىي مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرى بولۇپلا قالماي يەنە يېشى خېلى چوڭ، ئۆزىنى توختاتقان سالماق كىشىلەرمۇ بەزى ئىشلارنى قىلىپ سالىدۇ. ئۇلارنىڭ ھەممىسى ئالدى بىلەن «چارلى ئۇۋىسى» نى زىيارەت قىلىدۇ—ئاشپەز چارلى ئايبېرس (Charlie Ayers) بىلەن بوغالتىر كەيس (Keith) بىر ئۆيدە تۇرىدۇ، ئىچىدە مائۇنتېن ۋىيۇ (Mountain View) شەھىرىدىن يۆتكەپ كەلگەن بىر ماشىنا ئىچىملىك بار. يىغىلىشقا قاتناشقان ئادەم سانىنىڭ بارغانسېرى كۆپىيىشىگە ئەگىشىپ، چارلىمۇ بارغانسېرى قىزغىن بولۇپ كەتتى، يىغىلىش ئىنتايىن چوڭ ھەشەمەتلىك يۇرۇشلۇك ئۆيدە ئېلىپ بېرىلدى، كېيىن يەنە يىغىن زالىدا ئوچۇق شەكلىدىكى ئىچىملىك زىياپىتى ئېلىپ بېرىلدى، سورۇندا قىممىتى 75000 ئامېرىكا دوللىرىلىق ئىچكۈ ۋە ھەر خىل ئىچىملىكلەر ئىچىلدى. ئۇنىڭدىن باشقا نۇرغۇن مەززىلىك ئۇششاق يېمەكلىكلەر بار، مەسىلەن مەززىلىك قايماقلىق شاكلات پىرەنىك ۋە قارا شاكلات توپ. بەلكىم ئۇدۇل كېلىپ قالغاندۇ، بەلكىم خېسىر بىلەن ئادەم كۈچى بايلىقى بۆلۈمنىڭ بىمەنە چاقچىقى بولۇشىمۇ مۇمكىن، لارريڭ يېتىقى دائىم يىغىلىش قىلىدىغان ئۇي بىلەن قوشنا قىلىپ ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ. بىر يىلى، بارلىق ئىچىملىكنىڭ ھەممىسى لارريڭ يۇرۇشلۇك ياتقىغا دۆۋىلەندى. لارري ئىچكۈ ئىچمەيتتى، لېكىن بەزىدە ئۇ زىياپەتتە لىپمۇ-لىق توشقۇزۇلغان بىر ئىستاكان پىۋىنى كۆتۈرۈپ، كۆپچىلىكنى ئازادە ھېس قىلدۇرىدۇ.

لارري ئىلگىرى ئىچكۈ ششسىنى كۆرستىپ تۇرۇپ چارلىغا مۇنداق دېدى: «پۈتكۈل ئەس يادىمنىڭ ھەممسى پۇل تېپىشتا، ئىسپىرت ئادەمنىڭ مىڭە ھۈجەيرىلىرىنى ئۆلتۈرىدۇ. »

چارلى كېيىن ماڭا مۇنداق دېدى: «مېنىڭچە ئۇ بىر قانچە مىڭە ھۈجەيرىسىنى قالدۇرۇپ قويۇپ ئىچكۈ ئىچسە بولىدۇ دەپ ھېس قىلىمەن. »

لارريغا سېلىشتۇرغاندا، باشقا باشقۇرۇش قاتلىمىدىكى ئەزالار ئۆزىنىڭ مىڭە ھۈجەيرىسىنى قۇربان قىلىشنى تېخىمۇ خالايدۇ، ئەگەر ئۇلار «چارلى ئۇۋىسى» پائالىيىتىگە قاتناشمىسا، چارلى چوقۇم ئۇلارنىڭ ياتقىغا ئۆلار ئۆزلىرى ياقتۇرىدىغان ئىچىملىكلەرنى قويۇپ قويىدۇ.

چارلىنىڭ دېيىشىچە: «كۆپچىلىكنىڭ ئۆزىنى قويۇپ بەرگەنلىك مەنزىرىسىنى كۆرسە، ئۇمۇ ناھايىتى خۇشال بولىدىكەن. Google لۇقلار ئويىنسا بەك قىزىقارلىق بولۇپ كېتىدۇ. » ئۇنىڭ دېگىنى ئازراقمۇ خاتا ئەمەس، بۇ ھەقىقەتەن خىزمەتچىلەر ئارىسىدا ھېسسىياتنى چوڭقۇرلاشتۇرىدىغان پۇرسەت. يۇرۇشتۇرۇشنى ئاسراش قوشۇنىدىكى ئاشۇ پۇزۇر كىينىگەن بۇرادەرلەر ھەممىلا جايدا ئۆزىنىڭ ئىچ كىيىم كەيمىگەنلىكىنى كۆز-كۆز قىلىدۇ؛ بىر سېپتىش ۋاكالەتچىسى يەنە بىر خىزمەتدىشىنىڭ دۇمبىسىگە مىنىپ، ئۇنىڭ كۆڭلىكىنى سالدۇرۇۋېتىپ، ئات چاپتۇرغانىنى دوراپ ئۇنى قامچىلايدۇ؛ ھەتتا بەزى يۇقىرى دەرىجىلىك باشقۇرغۇچىلارنىڭ يەردە ياتقانلىقىنى كۆرگەنلەر بار بولۇپ، كاردىوردا خۇددى ئىچىپ مەس بولۇپ قالغان ئىتتەك قاۋايدۇ. چارلى بۇنى كۆرۈپ خۇشال بولۇپ كېتىدۇ.

ئەينى چاغدا بىر قېتىم مۇكاپاتلىق ئۇخلاش كېسىمى ئولتۇرۇشى ئېلىپ بېرىلغان. لارري بىر قېتىملىق دو تىكىشتە سېرگېي، سالار يەنە ئىنژېنېر لورى پاركنى ئۇتۇۋالغان، نەتىجىدە ئۇتتۇرۇۋەتكەنلەر كەچلىك تاماقتىن كېيىن سۆھبەكتىن ئۆتىدىغان سوغۇقتا تاخو كۆلىگە سەكرىگەن.

چارلى ماڭا چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى: «بىز تىرىشچانلىق كۆرسىتىپ Google نىڭ ‹غەيرى كارخانا› دەك پوزىتسىيەسىنى قايتا قۇرۇپ چىقمىز، خۇددى ئەرلەر ئۆز ئارا قوپال سۆزلەر بىلەن پاراڭلاشقانغا ئوخشاش، Google پۈتكۈل پەن-تېخنىكا كەسپىگە مۇشۇ خىل گەپ قىلىش پوزىتسىيەسىنى تۇتىدۇ. »

«چارلى ئۇۋۇسى» نى زىيارەت قىلغان بەزى كىشىلەر كېلىپلا كېتەلمىدى، ئۇلار مەس بولۇپ يەردە يېتىپ قالدى، شۇ ئۇخلىغانچە كېچىچە ئۇخلىدى، ئەمما بۇنداق قىلىش ناھايىتى خەتەرلىك، چۈنكى تېخى مەس بولمىغان بەزى كىشىلەر قىلىقسىزلىق قىلىشمۇ مۇمكىن. يەنە بىر قىسىم كىشىلەر ئۆزىنىڭ قانداق بولۇپ مەس بولۇپ قالغانلىقى ئېسىدە يوق. بىر ئىنژېنېر ئويغانغاندا ئۆزىنىڭ كىيىملىرىنىڭ يېتكەنلىكىنى بايقىدى، كېيىن ئۇ كىيىملىرىنى ئىسسىق سۇ دۇشىنىڭ يېنىدا ئىكەنلىكىنى بىلىپ، ئاندىن يېڭىلا ئۇيقۇدىن ئويغانغان كۆزلىرىنى ئۇۋۇلاپ كۈتۈۋېلىش سۈپىسىدىن ئۆزىنىڭ كىيىملىرىنى ئېلىۋالدى. نۇرغۇن كىشىلەر كېچىچە ئاق رەڭلىك ئۇخلاش كىيىمىنى كىيىپ ھەر قايسى ياتاقلار ئارا ئارىلايدۇ، ئاندىن يا قاۋاقخانىغا بېرىپ ئىچكۈ ئىچىدۇ، يا يىرىك شېغىل ياتقۇزۇلغان ئارشاڭدا لۇپېركالىيە بايرىمىنى تەبرىكلەيدۇ.

شىركەت كۆلىمىنىڭ ئۇزلۇكسىز كېڭىيىشىگە ئەگىشىپ، Google دىمۇ ئىنژېنېرلاردىن سىرت نۇرغۇن خىزمەتچىلەر بار بولدى، نۇرغۇنلىرى قىزلار. Google نىڭ قار تېيىلىش ساياھىتىنىڭ داڭقى چىقىپ كەتتى، بەزىلەر ھەمىشە چاقىرمىسىمۇ ئۆزى كېلىدۇ، «Fabulous Thunderbirds» دەك مۇزىكا ئەترىتى كۈچلۈك ئۇسسۇل مۇزىكىسى ئېلىپ كەلسە، كۆپ مىقداردىكى ھاراق-شاراپ، يەنە ھېچنېمىگە تارتىشمايدىغان ياش بويتاقلار تەشەببۇسكارلىق بىلەن ئولتۇرۇشقا قاتنىشىدۇ، كىرىمنىي جىلغىسىدىكى تۇرمۇش ئېلىپ كەلگەن ئېغىر بېسىملارنى چىقىرىۋېتىشنى ئۈمىد قىلىدۇ. بۇنداق مېھمانلار ھەممىلا جايدا ئۇچرايدۇ.

مەن بىر قېتىم بارغاندىن كېيىن ئىككىنچى قاتنىشىپ باقمىدىم، Google نىڭ باش ئىشتابىدا ئالدىراشچىلىقتىن پايپىتەك بولۇپ كەتتىم، يېنىمدىكى تېلېفون بىرى توختىسا، بىرى جىرىڭلايتتى، ئېلىشقىمۇ ئۇلگۈرەلمەيتتىم. مەن يۇزتۇرانە ئىمتىھانغا قاتنىشىش ئۈچۈن كەلگەنلەرنى ئەگەشتۇرۇپ ھېچكىم يوق كارىدوردا ماڭغاچ، بىر قانچىمىزغا ئالغان پىسانى يېپ ماڭاتتىم. قار تېيىلىش ھەپتىلىكى ماڭا ئېلخەتلەرنى بىر تەرەپ قىلىدىغان، ئىشنى ئالغا سۈرۈپ كېچىكىپ كەتكەن تۇرنى تامامىلايدىغان ياخشى پۇرسەت بولدى.

2007-يىلى، شىركەت كۆلىمى يىللىق قار تېيىلىش ساياھىتى ئېلىپ بېرىشنى ئورۇنلاشتۇرغىلى بولمايدىغان دەرىجىدە چوڭايدى، Google پائالىيەتنى ئائىلە ساياھىتىگە تېخىمۇ ماس كېلىدىغان جايدا ئېلىپ بېرىشقا ئالماشتۇردى، مەسىلەن دىسنېي شاتلىق باغچىسى. بۇ ئالاھىزەل ياخشى ئىش بولۇشى مۇمكىن، شۇغىنىسى مەن تاغ باغرى ۋە ئارام ئالىدىغان مېھمانخاندا خىزمەتداشلىرىم بىلەن بىرگە ئۆتكۈزگەن گۈزەل چاغلارنى ئىزچىل قەدىرلەيمەن. گەرچە مەن ئىسسىق سۇغا چېلىنىش ۋە ئوچاقنى چۆرىدەپ كېچىلىك پاراڭغىلا قاتناشقان بولسامۇ، بەزى جۈشقۇن ھەربىكەتچان خىزمەتداشلىرىمغا ئوخشاش ھېسسىياتلىرىمنى قويۇپ بەرمىدىم. بۇ تەرەپلەردىكى ئەھۋاللارنى ئۇلاردىن سوراڭ.

كىشىنى ھەيران قالدۇرىدىغان خۇش خەۋەر

جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىندا، كۆپچىلىك بىرلىكتە: «ئۈستەل! ئۈستەل! ئۈستەل!» دەپ ۋارقىراۋاتاتتى.

سېتىش بۆلۈمنىڭ مەسئۇلى ئومىد كوردېستانى ياتاقنىڭ ئالدىدا ھۆزۈرلىنىپ كۈلۈۋاتاتتى، ئۇ ئۇچىسىغا قارا رەڭلىك ئامانى كاستيۇم بۇرۇلكا كىيىپ، يىغىن زالىدىكى ئۈستەلگە يامىشىپ چىققان، قولىدا مىكرافون بار ئىدى. كۆپچىلىك قىزغىن ئالقىش ياڭرىتىۋاتاتتى.

بىز «ئومىد! ئومىد! ئومىد!» دەپ ۋارقىراۋاتاتتۇق.

ئومىد شىركەتتە ناھايىتى ئالقىشقا ئېرىشەتتى. ئۇ ھەمىشە چىرايىدا كۈلكە، بىر چاقچاق، يەنە كىشىنى خۇشال قىلىدىغان بىر دۆۋە سېتىش سانلىق مەلۇماتلىرى بىلەن جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنغا قاتنىشىش ئۈچۈن كېلەتتى.

2000-يىلنىڭ يىل بېشىدا، بىزنىڭ بىر كۈنۈپكىدا ئەسلىگە كەلتۈرۈش پىروگراممىمىز ئەمدى جايىغا كەلگەن بولۇپ، لارى بىلەن سېرگېي ئومىدقا بىر نىشان بەلگىلەپ بەرگەن يەنى بىرىنچى پەسلىدە 500 مىڭ ئامېرىكا دوللىرى ئېلان كىرىمى تېپىشى كېرەك. مەن كۆڭلۈمدە، لارى بىلەن سېرگېي ئۇنى ئۆزۈڭنى كۆيدۈر دېسىچۇ دەپ ئويلىغان. قانداقلا بولمىسۇن ئەينى ۋاقىتتا دەسلەپكى ئېلان تۈرىمىزنىڭ ئەمدىلا دەسلەپكى ئۈنۈمى كۆرۈلۈشكە باشلىغان (AdWords ناھايىتى ئۇزۇن ۋاقىتتىن كېيىن ئاندىن ئېلان قىلىندى). لارى بىلەن سېرگېي ئومىدنىڭ قانداق كىرىم يولى بىلەن بۇ نىشاننى ئىشقا ئاشۇرۇشى بىلەن پەقەت كارى يوق ئىدى، ئىجرا قىلغىلى بولۇش بولماسلىقى بىلەنمۇ كارى يوق ئىدى، ئۇلارغا لازىمى پۇل ئىدى، ئومىدنىڭ سېتىش بۆلۈمىدىكى ئادەم سانى جەمئى 6 گە يەتمەيتتى، Google ئەينى ۋاقىتتا پەقەتلا داڭقى چىقمىغان، كىرىمىي جىلغىسىدىن باشقا جايدا ھېچكىم بىلمەيتتى. تېخنىكىمىزدە مەسىلە بار ئىدى، ئېلان قورالىمىز تېخى مۇكەممەللەشمىگەن، قاتتىق دېتال ئۈسكۈنىلىرىمىزمۇ ئانچە مۇقىم ئەمەس ئىدى، شۇڭا رىقابەت كۈچىمىز تەبىئىيلا زور دەرىجىدە تۆۋەنلەپ كېتەتتى.

شۇنداق بولسىمۇ، ھەر جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىندا، ئومىد ئەڭ يېڭى ئەھۋالنى جاكارلىغاندا، خىلمۇ-خىل ئەھۋاللارنىڭ ھەممىسى سېتىش ئەھۋالىنىڭ يامان ئەمەسلىكىنى ئىپادىلەيتتى. لېكىن، پەسىل ئاخىرلاشقاندا، ئاندىن كىرىمنىڭ زادى قانچىلىك دەرىجىدە ئادەمنى ھەيران قالدۇرىدىغانلىقىنى بىلدۇق.

ئومىد خۇددى ئارتىستا ئوخشاش ئەڭ ياخشى پۇرسەتنى چىڭ تۇتۇپ ئورنىدىن تۇرۇپ، ئۇلارنىڭ يېڭى مەھسۇلاتى ئەمدىلا ئوتتۇرىغا چىققان بىر قانچە ئاي ئىچىدە، قانچىلىك كۈچ سەرپ قىلىپ 500 مىڭ ئامېرىكا دوللىرى نىشانىنى ئىشقا ئاشۇرغانلىقىنى ئاغزى-ئاغزىغا تەگمەي سۆزلەيتتى. ئۇ بىر قىسىم گىرافىكلارنى كۆرسەتتى، ئۈستىدە نۇرغۇن بەت ئاستى ئىزاھاتى بار ئىدى، يەنە بىر قىسىم ئېلېكترونلۇق جەدۋەللەرنى كۆرسەتتى، ئۇنىڭدا ئىمىر-چىمىر سانلار لىق تولغان ئىدى، خەت بەك كىچىك بولغاچقا، ھەممىمىز ئېنىق كۆرەلمىدۇق. ئۇنىڭ بىزگە دېيىشچە، ئۇلارنىڭ قوشۇنى دۈچ كېلىۋاتقان ھەر خىل قىينىچىلىقلارنى ئويلىشىپ، ھەتتا ئازراقلا كىرىم قولغا كەلتۈرىدىغان ئىش بولسىمۇ، ھەممىمىز تەڭرىگە رەھمەت ئېيتىمىز. كېيىن ئۇ كۈلۈپ تۇرۇپ قولىنى پۇلاڭلىتىپ، كۆپچىلىككە Google نىڭ ئاشۇ پەسلىدە 636 مىڭ دوللار ئېلان زاكاز قوبۇل قىلغانلىقىنى ئۇقتۇردى، بۇ كىرىملەرنىڭ ھەممىسى ھېسابات‌تا كىرىم بولغان، سېتىش بۆلۈمى ئىككىنچى پەسلىدە ئومۇمىي كىرىمنى 1 مىليون ئامېرىكا دوللىرىدىن ئاشۇرىدىغان ۋەدىنامىنى تىكلەپ، شۇنىڭدىن باشلاپ شىركەتنىڭ كەلگۈسىنى تېخىمۇ پارلاق قىلىدىغان بولدى. ھاياجانلىق قايىل قىلارلىق چاۋاك ساداسى شۇنىڭغا

ئەگىشىلا ياڭرىدى. مېنىڭچە سېتىش خادىملىرىمىز ھەقىقەتەن قالتىسكەن.

ئۇچ ئايدىن كېيىن، ئومىد قوشۇننىي ئەگەشتۈرۈپ نىشانىي يەنە بىر قېتىم تاماملىدى.

ئالاھەزەل ئۇچنچى پەسىل بولغان ۋاقىتتا، بىز ئومىدنى «قۇم خالتا بۇلاڭچىسى»[29] دەپ ئاتىدۇق. گەرچە ئۇنىڭ نىشانى ھەر پەسلىدە ئۆرلەپ تۇرسىمۇ، سېرگېي يەنلا ئومىدنى قوشۇننىي باشلاپ پۈتۈن كۇچىنى چىقارمىدى دەپ چاقچاق قىلدى. ئومىد ھەيران بولۇپ، ئۆزىنىڭ نېمە سەۋەنلىكى بارلىقىنى ئىنكار قىلدى. شۇنىڭ بىلەن كۆپچىلىك توپلىشىپ ھۇجۇم قىلىپ، ئومىدنى قەستەن تەنقىتلىدى، بىراق بىر قىسىم يېڭى خىزمەتچىلەر بىزنىڭ نېمە ئۈچۈن غايەت زور خۇش خەۋەر يەتكۈزگەن تۆھپىكارغا ھۇجۇم قىلىدىغانلىقىمىزنى چۈشەنمىدى. بۇ خىل چاقچاق كېيىن جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنىنىڭ كىلاسسىك پىروگراممىسىغا ئايلاندى. بىر قېتىم، ئومىد شىركەتتە ئەمەس ئىدى، شۇڭا سېرگېي ئۇنىڭ ئورنىدا جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنىدا سېتىش دوكلاتىي بەردى. ئۇ ئومىدنىڭ ئېلېكترونلۇق جەدۋىلى ۋە مۇناسىۋەتلىك ماتېرىياللارنى كۆرگەندەك قىياپەتكە كىرىۋالدى.

ئەڭ ئاخىرىدا، ئۇ سېتىش قوشۇنىغا قاراپ، ئومىدنىڭ تەلەپپۇزىنى دوراپ مۇنداق دېدى: «مەن خۇلاسلاپ باقاي، بىز قۇم خالتا تەدبىرىنى يۈرگۈزۈۋاتىمىز. » كۆپچىلىك ھەممىسى قاقاقلاپ كۈلۈپ كەتتى.

ئۇ شىرەنىڭمۇ كېلىپ چىقىش تارىخى بار ئىدى.

بىزنىڭ جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنىمىزغا قاتنىشىدىغان كىشىلەرنىڭ سانى ئۈزلۈكسىز ئاشتى، لارري بىلەن سېرگېينىڭ ئىشخانىسىنىڭ سىرتىدىكى كاردورغا پاتماي قالدى، شۇڭا يىغىن ئورنى بىنانىڭ ئاستىنقى قەۋىتىدىكى چارلىنىڭ قەھۋەخانىسىغا يۆتكەلدى. قەھۋەخانىنىڭ ياڭراتقۇسىنىڭ ئۇنۇمى ئانچە ياخشى ئەمەس ئىدى، شۇڭا ئومىد سۆز قىلغاندا بىر ئورۇندۇقنىڭ ئۈستىگە چىقىپ، ئاندىن ئۆزۈن تاماق شىرەسىنىڭ ئۈستىگە چىقاتتى. ئۇ ئەمدىلا سۆزلەپ بولغاندا، شىرە يانتۇ بولۇپ ئۆرۈلۈپ چۈشتى. مېتالدىن ياسالغان شىرەنىڭ بىر قانچە پۈتى ئۆزلۈكىدىن قاتلىنىپ، ناھايىتى ياڭراق ئۇرۇلۇش ئاۋازى چىقاردى، ئومىد دەل شۇ چاغدا ھاۋادا لەيلەپ قالدى، كۆپچىلىك ھەيران بولۇپ: «ۋوي، ۋوي، ۋوي» دەپ ۋارقىراپ كەتتى، دەل مۇشۇ چاغدا، ئومىد ئۆزىنىڭ ناھايىتى چاققانلىقىنى نامايەن قىلىپ، چىرايلىق بۇرۇلۇش ھەرىكىتىدىن بىرنى قىلىپ، قارا رەڭلىك ئىتالىيە ئايىغى كەيگەن پۈتىنىڭ ئۈچىدا پولغا مەزمۇت سەكرەپ چۈشتى. ئۆينىڭ ئىچىدىن دەرھال چاۋاك ئاۋازى كۆتۈرۈلدى.

«يەرگە چۈشۈش ھەرىكىتىگە تولۇق نومۇر!» دەپ ئۇنلۇك توۋلىۋەتتىم.

شۇنىڭدىن كېيىن، ھەر جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىندا، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى «شىرە! شىرە!» دەپ ۋارقىراپ، ئومىدنى قارشى ئالدىغان بولدى، ئۇمۇ بۇنىڭدىن زېرىكمەيتتى. ئاخىرىدا، بەزىلەر چىگە تاغارغا قۇم قاچىلاپ شىرەنىڭ ئۈستىگە قويۇپ قويدى، ئومىد ئۆچسىغا ئالىي دەرىجىلىك كاستۇيۇم-بۇرۇلغا كېيىپ، پۈتىغا راھەت سايا ھەت ئايىغى كېيىپ، قۇم خالتىنىڭ ئۈستىگە دەسسەپ تۇرۇپ، بىزگە مۇنۇلارنى ئۇقتۇردى، شۇنداق، گەرچە مەغلۇپ بولۇشنىڭ ئېھتىماللىقى ئىنتايىن چوڭ بولسىمۇ، ئەمما باتۇر جەڭگە ماھىر سېتىش قوشۇنىمىز يەنە بىر قېتىم پەسىللىك رېكورتىنى بۇزدى. Google نىڭ پاي چېكى بار خىزمەتچىلەرگە نىسبەتەن، ئۇلار بۇ ھېكايىدىن مەڭگۈ ھوزۇرلىنىدۇ.

چۈنكى Google ئىزچىل شىركەتنىڭ مالىيە ئۇچۇرلىرىنى ئاكتىپلىق بىلەن تەمىنلەپلە قالماي يەنە جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنىدا ئاشكارا مۇنازىرە قىلىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە شىركەتنىڭ ئىچكى تورىدىنمۇ

[29] Sandbagger، بۇاستە تەرجىمىسى «قۇم خالتا ئادەم»، ئەسلى مەنىسى قۇم خالتىنى قورال قىلىپ باشقىلارغا ھۇجۇم قىلغان زومىگەرنى كۆرسىتىدۇ—تەرجىماندىن

سۈرۈشتۈرۈپ كۆرگىلى بولىدۇ، توساتتىنلا تەسەۋۋۇر قىلغۇسىز دەرىجىدە بايلىقىمىزنىڭ بارلىقىنى بايقىدۇق. ھەر قانداق كىشى شىركەتنىڭ كىرىم ۋە چىقىم ئەھۋالىنى كۆرەلەيتتى ھەمدە شۇنىڭغا ئاساسەن ئۆزىنىڭ ئارزۇسىنى مۆلچەرلىيەلەيتتى. بىر كۈنى، مەن شىركەتنىڭ ھەر بىر پېيىنىڭ پايىدا نىسبىتىنى تەخمىنەن مۆلچەرلەپ باقتىم، ئاندىن Yahoo نىڭ نۆۋەتتىكى بازار پايدا نىسبىتىنىڭ ھەسسىلىك سانى بويىچە شىركەت پاي بازىرىغا كىرگەندىن كېيىنكى مۇۋاپىق پاي باھاسىنى ھېسابلاپ چىقتىم، ئاندىن بۇ باھاغا ئەينى ۋاقىتتا قولۇمدا بار پايغا كۆپەيتتىم—تەرەققىي قىپتىمەن.

مەن كۆڭلۈمدە توختىماي: «بۇ ھەقىقىي پۇل ئەمەس. بۇ ھەقىقىي پۇل ئەمەس. » دەپ تەكرارلايمەن، بىزنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارىمىز يوق، مالىيە باش نازارەتچىمىزمۇ يوق، پاي چېكىنى بازارغا سېلىش پىلانىمىزمۇ يوق. مەن يەنە قايتىپ ئىشلەيمەن، بىراق بەخت ناخشىسىنى غىڭشىپ بېرىپ خىزمەت قىلىمەن.

باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى؟

ھازىر پاي چېكىنى بازارغا سېلىش؟

سېرگېي قانداق مەسىلە ئىكەنلىكىنى ئېنىق بىلىپ تۇرۇپ، يەنە: «سۈممېر، مەسىلە بارمۇ؟» دەپ سورايتتى.

سۈممېر: «ھەئە» دەپ جاۋاب بېرەتتى. ئۇ 2001-يىلى 2-ئايدىكى بىر قېتىملىق جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىن ئىدى، سۈممېر سۆزلەۋېتىپ ئالدىغا چىقتى. شۇنىڭدىن ئىلگىرى، يىغىندا Google دىكى يېڭى كىشىلەر تونۇشتۇرۇلدى، لارى بىلەن سېرگېي بىر ھەپتىلىك چوڭ ئىشلارنى ئەسلەپ ئۆتتى، ئومىد تام تەسۈر كۆرسىتىشنى تاماملاپ بولدى. ھازىر سوئال سورايدىغان ۋاقىت كەلدى.

سۈممېر مۇنداق دەپ سورىدى: «باش ئىجرائىيە ئەمەلدارىنى ئىزدەش ئىشى قانداق بولدى؟» ئۇ ھەر ھەپتە بۇ مەسىلىنى بىر قېتىم سورايتتى. بىز ھەممىمىز، شىركەت پېيىنى بازارغا سېلىپ، پاي چەكلىرىمىزنىڭ قەرەللىك ھوقۇقى ھەقىقىي قىممەتكە ئىگە بولۇشتىن ئىلگىرى، قىلىشقا تېگىشلىك يەنە بىر تالاي ئىشلار بار ئىدى. باش ئىجرائىيە ئەمەلدارىنى تەكلىپ قىلىش شۇلارنىڭ ئىچىدىكى بىرسى ئىدى، يەنە مالىيە باش نازارەتچىسى تەكلىپ قىلىشمۇ بار.

سېرگېي قەستەن ئازراق توختۇپلىپ، ناھايىتى ئەستايىدىللىق بىلەن: «ئىزدەۋاتىمىز. » دېدى. ئۇ ھەر ھەپتە مۇشۇنداق جاۋاب بېرەتتى.

مەن 1999-يىلى Google غا كىرگەن ۋاقىتتا، كۆپچىلىك ھەممىمىز دېگۈدەك Google بىر يىلدىن كېيىن چوقۇم پاي چېكى بازىرىغا كىرىدىغاندەك ھېس قىلغان. شۇنىڭدىن بىزنىڭ پاي چېكى بازىرىغا كىرىشىنى نەقەدەر ئارزۇ قىلىدىغانلىقىمىزنى كۆرۈۋالغىلى بولىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئەينى ۋاقىتتا ئىنتېرنېت كۆپۈكى چوڭىيىۋاتقان ۋاقىت بولۇپ، ئىگىلىك تىكلىگەن شىركەتلەر قۇرۇلۇپ 6 ئايدىن كېيىنلا پېيىنى بازارغا سېلىشى ناھايىتى نورمال ئىدى. لارى بىلەن سېرگېي قارىماققا ئازراقمۇ ئالدىرىمايۋاتقاندەك كۆرۈنەتتى. گەرچە مۇدىرىيەت يىغىنى قايتا-قايتا سۈيلەۋاتقان بولسىمۇ ئەمما ئۇلار باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى تەكلىپ قىلىشقا كۆڭۈل بۆلمەيۋاتاتتى. ئۇلار بەزىدە تەكلىپ قىلىنغۇچىلارغا قاراپمۇ قويمايتتى، يا ئۇلارنىڭ قايسى تەرىپى تەلەپكە لايىق ئەمەسلىكىنى دېمەيتتى، پەقەت تومتاقلا تېخنىكا قابىلىيىتى يوق ياكى «Google سالاپىتى»

يوق دەپلا يولغا سالاتتى.

ئاخرى، 2001-يىلى 3-ئاينىڭ 23-كۈنى جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىندا، لارى بىلەن سېرگېي كۆپچىلىككە يېڭى خىزمەتداشتىن ئىككىنى تونۇشتۇردى: خەلقئارا ئېلان تەھلىلچىسى دېرك ئاگۈلار ۋە Google مۇدىرىيىتى يىغىنىنىڭ رەئىسى ئېرىك شىمىت. يىغىندا، ئېرىك پەقەت Novell شىركىتى (تور سىستېمىسى تەمىنلەش سودىگىرى) نىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارلىق ۋەزىپىسىدىن ئىستېپا بەرسىلا، شۇ ھامان Google نىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارىغا ئايلىنىدىغانلىقىنى جاكارلىدى. ئەينى چاغدا كۆڭلۈمدە ئىنتايىن خۇشال بولغان ئىدىم، ئېرىكنى چۈشەنگەنلىكىمدىن، ئۇ بىزنى باشلاپ ئىزدەش ساھەسىدىكى يېتەكچىگە ئايلىنىدىغانلىقىمىزنى بىلگەنلىكىمدىن بولماستىن بەلكى ئۇزۇن مۇددەت كۈتۈشنىڭ ئاخرى ئاياغلىشىدىغانلىقىدىن ئىدى. بىز ئۈمىدنىڭ نۇرىنى كۆردۇق، پاي چېكى ئاخرى پۇلغا ئايلىنىدىغان بولدى. [30]

Google نىڭ «شىركەتلەشكەن» بىر باش ئىجرائىيە ئەمەلدارىنى تەكلىپ قىلغانلىقىنى كۆرگەندىن كېيىن، قەلبىم ئۈمىدكە تولدى.

ئېرىك ئىلگىرى Novell، Sunrise غا ئوخشاش رىقابەت كۈچى بار چوڭ شىركەتتە ئىشلەپ باققان، ئۇ بازارچىلىقنىڭ مۇھىم ئەھمىيىتىنى چوقۇم چۈشىنىدۇ، بەلكىم، ئۇ ماركا قۇرۇلۇشىنى بازار ئۇلۇشىگە ئېرىشىشنىڭ مۇھىم بىر قورالى دەپ قارىشى مۇمكىن. بەلكىم، ئۇ بىر خىل يېڭىلىق يارىتىدىغان پۈتۈنلەي يېڭىچە ئۇسۇلدا Google نىڭ ھېكايىسىنى پۈتۈن دۇنياغا سۆزلەپ بېرىشى مۇمكىن. بەلكىم، ئۇ سىندىنىڭ قول ئاستىدىكى ئاشۇ چۈشكۈن خىزمەتچىلەرنى ئىلھاملاندۇرۇپ، روھىنى ئۇرغۇتۇپ، مېنىڭ ئاشۇ كىشىنىڭ ئىچىنى ئاغرىتىدىغان بازارچىلىق خامچوتۇمنى كۆپەيتىشى، بىزدەك قوبۇلغا ئېرىشەلمەيدىغان بۆلۈمنى كۆچلۈك رىقابەت كۈچىگە ئىگە تەشكىلاتتا ئايلاندۇرۇۋېتىشى مۇمكىن. بەلكىم، ئۇ ئۇدۇمغا قايتۇرۇپ، بىزنىڭ قىياپىتىمىزنى يېڭىلۇۋېتىشى مۇمكىن. كىم بىلىدۇ؟ مەن بىلمەن. لارى بىلەن سېرگېي مەڭگۈ بۇنداق ئادەمنى تەكلىپ قىلمايدۇ.

ئېرىك ۋەزىپىگە ئولتۇرۇپ ئۇزۇن ئۆتمەي، كىچىك تېپتىكى ئۆچۈرىشىش ئورۇنلاشتۇردى، ئۇ ئەينى ۋاقىتتا سىندى بىلەن ماڭا: «مېنىڭچە سودا كۆرگەزمىسىگە قاتنىششىنىڭ ھاجىتى يوق.» دېدى. يېڭى ئەمەلدار ۋەزىپىگە ئولتۇرغاندىن كېيىن، ئازراق پۇل خەجلەش تېخنىۋى تەسلىشىدىكەن دەپ ئويلىدىم. ئېرىكنىڭ بازارچىلىق تەرەپتىكى كۆز قارىشى بىلەن شىركىتىمىزنىڭ قۇرغۇچىلىرىنىڭ پىكرى بىر قېلىپتىن چىققانىدەكلا، ھەتتا ئۇنىڭدىنمۇ ئىنچىكە ھېسابات قىلاتتى.

ئېرىك مۇنداق دېدى: «سودا كۆرگەزمىسىگە قاتنىششىنىڭ ئۆزى پۇل كۆيدۈرۈش، پۇل خەجلەپ ئامبار ئىجارە ئېلىشىڭ كېرەك، ئىچىدە كۆرگەزمە سۈپىسى ۋە ئۈسكۈنىلەر لىق تولىدۇ، يەنە پۇل خەجلەپ ئاپتوموبىل ئىجارە ئېلىپ بۇ نەرسىلەرنى نەمۇ نە چېپىپ يۈرىيدىغان گەپ. بىز بۇنداق ئىش قىلساق بولمايدۇ. »

ئۇ داۋاملاشتۇرۇپ يەنە مۇنداق دېدى: «بىز ئاممىۋى تاراتقۇدا بازارچىلىقنى قانات يايدۇرۇشقا پۇل خەجلىمەيمىز، تېلېۋىزىيە تەشۋىقات فىلمى ياكى چوڭ تېپتىكى ژۇرنال ئېلانى ئىشلىمەيمىز. سەن سېتىۋالماقچى بولغان ھەر قانداق نەرسىنىڭ تىزىملىكىگە چوقۇم ئۆزەم قول قويىمەن. »

مەن ئىچىگىرەك سۈرۈلۈپ ئولتۇردۇم، ئۇنىڭ گېپىدىن ناھايىتى ھەيران قالدىم، ئۇ تارمىقمىزنى بەك كۆپ پۇلنى ئىسراپ قىلىۋەتتىڭلار دەۋاتاتتى، ئىنتىزامسىزلىقنى كۆچەيتىشمىزنى تىلغا ئېلىۋاتاتتى، بىز ئەزەلدىن

[30] ئېلان تىجارىتى باشقۇرغۇچىسى بارت ۋويتوۋىز (Bart Woytowicz) ھەر قېتىم جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنىدا، پاي چېكىمىزنى بازارغا سېلىشىمىزغا قانچىلىك قالدى دەپ سورايتتى. ئۇ 2003-يىلى پەرىشتىلەر بايرىمىلىق ئولتۇرۇشتا پەقەت بىر چىلەكنىلا كىيىپتۇ، بۇنىڭ مەنىسى Google نىڭ تېخىچە پاي چېكىنى بازارغا سالمىغانلىقى بولۇپ، ئۇنىڭ كەمبەغەللىكتىن كىيىدىغانغا كىيىمىمۇ قالماپتۇ.

بىر قېتىمىۇ سودا كۆرگەزمىسى ئۆتكۈزۈپ باقمىغان. بىزنىڭ بىر سۈپىمىز بار—ئايلاندۇرغلى بولىدىغان، ئاددىي ئۆزىراپ قىسقارايدىغان قۇرۇلمىسى بار، سېھرلىك چاپلاق ئارقىلىق رەسىمنى ئۇنىڭ ئىچىدىكى تۇرۇبىغا مۇقىملاشتۇرىمىز. توردا ئېلان سېتىۋالغاندىن باشقا، بىز ئاممىۋى تاراتقۇدا بىر قېتىمىۇ ئېلان بېرىپ باقمىغان. ئېنىقكى ئېرىك بازارچىلىق بۆلۈمىمىز ھەققىدە ھېچنېمىنى بىلمەيدۇ، ۋەزىپىگە ئولتۇرۇپلا بۆرە چىشلىق كالتەكنى ئويىنىتىپ، بىزگە بىر پوپوزا قىلىپ قويماقچى. مەن سەل داڭقېتىپ قالدىم، لېكىن ئانچە تاسادىپىي ھېس قىلىپ كەتمىدىم. ئېرىك باش ئىجرائىيە ئەمەلدارىمىز بولۇش سۈپىتى بىلەن، چىقىمىزنى تىزگىنلىمەكچى، يېڭى كوزىنىڭ سۈيى سوغۇق دېگەندەك يېڭى ئەمەلدار ھوقۇقتا ئولتۇرغاچقا بۇلار يوللۇق ئىدى. لارى بىلەن سېرگېي چوقۇم ئۇنىڭغا دېمىدى، بازارچىلىق بۆلۈمىمىز بىلەن ئۇ ئىلگىرى ئىشلىگەن باشقا شىركەتنىڭ بازارچىلىق بۆلۈمى ئانچە ئوخشىمايتتى. ئۇلار ئۇنىڭغا دېگەن تەقدىردىمۇ، ئۇ ئىشەنمەسلىكى مۇمكىن.

بىز ئېرىككە باش لىڭشىتىپ ھەئە دەپ، گەپ قىستۇرۇشتا تېگىشلىك جايدا بىر قانچە ئېغىز گەپ قىستۇردۇق. بىزنىڭ كۆڭلىمىزدىكىنى دېمەسلىكىمىزدىن، ئۇ بەلكىم ئازراق بىر نەرسىلەرنى ئاڭلىيالمغان بولۇشى مۇمكىن. بىز ئۇنىڭغا ئەڭ كۆپ پۇل خەجلىگەن جاينىڭ Google مايكىسى بۇيرۇتۇش ئىكەنلىكىنى ئېيتقىنىمىزدا، ئۇنىڭ چىرايىدا مەمنۇنىيەت كۆلكىسى پەيدا بولدى.

«بۇ ناھايىتى ياخشى بوپتۇ، داۋاملاشتۇرۇشتا ئەرزىيدىكەن، ئەگەر بەزى كىشىلەر مەھسۇلاتىمىزنى ئىنتايىن ياقتۇرسا، ماركىمىزنىڭ ئىسمىنى كىيمىگە باستۇرۇۋالماقچى بولسا، بىز ئەلۋەتتە قوللايمىز. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى شىركەتنىڭ تۇغى بېسىلغان مايكىنى كىيىۋالسا، كەيپىياتنى جانلاندۇرۇشقىمۇ يارىدىمى كۆپ. » ئۇ ناھايىتى تېزلا 7 خانىلىق سېتىۋېلىش تىزىملىكىگە ئىمزاسىنى قويۇپ، رەخت سېتىۋېلىپ مايكا ئىشلەشكە قوشۇلدى.

سىندى بىلەن مەن بىردەك ھالدا، ئېرىك خىزمىتىمىز بىلەن تېزرەك تونۇشۇپ چىقسا دېگەن قاراشتا كەلدۇق. مەن بىر پارچە ئەسلەتمە يېزىپ، ماركا تەدبىرىمىز شۇنداقلا يېتەكچى پىرىنسىپىمىزنى تىزىپ چىقتىم:

ئاممىۋى مۇناسىۋەت ۋە ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئالقىشى ئېلاندىنمۇ ئۇنۇملۇك؛

ھەقلىق ئېلان ماركىمىزغا پايدىسىز، «بايقالغان خۇشاللىق» قا دىققەتنى مەركەزلەشتۈرىمىز؛[31]

ئاممىۋى بازارچىلىققا سېلىشتۇرغاندا، نۆۋەتتە بار ئىشلەتكۈچى ئىزدەش مىقدارىنى ئاشۇرسا بىزنىڭ ئىلگىرىلەش سۈرئىتىمىز تېخمۇ تېزلىشىدۇ؛ ھەممە كېڭەيتىش پائالىيەتلىرىمىزنىڭ ئۇنۇمىنى ئۆلچىگىلى بولىدىغان بولۇشى كېرەك؛

مەھسۇلاتتا تەسرلىشىش ئەڭ ئالدىنقى قاتاردىكى ماركا تۇيغۇسىنىڭ يولى، چوقۇم داۋاملاشتۇرۇش كېرەك؛

ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى ۋە ئىشلەتكۈچىلەرنى قوللاش خىزمىتىنى مەركەزلەشتۈرۈپ ياخشىلاش ئارقىلىق كونا ئىشلەتكۈچىلەرنى ساقلاپ قېلىش كېرەك.

[31] ئەگەر ئىشلەتكۈچىلەر ئاخبارات خەۋەرلىرى ياكى دوستلىرىنىڭ ئاغزىدىن Google نى بىلگەن بولسا، ئۇلارنىڭ تېخمۇ چوڭقۇر بىر خىل ئالاقىنى ھېس قىلىدىغانلىقىغا ئىشىنىمەن، شۇڭلاشقا ئۇلار ئۆزى Google نى «بايقىغان» دەك ھېس قىلىدۇ. ھەقلىق ئېلاندا بۇ خىل تۇيغۇنىڭ خاسلىقى يوقايدۇ، چۈنكى روشەنكى «بۇ مەھسۇلات» بىرلا ۋاقىتتا نۇرغۇن كىشىلەرگە سېتىلىدۇ. ئىلگىرى تىلغا ئالغان ئىزدەش مۇتەخەسسىسى داننى سۇللۇۋان 2000-يىلى 7-ئايدا بۇ خىل ئەھۋالنى چۈشەندۈرگەن: «كىشىلەرگە ئىزدەش موتورى ھەققىدە سۆزلىگەندە، مەن Google نى تىلغا ئالدىم، بەزى كۆرۈرمەنلەرنىڭ ئىنكاسى ناھايىتى ئالاھىدە، ئۇلار باشلىرىنى لىڭشىتىپ كۆلۈمسىرىدى، خۇددى سىز قېچىپ كەتكىلى بولىدىغان مەخپىي چىغىر يولدىن بىرنى بايقىدىڭىز ئەمما باشقىلار تېخى بىلمەيدىغان ئاشۇ خىل تۇيغۇغا ئوخشاش. ھەر قېتىم مەن Google نى تىلغا ئالغاندا، بارغانسېرى كۆپ ئادەمنىڭ مۇشۇنداق بېشىنى لىڭشىتىپ كۆلۈمسىرەۋاتقانلىقىنى كۆردۈم، چۈنكى ئۇلار Google نى بايقىغانلىقىدىن خۇشاللىق ھېس قىلىدۇ. »

مەن ئەسلەتمىنى ئېرىككە يوللاش بىلەن بىللە يەنە، لارى بىلەن سېرگېيغىمۇ كۆچۈرۈپ يوللىدىم، ئۇلار ھېچقانداق ئىنكاس قايتۇرمىدى.

مېنىڭچە بۇ ناھايىتى ياخشى بىر سىگنال. بازارچىلىقنى قانداق قىلىشتىن ئىبارەت بۇ ئىشتا، ئېرىكتىن ھېچقانداق يوليورۇق كەلمىدى. ئېنىقكى، ئۇ بىزنىڭ قىلۋاتقان ئىشىمىزنىڭ تۇغرىلىقىنى ھېس قىلدى. ياكى تېخىمۇ چوڭ ئېھتىماللىق، بىز ئىشنى بۇزۇپ قويغان تەقدىردىمۇ، شىركەتكە نىسبەتەن ئانچە چوڭ تەسىرى يوقلۇقىنى بايقىدى. ياكى ئۇ بىزنىڭ تۇنجى ۋەزىپىمىزگە دىققەت قىلۋاتقان بولۇشى مۇمكىن: كۆپرەك ئايال خىزمەتچى تەكلىپ قىلىش.

ئادەم بايلىقى بۆلۈمىنىڭ ئالىي دەرىجىلىك باشقۇرغۇچىسى ستاسى سۇللىۋاننىڭ ماڭا دېيىشچە: «لارى بىلەن سېرگېي تەتقىق قىلىپ باققان بولۇپ، ئۇلارنىڭ قارىشچە ئىناق بولغان ئەرلەر ۋە ئاياللار ماسلاشتۇرۇلسا تېخىمۇ ساغلام خىزمەت مۇھىتى ياراتقىلى بولىدىكەن. ھازىر بىزدە ئايال خىزمەتچىلەر ئانچە كۆپ ئەمەس، كۆپرەك قوبۇل قىلساق ئۇلارنىڭ كوللېكتىپلىق تۇيغۇسىنىڭ كۈچىيىشىگە پايدىسى بار. »

ئەرلەرنى ئاساس قىلىدىغان تېخنىكا شىركەتلىرى بەزىدە قېرىنداشلار ئۈيۇشمىسىغا ئوخشاپ قالىدۇ، بۇ ھەقىقەتەن توغرا. شىركەت قۇرغۇچىلىرىنىڭ كۆپرەك ئايال خىزمەتچىلەرنى تەكلىپ قىلىشنى ئويلىشى، ئايال خىزمەتچىلەرنىڭ ئۆزىنى تېخىمۇ ياخشى ھېس قىلىشى ئۈچۈن دەپ ئويلايمەن، ئەزەلدىن گۇمانلىنىپ باقمىدىم. شۇنداقتىمۇ، مەن بەزىدە يەنە «تېخىمۇ ساغلام خىزمەت مۇھىتى» دىن ئىبارەت بۇ ئارزۇ ئۇلارنىڭ ئۆزلىرىنىڭ چوڭقۇر قاتلاملىق ئېھتىياجىنى چىقىش قىلغانمۇ ياكى ئۇلار پىروگراممىا كودلىرىنىڭ سىرتىدىكى تۇرمۇشنى ئويلاۋاتامدۇ دەپ ئويلاپ قالمەن. ئۇلار ئىلگىرى «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» دە بىر ئېلان بەرگەن، ئۇ ئېلاندا ئوقۇرمەنلەرگە كاپالەت بېرىپ: «دۇنيانىڭ بەزى جايلىرىدا، سۆيگۈنىڭ تىلى Java[32] ئەمەس.» Google ئۇندىق جاي ئەمەس. كۆپرەك ئايال خىزمەتچىلەرنى تەكلىپ قىلىش شىركەتنىڭ كەيپىياتىنى تەڭشەپلا قالماي يەنە خىزمەتچىلەرنىڭ شەخسىي ئىشلىرىنى ھەل قىلىشقا يارىدەم بېرىدۇ. لارى بىلەن سېرگېينىڭ ئاساسەن ئىشخانىسىدا تۇرىدىغانلىقىنى كۆزدە تۇتقاندا، ئۇلار بىلەن شىركەت خىزمەتچىلىرى ئۇچراشسا ھېچكىم غەلىتە ھېس قىلمايدۇ. ئەگەر ئۇلار ھەقىقەتەن ناھايىتى ئەقىللىق دەپ قارايدىغان قىزلارغا ئۇچراشسا، بىراق ئۇلارنى Google غا تەكلىپ قىلىپ يۈز تۇرانە سۆزلەشمىسە، ئاندىن غەلىتە دېسە بولىدۇ.

نېمە دېيىشتىن قەتئىينەزەر، ئومۇمەن Google ھەقىقەتەن جىنس تەڭپۇڭلۇقىغا ئىنتايىن دىققەت قىلىدۇ.

سېرگېي بىر ئايال زىيارەتچىنىڭ ئايرىلىدىغان ۋاقتىتا ئۆلچەملىك چوڭ رازمېردىكى ئەرلەر مايكىسىنى كىيىپ، مەندىن مۇنداق سورىدى: «نېمە ئۈچۈن بىزنىڭ ئايالچە مايكىمىز يوق؟» «مەن تۇنجى قېتىم ئۇنىڭ بۇندىق چېچىلغانلىقىنى كۆرۈشۈم. ئىلگىرى بىر قېتىم، فرانسىيەدىن كەلگەن بىر ئايال كىشى سېرگېينى ئەيىپلەپ، نېمە ئۈچۈن ئامېرىكىدىكى شىركەتلەرنىڭ ھەممىسىدە چوڭ رازمېرلىق مايكا، ئەمما فرانسىيە ئاياللىرى كىيىشكە بولىدىغان كىيىم يوق، ئۇ بۇ مەسىلىنى تەلتۆكۈس ھەل قىلىدىغانلىقىمىزنى ئېيتىپتۇ. مەن چىرايلىق ئايالچە مايكا بۇيرۇتتۇم—ئەسلىدە ئۇنچە كۆپ كەتمەيدۇ دەپ ئويلىغان ئەمما بىز ھەممىنى تارقىتىپ بولدۇق. شىركىتىمىزدىكى ئايال خىزمەتچىلەرنىڭ سانىنىڭ چەكلىك ئىكەنلىكىنى ئويلىشىپ، ئىزچىل بۇ مايكىلارنىڭ نېمە ئۈچۈن بۇنچە ئالقىشقا ئېرىشىدىغانلىقىنى بىلمەيتتىم، نەۋرە سىڭلىم ماڭا رەھمەت ئېيتقاندىن كېيىنلا ئاندىن سەۋەبىنى بىلدىم، ئۇنىڭ دېيىشچە: «بۇ كىيىم ئىنتايىن ئوچۇقكەن، مەقسەتلىك مۇشۇنداق لايىھەلەنگەنغۇ، -ھە؟»

[32] كومپيۈتېردا پىروگراممىا تۈزۈشتە كۆپ ئىشلىتىلىدىغان بىر خىل تىل. —تەرجىماندىن

قولدىن كەتكەن باشقۇرۇش

ئېرىك شىركەتكە كەلگەن بىر قانچە ھەپتىدە، بىز دائىم دوقۇرۇشۇپ تۇردۇق. ئۇ چوڭ زالدا مېڭىپ يۈرۈشنى ياخشى كۆرىدىغاندەك قىلاتتى، چىرايىدا گاڭگىراش ئىپادىسى، ئۆزىنىڭ مۇشۇنداق بىر شىركەتكە كىرىپ قالغانلىقىغا ئىشەنمەيۋاتقاندەك، ھەممىلا يەردە چوڭ توپ، لاۋا چىراغ، كىرىسلودا ئۇخلاۋاتقان قاسىاق بېسىپ كەتكەن ھايۋاناتلار—بەزىدە خىزمەتچىلەر ئەرمەك ھايۋانلىرىنى بىللە ئېلىپ كېلىپ، يېنىغا قويۇپ بىللە ئىشلەيدۇ.

مەن ئېرىك شىمىتقا يولۇققان ۋاقتىمدا، دائىم ئۇنىڭغا بىرەرسى ھەمراھ بولاتتى. بىر قېتىم ئۇ ئامېرىكا دېموكراتلار پارتىيەسىنىڭ رەئىسى خوۋارد دېن بىلەن بىللە ئىدى، يەنە نۇرغۇن قېتىم ئۇ ئال گور بىلەن بىللە ئىدى. ئال گور قارىماققا ناھايىتى بىكارەك قىلاتتى، نەدىلا بولمىسۇن ئۇنىڭ بىلەن دوقۇرۇشۇپ تۇراتتىم.

يىغىن ئارىلىقىدىكى دەم ئېلىشتا تازىلىق ئۆيىگە بارىدىم، بەستلىك ئال گور ياندا كىچىك تەرەت قىلۋاتاتتى، مەن ئۇنىڭ بىلەن سالاملىشىپ: «چۈشتىن كېيىنلىكىڭىز خەيرلىك بولسۇن، مۇئاۋىن ئەلباش ئەپەندى.» دېدىم ئاشۇ قېتىملىق كەچمىش كۆڭلۈمدىكى سابىق مۇئاۋىن ئەلباشىدىن ھېيىقش تۇيغۇسىنى ئاللىقاياقلارغىدۇ ئېلىپ كەتتى.

بىر قېتىم، ئېرىك بىلەن ئال گور ئىشخانامنىڭ سىرتىدا ئال گورنىڭ مۇستەقىل تېلېۋىزىيە تورى قۇرۇش ئويى بارلىقىنى دېيىشۋېتىپتىكەن، مەن ئېھتىياتچانلىق بىلەن بېرىپ پۇتۇمدا ئىشكنى يېپىپ قويدۇم. مېنىڭ ئۆزەمنىڭ قىلىدىغان خىزمىتىم بار.

مەن ئېرىكنى ئانچە چۈشىنىپ كەتمەيمەن. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك ئۇنىڭ نېمە قىلۋاتقانلىقىنى بىلمەيدۇ، چۈنكى ھەممە قارارنى ئىلگىرىكىدەكلا لارى بىلەن سېرگېي چىقىرىدۇ. مال سېتىۋېلىش ھەققىدىكى ئاشۇ بەلگىلىمىدىن سىرت، بىز ۋاقتىنچە ئانچە كۆپ يولىيورۇق ئاڭلىمىدۇق، بەلكىم 2001-يىلى 8-ئايغا كەلگەندە ئاندىن ئۇ رەسمىي باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى ۋەزىپىسىگە ئولتۇرغانلىقتىن بولسا كېرەك.

ئېرىك قارار چىقىرىش جەريانىنىڭ ئوچۇق بولۇشىنى كۈچەيتتى، ئاشكارا يىغىندا مەسىلىنى مۇنازىرە قىلىشتا چاڭ تۇردى، بۇنداق بولغاندا كۆپچىلىك قارارنىڭ قانداق چىقىرىلىدىغانلىقىنى كۆرەلەيدۇ، گەرچە بىز ھەمىشە قارارنىڭ نەتىجىسىگە قايىل بولۇپ كەتمىگەن تەقدىردىمۇ.

2005-يىلى 11-ئايدا، ئېرىك مۇخبىر فرېك ۋوگېلستېنغا چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى: «ئورتاق قاراشقا ئىگە مەدەنىيەتنى بەرپا قىلىشقا ئەھمىيەت بېرىشتە، ئىشنىڭ ئېپى ھەر بىر كىشى قارار چىقىرىشقا قاتنىشىش، ھەر بىر كىشىنىڭ پىكرىنى ئاڭلاشقا كاپالەتلىك قىلىش. » ئېرىك ۋەزىپىگە ئولتۇرۇشتىن ئىلگىرى، Google شىركىتى بۇنداق ئەمەس ئىدى. مەن ئېرىكنىڭ تىرىشچانلىقىغا ئىنتايىن رەھمەت ئېيتىمەن، ئۇ قارار چىقىرىش جەريانىنى يورۇتتى، بىراق بۇ جەريانىنى بىز ھەرگىز كۆرەلمەيمىز. بۇ خىل ئاشكارىلىقنى قوللاش مەنىدە ئۇنىڭغا نىسبەتەن دوستانىلىق پەيدا قىلدى.

ئېرىك باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى سۈپىتىدە ئۆزىنىڭ ئىدىيەسىنى يولغا قويۇشتىن بىر ئاي ئىلگىرى، Google دا ھوقۇقنىڭ مەركەزلىششى چوققىغا يەتكەن ئىدى—شۇنىڭ بىلەن بىللە يەنە تۆۋەن نۇقتا. لارى 7-ئايدا قۇرۇلۇش قوشۇنىنى قايتا تەشكىللەشنى قارار قىلغان بولۇپ، ئەمەلىيلىشىش جەريانى ئانچە ئوڭۇشلۇق بولمىدى. ئىگىلىك تىكلىگۈچىلىرىمىز باشقۇرۇش قاتلىمىنى زور كۆلەمدە قىسقارتىشقا باشلىدى، خۇددى چىقىمنى تېجىگەنگە ئوخشاش.

لارری یېڭىدىن تەۋسىيە قىلغان مەھسۇلات باشقۇرغۇچىسىغا بەك ئىشىنىدۇ، ئاربىسىدا سالار، سۈسان شۇنداقلا 2001-يىلى 4-ئايدا ئۆستۈرۈلگەن ئىككى خىزمەتچى جون پىستېللو ۋە پېئارل رېناكېر بار[33]. ئۇلارنىڭ ھەممىسى بىۋاستە لارىرغا دوكلات قىلىدۇ. ئەمما ئۇدا بىر قانچە ئاي قۇرۇلۇش تۈرلىرى بىلەن ئالدىراش ئۆتكەن 6 نەپەر تۈر باشقۇرغۇچىدىن لارری ئانچە رازى ئەمەس ئىدى. تۈر باشقۇرغۇچى ۋاقىت سىجىللىغىنى ئورۇنلاشتۇرۇش، ھەر خىل مەنبەلەرنى تەقسىملەش، ئىنژېنېرنىڭ تۈرنى ۋاقتى قەرەلىدە تاماملىشىنى سۈيلەشكە مەسئۇل. ئۇلار قىلغان خىزمەتلىرىنى باھالاشنى يولغا قويغان بولۇپ، ماڭا ئوخشاش پىلاندىكى سۈرئەتنى ئارقىغا سۈرۈشنى تەلەپ قىلىدىغان ھەر خىل ئىلتىماسلارنىڭ ئالدىنى ئېلىشى كېرەك. شۇنىڭ بىلەن بىللە، ئۇلار يەنە ئىنژېنېرلار بىلەن باشقۇرغۇچىلار ئاربىسىدىكى توقۇنۇشنى ئازايتىش رايونى يېكى سىستېما ئىنژېنېرى بېن سىمىس بايان قىلغانغا ئوخشاش، «ئۆزىنىڭ خىزمەتچىلىرى ئۈچۈن يۇقىرىنىڭ قالايمىقان مۇداخىلىلىرىنى توسۇپ تۇرىدۇ». Google غا ئوخشاش بۇنداق شىركەتتە، شىركەت قۇرغۇچىسى بىلەن ئىنژېنېرلار ئاربىسدا قىسلىپ قالسا نەتىجىسى چوقۇم ياخشى بولمايدۇ.

مەن ئاشۇ تۈر باشقۇرغۇچىلىرىنى ئىنتايىن ياخشى كۆرىمەن. تېخىمۇ مۇھىم بولغىنى، مەن ئۇلارغا ئېھتىياجلىق. تېخنىكىلىق مەنبە ئىشلىتىشكە ئېھتىياجلىق ھەر قانداق بىر ۋەزىپىگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، مەن ئۇلاردىن ياردەم تەلەپ قىلىمەن، مەسىلەن تەمىنلەش سودىگەرلىرىنى باھالاش ياكى تاسماق ئېلانىنىڭ ئۇنۇمىنى ئىز قوغلاشقا ئوخشاش. تۈر باشقۇرغۇچى ئىنژېنېرنى بىز بىلەن بىللە ئىشلەشكە ئورۇنلاشتۇرىدۇ، ئىنژېنېرلارنىڭ ناھايىتى يۇقىرى بولغان خىزمەت بېسىمى بار، ئادەتتە ھەممىسى دېگۈدەك بازارچىلىق ۋەزىپىسىگە ئانچە كۆڭۈل بۆلۈپ كەتمەيدۇ.

2000-يىلى يىل ئاخىرى، ۋاينى روسىڭ، ئۇرس خوئېلزىلنىڭ ئورنىنى ئېلىپ، Google قۇرۇلۇش تارمىقىنىڭ مۇئاۋىن باش لىدېرى بولدى، ئۇرس تۇنجى «Google ئەگەشكۈچىلىرى» بولۇش سۈپىتىدە، شىركەت تېز تەرەققي قىلىش داۋامىدا كۆرۈلگەن زور كۆلەملىك تىجارەت مەسىلىسى (مەسىلەن باش ئاپپارات تىزگىنلەش مەركىزىنىڭ ئېنېرگىيە سەرپىياتى ۋە ئۇنۇم مەسىلىسى) نى ھەل قىلىدۇ. ۋاينى قارىماققا پىشقەدەمدەك كۆرۈندۇ، قىياپىتى بىر ئاز گومۇشتەك، بەزىدە ئۇمۇ قىياپىتىنى ئۆزگەرتىدۇ، ئالماس ھالقا تاقاپ ياكى چېچىنى ئوچۇق قىزىلغا بوياپ دېگەندەك. ئۇنىڭ نەچچە ئون يىللىق قۇرۇلۇش بۆلۈمىنى باشقۇرۇش تەجرىبىسى بار، ئۇنىڭ ئىچىدە ئۆزى قۇرغان Sunrise شىركىتىنىڭ تەجرىبخانىسىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. ۋاينى Google دىكى ئىنژېنېرلارنىڭ ئاساسەن ھەممىسى دېگۈدەك ئۆز بېشىمچىلىق قىلدىغانلىقىنى بايقىدى، بەزىدە ئۇلار لارری بىلەن سېرگېيىنىڭ تەلىپى بويىچە خىزمەتلەرنى ئورۇنلاشتۇرىدۇ، بەزىدە پۈتۈنلەي نەزەردىن ساقىت قىلىدۇ، چۈنكى لارری بىلەن سېرگېيىمۇ دائىم ئۆزگىرىپ تۇرىدۇ.

ئەپقاچتى گەپلەر ئۇزۇن ئۆتمەي ئېغىزدىن ئېغىزغا تېز تارقىلىپ، كۆپچىلىك شىركەتنىڭ تەشكىلي قۇرۇلمىسىدا چوڭ ئۆزگىرىش يۈز بېرىدىغانلىقى ھەققىدە تۇشمۇ-تۇشتىن گەپ تارقاتتى، خىزمەتچىلەر پاراكەندىچىلىك سېلىشقا باشلىدى، كۆپچىلىك جىددىي كەيپىياتتا بوش ئاۋازدا خادىم قىسقارتىش شۇنداقلا خادىم قىسقارتىشنىڭ تېخى بوۋاق ھالەتتە تۇرۇۋاتقان شىركەتكە نىسبەتەن نېمىدىن دېرەك بېرىدىغانلىقىنى مۇنازىرە قىلاتتى. مۇشۇنداق بولغان تەقدىردىمۇ، ۋاينى 2001-يىلى 7-ئايدا قۇرۇلۇش بۆلۈمىدىكى ھەممە خىزمەتچىلەرگە يېغىن ئېچىپ، قايتا تەشكىللەشنى جاكارلىغاندا، زور كۆپچىلىك ئىنژېنېرلار يەنىلا ئىنتايىن ھەيران قالدى. تۈر باشقۇرغۇچىلىرىمۇ ھەيران قالدى، ئۇلار كۆپچىلىكنىڭ ئالدىدىلا ئۆزىنىڭ خىزمەت ۋەزىپە ئورنىنىڭ بۇندىن كېيىن مەۋجۇت بولمايدىغانلىقىنى بىلدى.

قايتا تەشكىللەش جاكارلانغاندىن كېيىن، يېغىنغا قاتناشقان ئىنژېنېرلارنىڭ ئاغرىنىش سادالىرىنى ئاڭلىغلى بولاتتى. ئۇلار ئادەتتە تۈر باشقۇرغۇچىلىرىنى ئىنتايىن ھۆرمەتلەيتتى، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ باشقۇرغۇچىلارنىڭ ئىنژېنېرلارنىڭ خىزمىتىگە ياردىمى ناھايىتى كۆپ ئىكەنلىكىنى ھېس قىلاتتى. ئۇلار ھەر

[33] جون Alta Vista دىن كەلگەن، پېئارل Booz Allen Hamilton مەسلىھەتچىلىك شىركىتىدىن كەلگەن.

قانداق خىزمەتچىنى ئاشكارا خىزمەتتىن بوشتىشقا قارشى تۇردى.

ئىشنى تىنجىتىش ئۈچۈن، لارى ئوتتۇرىغا چىقىپ، قۇرۇلۇش باشقۇرۇش سىستېمىسىدىكى بارلىق رازى بولمايۋاتقان ئىشلارنى بىر-بىرلەپ تىزىپ چىقتى، تۇنجى بولۇپ ئوتتۇرىغا قويغىنى ئۇنىڭ قارىشىچە تۇر باشقۇرغۇچىلار تېخنىكا بىلمەيدىكەن، شۇڭا كەسپىنى چۈشىنىدىغان ئىنژېنېرلارنى نازارەت قىلىپ يېتەكچىلىك قىلىشى مۇۋاپىق ئەمەس ئىكەن. بۇ دەتالاش تۇر باشقۇرغۇچىلىرىنىڭ غەزىپىنى كەلتۈردى، بەزىلەر بۇنى ئۆزىنىڭ كىشىلىك قەدىر-قىممىتىگە بولغان ھوجۇمدەك ھېس قىلدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە لارى ئىلگىرى ئەزەلدىن ئۇلار بىلەن بىللە بۇ مەسىلە ھەققىدە ئايرىم سۆزلىشىپ باقمىغان.

كېيىن بىر تۇر باشقۇرغۇچىنىڭ ماڭا ئېيتىشىچە: «ئادەمنىڭ بەك ئاچچىغىنى كەلتۈردى! مەن ئۆزەمنى خورلانغاندەك ھېس قىلدىم. بولۇپمۇ لارى پۈتكۈل شىركەتتىكىلەرنىڭ ئالدىدا بىزنى ئارتۇقچە دېيىشى، شۇنداقلا بىزنى قانداق ياقتۇرمايدىغانلىقىنى ئېيتىشى. ئۇنىڭ دېگەن سۆزى نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ كۆڭلىنى رەنجىتتى. »

ئاغرىنىش سادالىرى بارغانسېرى ئەۋج ئېلىپ كەتتى. ئىنژېنېر رون دولىننىڭ دېيىشىچە: «مەن ئەينى چاغدا لارىغا ۋارقىرىدىم، چۈنكى ئۇنىڭ تۇر باشقۇرغۇچىلىرىنىڭ خىزمەتنى ياخشى ئىشلىمىگەنلىكىنى دېيىشىنى ئويلاپ باقماپتىكەنمەن. ئۇنداقتا خىزمەت نەتىجىسىنى باھالاشنى قانداق ئېلىپ بارىدۇق! بۇ كىشىلەرنى قىسقارتىۋېتىش ئىنتايىن بىمەنىلىك، ئۇنىڭ بۇنداق قىلغىنى ئېنىقلا قارىسىغا ئىش قىلغانلىق.»

ئادەم كۆچى بايلىقى بۆلۈمىدىكى ستاسى سۇللىۋان ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «مەن تۇر باشقۇرغۇچىلىرىنىڭ قىممىتى زور ئىكەنلىكى ھەققىدە ئۇلارنى قايىل قىلىشقا ئۇرۇنۇپ باقتىم. باشقۇرۇش ئۇسۇلى ئارقىلىق، تەشكىلىي ئاساسىي مۇقامنى بېكىتكىلى بولاتتى. بىراق ئېرىك، «ئۇلار سىناپ باقسۇن» دېدى. ۋاينمۇ «ئۇلار سىناپ باقسۇن، بۇ ئۇلارنىڭ ئۆزىنىڭ شىركىتى» دېدى. بۇ ئىش مېنى ئىنتايىن بىسەرەمجان قىلدى. بىز—مەن، ئومىد، ئۇرس—نېمە دېگەننىڭمۇ پايدىسى يوق دېدۇق. بىراق ئاخىرىغا بېرىپ، لارى بىلەن سېرگېي تەجرىبە-ساۋاق ئۆگەندى. »

لارى بارلىق ئىنژېنېرلارنىڭ ۋاينغا بۇاستە خىزمەت دوكلات قىلىشنى ئويلىغان ئىدى. گەرچە بۇ ئامالنىڭ چىقىش نۇقتىسى قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ تەشكىلىي قۇرۇلمىسىنى ئاددىيلاشتۇرۇش بولسىمۇ ئەمما بىز ھەممەيلەن ئۆزىمىزچە لارىنىڭ بۇنداق قىلىشى ئەسلىدە ئۇ ئورۇنلاشتۇرغان مۇھىملىق دەرىجىسى يۇقىرى ئىشقا يېتەرلىك كۆڭۈل بۆلمىگەنلىكتىن دەپ ئويلىدۇق.

Gmail نىڭ قۇرغۇچىسى پائۇل بۇچېت چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى: «بۇ بەلكىم لارى بىلەن سېرگېي دائىم بىرەر ئىشنى قىلىشنى ئويلىغانلىق سەۋەبىدىن بولۇپ، بىراق ئارىلىقتىكى باشقۇرۇش قاتلىمى ھەمىشە ئۇلارنىڭ گېپىنى ئاڭلىمىغان. » مەسىلەن، لارى كىتابلارنى سايىلاشنى ئويلىغان، سايىلاشنىڭ سانى غايەت زور بولۇپ، ئامېرىكا دۆلەت مەجلىسىنىڭ كۈتۈپخانىسىدىكى ھەممە كىتابلارنىمۇ سايىلاش كېرەك. بىراق، ھېچكىم بۇنداق چەكسىز ئاچكۆزلۈككە تولغان ئەسەبىيلەرچە تۇرگە قىزىقمايدۇ. ئىنژېنېرلار تۇر باشقۇرغۇچىلىرىنىڭ قوغدىشى ئاستىدا، ھەر قايسىسى ئۆزىنىڭ ئىشنى قىلدۇ، شۇڭا لارى بارغانسېرى ئۆزىنى يوقتىپ قويغانىدەك ھېس قىلغان.

خوۋارد گوبىئوق مۇنداق قارىغان: «بۇ ئىش شىركەت قۇرغۇچىلىرى بىلەن ئىنژېنېرلار ئارىسىدىكى ئاشۇ كىشىلەرگە چېتىلدۇ، شىركەت ئىنتايىن كىچىك ۋاقىتتا، قۇرغۇچىلار خىزمەتچىلەرنى بۇاستە تىزگىنلىيەلەيتتى، كۆلىمى چوڭايغاندىن كېيىن، ئۇلار يەنىلا ئۆزلىرى باشقۇرۇشنى ئويلايدۇ، ئۇنداق بولغاندا ئانچە ئاقىلانە ئەمەس. زور كۆپچىلىك ئىنژېنېرلار ئىنتايىن غەزەپلەندى، ئاساسلىق سەۋەبى كۆپچىلىك ئۆزلىرىنىڭ باشقۇرغۇچىلىرىنى ياقتۇرىدۇ. ئۇلار تېخنىكا بىلەن شۇغۇللانمىغانلىقتىن، بىزگە ئىنتايىن كەمتەرلىك بىلەن كەڭ

قورساقلىق قىلدۇ. »

ئۇرسچۇ، ئۇنىڭچە بۇلارنىڭ ھەممىسى ئۇنىڭ ئۆزىنىڭ خاتالىقى. ئۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «بۇنداق ئاقىۋەتنىڭ كېلىپ چىقىشىنىڭ سەۋەبى، مېنىڭ باشقۇرۇش جەھەتتە قىلچە تەجرىبەمنىڭ يوقلۇقى، بىراق لارى ئۆزۈن مۇددەت توقۇنۇش پەيدا قىلدىغانلىقىنى تونۇپ يەتكەنلىكتىن. » ئۇرس ئىلگىرى پىروگرامما تۈزۈشكە ئىنژېنېرلار بولسىلا يېتەرلىك دەپ قارىغان، شۇڭلاشقا ئۇلار تۇر باشقۇرغۇچى تەكلىپ قىلغاندا، قارايدىغىنى تەشكىللەش قابلىيىتى، تەكشۈرۈپ كۆزىتىدىغىنى باشقۇرۇش ماھارىتى بولۇپ تېخنىكا بىلىملىرى ئەمەس.

ئۇرس يەنە مۇنداق دېدى: «ئەمما مەن تۇر باشقۇرغۇچىلىرىنىڭ ھەمىشە ئۆزىنىڭ ھۆكۈمى بويىچە قارار چىقىرىدىغانلىقىنى ئويلىماپتىمەن. گەرچە ئۇلار ئۆزىنىڭ مەسئۇلىيىتىنى ئادا قىلىش ئۈچۈن، شۇنداق قىلماي ئامال بولمىسمۇ، لېكىن تېخنىكىلىق قارار چىقىرىشتا، ئۇلارنىڭ ئۆزىنىڭ تېخنىكا سەۋىيەسى ئانچە يۇقىرى بولمىغانلىقتىن، قارار چىقارغاندا مەسىلە بارلىقىدىن ساقلانغىلى بولمايدۇ. مۇشۇنىڭغا ئاساسلىنىپ، باشقۇرغۇچى تەكلىپ قىلىش تەدبىرىمىزنى ئۆزگەرتتۇق—ئەڭ مۇھىمى تېخنىكىلىق باشقۇرۇش قابلىيىتىنى تەكتىلدۇق.»

لارى ئۇرستىن خېلىلا بۇرۇن بۇ مەسىلىنى ھېس قىلغان ئەمما ئۇلارنىڭ ھەر ئىككىلىسى بۇنى قانداق قىلىپ چىرايلىقچە ھەل قىلىشنى بىلمەيتتى. ئەكسىچە، لارى پەقەت بىر خىل ئاددىي قوپال ئۇسۇلدا مەسىلىنى بىر تەرەپ قىلغان ئىدى. سىستېما پالەچ ھالغا چۈشۈپ قالسا، ئۇنداقتا ئۇ سىستېمىنى قايتا قۇزغىتىدۇ.

بىر قانچە يىلدىن كېيىن، پائۇل بۇچېت ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «مەن Google خىزمەتچىلىرىنى ئەينى ۋاقىتتا ئۇنداق ئاچچىقلىنار دەپ ئويلىماپتىكەنمەن—ھېچ بولمىغاندا قۇرۇلۇش بۆلۈمىدىكى ئىشداشلىرىم شۇنداق، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسىدە شىركەتكە نىسبەتەن بىر خىل خوجايىنلىق تۇيغۇسى بار بولۇپ، بۇنى بەختلىك چوڭ ئائىلىدەك ھېس قىلىدۇ. توساتتىن، بىر قىسىم دوستلىرى تېپىپ چىقىرىۋېتىلدى. شۇڭا كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى، ‹مەن ئەزەلدىن بۇنداق بولۇشىنى ئويلاپ باقماپتىكەنمەن. مەن ھەممىمىز ئىزچىل بىللە تۇرىمىز دەپ ھېس قىلغان ئىكەنمەن، كىم بىلسۇن ئۇلارنى ھازىر قوغلايدىغان بولدى›. »

قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ باشقۇرغۇچىسى قول ئاستىدىكى بىر قانچە يۈز ئادەمنى بۇاستە باشقۇرىدۇ، بۇ زور كۆپچىلىك شىركەتتە ئىنتايىن بىمەنە ئۇقۇم ھېسابلىنىدۇ، ئەمما ۋاينې Google دىكى ئىنژېنېرلارنىڭ ھەممىسى ئۆزىنى باشقۇرالايدۇ دەپ قارىغاچقا، ئۇنىڭ بىلەن ئىنژېنېرلار ئارىسىدىكى باشقۇرۇش قاتلىمىنى چىقىرىپ تاشلىغان. ئۇ ئىنژېنېرلارنى ئۈچ گۇرۇپپىغا بۆلۈپ، ھەر بىر گۇرۇپپىغا تېخنىكا گۇرۇپپا باشلىقىدىن بىرنى سايلاپ، گۇرۇپپا باشلىقىمۇ ئىنژېنېر، باشقۇرغۇچىلىق قىلىدىغان ئادەم ئەمەس.

مۇھىمى ھەر بىر گۇرۇپپىدا لارى يېڭىدىن تەشكىللىگەن مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمى تەيىنلىگەن باشقۇرغۇچىدىن يەنە بىرسى بار، مەھسۇلات باشقۇرۇش سىستېمىسىنى ئېلىپ كىرىشنىڭ ھەقىقىي مەقسىتى ناھايىتى ئېنىق، ئەسلىدىكى ئىنژېنېرلارنى قوغدايدىغان تۇر باشقۇرغۇچىلىرىنىڭ ئورنىنى لارى ئىشىنىدىغان ۋاكالەتچى ئالدى، بۇ ۋاكالەتچىلەر ئىنژېنېرلارنىڭ خىزمىتىنى نازارەت قىلىدۇ.

ئىزدەش سۈپىتىنىڭ مۇتەخەسسىسى بېن گومېس ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئادەمنى توغرا ئىشلىتەلىسىلا، تېخنىكىلىق باشقۇرغۇچى نۇرغۇن ئىشلارنى قىلالايدۇ. باشقا ھەر قانداق ئورۇنغا قويغاندىمۇ، ئۇچ تۆت يۈز ئادەم بىر ئادەمگە خىزمەت دوكلات قىلىش، ئىنتايىن ئەخمىقانىلىق. ئەمما بىر مەزگىل ئىچىدە، بۇ خىل ئۇسۇل ناھايىتى ئۇنۇملۇك. كېيىن بىر مەزگىللەرگە بارغاندا، كارغا كەلمەيدۇ. »

ئاشۇ بىر قىسىم تۇر باشقۇرغۇچىلارنىڭ ھەممىسى ئاخىرى قۇرۇق جازىغا ئايلاندۇرۇپ قويۇلدى. زور كۆپچىلىك ئادەملەرنى ئۇرس تىجارەتنى يۈرۈشتۈرۈش ئاسراش ساھەسگە قوبۇل قىلدى ئەمما شىركەتنىڭ قايتا

تەشكللىنىشى ئېلىپ كەلگەن تەشۋىشلىنىش كەيپىياتى تېزلا تاراپ كەتمىدى..

ئىشلار ئاياغلاشقاندىن كېيىن، 130 نەپەر ئىنژېنېرنىڭ ھەممىسى ۋاينىغا خىزمەتنى دوكلات قىلىدىغان بولدى. بىيۇروكرات ئورگانلار يوق بولدى، دەرىجە تۈزۈمى يوقالدى، چوڭقۇر قاتلامدىكى نەتىجە باھالاشمۇ مەۋجۇتلۇقنى يوقاتتى. ئىنژېنېرلار مۇستەقىل گەۋدە سۈپىتىدە خىزمەت قىلىدىغان بولدى، پەقەت ئۆزىنىڭ گۈرۈپپىسىدىكى باشقا ئەزالار بىلەنلا ئالاقە قىلىدۇ، مەھسۇلات باشقۇرغۇچى پۈتكۈل قوشۇننى باشقۇرىدىغان بولدى. ئۇلار بىلەن لارىنىڭ بۇاستە ئالاقىسى ئاساسلىقى مەھسۇلاتنى تەكشۈرۈش ھالقىسىدا كۆرۈلىدىغان بولدى. ۋاينى ھەر ھەپتە يىغىن ئاچاتتى، قەرەللىك ھالدا كىچىك ئىشخاندا ئۇياقتىن-بۇياقتا ماڭاتتى، ۋاقىت چىقىرىپ ئىنژېنېرلار بىلەن ئايرىم كۆرۈشەتتى، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئىنژېنېرلارمۇ مۇناسىۋەتلىك مەسىلىلەرنى ئۇنىڭغا ئىنكاس قىلاتتى.

ئىنژېنېرلارغا نىسبەتەن، بۇ ياخشى ئىشمۇ يامان ئىشمۇ، بۇنىڭغا ھۆكۈم قىلىشتا سىنىڭ كىمدىن سوراپغانلىقىڭغا قاراش كېرەك. گەرچە باشقۇرغۇچى ئىنژېنېرلارغا توسالغۇ بولمىدى دېسەكمۇ، ئىشنى قالايمىقانلاشتۇرۇۋەتتى، ئەمما نېمىنىڭ مۇھىم، نېمىنىڭ جىددىي، نېمە ھەم مۇھىم ھەم جىددىي ئىكەنلىكى ھەققىدە ئېنىق بولغان خىزمەت ئورۇنلاشتۇرۇلۇشمۇ يوق. نەتىجىدە ھەر قايسى قوشۇنلار ئارىسىدا بىر تەرەپتە مەنبە تالاشسا، يەنە بىر تەرەپتە ئوشۇقچىلىقنى تازىلايتتى. ئۆزىنىڭ قىلۋاتقان ئىشنى شۇنداقلا ئۆزىنىڭ قانداقراق قىلغانلىقنى بەزى ئىنژېنېرلار كۆپرەك ئىنكاس قىلىشنى ئويلىسىمۇ، باشقا ئىنژېنېرلار ئۆسۈش پۇرستىنى ئىزدەۋاتقان.

قايتا تەشكىللەشنىڭ ھەقىقي مەنىسى چوقۇملا دەرھال كۆرۈلمەيدۇ، چۈنكى بىز ئۆزىمىزنىڭ دۇنياسىنى قايتا قۇرۇپ چىققاندىن كېيىن ئۆزۈن ئۆتمەي، سىرتتىكى دۇنيا توساتتىن گۈمۈرۈلۈپ چۈشتى.

ئون ئالتىنچى باب
نيۇيورك هاياتمۇ؟

2001-يىلى 9-ئاينىڭ 11-كۈنى، مەن ماشىنا ھەيدەپ ئىشقا ماڭغاچ، كۆڭلۈمدە رىقابەتچىمىز Ask Jeeves شىركىتى ھەققىدە ئويلاپ ماڭدىم. تۇنۈگۈن يېرىم كېچىدە، لارى كۆپچىلىككە «ۋال كوچىسى گېزىتى» دىكى بىر پارچە ماقالىنى كۆچۈرۈپ يوللاپتۇ، ماقالىدە Ask Jeeves نىڭ ئىستىقبالى بار يېڭى بىر ئىزدەش موتورى Teoma نى سېتىۋالغانلىقىنى دەپتۇ، بۇ خەۋەر مېنى دەككە-دۈككىگە سېلىپ قويدى. گەرچە Jeeves نىڭ ئىزدەش تېخنىكىسىنى Google نىڭكى بىلەن سېلىشتۇرغىلى بولمىسىمۇ، ئەمما ئۇنىڭ ماركا تەسىرى خېلى كۈچلۈك ئىدى. ئەگەر ئۇلار ھەقىقەتەن ئىزدەش تېخنىكىسىنى ياخشىلىسا، ئۇنداقتا بۇ ساھەدىكى كۈچلۈك رىقابەتچىگە ئايلىناتتى.

بۇ چاغدا مەن رادىيودىن نيۇيوركتا ئايروپىلان بىناغا سوقۇلۇش ۋەقەسى يۈز بەرگەنلىكىنى ئاڭلىدىم. مەن ئەينى ۋاقىتتا، بەلكىم ئۇ كىچىك تېپتىكى سەيلە-ساياھەت ئايروپىلانى ئۇچۇش جەريانىدا ئاسمان پەلەك بىناغا بەك يېقىن ئۇچقانلىقتىن بولسا كېرەك دەپ ئويلاپتىمەن. رادىيودا ئۇلاپلا يەنە بىر ئايروپىلاننى تىلغا ئېلىۋاتاتتى، بۇ ئايروپىلان دۇنيا سودا بىناسىغا سوقۇلۇپتۇ، رېئاكتىپ ئايروپىلان بولۇپ، ئۇستىدە لىق يولۇچى ئولتۇرغان ئىكەن. دۇنيا سودا مەركىزىگە ئوت كېتىپتۇ، كىشىلەر دەرىزىدىن سىرتقا سەكرەپتۇ، باشقا ئايروپىلانلارنىڭ ھەممىسى يوقاپ كېتىپتۇ. ھېچكىم نېمە ئىش بولغانلىقىنى بىلمەيدىكەن.

مەن ئىشخانىغا كەلگەن ۋاقتىمدا، سېرىق رەڭلىك ئىشخانىدىكى تېلېۋىزور ئوچۇق بولۇپ، بىر قانچە ئىنژېنېر ئۇ يەردە ئولتۇرۇپ، ھەممىسى قاققان قوزۇقتەك قېتىپ قالغان ئىدى، ئالدىدىكى شىرەدە تېخى قوشۇق تەگمىگەن بىر قانچە قاچا ئارپا ئومچى تۇراتتى. مەن شىرەنىڭ يېنىغا كېلىپ ئولتۇرۇپ، ئۇلار بىلەن بىللە 30 مىنۇت تېلېۋىزور كۆرۈپتىمەن. كۆڭلۈمدە: «تەڭرىم! ئاھ تەڭرىم! بۇنىڭدىن باشقا، كاللام قۇپ-قۇرۇق ئىدى. كۆز ئالدىمدىكى مەنزىرىنى كۆرۈپ، ئۆزەمنىڭ نېمە ئىش قىلىپ بېرەلەيدىغانلىقىمنى ئويلىيالمىدىم. بۇ ئاپەت ئامېرىكىنىڭ يەنە بىر چېتىدە يۈز بەرگەن بولۇپ—3000 ئىنگلىز مېلى يىراقلىقتا ئىدى. مەن ئۆزۈم تۇرۇۋاتقان قۇدرەتلىك دۇنياۋى ئۇچۇر مۇلازىمەت شىركىتى—Google نىڭ ئازراق بولسىمۇ يارىدەم قىلالايدىغانلىقىنى قەتئىي ئويلىيالماپتىمەن.

سېرگېي كىرىپ كەلدى. ئۇ قوشۇمسىنى تۇرۇپ، كەيپىياتىدىن ھاياجانلانغانلىقى كۆرۈنۈپ تۇراتتى. ئەمما مېڭىسى سەگەك ئىدى.

ئۇمۇ بىر نەرسە قىلىشنى ئويلاپتۇ ئەمما مەندەك بۇنداق ئىلاجسىز ئەمەس—بىز يارىدەم قولىمىزنى سۇنالمايمىز دەپ قارىمايدۇ. ئۇ بايىلا تور خەۋەر مۇلازىمىتىنىڭ تورى ئۈزۈلۈپ كەتكەنلىكىنى بايقاپتۇ. ھادىسىنىڭ ئەھۋالىنى بىلىشكە ئالدىرىغان كىشىلەر تۇشمۇ-تۇشتىن تورغا چىقىپ خەۋەر كۆرۈپ، مۇلازىمېتىرنى قىستاڭ قىلىۋېتىپتۇ. سېرگېي بىزگە كۆرسەتمە بېرىپ، كۆپچىلىك بىرلىكتە ھەرىكەتلىنىپ، مەيلى قانداق ئۇچۇر مەنبەسى بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، زىيارەت قىلغىلى بولسىلا، دەرھال خەۋەرنىڭ HTML ھۆججىتىنى چۈشۈرۈڭلار دېدى. تېكىست مەزمۇنىمۇ لازىم، رەسىمۇ لازىم. ئۇ بۇنىڭدىن ئىلگىرى تور باشقۇرغۇچى كارۇن ۋە كرائىگقا خەۋەر قىلغان بولۇپ، كرائىگ قولدا تورتۇرانى ئۆزگەرتىشكە يارىدەم قىلالايدىغان ئىنژېنېرلارنىڭ ئېچىدىكى بىرى ئىدى. مەيلى قانداق تور بەت بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، تاپقىلى بولسىلا، بىز ھەممىسىنى ئېلىپ

كېلەيلى، ئاندىن ئۇلارنى Google.com غا قويۇپ قويايلى. زور كۆلەمدىكى تور ئېقىم مىقدارىنى بىر تەرەپ قىلىش تەرەپتە، Google نىڭ ئىقتىدارى «نيۇيورك ۋاقىت گېزىتى» يېڭى سىملىق خەۋەرلەر تورى (CNN) نىڭ تورتۇراسىدىن تېخىمۇ كۆچلۈك.

بىز باشقىلارنىڭ مەزمۇنىنى ئىشلىتىش ھوقۇقىمىز بار يوقلۇقى ھەققىدە بىرمۇ ئادەم سوئال سورىمىدى. ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ ئۇلانمىسىنى بىزنىڭ غەمخورلۇقىمىز دەپ بېتىگە ئۇلاپ قويىدى، بۇ بىزنىڭ ماركىمىز، بۇرچىمىز يېڭى بىز ئىزدەش موتورى بولۇش سۈپىتىمىز بىلەن ماس كېلىدىغان كەلمەيدىغانلىقى ھەققىدە كۆپچىلىك مۇنازىرە قىلىشمىدى. ھېچكىم ئۇ ئۇلانمىلارنىڭ باش بېتىمىزنىڭ گۈزەللىكىگە تەسىر يەتكۈزىدىغانلىقى بىلەن كارى بولمىدى. كىشىلەرگە جىددىي ئۇچۇرغا ئېھتىياجلىق، بىراق ھېچىيەردىن ئېرىشەلمەيدۇ، ئەمما بىز ئۇلارغا يارەدەم بېرەلەيمىز. ئېنىقكى، بىزنىڭ باش تارتىپ بولالمايدىغان مەسئۇلىيىتىمىز بار.

مەن شۇنىڭدىن كېيىن سېرگېينىڭ Google نى ناھايىتى زور سالماقتا ئۆزىنىڭ راۋاجى دەپ قارايدىغانلىقىنى ھېس قىلدىم، بۇ كەسىپ ئەنئەنىسىنىڭ چەكلىمىسىگە ئۇچرىمايدىغان ئادەتتىكى كارخانا. ئۇنىڭ بىلەن لارى بۇ شىركەتنى قۇردى، ئۇلار نېمە دېسە شۇ ھېساب. خۇددى ئامېرىكىنىڭ 20-ئەسىردىكى تاراتقۇ پادىشاھى ۋىللىيام راندولف خارىست ۋە پۈلتزېر مۇكاپاتىنىڭ قۇرغۇچىسى جوسېف پۈلتزېر ئۆزىنىڭ خاسلىقىنى ئۇلار قۇرغان گېزىتكە تاڭغانغا ئوخشاش، لارى بىلەن سېرگېي Google ئۇچۇن يازغىنى بىر قۇر بىر قۇردىن يازغان پىروگراممىا كودىلا ئەمەس. لېكىن، ئىككىسىنىڭ ئوخشىمايدىغان يېرى، Google قۇرغۇچىلىرى ئۇلارنىڭ غايىەت زور «تاراتقۇ» كۆچىدىن پايدىلىنىپ ئىپادىلەۋاتقىنى ئۆزىنىڭ كۆز قارىشىلا ئەمەس بەلكى ھەر خىل ھەر تۈرلۈك كۆز قاراشلار.

مەن ئىش ئۈستىلىمگە قايتىپ، قوبۇللاش ساندۇقۇمنى كۆردۈم. چاد لېستېر (Chad Lester) بىر پارچە خەت يوللاپتۇ، ماۋزۇسى: «نيۇيورك ھاياتمۇ؟»

مەن كۆڭلۈمدە يوشۇرۇن ۋارقىراپ: «تەڭرىم » شۇنداق ئەمەسمۇ، Google نىڭ نيۇيورك مانخاتتان مەركىزى رايوندا بىر ئىشخانىسى بار ئەمەسمۇ، ئېرىك شىمىت چۈشتىن بۇرۇن ئۇ يەرگە بېرىشنى پىلانلىغان، نيۇيورك تەرەپنىڭ جاۋابدا كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ساق-سالامەت ئىكەن. بىرىنچى ئايروپىلان سوقۇلغان ۋاقىتتا، ئۇلار ئىمپېرىيە ساريىنىڭ يېقىن ئەتراپىدىكى ئىشخانىدىن چېكىنىپتۇ. ئۇلار ئىنتايىن قورقۇپ كېتىپتۇ، ئۆزىنىڭ ئائىلىسىدىكىلىرى ۋە دوستلىرى ئۈچۈن ئەنسىرەپتۇ.

مېڭەم ئاخىرى ھوشىغا كەلدى، سېرگېينىڭ قىلماقچى بولغان ئىشى توغرىسىدا ئويلىنىشقا باشلىدىم. شۇنى تونۇپ يەتتىمكى، نوپۇزلۇق خەۋەر مەزمۇنلىرىنى تورتۇرايمىزغا ئېلىپ كېلىش، خالىغانچە چۈشۈرگەن پارچە-پۈرات مەزمۇنلارنى بىر يەرگە توپلاپ قويغاندىن ئۇنۇمى تېخىمۇ ياخشى. مەن «نيۇيورك ۋاقىت گېزىتى» نىڭ توردىكى كەسپىگە مەسئۇل كىشى مارتىن نىسېنخولتىز بىلەن ئالاقىلىشىپ، ئۇنىڭدىن ئۇلار چىقارغان توربەت مەزمۇنىنى Google چىقارسا ئۇلار خالايدىغان خالىمايدىغانلىقىنى سورىدىم. مارتىن بىزنىڭ تەكلىپىمىزگە رەھمەت ئېيتتى، ئەمما ئۇلارنىڭ تور باشقۇرغۇچىسى بىلەن مەسلىھەتلەشكەندىن كېيىن، بىر ئېغىز گەپ بىلەن رەت قىلدى. ئۇلارنىڭ قارىشىچە ئۆزىنىڭ مۇلازىمېتىرى ئەينى ۋاقىتتىكى بېسىمغا بەرداشلىق بېرەلەيدىكەن.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، كارۇن «ۋاشىنگتون پوچتا گېزىتى» ۋە سىملىق خەۋەرلەر توربەتكى ماقالىنى تىزىپ، Google نىڭ google.com/currentevents تىكى بىر بەتكە قويۇپتۇ. بىز باش بەتكە ئەسكەرتىشتىن بىرنى يېزىشىمىز كېرەك، شۇڭا مەن ئالدىراپلا بىر ئابزاس خەت يېزىپ ئۇنىڭغا تاپشۇرۇپ بەردىم. بۇ بىر ئابزاس خەت مۇنداق يېزىلغان: «ئەگەر سىز خەۋەر ئىزدەۋاتقان بولسىڭىز، تېلېۋىزور ياكى رادىيودىن ئەڭ يېڭى ئۇچۇرغا ئېرىشىڭ. ئېھتىياج ناھايىتى كۆپ بولغانلىقتىن، توردىكى نۇرغۇن خەۋەر تورتۇرالىرىنى ئاچقىلى

بولمىدى. تۆۋەندىكىسى خەۋەر تورتۇرالرىنىڭ ئۇلانمىسى، بۇنىڭ ئىچىدە بۇگۈن ئەتىگەنكى خەۋەرلەرنىڭ غەملەنگەن تېز ساقلىمسى بار. »

ئۆزەمنىڭ يازغان بۇ خەتلىرىگە نسبەتەن، مەن ئۇنىڭدىكى مەنالارنى ئانچە چوڭقۇر ئويلىنىپ كەتمىدىم، لېكىن شۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە ئايدا، ئۇلار قاتتىق تەنقىد ۋە دەھشەت كۈلكىگە قالدى، چۈنكى بۇ مۇنداقچە ئېيتقاندا، دۆلەتنىڭ بېشىغا بالا كېلىۋاتقاندا، «يېڭى تاراتقۇ» يەنىلا كونا تاراتقۇنىڭ ئورنىنى ئالالمايتتى. بۇ مېنىڭ ئەسلى كۆڭلۈمدىكى گەپ بولمىسىمۇ ئەمما بىزنىڭ توربەتنىڭ ئىندېكسى ھەقىقەتەن شۇئان خەۋەرلەر ئەمەسلىكىنى بىلەتتىم. Google تورتۇراسىدا خەۋەر ئىزدىگەنده، ئەڭ يېڭى ئۇچۇرلارغا ئېرىشكىلى بولمايتتى، بىز ئىشلەتكۈچىلەرگە تەمىنلىيەلەيدىغان ئەڭ ياخشى مۇلازىمەت قېتىپ قالمىغان خەۋەر تورتۇرالرىغا ئۇلاپ بېرىش، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئۇلارنىڭ خەۋەرلىرىنى زاپاسلاش. مېنىڭ قارىشىمچە، مۇشۇ ۋاقىتتىكى ئەھۋالغا نسبەتەن، نيۇيوركتىن كەلگەن بۇاستە تارقىتىلغان تېلېۋىزىيە پىروگراممىلىرى ئۇچۇرى ئەڭ مول خەۋەر كۆزنىكى.

بىراق، ئاساسىي تاراتقۇلار يەنىلا Google نىڭ ئىقتىدارىغا ئەھمىيەت بېرىدۇ. ئۇ ئۇچۇر تارقىتىلىپ يېرىم سائەت ئۆتمەيلا، ئامېرىكا رادىيو شىركىتى (ABC) خەۋەر بۆلۈمى بىزدىن ئۇلارنىڭ تورتۇراسى ئۇچۇن بىر ئۇلانما قۇرۇشنى تەلەپ قىلدى. ئۇنىڭدىن كېيىن مىكروسوفت مەملىكەتلىك سىملىق رادىيو شىركىتى (MSNBC). بىز بۇ ئىككى تورتۇرانىنىڭ ھەمىسنى قوشۇپ قويدۇق، لېكىن بۇنداق بولغاندا HTML نىڭ خەت سانى چەكلىمىسىدىن ئېشىپ كەتتى، Google تورتۇراسىنىڭ باش بېتى شۇ سەۋەبتىن توسۇلۇپ قالدى. كارۇن بىلەن ماربسسا دەرھال تورتۇرانىڭ باش بېتىنى ئوڭشىدى. ئايروپىلاننىڭ بىناغا سوقۇلۇش ۋەقەسى كىشىلەرنى ھەيران قالدۇردى، ئۇششاق-چۈششەك ئۇچۇرلارنى ئىزدەپ ساقلايدىغان ئىش ئىنتايىن مۇرەككەپ، بىز غايەت زور بېسىمغا بەرداشلىق بېرىپ ئامالنىڭ بارىچە ئامبغا يارەدەم بەردۇق، مانا مۇشۇنداق قالايمىقانچىلىقتا بىر كۈن ئۆتتى.

بىز مۇناسىۋەتلىك ھالقىلىق سۆزنى ئېلان سستېمىمزغا قويۇپ، ئىشلەتكۈچىلەر «دۇنيا سودا مەركىزى» گە ئوخشاش تېمىلارنى ئىزدىگەن ۋاقىتتا، بىزنىڭ خەۋەر تور بېتىمزدىكى ئۇچۇرلارنىڭ كۆرۈنۈشىگە قولايلىق يارىتىۋق. قىزىل كىرىست جەمئىيىتىنىڭ تورتۇراسى زىيارەت مقدارىنىڭ زور بولۇشى سەۋەبىدىن قېتىپ قېلىشنىڭ ئالدىدا، بىز يامغۇر يېغىشنىڭ ئالدىدا كۈنلۈك ئېلىپ كەلگەندەك، ئۇلارنىڭ بېتىگە ئۇلىنىدىغان ئۇلانمىدىن بىرنىي تەييارلاپ، كۆپچىلىكنى ئاكتىپلىق بىلەن قاتناشقا ئىلھاملاندۇردۇق. ئىنۋېنېرلىرىمىز مەخسۇس Yahoo بىلەن ھەمكارلىشىش ئۇچۇن ئىجاد قىلغان مقدارى ئاشىدىغان ئىندېكسلاش يېڭى قورالىنى ئىشقا سېلىپ، بىر قېتىم مەخسۇس ئۇچۇر تۇتۇق، بۇنداق بولغاندا ئىشلەتكۈچىلەر ئىزدىگەنده خەۋەر تورتۇرالرىدىن كەلگەن ئەڭ يېڭى نەتىجىگە ئېرىشەلەيدۇ.

ناھايىتى تېزلا، ئاقكۆڭۈل ئىشلەتكۈچىلەر ئارقا-ئارقىدىن خەت يېزىپ، Google بىلەن بىرلىكتە باشقىلارغا يارەدەم بېرىشنى ئۈمىد قىلىدىغانلىقىنى بىلدۇردى. زور كۆپ قىسىم ئېلخەت بىزنىڭ مەخسۇس قۇرغان ۋاقىتلىق خەۋەر مۇندەرىجىمىز بىلەن مۇناسىۋەتلىك. بىز ھەر بىر قېتىم ئۇلانما تىزىمنى يېڭىلىغاندا، تېخىمۇ كۆپ كىشىلەر ئۇنىڭغا كىرىش ئۈچۇن ئىلتىماس قىلىدۇ. بىر تور باشقۇرغۇچىنىڭ بىر تورتۇراسى بولۇپ، كىشىلەر ئۇ جايدا ئۇچۇر تارقىتىپ، كۆپچىلىككە تونچ ئامانلىقىدىن خەۋەر بېرىدۇ. بىر سېھىرگەر بىزنىڭ ئۇنىڭ «توردىكى داۋالاش بىلىم ئامبىرى» غا بىر ئۇلانما تەمىنلىشىمزنى تەلەپ قىپتۇ. Salon.com تورتۇراسىدىكى بىر قەدىناس ئاغىنەممۇ بىزدىن بىر ئۇلانما قۇرۇپ بېرىشنى سوراپتۇ. بىر ئەنگلىيەلىك ئىشلەتكۈچى بىزگە تەكلىپ بېرىپ ئامېرىكىنىڭ سىرتىدىكى ئۇچۇر مەنبەلىرىنى كۆپەيتىش تەكلىپىنى بېرىپتۇ. مەن ئۇلارغا چۈشەندۈرۈپ، بىزنىڭ بۇرچىمىز «توردىكى خەۋەر مۇلازىمىتىنىڭ ئورنىنى ئېلىش بولماستىن بەلكى كىشىلەرگە يارەدەم قىلىپ ئۇلار باشقا يوللاردىن ئېرىشەلەيدىغان ئۇچۇرلارنى تېپىپ بېرىش». گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، ئۇلانمىنى ئېلىپ كىرىش تېز سۈرئەتتە كۆپىيۋاتاتتى، نيۇيورك، بەش بۇرجەكلىك بىنا ۋە پىنسىلۋانىيەنىڭ خەۋەرلىرى قوشۇلۇپ، ئۇچۇر كەلكۈنگە ئايلاندى.

مەن دۇنيـاۋى نەزەر قوشۇشـنى ئىنتـايىن قـوللايمەن، شۇڭلاشـقا Google خىزمەتچىلىرىـدىن قايسـى دۆلەتلەرنىڭ تورتۇرالىرىنى ئىشلىتىدىغانلىقىنى سورىدىم.

ئـۇلار ئوخشـاش بولمىغـان تىللاردىكـى ئۇچـۇر مەنبەلـىرى ھەققىـدە جـاۋاب قـايتۇردى، ئۇنـىڭ ئىچىـدە گېرمانچە، گوللاندىيەچە، شۋېتسىيەچە، نورۋېگىيەچە، دانىيەچە، رۇمىنىيەچە، پـولەكچە، ئىسپانچە، باسكىچە، ئۇكرائىنچە، ياپونچە ۋە رۇسچە بـار ئىـدى. مەن ھەمـمە مەزمۇنلارنى ئەستايىدىل كـۆرۈپ چىققـان بولسـاممۇ، ئەپسۇسـلىنارلىقى بىرنىمـۇ چۈشـىنەلمىدىم، شۇڭلاشـقا قايسـى تېمىلارنـىڭ ئاشـقۇنلۇقىنى قوللايـدىغان يـاكى قوللىمايـدىغانلىقى، ئۇنىڭـدىكى مەزمۇنـدا بىـر تەرەپلىـمە قاراشـنىڭ بـار يوقلـۇقىنى جەزملەشـتۈرەلمەيتتىم. تورتۇرانى كارۇنغا تاپشۇرۇپ ئېلان قىلىشتىن ئىلگىرى، ئـاز دېگەنـدە ئىككـى نەپەر Google خىزمەتچىسـىنىڭ شاللاپ چىقىشىنى ئويلىدىم. قۇرۇلۇش بۆلۈمى ئىزدەش كۇنىدىلىك خاتىرىسىدىكى ئەڭ ئالدىنقا تىزىلغـان خەۋەر تورتۇرالىرىنىڭ تىزىملىكىنى ماڭا ئەۋەتىپتۇ، بۇ دۇنيادىكى ھەر قايسى دۆلەت خەلقلىرىنىڭ مەنبە ئىزدەشـتىكى نىشـان كۆرسـەتكۇچى. ئەگەر مەن Google خىزمەتچىلىرىـدىن كۆرسـەتمىگە ئېرىشەلمىسـەم، ئۇنـداقتا مەن مۇشۇ تىزىملىك ئارقىلىق ھۆكۈم قىلىمەن.

ئـۇ كـۇنى ئەتىگەنـدىن كەچكـىچە، ھەر خـىل ئەھـۋاللار توختىمـاي ئۆزگىرىـپ تـۇردى، ئىشلەتكۇچىلەرنىڭ قايتۇرغـان ئىنكاسـىمۇ سـەلدەك كەلـدى. بەزى كىشـلەر بىزنـىڭ مـۇھىم ئۇچـۇرلار بـىلەن تەمىنلىگەنلىكىمىزنى ماختىسا، يەنە بەزى كىشلەر بىزنـىڭ ئۇلارغـا تېلېۋىزور كۆرۈشـنى تەۋسـىيە قىلغىنىمـىزدىن نـارازى بولـدى. بىـر قىسىم كىشلەر بىزنى ئىچىدە مەسخىرە قىلىپ، خەۋەر تەمىنلەش بىزنـىڭ دائىرىمىزدىكى ئىش ئەمەس دەيـدۇ. بىر قىسىم كىشلەر ئاگاھلاندۇرۇپ، ئۇلارنـىڭ تـور تـۇرايىمىزنى زىيـارەت قىلىشى پـاكىز رەتلىـك بولغانلىقىـدىن بولغانلىقىنى، ئەگەر بىز باش بەتنى پاكىز تازىلىمساق، ئاشۇ ئۇلانمىلارنى چىقىرىۋەتمىسەك، ئۇلار Google نى قايتا ئىشلەتمەيدىغانلىقىنى دەپتۇ.

مەن بۇ بىر قىسىم كىشـلەرنىڭ تـار نـۇقتىئىنەزەرىگە ھەيـران قالـدىم. ھـازىر ئالاھـدە ئىش يـۇز بەردى، بىزمۇ ئالاھىدە تەدبىر قوللىنىشىمىز لازىم، ئەجەبا بۇ بىر قىسـىم كىشـلەر چۈشـەنمەمدىغاندۇ؟ بىـر ئېغىـز لىللا گەپ قىلغانـدا، ئەگەر سـېرگېي چـىن دىلـدىن ئاممىغـا ئۇچـۇر تەمىنلەشـنى ئويلىمىغـان بولسـا، مەن بەلكـم شىركەت ئوبرازىمىزنى بۇنداق بۇزۇشقا قىيالمىغان بولاتتىم. بىز بىر كارخانا، مەھسۇلات تەمىنلەيدىغان قـانۇنىي ئاساسىي گەۋدە، مەقسىتىمىز پايدا تېپىش، شۇنداقتىمۇ مۇشۇ سائەت مۇشۇ جايدا، مۇنداقچە ئېيتقاندا بىز بىـر مەيـــدان ســـۇدا تۇنجۇقـــۇش ھادىسىســـىگە دۇچ كېلـــىپ، بەختســـىزلىككە ئۇچرىغـــانلارنى ســـۇئىئي نەپەسـلەندۇرۇۋاتقىنىمىزغا ئوخشىتىشقا بولىـدۇ. ئەجبـا بـاش بەتنـىڭ رەتلـىك بولۇشـغا كاپالەتلـىك قىلـىش ئۇچۇن، ئاممىنىڭ تەشۋىشلىنىشىگە قول قوشتۇرۇپ تۇرساق بولارمۇ؟

يەنە بەزى كىشـلەر بىزنـى يېتەرلـىك قىلمىغانـدەك ھـىس قىپتـۇ. گېرمانىيەلـىك بىـر ئىشـلەتكۇچى بىزنـىڭ تۇغىمىزنى قارا رەڭگە ئۆزگەرتىش تەكلىپىنى بېرىپتۇ،

كارخانا تەرەققىيات بۆلۈمىدىكى ستېۋېنىڭ قارىشىچە، بىزنىڭ ئىنكاسىمىزدا «خاسلاشتۇرۇش» كەمكەن— بىز باش بەتتە «چوڭقۇر تەزىيە بىلدۇرىمىز» دېگەن خەتنى چىقىرىشىمىز كېرەك ئىكەن. سىندى بـىلەن مەن ھەر ئىككىلىمىز بـۇ ئىككـى پىكىرنـى قوللىمايمـايمىز. ھەر خـىل خەۋەرلەر توختىمـاي چىقىۋاتقانـدا، بىـز بـۇنچە تېـزلا سەكرەپ چىقىپ كارخانا تەزىيە بىلدۇرۇش ئۇچۇرىنى تارقاتساق، ئانچە ياخشى بولمايدۇ، ساختا مۇھەببەتتەك تۇيۇلىدۇ؟ مـاس كەلمەيـدۇ؟ يـاكى ھەتتـا بىـز دۆلەتنـىڭ بېشىغا ئـاپەت كەلگەنـدە پـۇل تېپىۋاتقانـدەك تۇيغـۇ بېرەمـدۇ قانـداق؟ ئـۇ كۇنـدىكى ھېسسـىياتىمىز ئىنتـايىن غەلـىتە، مەن كېيىنكـى كـۇنلەردە پۇشـايمەن قىلـىپ قالماسلىق ئۈچۈن قـاراملىق بـىلەن ئالـدىراپلا قـارار چىقىرىشـنى خالمـايمەن، لېكىن كىشـنى بـزار قىلـدىغان پۇرسەتپەرەسـلىك ئەتراپىمـىزدا پەيـدا بولۇشـقا باشـلىغانلىقىنى كـۆردۇم. بىـر تـاراتقۇ ئـورگىنى بـىزدىن خەۋەر ئۇلىنىشىنى تىزىملىكىنىڭ ئالدىغىراق تىزىپ بېرىشىمىزنى تەلەپ قىلدى ئۇنىڭ ئۇستىگە تاراتقۇ ئـورگىنى بـىزدىن

نېمە ئۇچۇن ئۇلارنىڭ رىقابەتچىسى تىزىملىكتە كۆرۈنگەنلىكىنى ئەمما ئۇلارنىڭ ئىسمى يوقلۇقىدىن گۇمانلانغانلىقىنى سورىدى. بۇ خىل باشقىلارنى چەتكە قاقىدىغان، پايدىلىق ئورۇنغا ئۆتۈشكە ئۇرۇنىدىغان ئىشلار قەدەمدە بىر يۈز بېرىپ تۇرىدۇ.

مەن ستېۋغا ئويۇمنى ئېيتتىم: تورتۇرا تۇغىنى قارايتىش ياكى باش بەتتە بىزنىڭ شەخسىي قايغۇلۇق ھېسسىياتىمىزنى ئىپادىلەپ، بۇ بىر مەيدان زور ئاپەتكە نىسبەتەن ئانچە دەبدەبىلىك كۆرۈنمەيدۇ، يارا تېخى ئەمدىلا يۇز بەردى، تېخى بىز قايغۇمىزنى ئىپادىلەيدىغان ۋاقىت كەلمىدى، مەن ئۇنداق قىلىشنىڭ ئۆزىگە تەمەننا قويۇش بولۇپ قالىدىغانلىقىنى ستېۋغا دېمىدىم، خۇددى Google : «قاراڭ، بىز نېمە دېگەن مۇھىم. پۈتۈن مەملىكەت خەلقى ئازاپتىن قايغۇرۇۋاتقان بۇ كۈنلەردە، بىز ئۆزىمىزنىڭ باش بېتىدە بايانات ئېلان قىلىشىمىز، بۇ بەك ئالاھىدە ئەمەسمۇ؟»

مەن دىلىغۇل بولۇپ تۇرغان ۋاقىتتا، سېرگېي ئىلگىرىكىگە ئوخشاشلا يارىدەم قولىنى سۇندى. ئۇ مۇنداق دېدى: «مېنىڭچە ئەتە تورتۇرادا تەزىيە ئۇچۇرىدىن بىرنى ئېلان قىلىپ، ئەھۋال سورايدىغانلىقىمىزنى ئىپادىلەيلى، يەنە ئۇلانمىدىن بىرنى قوشۇپ تېخىمۇ كۆپ ئۇچۇرلارغا ئۇلاپ قويايلى. » مانا مۇشۇنداق قىلايلى. مەن تەزىيە ئۇچۇرىنى دەسلەپكى نۇسخىسىنى يېزىپ، سېرگېيغا ئەۋەتتىم، شۇنىڭ بىلەن بىللە بۇ ۋاقىت نۇقتىسىنىڭ ئانچە مۇۋاپىق ئەمەسلىكىدىن ئەنسىرەۋاتقانلىقىمنى ئۇنىڭغا ئېيتتىم. ئۇ مېنىڭ ئەندىشەمنى يوق قىلدى، ئىككىنچى كۈنى ماڭا بىر ئۇلانما قوشۇپ، بىزنىڭ قايغۇمىز ۋە قوللاش ئۇچۇرىنى كۆرسىتىدىغان مەخسۇس بەتكە ئۇلىشىمنى ئېيتتى.

مەن ئۇ كۈنى كەچتە ئۆيگە قايتقان ۋاقتىمدا ئىنتايىن چارچاپ كەتكەنلىكىمدىن كەپىياتىم ناھايىتى تۆۋەن ئىدى. بىراق كۆڭلۈمدە ئازراق تەسەللى بار ئىدى، ئۆزەم ئىزچىل پايدىلىق ئىش قىلىۋاتىمەن، ئاپەت كەلگەندە ھېچ ئىش قىلماي چەتتە قاراپ تۇرمىدىم.

يېرىم كېچىدە ئېلخەتنى تەكشۈرۈپ تاپشۇرۇۋالغان ۋاقىتتا، كۆڭلۈمدە: «ئۇنداقتا، بۇ بىزنىڭ بۆھراننى بىر تەرەپ قىلىش ئۇسۇلىمىز. » دەپ ئويلىدىم. بىزدە ئومۇمىيۈزلۈك تەييار پىلان يوق ئەمما كۆپچىلىك ھەم ئالاقزادە بولۇپ كەتمىدى، ھەم قالايمىقانچىلىق يۈز بەرمىدى. بۇنداق بىر ئالاھىدە مۇھىتتا، كىشىلەر ھەممىسى ئۆزىگە يارىشا ئىشلەپ، تۇشمۇ-تۇشتىن قانداق قىلغاندا تېخىمۇ ياخشى، تېخىمۇ ياخشى قىلغىلى بولىدىغانلىقى ھەققىدە ئويلاندى، بىز قاتمۇ-قات قىيىنچىلىقلارنى يېڭىپ، ھەل قىلىش لايىھەسى لايىھەلەپ، سالماقلىق بىلەن تالاش-تارتىش قىلىنغان مەسىلىلەرنى مۇنازىرە قىلدۇق. باشقۇرغۇچى ئاخىرقى قارارنى چىقىرىش ئارقىلىق مۇنازىرىنى ئاخىرلاشتۇرۇپ، داۋاملىق ئالغا ئىلگىرىلىدۇق.

بىراق ئىككىنچى كۈنى ئەھۋال ئانچە ياخشى ئەمەس ئىدى. «ۋاشىنگتون پوچتا گېزىتى» بىزنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنى تېلېۋىزور كۆرۈشكە يېتەكلىشىمىزنى، Google نىڭ ئۆزى توساتتىن كۆپەيگەن تور ئېقىم مىقدارىنى بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارى يوق دەپ چۈشىنىپتۇ، ئىشلەتكۈچىلەر بىزدىن نېمە ئۈچۈن شۇنداق دەپ سورىدى.

تۇغ رەڭگىنى ئۆزگەرتىپ ئۆلگەنلەرگە تەزىيە بىلدۈرۈلمىدى، ھېچ بولمىغاندا باش بەتتە دۆلەت بايرىقىدىن بىرنى تىكلەپ مەملىكەتتىكى كىشىلەرنىڭ بىردەك ئىتتىپاقلاشقانلىقىنى بىلدۈرەرمىز! بىز ئىلگىرى ئانچە مۇھىم بولمىغان ئىش ئۈچۈن تۇغنىڭ رەڭگىنى ئۆزگەرتكەن، نېمە ئۈچۈن بۇ قېتىم ئەكسىچە ئۆزگەرتمەيمىز؟ مەن خاتىرە خاراكتېرىدە تۇغقا بولغان كۆز قارىشىمنى چۈشەندۈرۈپ بولدۇم ئەمما باش بەتتە دۆلەت بايرىقىنى چىقىرىش ئۈسۇلىغا قارىتا، مەن پىكرىمدە قېلىشنى لايىق تاپتىم. مېنىڭ قارىشىمچە، تۇردا يۇلتۇز يوللۇق بايراق ئېسىش گەرچە ئىشلەتكۈچىلەرنى رازى قىلسىمۇ ئەمما خاتا ئۈچۈر تارقىتىشى مۇمكىن. ۋەتەننىڭ ھۆجۇمغا ئۇچراۋاتقانلىقىنى كۆرۈپ تۇرۇپ، دەرت-ئەلەمنى باشتىن كەچۈرۈۋاتقاندەك ھېس قىلدىم، ئەمما مەن Google نىڭ پەقەت دۆلەتكە سادىق ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلاش ئۈچۈن، ئويلانمايلا دۆلەتپەرۋەرلىك

قىياپىتىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىشىنى ئۈمىد قىلمايمەن. 9-ئاينىڭ 11-كۈنىدىن ئىلگىرى، شۇنچە كۆپ ئادەم قوللىرىدا دۆلەت بايرىقىنى كۆتۈرۈپ ئەخلاقسىز جەھەتتىكى ئەڭزەللىكىنى نامايەن قىلغان ئىدى—گەرچە ئۇلارنىڭ بۇنداق قىلىشى ئۆزلىرىنىڭ مەنپەئەتىنى كۆزلەش بولغان تەقدىردىمۇ.

ئىككىنچى دۇنيا ئۇرۇشى مەزگىلىدە، ئاتام ئايروپىلاننى ھەيدەپ گېرمانىيە ۋە ئۇنىڭ ئىشخالىيىتىدىكى دۆلەتلەرگە ئۇچۇپ بېرىپ، ئىستراتېگىيەلىك ماددىي ئەشيالار ئىدارىسىنىڭ كېچىدە ئۇچۇش ۋەزىپىسىنى ئىجرا قىلغان ئىدى. ئۇ ماڭا مۇنداق تەلىم بېرەتتى، ۋەتەننى سۆيۈش شوئارىنى ھەممەيلەن توۋلىسىمۇ ئەمما ۋەتەن ئېھتىياجلىق بولغان ۋاقىتتا، سەن قانداق ئەمەلىي ئىش قىلىدىڭ، بۇ دەل ۋەتەنپەرۋەرلىكنى ئۆلچەيدىغان ھەقىقىي ئۆلچەم، مەن ئۇنىڭ تەلىمنى كۆڭلۈمگە چوڭقۇر پۈككەن. گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، ئەمما Google خىزمەتچىلىرىنىڭ زور كۆپ قىسمى ئامېرىكىلىق، بىز دۆلەتنى قوللايدىغانلىقىمىزنى بىلدۈرۈشنى ئويلايمىز—بىزنىڭ ئىشلەتكۈچىلىرىمىز، ھېچ بولمىغاندا ئامېرىكىدىكى ئىشلەتكۈچىلەر، بىزنىڭ مۇشۇنداق قىلىشىمىزنى ئۈمىد قىلىدۇ، بۇ خىل چاقىرىق ئىنتايىن كۈچلۈك. شۇنىڭ بىلەن مەن مۇڭاپىق بىر ئۇسۇل تېپىش ئۈستىدە ئويلاندىم.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، نيۇيوركتىكى سېتىش بۆلۈمنىڭ مەسئۇلى تىم ئارمستروڭ نيۇيورك مەركىزى شەھەر رايونىدىكى ئىشخانىنىڭ ئىككىنچى كۈنى ئىشلىتىشنى ئەسلىگە كەلتۈرۈش پىلانىنى كۆپچىلىككە ئۇقتۇردى. ئاشخانا قۇرۇغدىلىپ قالدى، ئۇلار يېمەكلىكلەرنى ساقچى ۋە ئوت ئۆچۈرۈش خادىملىرىغا بەردى، ئەمما ئۇلار ئامالنىڭ باربىچە نورمال تەرتىپنى ئەسلىگە كەلتۈرۈشنى ئۈمىد قىلاتتى.

سىرتنىڭ قالايمىقانلىقىدىن كۆڭلۈم جايىدا ئەمەس، قولۇم ئىشقا بارمايتتى. شۇنىڭ بىلەن مەن Google دىن ئىزدەشكە باشلىدىم، بۇ تېررورلۇق ھۇجۇملىرىنى كىملەر قىلغانلىقىنى، سەۋەبىنىڭ نېمە ئىكەنلىكىنى چۈشىنىشنى ئويلىدىم. 9-ئاينىڭ 11-كۈنىدىن ئىبارەت بۇ كۈننىڭ قانداق ئەھمىيىتى بار؟ مەن تاپالايدىغان ئۇچۇرلار ئانچە كۆپ ئەمەس ئىدى. 1978-يىلىدىكى «تۈرنېر كۈندىلىك خاتىرىسى» (Turner Diaries) ناملىق يېڭى ناتسىسىزملىق رومانىدا، ئىلگىرى 9-ئاينىڭ 11-كۈنى يۈز بەرگەن پارتلاش تىلغا ئېلىنغان. پەلەستىن بىلەن ئىسرائىلىيەنىڭ «پېرىنسىپال خىتاپنامىسى» 9-ئاينىڭ 13-كۈنى ئىمزالانغان. ئەمما بۇ ئىشلارنىڭ ھەممىسىنىڭ ھېچقانداق ئالاقىسى يوق.

Google نىڭ گۇرۇپپىلارغا بۆلۈنگەن مۇنبىرىدە 9-ئاينىڭ 4-كۈنى يوللانغان يازما دىققىتىمنى قوزغىدى. ئۆزىنى «Nostradamus ئالدىن بىلگۈچى» دەپ ئاتىۋالغان بىر ئىشلەتكۈچى مۇنداق دەپ يېزىپتۇ: «يەنە 7 كۈندىن كېيىن، مەن بۇ يازمىنى يېڭىلىشىم مۇمكىن. بۇ 7 كۈندە مەن تورغا چىقمايمەن، سىلەر بۇ مەزگىلدە مېنىڭ ئۇچۇرۇمنىمۇ كۆرەلمەيسىلەر. » 7 كۈندىن كېيىن دەل 9-ئاينىڭ 11-كۈنى ئىدى. شىركەتنىڭ ئادۇوكاتى كۈلپرېتنىڭ ماڭا دېيىشىچە، فېدېراتىپ تەكشۈرۈش ئىدارىسى بۇ ئىشنى تەكشۈرۈۋېتىپتۇ.

تېررورچىنىڭ ئىسمى ئېلان قىلىنسىلا، دەرھال Google دىن ئىزدەشكە باشلايمەن ئەمما پەقەت بىرلا ئىزدەش نەتىجىسى دىققەت قىلىشقا ئەرزىيدۇ. مەن مۇھەممەد ئاتانى ئىزدىگەن ۋاقتىمدا، باش ئىشتابى ئامېرىكىدا تۇرۇشلۇق پەلەستىنىڭ قۇتقۇزۇش تەشكىلاتى تېپىلدى. ھالبۇكى، بۇ تەشكىلاتنىڭ تور تۇراسىدا ئۇنىڭ ئىسمىنى پەقەت تاپقىلى بولمىدى. مەن Google نىڭ غەملەك تېز كەسمىسىنى ئاچتىم، ئۇ بىر قانچە ھەپتە ئىلگىرى تور بەتنى تۇتقان ۋاقىتتا كۆچۈرگەن مەزمۇن ئىدى. كونىراق نەشرىدىكى بۇ تور بەتتە بۇ تەشكىلاتنىڭ ئىلگىرى قاتناشقان ئىشلىرى تىلغا ئېلىنغان بولۇپ، ئۇنىڭدا مۇھەممەد ئاتا ئىسمىلىك 17 ياشلىق بالىغا يارەدەم قىلغانلىقى بار ئىدى. ئاتا ئىلگىرى ئوق يارىسى تۇپەيلىدىن بىر ئامېرىكا دوختۇرخانىسىغا كىرىپ داۋالانغان ئىكەن. مەن قايتىدىن نۆۋەتتىكى تورتۇرا مەزمۇنىنى كۆردۈم، بايقىشىمچە ئاتا ھەققىدىكى بايان كۆرۈنمىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە مەن يەنە ئۇ ھەققىدىكى تونۇشتۇرۇشلار ئۆچۈرۈلگەنلىكىنى بايقىدىم. مەن ئاتا دېگەن ئىسمىنىڭ كۆپ ئۇچرايدىغان ياكى ئۇچرىمايدىغانلىقىنى ئانچە بىلمەيمەن، ئۇنىڭ بىلەن سالاھىيىتى

دەللىلەنگەن مۇھەممەد ئاتا دېگەن كىشىنىڭ بىر ئادەم ياكى ئەمەسلىكىنىمۇ بىلمەيمەن، بىراق مەن ئازراق بىر ئىش قىلىشنى ئويلايمەن، چۈنكى بۇ يىپ ئۈچىدىن گۈمانلىنىشقا ئەرزيدۇ. مەن بۇ ئۈچۈرنى قانداق بىر تەرەپ قىلىشنى ئۈقمايمەن، شۇنىڭ بىلەن سېرگېيدىن سورىدىم، ئۇ ماڭا بۇ ئۈچۈرنى فېدېراتسىيە تەكشۈرۈش ئىدارىسىغا تەمىنلەپ بېرىشنى ئېيتتى.

تېررورچىنى ئىزدەش ئىشىدا، سېرگېيمۇ Google نىڭ ئازراق يارىدەم قىلالىشىنى ئويلاۋاتاتتى، بىراق ئۇ مەندىن چوڭقۇرراق تەپەككۇر قىلىۋاتاتتى. ئۇ ئالدى بىلەن بىزگە تېررورلۇق ھەرىكىتى ئۈچۈرى بار جەدۋەلدىن بىرنى تارقىتىپ، تورتۇراغا چىقىرىشىمىزنى ئېيتتى، مۇشۇنداق بولغاندا ئىشلەتكۈچىلەر فېدېراتسىيە تەكشۈرۈش ئىدارىسىغا يىپ ئۈچى تەمىنلەشكە قولايلىق بولىدۇ، شۇنىڭدىن كېيىن ئۇ بىزنى كۈندىلىك خاتىرە ھۆججىتىنى كۆرۈشكە بۇيرۇپ، مۇنداق دېدى: Google نىڭ كۆلىمى ھازىر يېتەرلىك چوڭ، تېررورچىلارنىڭ Google دىن پايدىلىنىپ ھۇجۇم قىلىش پىلانى تۈزۈشى تامامەن مۇمكىن. بىز گۈرۈگە ئېلىش ۋەقەسى يۈز بېرىشنىڭ ئالدىدا ئېلىپ بېرىلغان سۈرۈشتۈرۈپ ئىزدەشتىن توپلانغان ئۇچۇرلارغا ئاساسەن، ئۇلارنى پەرقلەندۈرۈپ چىقايلى. » ئاڭلىماققا قائىدىگە ئۇيغۇندەك قىلاتتى. 9-ئاينىڭ 11-كۈنىدىن كېيىن، دۇنيا سودا مەركىزى شۇنداقلا لىق ماي قاچىلانغان رىئاكتىپ يولۇچىلار ئايروپىلانى پارتلىغاندىن كېيىنكى ئاقىۋەت قاتارلىق مەسىلىلەر ھەققىدە نۇرغۇن ئىزدەش سۈرۈشتۈرۈش بار ئىكەن، بۇ كۈننىڭ ئالدىدا، بۇ خىل سۈرۈشتۈرۈش ئانچە كۆپ ئەمەس.

بۇ جايدا كۈندىلىك خاتىرە سانلىق مەلۇماتىمىزنىڭ مەزمۇنىنى ئاددىي قىلىپ چۈشەندۈرۈپ ئۆتەيلى، بىز ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ شەخسى ئۇچۇرلىرى (ئىسىم فامىلىسى ۋە تۇرۇشلۇق ئورنى) نى ساقلىمىدۇق، ئەمما زور كۆپ قىسىم تور تۇرالارغا ئوخشاش، ئىشلەتكۈچىلەر تورتۇرايىمزغا ئۇلانغاندا، Google ھەر بىر ئىشلەتكۈچىنىڭ كومپيۇتېرىغا ئالاھىدە بىر تىزىق رەقەمنى قويۇپ قويىدۇ، بۇ بىر تىزىق رەقەم كىشىلەر دائىم دەيدىغان «cookie» (كىچىك تېپتىكى تېكست ھۆججەت). كۈندىلىك خاتىرىمىزدە، بارلىق سۈرۈشتۈرۈپ ئىزدەش بىلەن cookie شۇنداقلا ئىزدىگەن كومپيۇتېرنىڭ IP ئادرېسى بىر بىرىگە باغلىنىدۇ. شۇڭلاشقا، بىز مەلۇم بىر cookie بىلەن پارتلاشقا ئائىت نۇرغۇن ئىزدەشنىڭ مۇناسىۋىتى بولسا، بىز ئىشلەتكۈچىنىڭ IP ئادرېسىنى جەزملەشتۈرەلەيمىز، ياكى ئۇ ئېلىپ بارغان باشقا ئىزدەشلەرنى كۆرۈپ، يەنمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا ئۇنىڭ سالاھىيتى مەسىلەن، ئەگەر بىر ئىشلەتكۈچى ئۆزىنىڭ ئىسمى (بۇ دائىم بولۇپ تۇرىدىغان ئىش) نى ئىزدىگەن بولسا، شۇنىڭغا مۇناسىپ cookie مەزمۇنى ئارقىلىق، بۇ ئىزدەش مەزكۇر ئىشلەتكۈچىنىڭ بۇنىڭدىن سىرت قايسى ئىزدەشلەرنى ئېلىپ بارغانلىقىنى كۆرستىپ بېرىدۇ.

بىزنىڭ سېلىشتۇرۇپ ئىزدىشىمىز ئۇچۇن سېرگېي سۆزلۈك تىزىمىدىن بىرنى تۇپلاپ رەتلەپتۇ، ئۇنىڭدا «بوئىڭ»، «ئاۋىياتسىيە مەكتىپى»، «لوگىن ئايرودۇرۇمى» ۋە «يېقىلغۇ مىقدارى» بار ئىدى. بىرىنچى قېتىملىق ئىزدەشتە، كۈندىلىك خاتىرە قوشۇنى بىر كۈندىلا سېرگېي بەلگىلىگەن ئۆلچەمگە ماس كېلىدىغان تەخمىنەن 100 مىڭدەك سۈرۈشتۈرۈپ ئىزدەشنى تېپىپتۇ. 9-ئاينىڭ 11-كۈنىدىن ئىلگىرى ئايروپىلاننى گۆرۈگە ئېلىۋالغانلارنىڭ ئىسىم فامىلىسى كۆرۈنگەن سۆز قالدۇرۇش تاختىسىدىكى ئۇچۇرلارغا ئاساسەن، بىر قىسىم مۇناسىۋەتلىك ئىزدەش تۇرلىرىنى جەزملەپ، سېرگېينىڭ ئىزدەش تىزىمىغا قوشتۇق، گەرچە مەن ئۇ ئۇچۇرلارنىڭ ئايروپىلاننى گۆرۈگە ئالغان كىشىلەر بىلەن ئوخشاش ئىسىملىك بولغان نەس باسقان ئىشلەتكۈچىلەر تارقاتقان ئۇچۇر ئىكەنلىكىنى ئويلىغان بولساممۇ.

مېنىڭ بىلىشىمچە، سىرتتىكىلەردىن ھېچكىم بىزدىن كۈندىلىك خاتىرە ھۆججىتىدىن ئۇچۇر قېزىشنى تەلەپ قىلمىغان بولسىمۇ، ئەمما ئاخبارات خەۋەرلىرىدىن مەلۇم بولۇشچە، ھۆكۈمەت بىر قانچە ئىنتېرنېت مۇلازىمىتى تەمىنلەش سودىگەرلىرىنىڭ يېنىغا «گۆش يەيدىغان ماشىنا» (تور ئالاقىسىنى نازارەت قىلغىلى بولىدىغان كومپيۇتېر) ئورنىتىپ، تور ئالاقىسىنى ھەر ۋاقىت ئىز قوغلاشقا قولايلىق يارىتىپتۇ. خەۋەردە يەنە، ھۆكۈمەت ئىنتېرنېت مۇلازىمىتى تەمىنلىگۈچى سودىگەرلەرنىڭ كۈندىلىك خاتىرە ھۆججىتىنى تەكشۈرۈۋېتىپتۇ، مەقسىتى مەلۇم بىر ئېلىخەت ساندۇقىنىڭ تور ئالاقە ئەھۋالىنى تەكشۈرۈش ئىكەن. ئامېرىكا ھۆكۈمىتىنىڭ تۇردا

پاراڭلىششقا بولغان قىزغىنلىقى بىر كېچىدىلا شىددەت بىلەن ئۆرلىدى.

سېرگېيغا يارەملىشىپ تېررورچىلارنى ئىزدەش ئىشىنى تاماملاشتا قىلچىمۇ ئىككىلەنمىدىم. ھېچكىم ھەرىكەت قىلىشقا پۇرسەت كۆتۈپ تۇرۇۋاتقان باشقا تېررورچىنىڭ بار يوقلۇقىنى بىلمەيتتى، ئەگەر بار بولسا، ئۇلارنىڭ نەگە ھۇجۇم قىلىدىغانلىقىنىمۇ بىلىدىغانلار يوق ئىدى. ئەگەر بىز ھاياتلىقنى قۇتقۇزالايدىغان ئۇچۇر بىلەن تەمىنلىيەلسەك، ئۇنداقتا ئەخلاق ۋە ھەققانىيەت جەھەتتىنمۇ قول قوشتۇرۇپ قاراپ تۇرمايتتۇق. بىزنىڭ ئىزدەش پارامېتىرىغا بولغان تەلىپىمىزنىڭ ئىنتايىن قاتتىقلىقىنى نەزەرگە ئالغاندا، ئىشلەتكۈچىنىڭ شەخسىيەت ئۇچۇرلىرى ئاساسىي جەھەتتىن ئاشكارىلىنىپ كەتمەيتتى. بىز پەقەت گۇمانلىق كىشىلەرنى جەزملەشنى سىناپ بېقىۋاتاتتۇق، مۇنداقچە ئېيتقاندا 9-ئاينىڭ 11-كۈنىدىن ئىلگىرى ھۇجۇم قىلىش سۆز تېمىسىغا بەكرەك قىزىققان كىشىلەر.

لېكىن تېگى تەكتىدىن ئېيتقاندا، بىز يەنىلا ئىشلەتكۈچىنىڭ ئىزدەش ئەھۋالىغا ئاساسەن مۇئەييەن سۈزۈش ئېلىپ بېرىۋاتاتتۇق. ئەگەر گۇمانلىق ئىشلەتكۈچى بايقالسا، بىز ئامالنىڭ بارىچە ئۇلارنىڭ كۈندىلىك خاتىرىسىدە قالدۇرغان مۇناسىۋەتلىك سانلىق مەلۇماتلارغا ئاساسەن ئۇلارنىڭ شەخسىي ئۇچۇرىنى جەزملەيتتۇق. باشقىلارنىڭ تور شەخسىيەت مەسلىسىنى مۇنازىرە قىلىشۋاتقانلىقىنى ئاڭلاۋاتقاندا، مەنمۇ بۇ مەسىلىنى ئويلىنىۋاتاتتىم. مەن Google قورال بالداق ئۇچۇن «Yada Yada» يازغان، ئۇ مېنىڭ تۇنجى قېتىم ئىشلەتكۈچىنىڭ يوشۇرۇن شەخسىيەت مەسلىسىگە يولۇقۇشۇم، ھازىرقىسى ئىككىنچى قېتىم. بىز قەستەن ئىشلەتكۈچى سانلىق مەلۇماتى ھەققىدە مۇنازىرە پەيدا قىلىش نىيىتىمىز يوق، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن مۇنازىرە قىلغۇمىزمۇ يوق، مەن بۇ ئىشنىڭ تەدرىجىي يۇقىرى كۆتۈرۈلۈپ، كارخانىنىڭ سىرتقى ئوبرازىغا ئېغىر تەسىر يەتكۈزۈشىدىن ئەنسىرىدىم. مەن ئامال قىلىپ بۇ يوشۇرۇن خەۋپنى يوقىتىش ئىرادىسىگە كەلدىم—تۈرمۇش نورمال ھالىتىگە ئەسلىگە كەلسىلا، دەرھال ئەمەلىيلەشتۈرمەكچى بولدۇم.

بىز كۈندىلىك خاتىرىدىن «9.11» ھۇجۇم قىلىش ۋەقەسىدىكى تېررورچىلارنى ئىزدىدۇق، نەتىجىدە ھېچنېمىگە ئېرىشەلمىدۇق. ئەك گۇمانلىق بىر ئىزدەش cookie سىدا، ھەم «دۇنيا سودا مەركىزى»، ھەم «مىسر ئايروپىلان بۇلاش» دەپ بار ئىدى. ئەگەر تېررورچىلار Google دىن پايدىلىنىپ ھۇجۇم قىلىشنى پىلانلىغان بولسا، ئۇنداقتا ئۇلار بەك پۇختا يوشۇرۇنۇپتۇ.

مەن دىققىتىمنى ئۆزىمىزنىڭ جۇش ئۇرۇپ راۋاجلىنىۋاتقان «خەۋەر ۋە مەنبە» تور بېتىگە يۆتكىدىم

بۇ تور بەت خۇددى پىلەك غوللۇق ئۆسۈملۈككە ئوخشاش ئۇزۇن ئۇلانما تىزىمغا ئايلانغان بولۇپ، ئايرىم-ئايرىم ھالدا ھەر خىل خەۋەر مەنبەلىرى ۋە قۇتقۇزۇش تەشكىلاتلىرىنى كۆرسىتەتتى. تېررورلۇق ھۇجۇمىنىڭ ئىككىنچى كۈنى، بۇ تور بەتنىڭ زىيارەت مىقدارى 400 مىڭدىن ئېشىپ كەتتى. مېنىڭ ۋەزىپەم بەتنىڭ راۋان ئىجرا بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىش بولۇپ، بۇ ۋەزىپە ناھايىتى تېزلا ساپ بولماي قالدى. خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلىغى سالغۇچى بىر سودىگەر بىزدىن ئىنائە تويلايدىغان بىر تورتۇرانىڭ ئۇلانمىسىنى تىزىمغا قوشۇشنى تەلەپ قىلدى، ئۇ تورتۇرانى ئۇ قوللىغان بىر شىركەت يۇرۇشتۇرەتتى. بىر سېتىش خادىمىنىڭ خېرىدارىمۇ كىرىشنى ئويلاۋاتاتتى. دۇنيانىڭ ھەر قايسى جايلىرىدىكى ئاخبارات ئورۇنلىرى تۇشمۇ-تۇشتىن ئۆزلىرىنى ئۇلانما تىزىمغا قوشۇپ قويۇشنى بىزدىن ئۆتۈنۈۋاتاتتى. مەن ئىلگىرى قايسى تورتۇرالارنىڭ ئۇلانمىسىنى قوشۇپ قويۇش، قايسى تورتۇرالارنىڭ ئۇلانمىسىنى قوشۇپ قويۇشنىڭ ئەھمىيتى يوق ئىكەنلىكىنىڭ باھالاش ئۆلچىمىنى بەلگىلىمىگەن ئىكەنمەن، شۇ سەۋەبتىن ۋاقتىلىق تەدبىر قوللىنىشقىلا بولاتتى، ئۆزەم قارار قىلالمىغان ئەھۋالدا، ئاممۇي مۇناسىۋەت مەسلىسى كېلىپ چىقىشتىن ساقلىنىش ئۈچۇن، سىندى بىلەن تەكشۈرۈپ جەزملىدىم. ئىشلەتكۈچىلەر بىزدىن ئوتتۇرا شەرق ۋە ئافرىقىنىڭ ئاخبارات مەنبەلىرىنى تەمىنلەشنى تەلەپ قىلدى يەنە كانادامۇ بار. مەن ئىلگىرى شىمالدىكى كانادانى ئويلاشمىغان ئىكەنمەن، ئۇلار سوغۇق مۇئامىلە قىلدى دەپ ئويلاپ قاپتۇ. مەن كانادا رادىيو شىركىتى ۋە ئەرەب دۇنياسى بىلەن ئافرىقىنىڭ ئىنگلىز تىلىدىكى ئاخبارات مۇلازىمەتلىرىنى قوشتۇم. مەن يەنە كۆپچىلىكنى، بۇ تور بەت پەقەت ۋاقتىلىق

مۇلازىمەت، «بىزنىڭ مەڭگۈلۈك ئىقتىدار ئالاھىدىلىكىمىز بولمايدۇ» دەپ ئەسكەرتتىم. ئەمما ئىشلەتكۈچىلەر ئانچە پەرۋا قىلىپ كەتمىگەندەك قىلاتتى.

تولۇق بىر ھەپتە، بىز بىر قاتار يېڭى مۇھتقا يۈزلەنگەندە خۇددى بىر ئىش يۈز بېرىدىغاندەك، ھەر ۋاقىت كېيىنكى قەدەمدە قانداق مېڭىشتىن ئەنسىرەپ تۇراتتۇق. نۇرغۇن ۋاقىتلاردا ھەم ئالدىن سىنىيالمايتتۇق، ھەم پايدىلانغۇدەك تەجرىبە يوق ئىدى. بىز ئامالسىز تۈيغۇمىزغا تايىنىپ بىر تەرەپ قىلاتتۇق. ئېرىك كۆپچىلىكنى كامانداۋرۇپكىغا چىقىشقا يول قويمىدى، بىز بىر گۇرۇپپا خەلقئارالىق Google تورتۇراسىنىڭ تارقىتىشىنى قوزغىتىش پائالىيىتىنى بىكار قىلدۇق، چۈنكى بۇنىڭ ئىچىدە ئافغانىستانمۇ بار ئىدى. ئۇنىڭ ئۈستىگە ئېرىك بىزنىڭ ئاگاھلاندۇرۇپ، ئالاھىدە ۋاقىتتا تۇرغانلىقىمىزنى نەزەرگە ئالغانداﻫ، ھايا‌جانلىق كەيپىياتتىكى ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن ئالاقە قىلغانداﻫ ئالاھىدە ئېھتىيات قىلىشىمىزنى جىكىلىدى. بىز بۇ قېتىم ئۇنىڭ بۇ ئاگاھلاندۇرۇشىنى مۇنداقلا دەپ قويغان گەپ دەپ قارىمىدۇق. بىر ئىشلەتكۈچى، ئۆزىنىڭ ئىسمىنى كىرگۈزگەندىن كېيىن ئېرىشكەن نەتىجىنى كۆرگەندىن كېيىن ئىنتايىن خاپا بولۇپ، ئىشخانىمىزغا كېلىپ جىدەل چىقىرىمەن دەپ تەھدىت سالدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە شىركەتنىڭ چوڭ دەرۋازىسىنىڭ ئالدىدا زوراۋانلىق قىلمىشى ئېلىپ باردى. ساقچىلارنىڭ بۇ ئىشلەتكۈچى بىلەن ئالاقلىششى ئۈچۈن، مەن يەرلىك ساقچى ئىدارىسىغا مەلۇم قىلدىم. يەنە بىر ئىشلەتكۈچى ئۇنىڭ نەشىر ھوقۇقى بار رەسىمنى غەملەكىكە ساقلىغانلىقىمىز ئۈچۈن غەزەپلىنىپتۇ، ئۇ تېلېفوندا ئاغزىدا لىق سېسىق گەپ، توختىماي سۆزلەپ، بىزنى ساراڭلارچە ئەيىپلەيتتى. ئەمەلىيەتتە ئۇ رەسىملەر ئۇنىڭ مۇشۇكى بولۇپ، سۈرەتكە تارتىش ئۈسۈلى بەك يېڭىياچى بولۇپ، ئۆزى رەسىملەرنى تورغا چىقىرىپ قويۇپتۇ. ئەھۋال مانا مۇشۇنداق. «11-سىنتەبىر» تېررورلۇق ھۇجۇم ۋەقەسى يۈز بەرگەندىن كېيىنكى ئاشۇ بىر قانچە كۈندە، بىر ساراڭنىڭ مۇنداقلا ئاغزىدىن چىققان تەھدىت سۆزلىرى بولغان تەقدىردىمۇ، ھەممىز بىپەرۋالىق قىلىشقا پېتىنالمىدۇق.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن ئالاقە قىلغان ۋاقىتتىكى گەپ-سۆزلەر جەھەتتە، مەن تەتقىقاتنى داۋاملاشتۇردۇم. «11-سىنتەبىر» تېررورلۇق ھۇجۇمى ۋەقەسىدىن كېيىنكى بىر ھەپتىدە، بوستون ئۇنىۋېرسىتېتىدىكى ئالون كوخىن ئىسملىك ئوقۇش پۈتتۈرگەن بىر ئوقۇغۇچى بىزگە بىر پارچە كىچىك رەسىم ئەۋەتىپ، بۇ رەسىمنى Google نىڭ باش بېتىگە قويۇپ بېرىشكە بولىدىغان بولمايدىغانلىقىنى سوراپتۇ. بۇ قىزىل، ئاق، كۆك ئارىلاشقان ھالقا شەكىللىك يىپەك لىنتا بولۇپ، دەل بىزگە لازىملىق نەرسە ئىدى. بۇ يىپەك لىنتا ھەم ئاددىي ئەمەس ھەم بالىلاردەك كۆپتۈرۈۋېتىلمىگەن

«قاراڭ، قاراڭ، بىز ۋەتەنپەرۋەر!» دېگەندەك ئۇنداق دەبىدەبىلىك تېخمۇ يوق. ئۇ ھەم ئاددىي ھەم نەپىس، ئۇنىڭ ئۈستىگە ھۆرمەتنى بىلدۈرگەن. مەن بۇ رەسىمنى كارۇنغا ئەۋەتىپ، ئۇنىڭ پىكرىنى سورىدىم. ئۇمۇ ياقتۇرۇپتۇ، شۇنىڭ بىلەن مەن ئۇنى لارىرى بىلەن سېرگېيغا يوللاپ بەردىم. بىز شۇ كۈنلا يىپەك لىنتىنى باش بەتكە چىقاردۇق، ئۈستىگە ئۇلانمىمۇ قوشتۇق، ئۇلانما بىر ھەپتە ئىلگىرى بىز يازغان تەزىيە ئۇچۇرىنى كۆرسەتتى. كۆزنى يۇمۇپ ئاچقۇچە، چىشىمغا تەگدى دەپ قارىغان بىر ئىشلەتكۈچى كېلىپ ئەرز قىلدى، چۈنكى بىز «ھەقىقىي ئامېرىكا دۆلەت بايرىقى» نى ئىشلەتمەپتۇق، ئۇنىڭ دېيىشچە بىز ئىشلەتكەن يىپەك لىنتىدا «سىياسىي تۇغرا دەيدىغان سېسىق پۇراق» بارىكەن. زور كۆپچىلىك ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئىنكاسى ئۇ ئىشلەتكۈچىدەك ئاشقۇن ئەمەس، بىراق بىزدىن ۋەتەنپەرۋەرلىكنى تېخمۇ ئېنىق ئىپادىلەشنى تەلەپ قىلىدىغانلارنىڭ ساداسى بارغانسېرى كۆپەيدى.

نيۇيورك ئىش بېجىرىش ئورنىدىكى بىر ئېلان كەسپى ۋاكالەتچىسى يېڭى نۇسخىدىكى Google مايكىسى ئىشلەشنى تەلەپ قىلىپ، يۇلتۇز بالداق گۇل نۇسخىسى بىلەن لايىھەلەنگەن شىركەت تۇغى بېسىشنى ئۈتتۈرىغا قويىدى. ئۇ مۇشۇنداق مايكىنى ھەممە خېرىدارلىرىغا سۇۋغا قىلماقچى ئىكەن. ئۇنىڭ خىزمەتداشلىرىنىڭ ھەممىسى بۇ ئىدىيەنى ياقتۇرىدىكەن، مەن ئامالسىز يەنە بىر قېتىم باشقىلارنىڭ چىشىغا تېگىپ قويدۇم.

تور خەتتە مەن ئۇنىڭغا چۈشەندۈرۈپ: «بىز تورتۇرانىڭ ئۆزىگە نسبەتەن ئىزچىل ئېھتىياتچان، بىز قوللايدىغانلىقىمىزنى بىلدۈرىمىز، ئەمما ئالايىتەن Google دەپ ئاتىلىدىغان شىركەتنىڭ بۇ ئىشلارنى قىلۇاتقانلىقىنى داۋاڭ سېلىشنىڭ ھاجىتى يوق، بۇ ئىككىسىنىڭ ئارىسىدىكى چېگرانا نسبەتەن بىز ئىزچىل ئېنىق ئايرىيمىز، ھالقىپ ئۆتۈشكە ھەرگىز يول قويۇلمايدۇ. مېنىڭچە بۇئاستە دۆلەت بايرىقىنى ئىشلىتىپ ئۆزىنى پەردازلاشتەك ئۇسۇل ئاشۇ چېگرادىن ھالقىپ كەتكەن بولۇشى مۇمكىن. » مەن توساتتىن شۇنى ھېس قىلدىمكى، ماركا باشقۇرۇش قانداق ئىشنى قىلماسلىقنى بىلىشتىن باشقا نەرسە ئەمەس. شىركەت قانچە تەرەققىي قىلغانسېرى، ماركا دۇچ كېلىدىغان بېسىمىمۇ شۇنچە چوڭ بولىدۇ، تەدبىرىمىزنى ئۆزگەرتىشنى تەلەپ قىلىدىغانلارنىڭ ئاۋازىمۇ شۇنچە ياڭراق چىقىدۇ. ئەگەر ئېھتىياتسىزلىقتىن چىڭ تۇرسا، بىزنىڭ كۆپچىلىكنىڭ كۆڭلىدە تىكلىگەن ئىشەنچىمىز زىيانغا ئۇچرايدۇ. مەن قارار چىقارغاندا تەجرىبە، بۇئاستە تۇيغۇ، خېرىدارلار بىلەن ئۇچرىشىش، ئىشداشلار بىلەن مۇنازىرە قىلىش، ئىگىلىك تىكلىگۈچىگە ئىنكاس قىلىش، يەنە ئۆزەمنىڭ «Google ئۇسلۇبى» نىڭ ئۇزلۇكسىز راۋاجلىنىشقا بولغان تۇيغۇسىغا تايىنىمەن. ئەمما ئاساسىي جەھەتتىن قىياس قىلىشقا تايىنىمەن.

9-ئاينىڭ 11-كۈنىنىڭ ئۆزىدە، پۈتكۈل دۇنيا قالايمىقانلىشىپ، كونا بار بولغان قائىدە ماس كەلمەي قالدى. ئەمما Google ئۇنداق ئەمەس، تېررورلۇق ھۇجۇمى يۈز بەرگەندىن كېيىنكى تەرتىپسىز ھالتى بىزنىڭ كۈندىلىك خىزمەتلىرىمىزنىڭ ئىختىيارىيلىقىنى تېخىمۇ ئاشكارىلاپ بەردى: لارىي بىلەن سېرگېي ئۆزى بىلگەننى قىلدۇ، Google ماركىسنى ئۇلار ئۈيان-بۇيان قىلالايدۇ. مەن ئۇلارغا ئەگەشكەچكە، ھەمىشە ئۇلاردىن بىر قەدەم كەينىدە تۇرىمەن. بايا تېخى ئۇلار Google «پەقەت ئىزەش» نىلا ئېلىپ بارىدۇ دېگەن، ئۇنىڭغا ئۇلاپلا يەنە «ھازىر بىزمۇ ئاخباراتچىلىق بىلەن شۇغۇللىنىمىز» دەپ جاكارلىدى. مەن بىزنى ئىزدەشتىن ئىبارەت توغرا رىلىسغا قايتۇرۇپ كەلمەكچى بولۇپ، ئاخبارات كەسپىدىن چېكىنىدىغان ۋاقىت جەدۋىلىدىن بىرنى تۇزدۇم.

مەن مۇنداق تەكلىپنى ئوتتۇرىغا قويدۇم: «بىز 9-ئاينىڭ 24-كۈنى دۇشەنبە نورمال باش بەتكە قايتىشىمىز كېرەك. ۋاقىتنى قانچە كەينىگە سۈرسەك، يىيپەك لىنتا ۋە ئۇلانمىنى ئۆچۈرۇشتىن ئىبارەت قىلمىش شۇنچە ئوڭايسىز ئەھۋالغا چۈشۈپ قالىدۇ، چۈنكى بىز مۇشۇنداق قىلساقلا، كىشىلەر بىزنى بۇ ئىشقا كۆڭۈل بۆلمىدى دەيدۇ. » مەن خەۋەرنىڭ داغدۇغىسى ئىككىنچى ھەپتىدىن كېيىن تەدرىجىي ئاجىزلايدۇ دەپ قارىغان، بۇنداق بولۇشنىڭ سەۋەبى ئاپەتنىڭ ماھىيىتى ۋە كۆپچىلىكنىڭ دىققەت قىلىشنىڭ داۋاملىشىش ۋاقتى بەلگىلىگەن. ئىشلەتكۈچىلەر بىزنىڭ نورمال يۈرۈشۈش ھالىتىگە ئەسلىگە قايتۇرغانلىقىمىزنى چۈشىنىدۇ. بۇنىڭدىن باشقا، بىز ھازىر تېخىمۇ يۇقىرى چاستوتىدا خەۋەر تورتۇرالىرىغا يامىشىپ، ئاندىن يامىشىپ توپلىغان ئۇچۇرلارنى Google ئىزدەشكە كىرگۈزىمىز. بىز كىشىلەرنى قايتىدىن ئىزدەش مۇلازىمىتىگە يېتەكلىشىمىز كېرەك.

لارىي مېنىڭ پىلانىمنى رەت قىلدى. ئۇنىڭ دېيىشىچە بىزنىڭ خەۋەر ئىزدەش ئىقتىدارىمىز تېخى ئانچە ياخشى ئەمەسكەن، ئۇنىڭ ئارقىلىق مەخسۇس خەۋەر بېتى مۇلازىمىتىنىڭ ئورنىغا دەسسىتەلمەيمىز. سېرگېينىڭ قارىشىچە، بىر ھەپتە ئىچىدە ئامېرىكا ئافغانىستانغا ھۇجۇم قىلىدىكەن، خەۋەر بېتىنىڭ مەۋجۇت بولۇش زۆرۈرىيىتى بار ئىكەن. مۇخبىرنىڭ سىندىغا دېيىشىچە، ئۇلارمۇ خەۋەر بېتىنى ئىنتايىن ياقتۇرىدىكەن. شۇڭلاشقا، خەۋەر بېتى ساقلاپ قېلىندى، مەن ئۇلانما خىزمىتىنى داۋاملاشتۇرىدىغان بولدۇم.

10-ئاينىڭ 3-كۈنى، باش بەتتە تەۋسىيە قىلىدىغان ئۇچۇرنى تارقىتىشنى ئەسلىگە كەلتۈرىدىغان ۋاقىت بولغاندەك قىلاتتى. تەۋسىيە ئۇچۇر ئېلان سودىگەرلىرىنى جەلپ قىلىپ، تورتۇرا مۇلازىمىتىنى ئىشلىتىشنى ئىلگىرى سۈرەتتى ئەمما 9-ئاينىڭ 11-كۈنىدە، بىز بۇ خىل ئۇچۇرنى تارقىتىشنى توختاتتۇق. ئەگەر بىز يىپەك لىنتا بىلەن خاتىرە كۈننى ئىپادىلەيدىغان ئۇلانمىنى تەۋسىيە ئۇچۇرلارنىڭ يېنىغا قويغان بولساق، يىپەك لىنتا بىلەن ئۇلانما قارىماقتا ئېلانىدەك كۆرۈنەتتى. مەن يىپەك لىنتا بىلەن ئۇلانمىنى بەتنىڭ ئاستىغا قويۇش تەكلىپىنى بەردىم، بۇنداق بولغاندا ئازراق سىممېتىرىكسىز تۇيغۇ بېرىدۇ، بۇنىڭدىن كىشىلەر بۇنىڭ ۋاقىتلىق ھەل قىلىش چارىسى ئىكەنلىكىنى ھېس قىلىپ، كېيىن ئۆچۈرگەندىمۇ ئاسانلا قوبۇل قىلالايدۇ. لارىنىڭ ھېس

قىلىشچە بۇنداق بولغاندا بەت ئاستىدىكى خادىم قوبۇل قىلىش ئۇچۇرى ۋە كارخانا ئۇچۇرىنىڭ ئۇلانمىسى قارىماققا «11-سىنتەبىر» تېررورلۇق ھۇجۇم قىلىش ۋەقەسى بىلەن باغلىنىشلىقتەك كۆرۈنىدىكەن. مەن ئەسلىدە ئامېرىكا ئافغانىستانىنى بومبارداىمان قىلغاندىن كېيىن، ئاندىن ئۇنىڭغا بولغان غەمخورلۇقىغا ئىنكاس قايتۇراي دېگەن ئىدىم.

لارى ماڭا بۇيرۇق قىلىپ، يىپەك لىنتا بىلەن تەڭسىيە ئۇچۇرنى ئەمدى ئويلىماسلىقنى ئېيتتى. بىر خەۋەر يوللايلى.

ئۇرس جاۋاب قايتۇرۇپ مۇنداق دېدى: «بۇنچە تېز بولۇپ كەتسە بولمايدۇ. بىز ھازىر خەۋەر تورتۇراسما؟ بىز سىملىق تېلېۋىزىيە ئاخبارات توري بىلەن رىقابەتلىشىۋاتامدۇق؟ بىز نېمە ئۇچۇن باش بەتتە خەۋەر ماۋزۇسىنى ئېلان قىلمىز؟ «11-سىنتەبىر» تېررورلۇق ھۇجۇم قىلىش ۋەقەسىدىن ئىبارەت بۇ خىل ئالاھىدە ھادىسىدە مەن تۇغرا چۈشىنىمەن، ئەمما ھازىر مەن بىزنىڭ بۇنداق قىلىشىمىزنىڭ ئەھمىيىتىنىڭ قەيەردە ئىكەنلىكىنى چۈشىنەلمىدىم. كىم بۇنىڭدىكى قائىدىنى چۈشەندۈرۈپ بېرەلەيدۇ؟

شىركەتنىڭ يۇقىرى تۆۋەن ھەممە يېرىدە بۇ مەسىلىگە قارىتا ئىختىلاپ كۆرۈلدى. كارۇنىنىڭ قارىشىچە بۇنداق قىلغاندا بىزنى دەرۋازا بېكەتتەك خەتەرلىك جايغا ئىتتىرىدۇ. مارىسسانىڭ ھېس قىلىشچە بىز يەنە بىر ئاز كۆتۈپ تۇرۇپ، ئىنژېنېر كرىشنا بارات لايىھەلەۋاتقان ئاپتوماتىك خەۋەر مۇلازىمتى تورغا چىققاندىن كېيىن، ئاندىن شۇ چاغدا بىز خەۋەرنى ياخشى قىلالايدىكەنمىز. سىندى تاراتقۇلار بىلەن ئۇچرىشىش جەريانىدا خەۋەر بېتىگە بېرىلگەن نۇرغۇن ياخشى باھالارغا ئېرىشىپتۇ، ئۇ قەتئىي داۋاملاشتۇرۇشنى ئويلاپتۇ. مېنىڭچە Yahoo غا ئوخشاش دەرۋازا تورتۇرالارنىڭمۇ خەۋەرنى باشقۇرىدىغان مەخسۇس قوشۇنى بار تۇرسا، ئۇلارنىڭ باشقۇرۇشى ئەلۋەتتە كارۇن بىلەن مەندىن ياخشىراق قىلىدۇ، -دە . سىندى ئەڭ ياخشى كۆرۈدىغان سۆز بىلەن ئېيتقاندا، بىزنىڭ بېتىمىز «مىككى چاشقان»، بۇ خىل ئاتاش ئىزچىل مېنى ئىنتايىن دىلىغۇل قىلىدۇ.

سالار بىزدەك قارشى تۇرۇۋاتقانلارنىڭ سېپىدە تۇردى، ئۇ مۇنداق دەپ سورىدى: «بىز ھەر ۋاقىت تېررورلۇق ھۇجۇمىغا ئۇچراش ئەھۋالىنىڭ ئەڭ يېڭى ئۇچۇرلىرىنى يېڭىلامدۇق؟ بۇ بىزنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ نەپسىنى ئېسىپ قويغانلىقىمىز ئەمەسمۇ، كېيىن ئۇلارنىڭ تەلىپىنى قاندۇرماق تەس ئەمەسمۇ؟» سالارنىڭ گېپى ئاڭلىماققا قايىل قىلىش كۈچى بارەدەك قىلاتتى، بولۇپمۇ ئومدمۇ بىزنىڭ بۇ قوشۇنمىزغا قوشۇلغاندىن كېيىن، تېخىمۇ شۇنداق بولدى. بۇ Google چە قارار چىقىرىشنىڭ تېپىك مەيدانى ئىدى—تەرەپتىكى ھەر خىل پىكىرلەرنى توپلاپ، شىركەت قۇرغۇچىسى پىششىقلاپ ئىشلەپ بىر تەرەپ قىلاتتى. مەن ئويلاپ يېتەلمىگەن ئەڭ ئاخىرقى ئازراق كۆز قارىشىمنىمۇ ئوتتۇرىغا قويدۇم: خەۋەر ئۇلانمىسىنى كۆرگەن ئادەملەرنىڭ ئاز بىر قىسمىلا چېكىپ كۆرىدۇ، بۇ باش بەتنىڭ قىممەتلىك بوشلۇقىنى ئىسراپ قىلغانغا تەڭ.

ئاخىرىغا بېرىپ، ھەممە پىكىرلەر مۇھىم بولماي قالدى، چۈنكى باش بەتتىكى ئۇلانمىنى چەككەنلەرنىڭ ئىچىدە سېرگېيمۇ بار ئىدى.

ئۇ بىزگە مۇنداق دېدى: «مەن بىر ئىشلەتكۈچى بولۇش سۈپىتىم بىلەن، پەقەت بىر قانچە ئاساسلىق چوڭ تورتۇرالار ئارقىلىقلا، دۇنيادا نېمە ئىش يۈز بەرگەنلىكىنى كۆرۈپ باقمەن. مېنىڭچە ئالدىراپلا خەۋەر بەتنى چۈشۈرۈۋېتىشنىڭ ھاجىتى يوق، كېيىن يەنە ھۇجۇم قىلىش ۋەقەسى يۈز بېرەمدۇ تېخى. »

سېرگېي پايدىسى بار دېسە، ئەلۋەتتە پايدىسى بار،-دە، بۇمۇ تېپىك قارار چىقىرىش ئۇسۇلى، خەۋەر ئۇلانمىنىڭ ئورنى ئۆستى، يىپەك لىنتىنىڭ ئورنى چۈشتى. شۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە كۈن، بىر قانچە ھەپتە، بىر قانچە ئايدا، مەن تور بەتتە ئىشلەۋاتقىمەن، ئۇچۇرلارنىڭ ۋاقتىدا بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلىۋاتقىمەن، دۆلەت مۇداپىئە مىنىستىرلىقى، ئاق سارايىنىڭ ئۇلانمىسى قوشۇلدى، يەنە پاكىستان، ئافغانىستان، كۆيدۇرگە كېسەللىك باكتېرىيەسى شۇنداقلا «قۇرئان» قاتارلىق پارتلاش خاراكتېرلىك خەۋەرلەرنى كۆرسىتىدىغان ئۇلانما بار. مەن

ئافغانستان، ئەرەب، ئاسىيا ۋە ياۋروپانىڭ ئاخبارات خەۋەرلىرىنى ئىزدەيمەن، يەنە كېسەللىكلەرنىڭ ئالدىنى ئېلىش مەركىزى، يېمەكلىك ۋە دورا باشقۇرۇش ئىدارىسى، مەركىزى ئاخبارات ئىدارىسى شۇنداقلا بىرلەشكەن دۆلەتلەر تەشكىلاتىنىڭ خەۋىرىنى كۆرىمەن، مېنىڭچە نەزەر دائىرەم كېڭىيىپ قالدى. تور بەتتە تەھرىرلىگەن مەزمۇنلارنى ھەر كۈنى مۇلىغان ئون مۇلىغان ئۇقۇرمەنلەرنىڭ كۆرۈدىغانلىقىنى ئويلىسام، كۆڭلۈم ناھايىتى ئىللىق ھېس قىلىدۇ. شۇغىنىسى مەن تېخى خۇشاللىقتىن ئۆزۈمنى يوقىتىپ قويمىدىم، مەن پەقەت بىر دۆۋە ئۇلانما قىلدىم.

بىر كۈنى، سىندى كېلىپ ئۇلانمىنى خىلالاشنىڭ سەۋەبى نېمە دەپ سورىدى. مەن ئۇنىڭغا چۈشەندۈرۈپ، مەن ھەر بىر تورتۇرادىكى بار خەۋەر مەزمۇنىنىڭ تەڭپۇڭ قىممىتىگە ئاساسەن خىلالىيمەن، يېڭى نەزەر بىلەن تەمىنلىدىمۇ يوق؟ ئىلگىرى مۇلازىمەت قىلىپ باقمىغانلارنى تەسىرلەندۈرەلەمدۇ يوق؟ ئىسمى قانچىلىك ئۇزۇن؟ تەقسىملەنگەن بوشلۇقتا ماس كېلەمدۇ يوق؟ بىزنىڭ رەتلىك مەخسۇس سەھىپىمىزنى قايلايمىقانلاشتۇرامدۇ يوق ياكى گۈزەللىك تۈيغۇسى يوقمۇ؟ مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا، مېنىڭ قارارىم پۈتۈنلەي سوبىيېكتىۋ. سىندى ماڭا سەممىي ئاگاھلاندۇرۇش بېرىپ، تاسادىپىي ھالدا دىققەت قىلىشتا تېگىشلىك كىشىگە پەرۋا قىلمىساق، ئاممىۋى مۇناسىۋەت قوشۇنغا پايدىسىز ئاقىۋەت كەلتۈرىدۇ دېدى. مەن تېخىمۇ كەڭ قورساق بولۇشۇم، تېخىمۇ تېز قارار چىقىرىشىم كېرەك ئىدى، چۈنكى بەزى مۇخبىرلار ئۇزاق ساقلاپ كەتسە مېجەزى ئوساللىشىپ كېتەتتى، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ ئەھۋاللارنى ئۇلارنىڭ خەۋەرلىرىدە ئەكس ئەتتۈرەتتى.

بۇ جەريانىدا، كىرىشنا ئۇزۇنىڭ خەۋەر ئىزدەش پىروگراممىسى بىلەن ئالدىراش ئىدى. 11-ئايدا، بىز ئۇلانمىدىن بىرنى قوشۇپ، بۇ پىروگراما ئۇزلۇكسىز تاللىغان بىر گۇرۇپپا ماقالىنى كۆرسەتتۇق—بۇ Google «خەۋەرلىرى» نىڭ ئەڭ دەسلەپكى نەشرى ئىدى. شۇنىڭدىن كېيىن بىز ئۇلانما تىزىمىنى قولدا تاللىشىمىزنىڭ ھاجىتى قالمىدى. كىرىشنانىڭ پىروگراممىسى تېخىمۇ كۆپ ئۇچۇرنى تاللىيالايتتى، سۈرئىتىمۇ خېلى تېز بولۇپ، بەزى باش بەتلەرنى كۆرسەتمەي، بەلكى ھەقىقىي مۇناسىۋەتلىك خەۋەرلەرنى تارقىتالايتتى.

بىراق ئۇنىڭ بۆسۈش خاراكتېرلىك ئىقتىدارىنىڭمۇ سەلبى تەسىرى بولۇپ، بۇنىڭ بىلەن گېزىتلەرنى تېخىمۇ ساتقىلى بولمايدىغان بولدى. ئاپتوماتىك تورداىكى خەۋەر جۈغلانمىسى مېنىڭ خەۋەر ئۇلانمامنىڭ ئورنىنى ئالدى. 2003-يىلنىڭ ئوتتۇرىلىرى، بىز ئىشنى پۈتتۈردۇق.

«11-سىنتەبىر» تېررورلۇق ھۇجۇم قىلىش ۋەقەسىدە، يەنە بىر ئاۋاز بار ئىدى. تېررورلۇق ھۇجۇم قىلىش ۋەقەسىگە بىر يىل توشاي دېگەن ۋاقىتتا، بىز يەنە بىر قېتىم باش بەتتە خاتىرە پائالىيىتى بىلەن بەكلا ئالدىراش بولۇپ كەتتۇق، تەكلىپلەرمۇ تۇشمۇ-تۇشتىن كەلدى. Google نىڭ بىر خىزمەتچىسى مۇنداق تەكلىپ بەردى: «تۇغدىكى «L» ھەرپىنى بايراق خادىسىدەك لايىھەلەپ، بايراقنى يېرىم چۈشۈرۈپ تەزىيە بىلدۈرەيلى. » بىر ئىشلەتكۈچى خېتىدە مۇنداق يېزىپتۇ: «L ھەرپىنىڭ ئورنىغا دۇنيا سودا مەركىزىنى ئالماشتۇرايلى. »

مەن، كارون، ماريسسا يەنە دېننىس ئۇزاق ۋاقىت مۇنازىرە قىلىپ، ئاخىرى ئاددىيراق قىلىشنى قارار قىلدۇق: بىز ئىلگىرى ئىشلەتكەن ئاشۇ يىپەك لىنتىنى ئېسىپ، ئاستىغا ۋاقىت يېزىقلىق ئىدى: 2001-يىلى 9-ئاينىڭ 11-كۈنى، مۇشۇلا ئىدى. بىز پەقەت مۇشۇنلا ئامېرىكىدىكى ئىشلەتكۈچىلەرگە نامايان قىلىپ، چەتئەللەردىكىلەرگە نامايان قىلمىدۇق.

مەن ئالاھەزەل يەنە نۇرغۇن رازى بولمىغان ئىشلەتكۈچىلەر ئېلخەت يوللاپ توشتۇرۇۋېتىدۇ دەپ ئويلاپ، ئالدىن بىر قىسىم جاۋابلارنى تەييارلىدىم.

بىز يىپەك لىنتىنى ئاستاندىن كېيىن كۈتۈشكە باشلىدۇق. تۇنجى جاۋاب قايتۇرغان ئېلخەت مېنى قورقۇتۇۋەتتى. ئۇنىڭدا مۇنداق يېزىلىپتۇ: «سىلەرنى تەبرىكلەيمەن، بىسمىغا بەرداشلىق بېرىپ، ئالاھىدە بىر خاتىرە كۆرۈنۈشى ياساپسىلەر. تېررورلۇق ھۇجۇمى ۋاقتىدا شۇنداقلا ھۇجۇمدىن كېيىن، ئىنتېرنېتتا

مۇناسىۋەتلىك مەزمۇنلار جاھاننى بىر ئېلىپ، ئامېرىكىدىكى يۇقىرى-تۆۋەن ھەممەيلەننىڭ دىققەت مەركىزىگە ئايلاندى، شۇنىڭ بىلەن بۇ زوراۋانلىق قىلمىشى ئاددىيلاشتى. Google روشەنكى بىر توپ دۇنيا نەزىرى بىلەن قارايدىغان كىشىلەر تەرىپىدىن قۇرۇلغان، دۇنيانىڭ نۆۋەتتىكى سىياسىي ۋە مەدەنىيەت مەسلىسىنىڭ مۇرەككەپلىكىنى توپتوغرا چۈشىنەلەيدۇ. Google نىڭ ئۆلچەملىك كۆرۈنۈشىنى ساقلاپ قېلىش ئارقىلىق، سىلەر ھەممە ئادەم شامالغا ئەگىشىپ ماڭىدىغان دەۋردە ئاقىلانىلىك بىلەن ئەمەلىي ۋە ئاشكارا پوزىتسىيەنى ساقلىدىڭلار. »

باشقا ئىشلەتكۈچىلەرمۇ ئوخشاپ كېتىدىغان باھالارنى ئەۋەتىپتۇ، پۈتۈن بىر كۈن تىپتىنچ ئۆتتۈپ كەتتى.

Yahoo باشقىچە ئۇسۇلنى تاللىدى. ئۇلار پۈتكۈل باش بەتنىڭ ھەممىسىنى ماتەم مۇراسىمىغا ئوخشاش كۆلرەڭگە ئالماشتۇردى، ئاندىن ئوتتۇرا قىسمىغا يوغان قارا رامكىدىن بىرنى قويۇپ، ئىچىگە مۇنداق دەپ يازدى: «2001-يىلى 9-ئاينىڭ 11-كۈنى—بىز بىرلىكتە ئەستە تۇتىمىز. ھاياتىدىن ئايرىلغان 3000 دىن ئارتۇق جاننى ئەسلەيمىز.» ئۇستىدە يەنە بىر ئۇلانما بولۇپ، مۇنداق يېزىلغان: «بىلمەكچى، ھەمبەھرلىمەكچى، ئەستە تۇتماقچى بولسىڭىز چېكىڭ. »

مەن ئۇلارنىڭ قىزىق قانلىق بىلەن، مۇشۇنداق بىر خاتىرە پائالىيىتىنى ئۆتكۈزۈشنى قارار قىلغانلىقىنى ياقتۇرمەن،، ئەمما مەن ئۇلار بىلەن بىزنىڭ ئارىمىزدىكى ئوخشاش بولمىغان خاتىرىلەش ئۇسۇلىنى كۆردۈم، بۇ ئارقىلىق تورتۇرايمىز بىلەن «ئەنئەنىۋى» دەرۋازا تورتۇرالار ئارىسىدىكى پەرقنى تېخىمۇ جەزملىدىم. بىز مەزمۇن شەكىللەندۈرمەكچى ياكى ئەسلىمىلەرنى قوزغاتماقچى ۋە ياكى تەزىيە كەيپىياتى شەكىللەندۈرمەكچى ئەمەس. Google نىڭ ماركىسى ئاددىيلىق ۋە قوللىنىشچانلىق ئاساسىغا قۇرۇلغان، بىز مۇشۇنداق بىر بۇرچتا چوقۇم مۇستەھكەم تۇرۇشنى بىلىمىز. بىز «11-سىنتەبىر» تېررورلۇق ھۇجۇم قىلىش ۋەقەسىگە ئىنكاس قايتۇردۇق، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئادەتتىكىدەك ئىزدەش مۇلازىمىتى تەمىنلىدۇق، ئىشلەتكۈچى Google نى ئىشلىتىپ ئۇزىگە لازىملىق ئۇچۇرلارنى ئىزدىيەلەيدۇ. بىز كىشىلەرگە بۇ بىر ئىشنى قانداق خاتىرىلەشنى دەپ بېرىشكە ئۇرۇنمىدۇق، بىزنىڭ ئارزۇيىمىز بويىچە كىشىلەرنىڭ قىلمىشنى ئۇيان-بۇيان قىلىشنىمۇ ئويلىمىدۇق.

ماربىسا ماڭا مۇنداق دېدى: «مېنىڭچە سېنىڭ ئويۇڭ ناھايىتى تۇغرا. بىر شىركەت بولۇش سۈپىتىمىز بىلەن، بىز بۇ بىر مەيدان بەختسىزلىككە نسبەتەن خاس نەزەر بىلەن تەمىنلىيەلمەيمىز، شۇڭلاشقا مۇشۇنداق تونۇش ئاساسىدا، يەنە بىرىپ مۇناسىۋەتلىك مەزمۇن تەييارلاشنىڭ ھېچقانداق ئەھمىيىتى يوق. »

شۇنىڭدىن كېيىن، Google ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن بىۋاستە ئالاقە قىلالايدىغان نۇرغۇن يېڭى ئالاقە يوللىرىنى تەتقىق قىلىپ چىقتى: سانى نۇرغۇن ئىگە تەرەپ بىلوگلار، خەۋەر زاكاز مۇلازىمىتى شۇنداقلا Google ئوتتۇرىغا چىقارغان YouTube سىن تورتۇراسى. بىراق بىزنىڭ «11-سىنتەبىر» تېررورلۇق ھۇجۇم ۋەقەسىگە بولغان ئىنكاسىمىز ئىلگىرى قۇرغان ئالاقە يوللىرىمىزدىن ئېشىپ كەتتى، Google نىڭ ئاممىنىڭ نەزىرىدىكى ئادىل كارخانىغا ئايلىنىشىغا نسبەتەن غايەت زور رول ئوينىدى. ئىشلەتكۈچىلەر بىزنىڭ ئاددىي پاكىز باش بېتىمىزنىڭ ئارقىسىدىكى ئادەمگەرچىلىك تۇيغۇسىنى سېزىۋالەيدۇ، بىزنىڭ پەردە ئارقىسىدا تىرىشچانلىق كۆرسىتىپ ئامال قىلىپ يارىدەم بېرىۋاتقانلىقىمىزنىڭ سايىسىنى كۆرەلەيدۇ. بىزنىڭ خەيرىخاھلىقىمىزدىن شۈبھىلىنىش ھاجەتسىز، گەرچە بىز ئوتتۇرىغا چىقارغان يېڭى مۇلازىمەت ئانچە كەسىپي ئەمەستەك كۆرۈنسىمۇ، ئەمما ئۇلارنىڭ ھەممىسى دۆلەت ئېھتىياجلىق بولغاندا قىلغان ئەڭ سەممي تىرىشچانلىق، بىز ئىزدەش مۇلازىمىتىدىنمۇ كۆپ نەرسىلەرنى تەمىنلەشنى ئويلايمىز، مېنىڭچە ئۇ Google شىركىتىنىڭ ئەڭ گۈزەل پەيتلىرىنىڭ بىرى، مەن شۇنىڭغا قاتنىشالىغانلىقىمدىن پەخىرلىنىمەن.

ئۈچىنچى بۆلۈم
بىزنىڭ ئورنىمىز

Google نىڭ ئىرادىسى مۇستەھكەم مەنزىلى ئۇزاق، بايلىق توختىماي كەلمەكتە، خاتالىق ئۆتكۈزۈشتىن ساقلىنىشىمۇ تەس.

ئون يەتتىنچى باب
ھەممەيلەن بىردەك

Google شىركىتى 2001-يىلى بىر مەزگىل ئىنتايىن قىيىن كۈنلەرنى باشتىن كەچۈردى، كۆپچىلىكنىڭ خىزمىتى ئىنتايىن جاپالىق، بېسىم ئىنتايىن ئېغىر ئىدى، ئەمما بۇ جاپالىق بەدەل تېگىشلىك جاۋابقا ئېرىشتى. شىركەتنىڭ تىجارەت كىرىمى ئۆزلۈكسىز ئېشىپ، تورتۇرانىڭ چېكلىش مىقدارى توختىماي ئۆرلەۋاتاتتى. بىراق، «11-سىنتەبىر» تېررورلۇق ھۇجۇم قىلىش ۋەقەسىنىڭ تەسىرى ھەر بىر كىشىنىڭ كەيپىياتىغچە سىڭىپ كىردى.

ئۆزەمنىڭ خىزمەت پوزىتسىيەسى ئومۇمەن ئاكتىپ. مەن ئۆزەمنىڭ ئاجىز بولغان تۇھپەمنى قانداق تەقدىم قىلىشنىڭ ئۇسۇلىنى تاپقان ئىدىم. خىلمۇ-خىل ۋەزىپىلەر مېنىڭ كۆڭۈل قويۇپ خىزمەت قىلىشىمنى تەلەپ قىلاتتى، شۇڭلاشقا ئەزەلدىن قۇپقۇرۇق مەنسىز ھېس قىلمايتتىم، خىزمەت ۋاقتى ناھايىتى ئۇزۇن ئىدى، بەزىدە ئائىلىگە قاراشقا چولام تەگمەيتتى، ئەمما ئۇنىڭدىن باشقا ھەممە ئىش يامان ئەمەس ئىدى. شۇنداقتىمۇ، ھەر قېتىم رەسمىي مۇنازىرە قىلغاندا، توقۇنۇشتىن ھەمىشە ساقلانغىلى بولمايتتى. مەن بىلەن لارى، سېرگېي تۇرۇپ تۇرۇپ بەس-مۇنازىرە قىلىپ قالاتتۇق، ئەمما كۈندىلىك زور كۆپچىلىك توقۇنۇش مەن بىلەن ماربىسسا ئاربىسىدىكى ئادەمنى تەتۇر قىينايدىغان مۇناسىۋەتتىن كېلەتتى.

ئۇ يىلى ماربىسسا بىلەن مېنىڭ ئالاقەم بارغانسېرى كۆپىيىپ كەتتى. بىز ئىلگىرى بىرلىكتە مەھسۇلات ساھەسىدە بىر قانچە ھەپتە كۆرەش قىلغان، ئەينى چاغدا ناھايىتى ئوبدان چىقىشىپ ئۆتكەن، مەسىلەن، «ھەقىقىي ئىسىم» (RealNames) غا ئوخشاش چوڭ تۇرلەردە، ئۆز ئارا پىكرىمىز بىردەك ئىدى، كېيىنكى كۈنلەردە، بىز سۆز ئىشلىتىش قاتارلىق ئۇششاق-چۈششەك مەسىلىلەردە ئېغىر پىكىر ئىختىلاپى كۆرۈلدى، كېيىن تەرەققىي قىلىپ بىر مەيدان جەڭگە ئايلاندى، ھەتتا شىركەتتىكى بارلىق تورۇسنى كۆيدۈرۈپ كۈل قىلۇېتەتتى. ئىشلەتكۈچىگە قانداق ياخشى بولسا بىز شۇنداق قىلدۇق، بۇ مەن بىلەن ماربىسسا ئىككىمىزنىڭ ئورتاق ئارزۇسى، شۇغىنسى ئىككىمىزنىڭ ئاربىسىدىكى كۆپ قىسىم ئىختىلاپىمۇ دەل مۇشۇ ئارزۇ سەۋەبىدىن. ئىشلەتكۈچىنىڭ رازىلىقى بىزنىڭ ئورتاق ئەھمىيەت بېرىدىغان مەسىلىكىمىز، ئەمما بىزنىڭ ئەھمىيەت بېرىش شەكلىمىز ئازراق پەرقلىنىدۇ. ماربىسسانىڭ شىركەتتە ئۇستىگە ئالغان مەسئۇلىيىتىنىڭ كېڭىيىشىگە ئەگىشىپ، ئاربىمىزدىكى ئىختىلاپنىڭ تەسىرى بارغانسېرى گەۋدىلىنىشكە باشلىدى. لارى رىياسەتچىلىك قىلغان مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىنى مۇناسىۋەتلىك مۇنازىرە ئېلىپ بېرىلىدىغان زۆرۈر سورۇن، يىغىن كۈنتەرتىپى ۋە يىغىن قاتناشقۇچىلىرىنىڭ تىزىمىنى ماربىسسا تىزگىنلىگەندىن كېيىن، ئاربىمىزدىكى ئىختىلاپ بارغانسېرى كۈچەيىپ كەتتى. ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنمىزنىڭ مەزمۇن يىغىنىدا شەكىللەندۈرگەن قارارلىرى بارغانسېرى مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىنىدا ئاغدۇرۇلۇپ كېتىدىغان بولدى، ماربىسسا دائىم مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىنىدىكى ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنىدىن كەلگەن بىردىنبىر ئەزا بولاتتى.

2001-يىلى باھارنىڭ ئاخىرى يازنىڭ باشلىرى، ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنى كۈنسېرى كېڭىيۋاتقان مەھسۇلات لىنىيەمىزگە قانداق رەڭ لايىھەسى ئىشلىتىشتە مۇنازىرە قىلىشىپ قالدۇق. Google نىڭ گۈرۈپپىلارغا بۆلۈپ مۇنازىرە قىلىشنىڭ رەڭگى يېشىلمۇ ياكى قىزغۇچ سېرىقمۇ؟ سۈرەت ئىزدەشنى قانداق قىلىمىز؟ بىز ھەر خىل ئەسلى شەكىللەرنى قۇرۇپ ئەمەلىيلەشتۈرگەندىن كېيىنكى ئۇنۇمنى سېلىشتۇردۇق. كۆپچىلىك بىر قانچە ھەپتە مۇنازىرە قىلغاندىن كېيىن، ماربىسسا ئۆزىنىڭ تەكلىپىنى بۇاستە مەھسۇلات

تەكشۈرۈش يىغىنىغا تاپشۇرۇپتۇ. يىغىندىن كېيىن ئۇ لارىنىڭ «ئاخىرقى قارارى» نى يەتكۈزدى، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنمىزنىڭ ئىچىدە بۇ مەسىلە توغرىسىدا يەنە بىر قېتىم قايتىدىن مۇنازىرە قىلىشمىزنى رىغبەتلەندۈردى.

«ئاخىرقى قارار ھەر قانداق مۇناسىۋەتلىك مۇنازىرىنى ئىنكار قىلمىدىمۇ؟» دەپ سوردى تورتۇرا باشقۇرغۇچى كارۇن، «پەمىچە تېزلىكتە ئاخىرقى قارار چىقىرىشنىڭ جىددىيلىكى تۇيۇلىدىن بولغان، ئەمما ئەينى چاغدا لارىنىڭ سىلىشتۇرغۇدەك باشقا لايىھەسى بولمىغانلىقتىن، ئۇ ئامالسىزلىقتىن بىر بىلەت تاشلىغان. بۇ تېما ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇننىڭ نۇرغۇن ۋاقتىنى ئىگىلىۋالدى، ھازىر ئەھۋالدىن قارىغاندا تۇغرا ئۇسۇل ئورتاق تونۇشقا كېلىش ئوخشايدۇ. ئۇنداق بولمىسا، يەنە نېمىنى مۇنازىرە قىلدۇ؟» كارۇن ھەمىشە بىتەرەپ مەيدانداتۇرۇپ ئوبيېكتىپ تەلەپپۇزدا، بۇ خىل دادلاشنىڭ ئۇنىڭ ئاغزىدىن چىقىشى، ھەقىقەتەن كىشىنىڭ زىتىغا تېگەتتى.

ماريىسا جاۋاب قايتۇرۇپ، ۋاقىت ئورۇنلاشتۇرۇلۇشى ئاللىبۇرۇن ئوپ-ئوچۇق بولۇپ بولغان، كېلەر ھەپتىدىكى مەھسۇلات ئېلان قىلىش يىغىنىنى ئۆز ۋاقتىدا ئېلىپ بېرىش ئۈچۈن، يەنە بىر قەدەم ئىلگىرىلىگەن ھالدا ھەربىرىمىز قىلىشقا تىرىشىپ كېلىدۇ. ئۆتكەن بىر ئايدىن كۆپرەك ۋاقىتتا ئىزچىل بۇ مەسىلىنى مۇنازىرە قىلىۋاتقانلىقىمىز ئۈچۈن، ئۇنىڭ قارىشىچە ئورتاق بىر پىكىرگە كېلىشىمىز مۇمكىن ئەمەسكەن، شۇڭلاشقا كېسىپلا ئۆزىنىڭكىنى راست قىپتۇ.

بىرەر مەسىلىگە دىققەت قىلسىلا، ئۇنى ئامالنىڭ بېرىچە تېزلىكتە «ھەل قىلىش»، ماريىسانىڭ بۇ خىل ئارزۇسى ئىنژېنېرلارغا ئورتاق بولغان ئالغا ئىتتىرىش كۈچى. شەكسىزكى، ماريىسانىڭ ئىش قىلىش ئۇنۇمى ناھايىتى يۇقىرى. ئەمما ئۇنچە جىددىي بولمىغان ئىشلارغا نىسبەتەن، ئۇرۇس ئىلگىرى تەكتىلىگەندەك ۋاقىتنىچە پەرۋا قىلمىساقمۇ بولىدۇ، لېكىن ماريىسا ئۇنداق ئەمەس. ھەر قانداق مەسىلە كۆرۈلسە، ئۇ دەرھال ھەل قىلىشنى ئويلايدۇ، ھەتتا بۇ مەسىلە ئۆزىنىڭ باشقۇرۇش دائىرىسىدا بولمىغان تەقدىردىمۇ.

جاك بېيمۇ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇننىڭ بىر ئەزاسى، ئۇنىڭ دوكتورلۇق دىسسېرتاتسىيەسىنىڭ تەتقىق قىلىدىغىنى دەل ئادەم بىلەن كومپيۇتېر تەسرلىشىش مەسىلىسى. ئەمما ئۇنىڭ بايقىشچە، مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، ئىجادچانلىق ئوخشاشلا مۇھىم. بىز مەلۇم بىر مەسىلىنى قايتا-قايتا مۇنازىرە قىلغان ۋاقتىمىزدا، ئۇ توساتتىن چىقىپ كېتىدۇ. ئۇنىڭ دېيىشچە: «مېنىڭچە بەلكىم ئاغزىمنى يۇمۇشۇم كېرەكتۇ. چۈنكى بۇ بەت ھەققىدىكى خىلمۇ-خىل لايىھەلەش پىكىرلىرىدە، مەن ئىزچىل باشقۇرىدىغان نەرسىلەر بەك كۆپ بولۇپ كەتتى. بەتتە قانداق بۆلەكلەر بولۇشى كېرەك، بەتتە قانداق تېخنىكا قوللىنىش كېرەك، بۇ ئالاھەزەل ئىنژېنېرلىرىمىز قاتنىششقا تېگىشلىك لايىھە مەزمۇنى. بەت جايلاشتۇرۇشقا كەلسەك، ئۇنىڭغا لايىھەلىگۈچى مەسئۇل بولۇشى كېرەك. مۇشۇنداق ئىش تەقسىم قىلغاندا ئاندىن تېخمۇ ياخشى بولىدۇ. »

مەن جاك بېينىڭ سۆزىدىن ئۇنىڭ مېنىڭ كۆز قارىشىمنى ئېتىراپ قىلىدىغانلىقىنى بىلدىم: ئىنسانىنىڭ ھۆكۈم قىلىشى مۇھىم رول ئويناىدۇ، گەرچە سانلىق مەلۇمات تەھلىلى ئاساسىدىكى قارار قىلىش جەريانى بولغان تەقدىردىمۇ يەنىلا ئوخشاش. ماريىسا پەقەت سانلىق مەلۇماتقا ئاساسلىنىپلا قارار چىقىراتتى، بۇنى مۇڭاپىق ئۇسۇل ئەمەس دېگىلى بولمايدۇ، ئەمما كۆپ قىسىم Google لۇقلار بۇ خىل ئۇسۇلنى قوللايدۇ. مېنىڭچە سانلىق مەلۇمات مۇتلەق ئىشەنچلىك بولۇشمۇ ناتايىن.

ئەلۋەتتە، مېنىڭمۇ ئۆزەمنىڭ كەمچىلىكىم بار — ئۆز پىكرىدە چىڭ تۇرۇش ۋە ئۆزىنىڭكىنىلا راست ھېسابلاش قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. شۇڭلاشقا مەن ئىشداشلىرىم بىلەن ناھايىتى تېزلا بىر قارارغا كېلەلمەيمەن، كۆپىنچە ھاللاردا كەسكىن مۇنازىرە قىلمەن. ماريىسا بىلەن مۇنازىرەمنىڭ قېتىم سانى قانچە كۆپ بولسا — شەھۋانە مەزمۇنلارنى سۈزۈش نەتىجىسىدە «قورامغا يەتكەنلەر مەزمۇنى» دەپ كۆرسىتەمدۇ ياكى «چوڭلار مەزمۇنى »دەپ كۆرسىتەمدۇق دېگەنگە ئوخشاش كىچىك ئىشلاردا — مەن تېخمۇ مۇرەسسە

قىلمايمەن.

چاد لېستېر ھەققىدىكى مەسىلىنى قانداق بىر تەرەپ قىلىشنىڭ ئۆزى مۇھىم بىر ئىش.

2001-يىلى 8-ئاينىڭ 1-كۈنى، مەن ئىشقا چىقىپ باش بەتتە يېڭى ئىقتىداردىن بىرى پەيدا بولغانلىقىنى بايقىدىم. ئۇستىدە بىر ئۇلانما بار بولۇپ، ئۇنىڭغا ئۇلانغان تور بەت كۆپچىلىك ئىنتايىن ياقتۇرىدىغان، ئاشقان تاماقنى يېيىشنى ياخشى كۆرىدىغان ئىنژېنېر چاد لېستېرنىڭ خەتەرلىك سەرگۈزەشتىسىنى كۆرسەتكەن، ئۇ ۋىلسىپت مىنىپ سايادەت قىلغان بولۇپ، كالىفورنىيەدىن مىنگەنچە فىلورىدا‌غا بارغان. مەن ھەقىقەتەن چاد لېستېرنى ياقتۇرىمەن ھەمدە ئۇنىڭ ۋىلسىپت مىنىپ يولدا جەۋرى-جاپا چېكىۋاتقانلىقىنمۇ بىلىمەن، ئۇنىڭ مۇساپىسى روككى تاغ تىزمىسىدىن ھالقىپ، ئامېرىكا چوڭ قۇرۇقلۇقىنى كېسىپ ئۆتىدۇ. شۇنداقتىمۇ، پەقەت كاللامىدىن ئۆتمىگىنى نېمە ئۈچۈن بىزنىڭ ئىزدەش موتورىمىزنىڭ باش بېتىدە ئۇنىڭ خەتەرلىك سەرگۈزەشتىلىرىنى بايان قىلىدىغانلىقىمىز. سىندىنىڭمۇ بىرمۇچە قورساق كۆپۈكى بار، كارۇننى ئۆز ئىچىگە ئالغان پۈتكۈل ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنىدىكى ھەممەيلەن نېمە ئۈچۈن ئىكەنلىكىنى بىلمەكچى، ئېنىق قىلىپ ئېيتقاندا، بىزنىڭ ئېنىقلۇئالماقچى بولغىنىمىز مۇشۇنداق قىلىش توغرىمۇ ئەمەسمۇ.

ماڑىسسا بىزگە چۈشەندۈرۈپ مۇنداق دېدى: «ھە... ئىش مۇنداق بولغان، تۇنۈگۈن چۈشلۈك تاماق ۋاقتىدا، بەزىلەر بۇ ئويىنى ئوتتۇرىغا قويدى، ئۇرس ئۇنى جېن مەككىراس ۋە ماڭا كۆرسەتتى، بىز مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىندا مۇنازىرە قىلدۇق. لارى بۇ ئويىنى ناھايىتى ياقتۇردى ھەمدە ئۇنىڭ پىكرىنى ئىنژېنېرلارغا يەتكۈزدۇم. بىر قانچە سائەتتىن كېيىن، ئۇ تورتۇرادا پەيدا بولدى. ھەممەيلەنگە ئۇقتۇرۇش قىلالمىغانلىقىمدىن، كۆپچىلىكتىن كەچۈرۈم سورايمەن. ئەمما بۇ ئىشنى سۈرۈشكە بولمايتتى، چۈنكى ئۇنىڭ مۇساپىسى شۇ كۈنى ئاخىرلىشاتتى، لىكىن بىز يېرىمىنى ئۆتكۈزۈۋەتكەن ئىدۇق. »

ھە، ئەسلىدە بۇ ئىشقا بىزنىڭ پىكرىمىزنى ئالمىسمۇ بولىدىكەن،-دە.

ماڑىسسانىڭ قارىشىچە: «چادنىڭ سايادىتى ھەقىقەتەن قالتىس، بىز قوللاشنى خالايمىز، ئۇنىڭ ئۈستىگە بىز ئىشلەتكۈچىلەر بۇنىڭغا قىزىقىشى مۇمكىن دەپ ئويلىدۇق.» بۇ بەت چاد لېستېرنىڭ سايادەت لىنىيەسىنى كۆرستىدىغان خەرىتىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. كىم بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، چادنى سۈرەتكە تارتىپ، سۈرەتنى بىزگە يوللاپ بەرسە، بىز ئۇنىڭغا Google نىڭ تۇغى چۈشۈرۈلگەن مايكىدىن بىرنى مۇكاپات قىلىپ بېرىمىز.

يېرىم كېچە بولغاندا، ئانچە مۇھىم بولمىغان مەزمۇننى تورتۇرانىڭ باش بېتىگە قوشۇشقا نىسبەتەن، مەن رازى بولمىدىم، بۇ ئانچە زۆرۈر بولمىغان يەڭگىلتەكلىك بىلەن ئېلىپ بېرىلغان قىلمىش. بۇنىڭدا جاۋاب سۈپىتىدە، مەن مۇنۇلارنى ئوتتۇرىغا قويدۇم: «ئىشلەتكۈچى ئارا يۈزىنىڭ ھەر بىر ئىنچىگە تەڭشىلىشى، كۆپچىلىك ھەممىمىز ئاۋۇال سىناش تەرەپدارى. مۇشۇ سەۋەبتىن، بۇ خىل مۇنازىرىدىن ئۆتمەيلا قىلىنغان ئورۇنلاشتۇرۇش كىشىنى ئىنتايىن تۈيۇقسىزلىق ھېس قىلدۇرىدىكەن. چاد لېستېرغا شەرەپ بېرىش ياكى ئۇنىڭ سايادەت لىنىيەسىنى باش بەتكە قويۇشتەك بۇ ئىشنى ئەسكى ئىش دەپ قارىمايمەن، شۇنىسى گەرچە بۇ ئىش ئاممىۋى مۇناسىۋەت، خېرىدارلار مۇلازىمىتى ۋە ماركا ئوبرازىغا چېتىلغاچقا، ئالدى بىلەن سىندى ۋە مېنىڭ پىكرىمنى ئېلىشنى ئۈمىد قىلىمەن. ئەگەر بۇ خىل ئورۇنلاشتۇرۇشنىڭ ئەھمىيىتى زور دېيىلسە، ئۇنداقتا يېرىم كېچىدە تورغا قويۇش بىلەن ئەتىگەندە تورغا قويۇشنىڭ ئانچە چوڭ پەرقى يوقتەك. »

ماڑىسسا مەسئۇلىيەتنى ئۈرستا ئىتتىرىپ، شۇنچە جىددىي ئورۇنلاشتۇرۇشنىڭ ھەممىسى ئۇنىڭ پىكرى دەپ بىشارەت بەردى. ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنغا ئۇقتۇرۇش قىلىشقا پەقەتلا ۋاقىت يوق ئىدى، چاد لېستېر ھەققىدىكى بەت تورغا چىقىپ بولدى. ئۇنىڭچە بولغاندىمۇ بۇ بەتنى ئەتىگەندە ئىشقا چىققاندا ئاندىن تورغا چىقارسىمۇ بولاتتى، ئۇنىڭ ئۇستىگە، ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنىنىڭ خىزمىتى تەرتىپ بويىچە ئېلىپ

بېرىلىشىنى قوللايدىغانلىقى ھەققىدە مېنى ئەسكەرتتى. شۇنداقتىمۇ، شىركەتنىڭ ماركا ئوبرازىدا روشەن تەسىر كۆرسىتىدىغان بۇ خىل قارار چىقىرىشتا، بازارچىلىق بۆلۈمنىڭ پىكرىنى سىرتتا قالدۇرۇش، مەن بۇ خىل ئۇسۇلنى زادىلا توغرا تاپمىدىم.

ھازىر كەينىگە يېنىپ ئويلاپ باقسام، ئۇنىڭ قانچىلىك يامان ئىش ئىكەنلىكىنى جەزملىيەلمىدىم.

Google ماركىسىنىڭ كۆچى، قىسمەن جەھەتتە ئۇ ئىپادىلىگەن غەلىتە ئالاھىدە ئۇسلۇبلاردىن كەلگەن، خۇددى دۇنيادىكى مىليونلىغان ئىشلەتكۈچىلەرگە مۇلازىمەت قىلىۋاتقان تورتۇرانى بىر قانچە كىتاب خالتىسى باشقۇرۇۋاتقاندەك. نېمە بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، پەقەت ئۇلار ياخشى دەپ ھېس قىلسىلا، ھەممىسىنى تورتۇرانىڭ باش بېتىگە كۆتۈرۈپ چىقىدىغاندەك. ئۇنىڭدىن باشقا، ئۇلار قانداق قىلسا تېخىمۇ ياخشى بولىدىغانلىقىنى چورتلا بىلمەيتتى. مەن ئۆزەمنى ئەزەلدىن بۇ كىتاب خالتىلىرىنىڭ ئاۋازىنى ئاڭلاشقا ماھىر دەپ قارايتتىم، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئالاقە قىلىش جەريانىدا ئەپچىللىك بىلەن يېتەكلەيتتىم، ئەمما شۇنىمۇ بىلەتتىمكى، ئۇلارنىڭ غەلىتە ئويلىرىنى ھەمىشە ئازراق ئۆزگەرتىپ، تورتۇرايىمىزدىكى دەپتەردارنىڭ تېخىمۇ رەسمىي بولۇشىنى ئويلايتتىم. مېنىڭ ئۆگەنگىنىم ئىنگلىز تىلى كەسپى ئەمەسمۇ. ئەمما بۇنداق بولغانداۋ، Google ئانچە قىزىقارلىق بولماسلىقى مۇمكىن.

ھازىرقى پەيتتە، ھوقۇقۇمنى باشقىلار قولغا كىرگۈزۈۋالماقتا، ماڤسسا بىلەن بولغان مۇناسىۋىتىم كۇنسېرى جىددىيلىشىپ كەتتى، بۇنداق بولسا قانداقمۇ تېخىمۇ ياخشى ماركا ياراتقىلى بولسۇن؟ بۇنىڭدىن مەن ئىنتايىن خاتىرجەمسىزلەندىم. كەسىپىي بازارچىلىق خادىملىرى بىلەن تېخنىكا تەلۇملىرى، ئىككىيلەن ياراتقان ماركا ئەلۋەتتە ئوخشىمايدۇ،-دە. ئىككىمىز قارىمۇ-قارشى قۇتۇپتەك ۋەزىيەت شەكىللەندى: بىر تەرەپ بازارچىلىققا ۋەكىللىك قىلىدۇ، يەنە بىر تەرەپ قۇرۇلۇش تېخنىكىسىغا ۋەكىللىك قىلىدۇ؛ بىر تەرەپنىڭ گەپ-سۆزلىرى توغرا، ئەدەبىي تالانتى ياخشى، يەنە بىر تەرەپنىڭ ئېغىزىدا لىق ئاتالغۇ، ئەمما چۈشەنگىلى بولمايدۇ؛ بىر تەرەپنىڭ ئىشلەتكىنى ئەنئەنىۋى خەت نۇسخىسى، يەنە بىر تەرەپنىڭ ئىشلەتكىنى قاتمال ASCII كودى (ئامېرىكا ئۇچۇر ئالماشتۇرۇش ئۆلچەملىك كودى).

شۇنداق، بۇ ئانچە مۇكەممەل بولمىغان ماسلاشتۇرۇش. كۆپىنچە ئەھۋالدا، ئىككى تەرەپ مۇنازىرىلەشكەندە مەركىزى مەسىلىنى تۇتالمايدۇ، مەن ئۆزەمنى ئېشەكنىڭ قۇلىقىغا غېجەك چالغاندەك ھېس قىلمىسام، ماڤسسا يېتەرلىك «Google لاشتۇرۇش» ئەمەستەك ھېس قىلىدۇ. Google قۇرۇلۇش تېخنىكا تېپىدىكى شىركەت، بىزنىڭ پىكرىمىز بىردەك بولمىغان ۋاقىتلاردا، ئادەتتە ئىنژېنېرلار ئەڭ ياخشى دېگەن ئۇسۇلدا ئىش ئېلىپ بېرىلىدۇ.

بىر كاشلا (مېنىڭ چاد لېستېر ھادىسسىغا بولغان قارىشىم) ئېلىپ كەلگەن ئاقىۋەت شۇكى، ماڤسسا ئەڭ ئاخىرىدا ئېنىق قوشۇلغان، تورتۇرانىڭ تېكست لايىھەسى مېنىڭ باشقۇرۇش دائىرەمىدىكى ھوقۇق، گەرچە مەن لايىھەنى تاپشۇرغاندىن كېيىنمۇ، ئۇ قوللىنىشنى رەت قىلىدۇ ياكى قايتا يازىدۇ ۋە ياكى مېنىڭ «ئاخىرقى ماقالە» منى ئۆزگەرتىدۇ. شۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە ئاي ھەتتا بىر قانچە يىلدا، بىز دائىم توقۇنۇشۇپ قالىمىز. بەزىدە مەن يېڭىمەن، بەزىدە مەن ئۇتتۇرىمەن، لېكىن بىز مۇنازىرە قىلغان سەۋەبلەرنىڭ ھەممىسى ناھايىتى ئېنىق دېيىلگەن. باش تېمىنى چۈرىدەپ تالاش-تارتىش قىلىشنىڭ ئەڭ ياخشى ئۇسۇلى نېمە، قايسى ئاساسىي پىرىنسىپلارغا خىلاپلىق قىلىشقا بولمايدۇ، ماڤسسا بىلەن مەن بۇ مەسىلىلەردە بىردەكلىككە كەلگەن ۋاقتىمىزدا، شۇنىڭغا ئىشىنىمەنكى «Google لاشتۇرۇش» ئارقىلىق ئىش بېجىرىش ئۇسۇلىغا بارغانسېرى يېقىنلاشقان بولىمىز.

9-ئاينىڭ 11-كۈنىدىن ئانچە ئۇزۇن ئۆتمەي، لارى ماڤسسانىڭ مەھسۇلات باشقۇرۇش قوشۇنىغا كىرىش ئىلتىماسىنى تەستىقلىدى، ئۇنى Google.com تورتۇراسىنىڭ ئىشلەتكۈچى تۈيغۇسىغا مەسئۇل قىلىدى—ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ كەسپىگە بۇاستە يۇزلىنىدىغان بولدى، ئۇ يەنە بىزنىڭ ماركا ئاساسىمىز.

ماربسسانىڭ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇننىڭ باشقۇرۇش خىزمىتىگە مەسئۇل بولغانغىمۇ خېلى كۈنلەر بولغان، بىراق ھازىر رەسمىي ۋەزىپىگە قويۇلدى. ماربسسا قۇرۇلۇش بۆلۈمىدىن مەھسۇلات بۆلۈمىگە ئالماشتى، بۇ ئىشقا بەزىلەر باشقىچە نەزەر بىلەن قارىدى، چۈنكى بۇ ئۇنىڭ ئىنژېنېر سۈپىتىدە Google ئەسلىدىنلا بار ئالىدىنلىق ھوقۇقىدىن مەھرۇم قالغانلىقىدىن دېرەك بېرەتتى، خۇددى رىم ئىمپېرىيەسىنىڭ پۇقرالىق سالاھىيىتىدىن ۋاز كەچكەندەك ئىش ئىدى، خۇددى مەنسىپنى چۈشۈرۈپ چەت ياقىدىكى بېقىندى دۆلەتلەرگە ئەۋەتكەنگە ئوخشايتتى. بۇ ئورۇنلاشتۇرۇش يەنە ئۇنىڭ خىزمەتلەرنى لاررىغا دوكلات قىلىدىغانلىقىدىن دېرەك بېرەتتى.

ماربسسانىڭ خىزمىتىدىكى ئۆزگىرىش ئاخىرى ئۇنىڭغا كەسىپتە شان-شەرەپ ئېلىپ كەلدى. ئۇنىڭ ئىلگىرىكى قۇرۇلۇش بۆلۈمىدىكى خىزمىتىگە سېلىشتۇرغاندا، مەھسۇلات باشقۇرۇش خىزمىتى ئۇنى تېخىمۇ كەڭ دائىرىدە ئۆزىنى نامايان قىلىش بوشلۇقى بىلەن تەمىنلىدى، ئۇ لاررىنىڭ جارچىسىغا ئايلاندى، ئادەتتە ئۇ سۆزلەر لاررىنىڭ ماربسساغا ئايرىم قىلغان سۆزلىرى ئىدى، قايسىلىرىنىڭ لاررىنىڭ سۆزى، قايسىلىرىنىڭ ماربسسانىڭ ئۆزىنىڭ سۆزى ئىكەنلىكىگە ھۆكۈم قىلغىلى بولمايتتى. لارری ماربسسانىڭ كۆرسەتمىلىرىنى ناھايىتى ئاز رەت قىلاتتى، ۋاقىت ئۆزارغانسېرى، بىز ئۇنىڭ قىلغان ھەر بىر جۈملە سۆزىگە ئىشىنىشكە باشلىدۇق، گەرچە لاررىنىڭ مەقسىتى ئۇنداق بولمىغان تەقدىردىمۇ، خاتالىشىپ نەگىمۇ بارالايتتى.

مۇندەرىجە مەسلىسى

مۇنداقلا قارىغاندا، Google نىڭ «خىدۇنگ قۇرۇلۇشى» (Project Hedwig) قالايمىقان ئوتتۇرىغا چىقارغان غەلىتە مەھسۇلات، ئۇ پوچتىدىن سېتىۋالىدىغان تاۋارلارنىڭ مۇندەرىجىسىنى ئىزدەشكە قارىتىلغان ئىزدەش قورالى، ئۇ ئىشلەتكۈچىگە تۇردىكى تەشۇىقات بېتىدىكى ئېلان رەسمىنى تېپىپ بېرەلەيدۇ. «كۆك رەڭلىك بالىلار مايكىسى» دەپ كىرگۈزگەندە، مۇناسىۋەتلىك شىركەت مەھسۇلاتىنىڭ تەشۇىقات ئېلان بېتى كۆرۈنىدۇ. بۇ قورالنىڭ ئانچە رولى يوق، ئانچە مۇھىممۇ ئەمەس، ئىشلەتكۈچىگە زۆرۈر ئېھتىياجلىق ئىقتىدارمۇ ئەمەس، ئەمما خىدۇنگ قۇرۇلۇشى بىر تۈرلۈك سىرلىق بۇرچنى ئۆز ئۈستىگە ئالغان، لارری بۇ ئارقىلىق بارلىق باسما ماتېرىياللارنى رەقەملەشتۈرۈشنىڭ مۇمكىنلىكىنى ئىسپاتلىماقچى.

پوچتىدىن سېتىۋېلىش مۇندەرىجىسى تەييار، ھېچقانداق تەننەرخى يوق، بۇ باسما ماتېرىياللارنى سايىلاش ئىنتايىن ئاسان، چۈنكى ھېچكىم شوللاش جەريانىدا بۇزۇلۇپ كېتىشىگە ئانچە كۆڭۈل بولۇپ كەتمەيدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە ھەممىدىن مۇھىم بولغىنى، سودىگەرلەر ئۆزىنىڭ ئېلان بېتىنىڭ كۆچۈرۈلۈشىگە ئانچە پىسەنت قىلىپ كەتمەيدۇ، مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا نەشر ھوقۇقىغا دەخلى قىلىش مەسلىسى. پۈل خەجلەپ قەغەز، سىياھ سېتىۋېلىشنىڭ، ھۆكۈمەتكە تەستىقلىتىشنىڭ ھاجىتى يوق، يوشۇرۇن يېڭى خېرىدارلارنى جەلپ قىلغىلى بولىدۇ، قانداق زاۋۇت كارخانا بۇ خىل ياخشى ئىشتىن ئاغرىنىدۇ؟ نېمىلا دېمەيلى، نەزەريە جەھەتتىن مۇشۇنداق.

2001-يىلى 10-ئايدا، شىركەت يېڭىدىن تەكلىپ قىلغان ئاممىۋى مۇناسىۋەت دىرېكتورى پېئارل رېناكېر بارلىق Google خىزمەتچىلىرىدىن ئۆزلىرىنىڭ خەت ساندۇقىدىكى بارلىق پوچتىدىن سېتىۋالىدىغان تاۋارلارنىڭ مۇندەرىجىسى بېسىلغان تەشۇىقات ۋاراقىنى ئۇنىڭغا تاپشۇرۇشنى تەلەپ قىلدى. بىر قانچە ھەپتىگە يەتمىگەن ۋاقىتتا، ئىنژېنېرلار ئىچكى قىسىمدا سنايدىغان دەسلەپكى سىستېمىنى پۈتتۈردى. سناش نەتىجىسى ئالدىن ئويلىغانىدەك ياخشى بولمىدى. باللار ئويۇنچۇقى دەپ كىرگۈزگەندە، ئىزدەش نەتىجىسىدە بالامغا ئېلىپ بەرمەكچى بولغان نەرسىلەر پەقەت كۆرۈنمىدى. بىراق كۆپ مىقداردىكى چوڭلار ئويۇنچۇقلىرى بار ئىدى.

ماربسسادىن مۇنداق سوربدىم، تاۋار مۇندەربجىسى ئىزدەش مۇلازىمىتىنى تارقاتقان ۋاقىتتا، شەھۋانىي مەزمۇنلارنى سۈزگۈچ بولۇشى كېرەكمۇ، ئەگەر بولسا، كۆڭۈلدىكى ئەھۋالدا ئوچۇق ھالەتتىمۇ. باللار مۇندەربجە ئىزدەش مۇلازىمىتى ئارقىلىق روۋدىستوۋا بايرىملىق سوۋغاتلار تىزىمىنى تىزغاندا، تاسادىپىي مۇۋاپىق بولمىغان مەزمۇنلارنى كۆرۈلۈپ قالسا قانداق قىلىمىز دېدىم. ئادەتتىكى تور بەت ئىزدىگەندە، Google ئۆلچىمى قاتتىق بولغان «بىخەتەر ئىزدەش» سۈزگۈچىنى ئاپتوماتىك ئاچمايدۇ، ئەمما رەسىم ئىزدىگەندە، بىز ھەقىقەتەن كۆڭۈلدىكى ئەھۋالدا مۇۋاپىق سۈزۈش ئىقتىدارىنى ئىشلەتتۇق. ماربسسا بىلەن مەن ئوخشاش بولمىغان ئىككى نۇقتىدىن بۇ مەسىلىگە بولغان كۆز قارىشىمىزنى ئوتتۇرىغا قويدۇق.

ماربسسانىڭ تەشەببۇس قىلغىنى، مۇۋاپىق بولمىغان مەزمۇننى بىر تەرەپ قىلغاندا، شىركەت تەمىنلىگەن بارلىق ئىزدەش كەسپىدە ئۆلچەم بىردەك بولۇشى كېرەك، ئەگەر ئىشلەتكۈچى تور بەت ئىزدەش مۇلازىمىتىدە «بىخەتەر ئىزدەش» سۈزگۈچىنى ئاچمىغان بولسا، ئۇنداقتا ئۇلار پوچتىدىن سېتىۋالىدىغان تاۋارلار مۇندەربجىسى ئىزدەش مۇلازىمىتىنى ئىشلەتكەندىمۇ ئۇنى ئاچمايدۇ. بىز ئىشلەتكۈچىنىڭ ياقتۇرۇشىغا ھۆرمەت قىلىشىمىز كېرەك، ھەتتا ئۇلار تەشەببۇسكارلىق بىلەن ھېچقانداق مەقسىتىنى ئېپادىلىمىگەن تەقدىردىمۇ.

ماربسسا مېنى ئەسكەرتىپ، رەسىم ئىزدەش بىر خىل ئالاھىدە مىسال، چۈنكى بىر قېتىم رەسىم ئىزدىگەندە شەھۋانىي مەزمۇن كۆرۈنۈپ قېلىشىنىڭ ئوتتۇرىچە ئېھتىماللىقى 70% گە يېتىدۇ. ئۇ مۇندەربجە ئىزدەش جەريانىدا ئوخشاش ئۆلچەمدىكى سۈزگۈچنى ئېچىشقا قارشى تۇرمىدى، ئەمما بىز ئوتتۇرىغا قويغان بۇ يېڭى كەسپىتە، ئەگەر ئىشلەتكۈچى ئىلگىرى ئادەتتىكى Google ئىزدىگۈچتە سۈزگۈچنى تاقىۋەتكەن بولسا، ئۇنىڭ رەسىم ئىزدىشىگە تەلىپى قاتتىق بولغان «بىخەتەر ئىزدەش» سۈزگۈچىسىنى يۈرگۈزۈشنى ئىشتا ئاشۇرۇش، تېخنىكا جەھەتتىن ناھايىتى قىيىن.

ئۇنىڭ كۆز قارىشى پۈتۈنلەي تېخنىكا نۇقتىسىدىن چىققان ئىدى، ئۇنىڭ ئويلاشقىنىمۇ سۈزگۈچنى قانداق ئېچىپ تاقاشنى پىششىق بىلىدىغان ئىشلەتكۈچىلەر ئىدى. شۇنداق بولغان تەقدىردىمۇ، مەن ئادەتتىكى قائىدە بويىچە تەھلىل قىلىپ، دەرھال ئەڭ ناچار ئەھۋالنى ئويلاپ يەتتىم. ئەگەر بىز بىرنېچە سىنىپتىكى باشلانغۇچ مەكتەپ ئوقۇغۇچىسىغا جىنسىي مۇناسىۋەت بۈيۈملىرىنىڭ رەسىمنى تەمىنلىگەن بولساق، ئۇنداقتا قانداق ئەھۋال يۈز بېرىدۇ؟

پېئارل ئوتتۇرھال لايىھەدىن بىرنى ئوتتۇرىغا قويدى. ئەگەر ئىشلەتكۈچى تور بەت ئىزدىگۈچتە «بىخەتەر ئىزدەش» سۈزگۈچنى ئاكتىپلىغان بولسا، بىز پوچتىدىن سېتىۋالىدىغان تاۋار مۇندەربجىسىنى ئىزدىگەندە بۇ سۈزگۈچنى ئېچىشمىز كېرەك. مېنىڭچە بۇنداق قىلىش يېتەرلىك ئەمەس، ئەمما قارار قىلىش ھوقۇقىنىڭ مەھسۇلات بۆلۈمىگە تەۋە ئىكەنلىكىنى بىلىمەن، شۇڭلاشقا ئۆزەمنىڭ تەشەببۇسىدا يەنە چىڭ تۇرمىدىم. مەن «ھەممە ئىشتىن ئەنسىرەيدىغان ئاشۇ بۇرادەر» گە ئوخشاپ قالدىم، شۇڭا ھەممە -ئىشداشلىرىم بارا-بارا ماڭا سىڭايان قارايدىغان بولۇپ قالدى. ئىزچىل ئامالنىڭ بارىچە تېزلىكتە ئالغا ئىلگىرىلەشنى تەكتلەيدىغان Google غا نىسبەتەن، مېنىڭ بۇ خىل ئېھتىياتچانلىق بىلەن ئىش قىلىدىغان مجەزىمگە نىسبەتەن ئانچە ياخشى ئەمەس. 2001-يىلى 12-ئايدا، باشقۇرغۇچى ئىنژېنېر لاۋرېنس باپتىست Google خىزمەتچىلىرىگە ئۇقتۇرۇش قىلىپ، كۆپچىلىكنى دەسلەپكى سىستېمىنى سىناتقۇزدى.

ئۇسكۇنە بۆلۈمىدىكى سۈئىم مۇندەربجە ئىزدەيدىغان دەسلەپكى سىستېمىنى سىناشقا قاتناشتى، ئۇ مېنىڭ دەپتەردارلىرىمنى تەھرىرلەپ ئۆزگەرتىشكە ئامراق ئىدى. ئۇ ماڭا مۇنداق دېدى: «بۇ سىستېمىنى تورغا چىقىرىش بەكلا ئالدىراش بولۇپ قالدى. » گەرچە ئۇ تاۋار مۇندەربجىسىنى ئانچە-مۇنچە كۆرۈپ قويغان بولسىمۇ، يەنىلا كۆپ مىقدارىدا چوڭلار مەزمۇننى بايقاپتۇ. ئىنژېنېرلارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان نۇرغۇن كىشىنىڭ ھەممىسى بۇ مەھسۇلاتنى تارقىتىش تەييارلىقى پۈتمىگەندەك ھېس قىلىپتۇ، مەن سىندىغا، ئەسلىدە بۇ ھەپتە ئېلان قىلىش پىلانى كېچىكتۈرۈلۈشى مۇمكىن دېدىم.

سندى ئەسلىدە سۈزگۈچ مەسلىسنى بىلمەيتتى، ئەمما ئۇ دەرھاللا بۇنداق بولغاندا يوشۇرۇن «ئاممۇى مۇناسىۋەت خەتىرى» كېلىپ چىقىدىغانلىقىنى ھېس قىلدى. ئۇ مەھسۇلات گۇرۇپپىسىغا، بۇنداق قىلىشنىڭ خەتىرى بەك چوڭ،-دېدى. ماربسسا تولۇق سۈزۈشنى نېمە ئۈچۈن ئىشقا ئاشۇرغىلى بولمايدىغانلىقىنى قايتا-قايتا چۈشەندۈردى، ئەمما سىندى ئۆزىنىڭ مەيداندا چىڭ تۇردى، ئۇنىڭ پىكرىنىڭ خېلى سالمىقى بار ئىدى، شۇڭلاشقا كۆپچىلىك تالاش-تارتىش قىلىشتىن توختىدى، چوڭلار مەزمۇن مۇندەرىجىسى پۈتۈنلەي چىقىرۋېتىلدى. بۇنىڭدىن «چوڭلار» تاۋار مۇندەرىجىسىنى شەكىللەندۈرىدىغان مەزمۇن جەھەتتە كۆپچىلىكنىڭ تېخىمۇ چوڭقۇرلاپ پەلسەپىۋى مۇنازىرە قىلىشغا سەۋەب بولدى، بارلىق Google خىزمەتچىلىرىنىڭ «چوڭلار ئويۇنچۇقى» غا بولغان تونۇشى كۆرۈنەرلىك ئاشتى.

بۇ مەھسۇلات ئاخىرى تارقىتىلدى، ھەممە ئىش جايىدا. بۇ خىل كەيپىيات ئالاھەزەل بىر ھەپتە داۋاملاشتى، پەن-تېخنىكا تورتۇراسى CNET شۇنىڭدىن كېيىن ماقالە ئېلان قىلىپ، بىزنى «ئېلخەتتە ئالاھىدە مۇندەرىجە ئىزدەش ئىلتىماسى يوللىغان Google ئىشلەتكۈچىلىرىنىڭ ئىسىم-فامىلىسى ۋە ئادرېسىنى پارچە سېتىش سودىگەرلىرىگە سېتىپ بەردى» دېدى، بىز يەنە «پارچە سېتىش سودىگەرلىرىنىڭ تورتۇراسىدىكى بەتنى كۆرسىتىدىغان تەۋسىيە ئۇلانما» تەمىنلەيدىكەنمىز.

تەننەرخ باش نازارەتچىسى گېبرالد ئەيگنېر بەكلا غەزەپلەنگەن ئىدى، ئۇ شىركەت قۇرغۇچىسىغا دەرد ئېيتىپ، بۇ ماقالىدا بىزنى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ماتېرىيالىنى سېتىۋاتىدۇ دەپ بىشارەت بەرگەن، تىجارەت كىرىمىنى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ پايدىسىنىڭ ئۈستىگە قويىدى، «بۇ ھەقىقەتەن بازارچىلىقنىڭ چوڭ مەغلۇبىيىتى، بىز تۈگەشتۇق » دەپ دادلاپتۇ.

گەرچە بۇ ماقالىدا مېنىڭ سۆزۈمنى نەقىل ئالغان بولسىمۇ، مەنمۇ گېبرالد ئەيگنېرغا ئوخشاشلا بىئارامىلىق ھېس قىلدىم. لارى ماڭا ئالاھىدە كۆرسەتمە بېرىپ، تور بەتتە تاۋار مۇندەرىجىسى تارقاتقانلارنىڭ مۇناسىۋەتلىك ئۇچۇرنى كۆرسىتىدىغان بەت قوشۇقۇزدى. مەن يازغان تېكىستنىڭ بىر بۆلىكى مۇنداق: «ئىشلەتكۈچى تاۋار مۇندەرىجىسىنى ئىزدىگەندە كىرگۈزگەن ھالقىلىق سۆز دېگەن نېمە؟ ئۇلار ئادەتتە قانچە بەتنى كۆرىدۇ؟ سىلەر تارقاتقان تاۋار مۇندەرىجىسىنى خېرىدارلار قانداق ئىشلىتىدۇ؟ Google باشقا ئىزدەش قوراللىرى ئەمەلگە ئاشۇرالمايدىغان ئۆزىگە خاس ئۇسۇلدا سىلەرگە مۇناسىۋەتلىك ئۇچۇرلارنى تەمىنلەيدۇ، بۇ ئۇچۇرلارنىڭ ھەممىسى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ شەخسىيەت ئۇچۇرلىرىنى قوغداشنىڭ ئەڭ يۇقىرى ئۆلچىمىدە قاتتىق چىڭ تۇرغان ئالدىنقى شەرت ئاستىدا تاماملىنىدۇ. » ئۇستىدە Google تەتقىق قىلىۋاتقان ئېلان تۈرىنىڭ پايدىلىنىش چۈشەندۈرۈشى بار، Google ئىستېمال مايىللىقىنىڭ شەكىللىنىشىنى يېتەكلەش تەرەپتىكى ئىقتىدارىدىمۇ تىلغا ئېلىنغان، ئۇنىڭدا «پوچتىدىن سېتىۋالىدىغان تاۋار مۇندەرىجىسىنى ئالاھىدە تەلەپ قىلغان Google ئىشلەتكۈچىلىرىنىڭ ئىسىم-فامىلىسى ۋە ئادرېسى» نى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

بىز ئىلگىرى ئەزەلدىن مەھسۇلات ئېچىش پىلانىنى تارقاتمىغان، ئىشلەتكۈچى يول قويغان تەقدىردىمۇ، بىز ئەزەلدىن ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ماتېرىيالىرىنى ساتىدىغانلىقىمىزدىن بىشارەت بەرمىگەن. ئۇنداقتا، نېمە ئۈچۈن بۇ قېتىم شۇنداق قىلىمىز؟ بۇ تامامەن لارىرنىڭ دانا پىلانى. ئەگەر بىز سودىگەرلەرگە مۇندەرىجە ئىزدەشنىڭ بازار يوشۇرۇن كۈچىنى نامايان قىلساق، ئۇنداقتا بىز ئىجازەت بېرىلمىگەن ئەھۋالدا ئۇلارنىڭ نەشر ھوقۇقى بار نەرسىلىرىنى ئېچىگە ئەكىرەلەيمىز، ئۇلار قانۇنىي تەدبىر قوللانماسلىقى مۇمكىن.

لارى ئىزچىل ئىستراتېگىيە قاتلىمدا مەسىلىلەرنى تەپەككۇر قىلدۇ، تېخىمۇ مۇھىم بولغان جەڭدە غەلبە قىلىش ئۈچۈن، ئۇ ئىزچىل ئىككىلەنمەستىن قىسقا مەزگىللىك قۇربان بېرىدۇ. ئۇنىڭغا چوقۇم ئۆزىنىڭ ئىستراتېگىيەلىك ئىدىيەسىنى دېيىشنى تەلەپ قىلىش مۇمكىن بولمايدىغان ئىش، ئەمما ئۇ ئاز تولا ئەقىل تارقاتقان ياكى يوللارنى تەپەككۇر قىلغان ۋاقىتتا، ئۇنىڭ تەپەككۇرىنىڭ چوڭقۇرلۇقى، چۈشىنىشىنىڭ كەڭلىكىدىن ئىنتايىن ھەيران قالاتتىم. شۇنداقتىمۇ، ئۇ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ شەخسىيەت مەسىلىسىدە سۈيىئىستىمالچىلىق قىلغانلىقى مېنى ئىككىلەندۈرۈپ قويىدى. ئۇ قەتئىي ھالدا، بىز ئەزەلدىن ھەر قانداق

ئىشلەتكۈچىنىڭ شەخسىي ماتېرىياللىرىنى سىرتتىكى كىشىلەرگە تەمىنلىمەسلىكىمىز كېرەك دەپ قارايدۇ، ئەمما لارى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ شەخسىيىتى تەرەپتە ئۇستاتىلىق قىلىش مەقسىتى مېنى—مەن مۇشۇنداق دېيىلەمدىم—غەمگە پاتۇردى.

ئۇزلۇكسىز يېڭى مەھسۇلات چىقىرىش

جاك بېي ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنىدىكى جىمغۇر ھەم يۇمۇرلۇق بىر ئەزا، ئۇنىڭ بوش ئۆرۈلگەن ئۇزۇن چېچى، ئىختىيارسىز ھالدا «كىچىكلىتىلگەن جورج شىرىنكس» (George Shrinks) دىكى كارتون ئوبرازىنى ئەسلىتىدۇ. ئۇ Google غا نۇرغۇن ئىجادىيەت يېڭىلىقى ئېلىپ كەلدى، Sparrow سىستېمىسى شۇلارنىڭ ئىچىدىكى بىرى، بۇ ئۇنىڭ Xerox شىركىتى پالو ئالتو تەتقىقات مەركىزىدە تەتقىقاتچىلىق قىلۇاتقاندا قۇرغان ھەمكارلىشىش قورالى. Sparrow قورالىنى ئىشلىتىپ، HTML تىلىنى بىلمەيدىغان كىشىلەرمۇ تور بەت تەھرىرلىيەلەيتتى. قوشۇنىدىكى مەلۇم بىر ئەزا بىر تور بەتنى قۇرسىلا، باشقا ئەزالار ئۆزىنىڭ تورىكۆرگۈچى ۋە تور بەتتىكى بىر تىزىملىكنى ئىشلىتىپلا تۇردا تۇرۇپ بەتنى ئۆزگەرتەلەيتتى. Google خىزمەتچىلىرى ناھايىتى تېزلا ئۇنىڭدىن پايدىلىنىپ ھەر خىل ھەر تۈرلۈك قوشۇن قۇرۇلۇشلىرىنى باشقۇرۇشقا باشلىدى.

2001-يىلى 11-ئايدا، ماربىسا Sparrow نى تاللاپ، ئۇنىڭ ئاساسىدا مەھسۇلات ئېلان قىلىشنى ئورۇنلاشتۇرىدىغان تورىدىكى يىلنامىنى ئوتتۇرىغا چىقاردى: بۇ بىزنىڭ تۇنجى قېتىم شىركەتنىڭ ئىچكى تورى ئاساسىدىكى تۈر باشقۇرۇش سىستېمىسى ئىدى. ھەر بىر تۈر بېتىنىڭ ھەممىسىدە ئالماشتۇرۇش توپچىسى بولۇپ، مەھسۇلات رەسمىي ئېلان قىلىنىشتىن ئىلگىرى، ئالماشتۇرۇش توپچىسى «NO» دىن «YES» كە ئۆزگىرىشى كېرەك ئىدى. «جەزملەش» خېتى بار تۇپچىنى مەن باشقۇراتتىم. ئەگەر مەن مەھسۇلاتنىڭ ھەممە دەپتەردارلىرىغا تەستىقلاش توپچىسىنى باسمىغان بولسام ھېچقانداق مەھسۇلاتنى تارقىتىشقا بولمايتتى. مەن ئۆزەمنىڭ ھوقۇقىنى قالايمىقان ئىشلىتىپ مەھسۇلاتنى توختىتىپ قويمايتتىم، بىر سەۋەبى مەن يوغان قىزىل تۇپچىنى باسقاندىن كېيىن، زادى قانداق رول ئويناىدىغانلىقىنى ئانچە جەزملىيەلمەيتتىم. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى تەستىقلاش توپچىسىنى باسسىلا، Google نىڭ خىزمەتچىلىرىگە ئەسكەرتىش تور خېتىنى تۇپ يوللايتتى. بۇ خىل ئۇسۇل ھېچ بولمىغاندا نەزەرىيە جەھەتتىن تېخى تاماملانمىغان مەھسۇلاتنى ئېلان قىلغىلى بولمايدىغانلىقىغا كاپالەتلىك قىلاتتى، كۆپچىلىكنىڭ بىردەك قوشۇلۇشىدىن ئۆتمەي تۇرۇپ زور قارار چىقىرىش ئەھۋالىنىڭ كېلىپ چىقىشىدىنمۇ ساقلانغىلى بولاتتى.

ماربىسا ھەر ھەپتە بىر قېتىم يىغىن ئېچىپ، مەھسۇلات ئېلان قىلىش كۈنتەرتىپىدىكى يېقىندا ئاشكارا ئوتتۇرىغا چىقىرىدىغان ياكى تەستىقلاشنى كۈتۈۋاتقان مۇناسىۋەتلىك تۇرلەرنى خۇلاسىلاپ تەكشۈرەتتى، بۇ خىل يىغىن تۇرلەرنىڭ تەرەققىياتىغا ئىنتايىن پايدىلىق ئۇسۇل بولۇپ، گەرچە ئىنتېرنېت كارخانىلىرى ئېلېكترونلۇق ئالاقىنىڭ رولىنى بەكرەك تەكىتلىسىمۇ، ئەمما چوقۇم ئىشداشلىرىغا نۇقتىئىنەزىرىنى يۈز تۇرانە چۈشەندۈرىدىغان ئادەتتىكى يىغىن، ھەقتەتەنمۇ بىيۇرۇكرات مۇرەككەپ ھالقىلارنى سۈپۈرۈپ تاشلايدىغان ئوتكۇر شەمشەر ئىدى.

ئەگەر مەھسۇلات دىرېكتورى يىغىندا مەھسۇلاتنى تارقىتىشقا ھەممە ئادەمنى قايىل قىلالمىسا، ماربىسا نېمە ئۈچۈن تەستىقلاش پىكرىگە ئېرىشەلمىگەنلىكى، قايسى مەسىلە كاشىلا قىلغانلىقىنى سورايدۇ. شۇنىڭ ئۈچۈن كىشىلەر يىغىن ئېچىلىشتىن ئىلگىرى پۈتۈن كۈچى بىلەن سۈرئەتنى تېزلىتىدۇ، ئىش تاماملانغان بولسا ئۇ باشقا گەپ. ئەگەر سىزنىڭ تەستىقلاش پىكرىڭىز مەھسۇلات ئېلان قىلىشنىڭ توساق ئاملى بولۇپ قالسا، ياكى مەھسۇلاتىڭىز زۆرۈر بولغان تەستىقا ئېرىشەلمىگەن بولسا، يىغىندا ئاتلاپ كېتىشكە بولمايدۇ. يىغىن

خاتىرىسى ئاشكارا بولغانلىقتىن، ئالايىتەن بىر كىمنى ئەيىپلەش ھاجەتسىز، كىمنىڭ ئارقىغا سۆرىگەنلىكىنى نەتىجىسىدىن بىر قاراپلا بىلگىلى بولىدۇ.

مەھسۇلات ئېلان قىلىدىغان توردىكى يىلنامە چېتىلىدىغان دائىرە كۆنسېرى كېڭەيدى، كېيىن بىر قانچە ئون ئىنژېنېر ۋە مەھسۇلات دىرېكتورىنى ئۆز ئىچىگە ئالدى، مارىسسامۇ بۇ يىغىنىنى ناھايىتى ياخشى داۋاملاشتۇرۇپ ماڭدى، مەن بۇ خىل يىغىنلارنى بەك ياقتۇرىمەن، گەرچە (ياكى بەلكىم) ئاندا-ساندا تالاش-تارتىش بولۇپ تۇرسىمۇ. بىر مەھسۇلات ھەممە ئادەمنىڭ تەستىقىغا ئېرىشەلمىسىمۇ ئېلان قىلىنىدىغان ئەھۋال بەزىدە كۆرۈلۈپمۇ قالىدۇ، ئەمما زور كۆپچىلىك مەھسۇلاتقا نسبەتەن ئېيتقاندا، چوقۇم كۆپچىلىك ھەممەيلەننىڭ تەستىقىغا ئېرىشىشى كېرەك، ياكى كېچىكتۈرۈش تەستىقىغا ئېرىشىشى كېرەك، يىغىنغا قاتناشقانلارنىڭ ھەممىسىگە ئۆزلىرىنىڭ تۈرلىرى بەش قولدەك ئايان، مەسىلىگە يولۇققاندا، ئۇلار سانلىق مەلۇمات ۋە قىزغىنلىق بىلەن قايتۇرما ھۆجۇمغا ئۆتىدۇ. باشقىلارنىڭ تۈرىدىكى كەمتۈكنى تاپقاندا، ياكى يېڭى مەھسۇلاتتا ساقلانغان باشقىلار تېخى كۆرەلمىگەن يوشۇرۇن مەسىلىنى بايقىسا، مۇئەييەن ئۇتۇق تۈيغۇسى ئېلىپ كېلىدۇ، ئەگەر ئىنژېنېر بىلەن مەھسۇلات دىرېكتورى پىروگراممىا كودىنى ساپانباش تۆمۈرچىدەك قىلىپ قويغان بولسا، ئۇنداقتا مەن دەل ئۇلارنى بازغانلايدىغان سەندەل. مەن ھەر بىر يېڭى مەھسۇلاتنىڭ بىزنىڭ مارکىمىزغا قارا سۈۋۈماستىن، رەڭ قوشۇشىغا كاپالەتلىك قىلىمەن. مەن بۇ خىل يىغىنغا قاتنىششتىن ئىلگىرى، ھەمىشە قېنىق بىر ئىستاكان قەھۋە دەملەپ ئىچىپ روھىمنى ئۇرغۇتىمەن.

مەن يول توسۇقى رولىنى ئالىدىغانلىقىم ئۆزەمگە ئايان، كىچىك قىزىل بايراقنى تۇتۇپ ئۇيان-بۇيان يۆلاڭلىتىمەن، ئەممىا ئىشداشلىرىمنىڭ ھەممىسىنى ياشلىق، قىزغىنلىق ۋە چەكسىز كۈچ قۇۋۋەت ھەرىكەتلەندۈرۈپ تۇرىدۇ، ئۇلار ئىشلا قىلىپ ئاقۇتنىنى ئويلاشمايدۇ. مېنىڭچە بىز ناھايىتى ياخشى بىر تەڭپۇڭلۇق شەكىللەندۈردۇق، خۇددى بىز بىر يولدا كىرىپ چىقىۋاتقان چېكىت-چېكىت ئۇچقۇنىدەك، مارىسسا مەن كۆڭۈل بۆلۈۋاتقان مەسىلىنىڭ ئەستايىدىل ئويلىشىلىدىغانلىقىغا كاپالەتلىك قىلىدۇ، بۇ مەسىلىلەرگە جاۋاب بېرىلسىلا، مەن خۇشھاللىق بىلەن «قوشۇل» توپچىسىنى چېكىمەن.

يىغىندا تالاش-تارتىش قىلىپ يىغىشتۇرغىلى بولمىغۇدەك دەرىجىگە بېرىپ كېتىش ئىنتايىن ئاز ئۇچرايدۇ، بىراق مۇنازىرە تۈپەيلىدىن مەھسۇلات تارقىتىلمىسا، ياكى مەھسۇلات كېچىكىپ ئېلان قىلىنىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغان بولسا، جىدەلنىڭ كەسكىنلىك دەرىجىسى روشەن يۇقىرى كۆتۈرۈلىدۇ. دەپتەردار توساق ئاملى بولۇپ قالغانىدا، مەن ھەمىشە ۋەزىپەمنى ۋاقتىدا تاماملاشقا كاپالەتلىك قىلىمەن، قۇرۇلۇش بۆلۈمى ياكى مەھسۇلات دىرېكتورىنىڭ ئەڭ ئاخىرقى نەشرىنىڭ تەپسىلىي چۈشەندۈرۈشى كەم بولمىسىلا، مەن بازارچىلىق خىزمىتىنى مەھسۇلات تارقىتىشنى ئارقىغا سۈرەتكۈزمەيمەن، ئىشخاندا ئىش ئۈستىلىنىڭ يېنىدا ئولتۇرغان ھەر بىر كىشى ئۆزىنىڭ خىزمىتىنى ساقلاپ قېلىشنى ئويلىسىلا، لارى بىلەن سېرگېي بېكىتكەن ئەڭ مۇقەددەس تۇزۇملەرگە ھېچكىم خىلاپلىق قىلماي ئىشنى ۋاقتىدا تاماملايدۇ.

ئون سەككىزىنچى باب
ئېلخەتنىڭ ئۇنۇمىنى ئۆستۈرۈش ۋە ئىلتىجا قىلىش

ئىشلەتكۈچى مۇلازىمىتى تەرەپتە، 2001-يىلى تېخى جاۋاب قايتۇرمىغان 8000 پارچە خەت بىلەن باشلانغان. تور خەۋەرلىرى ئىزدەش موتورى Deja News نى سېتىۋالغاندىن كېيىن كېلىپ چىققان غەزەپ-نەپرەت دولقۇنى پەسەيگەندىن كېيىن، جاۋاب قايتۇرۇشنى كۈتۈۋاتقان تور خەتنىڭ سانى يەنە تۆمەن پارچىدىن ئېشىپ كەتتى، بۇنىڭ سەۋەبىدىن بىرى Google ئىزدەش كۆرۈنۈش تىلىغا كاتالۇنا تىلى قوشۇشقا ماسلاشتۇرۇپ ئېلىپ بېرىلغان بىر قېتىملىق پائالىيەت.

لارى بىلەن سېرگېي بىزنى خېرىدار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرىدىغان شىركەتتىن يەنە بىرنى تېپىپ، بىز بىلەن ھەمكارلىشىۋاتقان Miasma شىركىتىنىڭ ئورنىغا دەسسىتىشتىن كۆچلۈك بىشارەت بەردى، بۇ شىركەت بىزنىڭ خىزمەت ئۇنۇمىمىزنى ئاشۇرماستىن ئىزچىل پۇتلىكاشاڭ بولۇپ كەلدى. مەن ئۇلارنى ئاگاھلاندۇرۇپ مۇنداق دېدىم: «ئەگەر پەقەتلا ئاخىرى دېتلاپ ئەڭ ئەرزان خېرىدار مۇناسىۋىتى باشقۇرۇش شىركىتىنى تاپىدىغان ئىش بولسا، مەن بۇ خىزمەتنى قوزغاتماسلىققا رازى. ئەينى ۋاقىتتا بىز Miasma نى تاپقاندىمۇ مۇشۇنداق بولغان، شۇڭا ھازىرقىدەك ئەھۋالغا چۈشۈپ قالدۇق. بۇنداق بولسا ئالماشتۇرمىغان ياخشى، بىز تونۇيدىغان مۇتتەھەم بىلەن مۇناسىۋەت قىلىش، يېڭىدىن باشلاپ بىر دۆۋە يېڭى مەسلىگە يۈزلەنگەندىن ياخشىراق. »

Miasma شىركىتى يېقىندا يۇمشاق دېتالنىڭ يېڭىلانغان نەشرىنى ئېلان قىلدى، مەن ئۇلارنىڭ سېتىش ۋاكالەتچىسىگە بىز بىر يۈرۈش زاكاز قىلدىغانلىقىمىزنى ئېيتتىم، ئەمما لارى بىلەن سېرگېي تېخنىكا خادىملىرى كېلىپ يۇمشاق دېتال ئورنىتىشقا كېرەكلىك 5000 دوللار كامانداپۇيكا خراجىتىنى چىقىم قىلىشنى خالىمىدى.

سېتىش ۋەكىلى ئىنتايىن ھەيران قالدى. «سىلەر بىزنىڭ بېرىپ يۇمشاق دېتالنى ئورنىتىپ بېرىشىمىزنى خالىمامسىلەر؟ شۇنى بىلىشىڭىز كېرەككى، بۇ پۈتۈنلەي يېڭى بىر نەشرى، يۇمشاق دېتالنىڭ يامىقى ئەمەس. بۇ يۇمشاق دېتال ئىنتايىن مۇرەككەپ، سىلەر ئۆزۈڭلار ئورناتساڭلار چوقۇم مەسىلە كۆرۈلىدۇ. »

مەن جاۋاپ بېرىپ مۇنداق دېدىم: «شىركىتىمىزدە ئىنژېنېر دېگەن سامانداق، ئۇلار ئۆزلىرى ئورنىتالايدىغانلىقىغا ئىشىنىدىكەن. پەقەت ئورنىتىش دىسكىسى ۋە مۇناسىۋەتلىك ماتېرىياللارنى بىزگە يوللاپ بەرسەڭلارلا بولىدۇ. »

«بولىدۇ، سىزدىن يوشۇرمايمەن، سىلەردىن باشقا، پەقەت بىرلا خېرىدار ئۆزى ئورنىتىشنى تەلەپ قىلغان، ئەمما ئۇلارمۇ يېرىم يولدا ۋاز كەچتى. بىز بىر قىسىم ماتېرىياللارنى رەتلەپ بىر يەرگە توپلىغاندىن كېيىن ئاندىن سىزگە بېرەي. »

مۇشۇ كەمگىچە، مەن بۇ ئىشقا يېتەرلىك كۆڭۈل بۆلۈپ بولالمىدىم. مەن بۇرۇنلا شۇنىڭغا ئىشىنەتتىمكى: Google ئىنژېنېرلىرى تاماملىيالمايدىغان ۋەزىپە يوق. ئورنىتىش دىسكىسى ئەۋەتىپ بېرىلدى، يۇمشاق دېتال ئورنىتىش پىلان بويىچە ئېلىپ بېرىلمىدى.

«بىز تېز سۈرئەتتە بىر مەيدان تور خەت ئاپىتىگە يېقىنلاپ قېلىۋاتاتتۇق.» مەن 10 كۈندىن كېيىن باشقۇرغۇچىلار قاتلىمىغا، بىزنىڭ ئىشلەتكۈچى ئېلخەتلىرىگە جاۋاب قايتۇرۇش خىزمىتىمىز تىزگىننىي يوقاتتى، ئەھۋال ناھايىتى چاتاق دەپ دوكلات قىلاتتىم. پىروگراممىا توختىمايي يىمىرىلىپ كېتىۋاتاتتى، ئىشلەتكۈچىلەر ئەۋەتكەن تور خەت ساندانى ئىشەنمىگۈدەك سۈرئەتتە سانلىق مەلۇماتنى يوقتىپ قويۇۋاتاتتى. Miasma شىركىتىنىڭ باش ئىشتابى بىزنىڭ تېلېفونىمىزنى قوبۇل قىلمايتتى، سېتىش ۋەكىلىنىڭ تېلېفونىدا قالدۇرغان ئۇچۇرىدا دېيىشچە ئۇ خىزمەتتىن ئايرىلىپتۇ. بۇ بىر مەيدان ئېلخەت چوڭ ئاپىتى ئىدى.

ئىككى كۈندىن كېيىن، بىز ئىشلەتكەن Miasma سىستېمىسى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ تور خېتىنى قوبۇل قىلىشنى توختاتتى.

مېنىڭ باشقا ئېلخەت ھەل قىلىش لايىھە پىلانىنى ئىزدىشىم شۇنىڭدىن كېيىن تېز سۈرئەتتە ئىلگىرىلىدى، گەرچە مېنىڭ خامچوت مەبلىغىم بولمىسىمۇ، قانداق تاللاشنىمۇ بىلمەيتتىم.

ئانچە كۆپ ۋاقىت سەرپ قىلمايلا، يېڭىدىن خېرىدار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرۇش مۇلازىمەت تەمىنلەش سودىگەرلىرىنىڭ تىزىمىنى تىزىپ چىقتىم، مۇقىم ئىشەنچلىك سىستېمىلىق مۇلازىمەت تەمىنلىيەلەيدىغان ئاساسلىق مۇلازىمەت تەمىنلىگۈچى سودىگەرلەر 6 دىن ئاشمايتتى. Google نىڭ تېخنىكا باھالاش قوشۇنى بىزگە يارەملىشىپ تاللاپ (گەرچە ئىلگىرى ئۇلار Miasma نى تاللاشنى توسۇپ قالالمىغان بولسىمۇ) بېرىدۇ، بىراق لارىرنىڭ بىر ئالىي مەكتەپ ساۋاقدىشى داۋىد جەسىكېمۇ سىستېما مۇلازىمەتتە بولۇشقا تېگىشلىك ئىقتىدارلار تەرەپتە تەكلىپنى ئوتتۇرىغا قويدى، ئۇ بىزگە مۇلازىمەت سودىگەرلىرىگە قانداق تەلەپ قويۇش ھەققىدە تەكلىپ بەردى. ئۇ يەنە ئۆزىنىڭ بىر دوستى بىلەن Trakken دەيدىغان خېرىدار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرىدىغان مەھسۇلاتنى ياساۋاتقانلىقى—ئەگەر قىزىقساق، ئويلىنىپ بېقىشىمىزنى تىلغا ئالدى. بۇ مەھسۇلات ئەمەلىيەتتە تېخى تامامىلانمىغان ئىدى، لېكىن لارىرى Wunderground.com ھاۋارايى تورتۇراسىدا ئىشلەۋاتقان ئالىي مەكتەپتىكى دوستى ئۇنى ئىشلىتىۋاتاتتى.

قىزىقىش؟ مۇشۇنىڭغا ئوخشاش تىلغا ئالغۇچىلىكى يوق خېرىدارى ئىشلىتىۋاتقان، تېخى سىناقتىن ئۆتمىگەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە تېخى ئىجادىيەت باسقۇچىدىكى خېرىدار مۇناسىۋىتى باشقۇرۇش مەھسۇلاتىغا قىزىقىش؟ ئەجەبا بىز مۇشۇنداق بىر تاغتۇرا شىركەت ئىجاد قىلغان مەھسۇلاتنى ئىشلىتەمدۇق؟ ئويلىنىشنىڭمۇ ھاجىتى يوق، مەن ھەرگىز Miasma غا ئوخشاش ھەم ئىشەنچسىز ھەم تېخى پىشمىغان يۇمشاق دېتالنى سېتىۋالمايمەن. مەن داۋىد تەمىنلىگەن يارەمگە رەھمىتمنى بىلدۇردۇم، چۈنكى ئۇ لارىرنىڭ دوستى، مەن يەنە تەكەللۇپ بىلەن ئۇنىڭ شىركىتىمىز ئۈچۈن تەكلىپ بېرىشنى خالايدىغانلىقىمنى دېدىم.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، ھەقىقىي دىتلاش ئىشى توختىمايي ئېلىپ بېرىلىۋاتاتتى. بىرىنچى مۇلازىمەت سودىگىرى ئىنگلىزچىدىن باشقا ئېلخەت مۇلازىمىتىنى قوللىمايدىكەن، يەنە بىر مۇلازىمەت سودىگىرىنىڭ ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى ناھايىتى ناچار ئىكەن، چۈنكى بۇ ئۇلارنىڭ تۇنجى مەھسۇلاتى ئىكەن. ئۇچىنچىسى قويغان باھا بەكلا يۇقىرى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇلارنىڭ سېتىش خادىملىرىنىڭ كىشىنى بىزار قىلىدىغان پوزىتسىيەسى كۆڭلىمىزدە ھوشيارلىق پەيدا قىلىپ، ئۇلار بىلەن سودا قىلىشنى ئانچە ياقتۇرمىدۇق. پەقەت بىرلا مۇلازىمەت سودىگىرى مۇۋاپىق ھەل قىلىش لايىھەسىنى ئوتتۇرىغا قويدى، بىز ئۇلار بىلەن سەممىي سۆھبەتلىششكە باشلىدۇق. بىز تاللىغان بۇ مۇلازىمەت تەمىنلىگۈچى كۈنتەرتىپلەرنى ئورۇنلاشتۇرۇپ بولدى، شىركىتىمىزنىڭ مالىيە بۆلۈمى، ئۇسكۇنە بۆلۈمى ۋە سېتىش بۆلۈمگە تەشۇنق قىلىپ نامايەن قىلدى، مەن ئۆزەمگە ئىشەنگەن ھالدا بۇ قېتىم لارىرى بىلەن سېرگېينى قايىل قىلالايمەن دەپ ئويلىدىم، ئۇلارنىڭ مالىيەنى چىڭ تۇتۇۋالماي، توغرا تاللىشنى: ئىناۋەتنى ياخشى مۇلازىمەت سودىگىرىگە پۇل خەجلەپ يۇقىرى سۈپەتلىك مۇقىم سىستېما سېتىۋېلىشنى ئۈمىد قىلاتتىم.

مەن لارىرنىڭ دوستىنىڭ مەقسىتمنى چۈشىنىپ، بىزنىڭ بۇ ئىشىمىزنى ئۇنتۇپ كېتىشنى ئۈمىد قىلاتتىم.

ئۇ قايتىپ كېلىپ چاپلىشۋالمىسلا، بىز كونا يولدا مېڭىشتىن ساقلىنالايتتۇق، يەنە بىر قېتىم ئەرزاننى قوغلىشىپ ئىشەنچسىز ھەل قىلىش لايىھەسى سېتىۋالمايتتۇق. ئەمما تەلىيىمىز ئۇنچە ئوڭ ئەمەسكەن. داۋىد جەسكې يەنە قايتىپ كېلىپ، پۈتۈن كۈچى بىلەن بىزگە چارە-تەدبىر كۆرسەتتى. ئۇ ئۆزىنىڭ كۆرسەتمە تام تەسۋىرىنى ئېلىخەتتە بىزگە ئەۋەتتى ھەمدە بىزنى ئەسكەرتىپ بېسىپ چىقىرىپ كۆپچىلىكنىڭ پايدىلىنىشىنى تاپلىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە بىز پىرويېكتوردىن بىرنى ئورنىتىشنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، بىزگە لېكسىيە سۆزلەپ نامايان قىلىشقا قولايلىق بولىدىغانلىقىنى ئېيتتى. مەن ھەقىقەتەن ئۇنىڭ بۇ خىل يۈزى قېلىنلىقىغا چىدىيالمىدىم. بۇنداق ئىشلەتكىلى بولمايدىغان لايىھەنى ئېنىق بىلىپ تۇرغاچقا، مېنىڭ ئۇنىڭغا قاراشقا ھەقىقەتەن ھەپسىلەم يوق ئىدى. ئەمما ئۇ لارىنىڭ دوستى بولغانلىقتىن، ئۇنىڭغا يېرىم سائەت ۋاقىت بېرىشكە قوشۇلدۇم. ئۇنىڭ بىزگە نامايان قىلغان ئويى ئىنتايىن ياخشى ئىدى، شۇنىسى بۇ ئوي تېخى ئىشقا ئاشمىغان ئىدى. ئۇنىڭ يۈمشاق دېتالىدا، بىز ئېھتىياجلىق نۇرغۇن ھالقىلىق ئىقتىدارلار سىستېمىدا يوق ئىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە سىستېما ئارايۈزى بىز ئىلگىرى كۆرگەنلىرىدىن ناچارراق ئىدى.

مەن داۋىدقا مۇنداق دېدىم: «ئويۇڭ ناھايىتى ياخشى ئىكەن، ئەمما بىزگە لازىملىقى پىشقان يۈمشاق دېتال. »

ئۇ بىر تەرەپتىن بىزگە لازىملىق سىستېما ئىقتىدارلىرىنى خاتىرىلىگەچ، يەنە بىر تەرەپتىن مۇنداق دېدى: «خاتىرجەم بول، مەن بۇ ئىقتىدارلارنى ئىشقا ئاشۇرالايمەن. مەن كېيىنكى ھەپتە يېڭى كۆرسەتمە يۈمشاق دېتالنى ئېلىپ كېلىمەن، بولامدۇ؟»

بىز قايتا كۆرۈشكەندە، ئىككى ھەپتىدىن كۆپرەك ۋاقىت ئۆتۈپ كەتكەن ئىدى. بۇ چاغدا، داۋىد بىلەن ئۇنىڭ شېرىكى بىراندون لوڭ بىز ئېھتىياجلىق تىزىملىكتىكى 30 نەچچە خىل ياخشىلانغان ئىقتىدارنى ئىشقا ئاشۇرۇپتۇ. ئۇلارنىڭ خىزمىتى ئادەمنى قايىل قىلاتتى، ئەمما مەندە يەنىلا ئىشەنچ يوق ئىدى. تېخىمۇ ئەنسىرەيدىغنىم، توختامىمىزنى قولغا ئېلىشقا قارىتا داۋىد غەلىبە قىلغانىدەك ھېس قىلمۇاتاتتى—ئۇ ئەڭ ئاخىرقى پەيتتە رەت قىلىنغاندا لارىغا ئۇنى-بۇنى سۆزلىشىنى خالمايتتىم. ئۇلارنىڭ توختامغا ئېرىشىپ قالماسلىقى ئۈچۈن، مەن لارى بىلەن سۆزلىشىپ بېقىشنى قارار قىلدىم.

«ئەمەلىيەتتە سەن بۇلارنىڭ قىلىشىغا قوشۇلۇشۇڭ كېرەك. ئۇلار راستىنلا ئەقىللىق، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئىنتايىن جان كۆيدۈرۈپ بىزگە مەھسۇلات ياساپ بېرىدۇ، بىز ئۇلارنىڭ شىركىتىگە مەبلەغ سېلىپ پاي قوشساق بولىدۇ. » مەن ئەھۋالنى چۈشەندۈرگەندىن كېيىن، لارى مېنى مۇشۇنداق توستى.

مەن ئېھتىياتچانلىق بىلەن ئاستا-ئاستا مۇنداق چۈشەندۈردۈم: «لارى، بىز Miasma شىركىتىنىڭ مۇكەممەل بولمىغان مەھسۇلاتىنى ئىشلەتكەنلىكىمىز ئۈچۈن، تېخى يېقىندىلا بۇرنىمزغا بىر قېتىم سۇ كىردى. يەنە غەلىتە بىر يۈمشاق دېتالدىن بىرنى قىلساق، قوشۇننى كەينىگە داجىتىدۇ، مەن بۇ مەسئۇلىيەتنى ئۇستۈمگە ئالالمايمەن. بىز ھەقىقىي ئىشەنچلىك بولغان خېرىدار مۇناسىۋىتى باشقۇرۇش يۈمشاق دېتال شىركىتى بىلەن كېلىشىم تۈزەيلا دەپ قالدۇق، بۇ بىر قانچە كۈندە لايىھە پۈتىدۇ. مەن داۋىدنى چىرايلىقچە رەت قىلمەن. »

لارى بايامقى مەقسىتىنى تەكرارلاپ: «ئۇنداق قىلما، راستلا. سەن بۇلارنىڭ قىلىشىغا قويۇپ بەر. قارا، ئۇلار كىچىك شىركەت، بىزنىڭ تەلەپلىرىمىزگە ئىنكاسى ئىنتايىن تېز. ئىشخانىدا ئۇلارغا بىر ئورۇننى جايلاشتۇرۇپ بەرسەك، ئۇلار مۇشۇ يەردىلا تۇرىدۇ، مەخسۇس بىزنىڭ تەلىپىمىز بويىچە مەھسۇلات تەتقىق قىلىدۇ. بىز ئۇلارنىڭ ئەڭ مۇھىم خېرىدارى بولمىز، كەلگۈسىدە ئۇلار تەرەققىي قىلىپ زورايغاندا، بىزمۇ بۇنىڭدىن مەنپەئەتلىنەلەيمىز. كارخانا تەرەققىيات بۆلۈمى ئۇلار بىلەن سۆزلىشىپ باقسۇن، بىزنىڭ پاي ئالالىشىمزغا كاپالەتلىك قىلسۇن. »

مەن غەزەپلىنىپ، ئاغزىمنى ئېچىپلا قالدىم دېمىسەم بولمايدۇ، پەقەتلا ئىشەنگۈم كەلمىدى، ئەمما

چرايمدا بۇنى ئېپاده قىلىشقا بولمايتتى. مەن لاررىنىڭ ئىشەنچلىك مەھسۇلات سېتىۋالماي، يەنە بىر قېتىم ئەرزانغا يۇگرەيدىغانلىقىغا راستىنلا ئىشىنەلمىدىم. مەن باشقا مۇلازىمەت سودىگەرلىرىگە ئەھۋالنى ئۇقتۇرغان ۋاقتىتا، ئۇلارنىڭ ھەممىسى مېنى پارا ئالمىغان تەقدىردىمۇ چوقۇم لەقۋا دەپ قالدى. بىر سېتىش خادىمى ئارقىمۇ-ئارقا سۆزلىرى ئۆتكۇر ئېلخەت يوللاپ، ئېرىك ۋە مۇدىرىيەت بىلەن بۇاستە سۆزلىشىدىغانلىقىنى ئۇتتۇرىغا قويدى. ئۇ گەپنى كېسىپلا: «بۇ قارار بەكلا ئەخمىقانىلىك. ئەگەر سىلەر 30 كۈندىلا بىزنىڭكىگە ئوخشاش ئېلخەت سىستېمىسى تەتقىق قىلىپ چىقالايمىز دەپ قارىساڭلار، بەكلا زور خاتالاشقان بولىسىلەر. ھازىرقى سەۋىيەگە يېتىش ئۈچۈن، بىز 4 يىل ۋاقىت سەرپ قىلدۇق، 1200 خېرىدارنىڭ تەكشۈرۈشىدىن ئۆتتۇق. بىزنى رەت قىلغىنىڭلارنىڭ ھېچقانداق ئاساسى يوق. » دېدى. مەيلى نېمىلا دېمەيلى، بۇ ئەبىلەخ بەكلا ئالدىراڭغۇ ئىكەن، شۇڭلاشقا ئۇنى رەت قىلىشنىڭ توغرىلىقىنى ھېس قىلدىم. ئەمما، ئەگەر بىر كىچىك ئىش يۈز بەرمىگەن بولسا، مەن بۈگۈنگە قەدەر يەنىلا لاررىنىڭ قارارىنى قارغاپ يۈرەتتىم. ئەمەلىيەتتە، لاررىنىڭ پۈتۈنلەي توغرا. گەرچە بىز بىر قانچە ھەپتە سەرپ قىلغان بولساقمۇ، داۋند بىلەن سۆھبەتلىشىپ ئۇنىڭ يېڭى شىركىتى NeoTonic قا مەبلەغ سېلىش ئىشى (بىز پەقەت ئۇلاردىن 0.1% پاي چېكىگە ئېرىشەلىدۇق) نى دېيىشتۇق، ئەمما 2001-يىلى 10-ئاينىڭ ئاخىرىغا كەلگەندە، بىز يېڭى Trakken خېرىدار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرۇش سىستېمىسى ۋە ئەسلىدىكى Miasma سىستېمىنى مۇۋاپىقلاشتۇرۇش ھالدا پارالىل ئىجرا قىلدۇق. داۋند بىلەن بىراندون ئىشخانىمىزغا كۆچۈپ كىردى، شىركەتنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنى قوللاش دىرېكتورى دېنىس گرىففىن NeoTonic مەن ئەسلىدە تاللىماقچى بولغان «ئىشەنچلىك» شىركەتكە ئوخشىمايدىغىنى، ئۇلارنىڭ يۇزلەپ، مىڭلاپ خېرىدارى يوق، بىر يىلدا يۈمشاق دېتالىنى ئىككى قېتىملا يېڭىلىمايدۇ، ئۇلار ئورنىدىن تۇرسىلا، ئالدى بىلەن بىزنىڭ مەسىلىمىزنى ھەل قىلىدۇ. بىر قانچە ئاي ۋاقىتتا، بىز ئېرىششىنى ئارزۇ قىلغان بۇيرۇتۇپ ياساتقان خېرىدار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرۇش سىستېمىمىز بار بولدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە سىستېما ئىنتايىن مۇقىم، بەكلا ئاددىي ئىشلىتىش ئاسان. بىز Miasma شىركىتى بىلەن ئالاقىنى پۈتۈنلەي ئۈزدۇق، شۇنىڭدىن باشلاپ ئۇلار بىلەن ئالاقە قىلىشنىڭ ھاجىتى قالمىدى. بىر يېرىم يىلدىن كېيىن، بىز NeoTonic شىركىتىنىڭ قالغان پېيىنى سېتىۋالدۇق، شىركەت قۇرغان ئىككىيلەن سېپى ئۆزىدىن Google لۇقتا ئايلاندى.

ئۇنداقتا، مەن بۇ ئىشتىن نېمىنى ئۆگەندىم؟ ناھايىتى ئېنىق بولغان لايىھە بىردىنبىر لايىھە ئەمەس، «بىخەتەر» تاللاش ھەمىشە ئەڭ ياخشى تاللاش بولۇشى ناتايىن، بۇ مېنىڭ مەزكۇر ئىشتىن ئۆگەنگەن تەجرىبەم. مەن ئىلگىرى ئىزچىل ھالدا، قاتتىق ئەمەل قىلىنىدىغان سېتىۋېلىشنى تەكشۈرۈشنى زور كۆپچىلىك ئادەم ئىشىنىدىغان مەھسۇلاتنى ئىزدەش، تەمىنلەش سودىگىرىگە بېسىم قىلىش، ئۇلارغا ئامالنىڭ باربىچە تۆۋەن باھا قويۇش دەپ قارايتتىم. گەرچە مەن ئىگىلىك تىكلەۋاتقان كارخانىدا ئىشلەۋاتقان بولساممۇ، ئەمما ئەزەلدىن ئىگىلىك تىكلەۋاتقان كارخانا بىلەن ئالاقە قىلىشنى ئويلاپ باقماپتىكەنمەن، لېكىن لارىي ئەزەلدىن بۇنداق قىلماسلىقنى ئويلاپ باقماپتۇ. بىزنىڭ خەتەرگە بەرداشلىق بېرىش دەرىجىمىزمۇ تۆپتىن ئوخشىمايدىكەن، لارىي پەقەت ئىككى ئەقىللىق ئادەمگە تاينىپ ئىنتايىن مۇرەككەپ تېخنىكا ساھەسىدە مۇۋاپىقىيەت قازىنىشقا ئىشىنىدىكەن، ئەمما مەن ئىشەنمەيدىكەنمەن—مەن ئاساسىي ئېقىمدىكى تاراتقۇ ساھەسىدە 7 يىل ئىشلىيەلەپتىمەن، لارىي شېرىكتىن بىرنى تېپىپ، ئۇزۇنىڭ شىركىتىنى قۇرۇپتۇ، سەۋەب دەل مۇشۇ يەردە ئىكەن. ئەمەلىيەت شۇنى ئىسپاتلىدىكى، مۇرەككەپ تېخنىكىلىق مەسىلىنى ھەل قىلالايدىغان ئىككى ئەقىللىق كىشى تېخىمۇ چوڭ نەتىجىلەرنى قولغا كەلتۈرەلەيدىكەن.

تەرجىمە مۇۋاپىقىيتى ۋە سەھۋەنلىك

مەن ئىلگىرى ئېلان تارقىتىش سىستېمىسىنى ئىجاد قىلىپ باققان، يەنە باشقىلارنى تەكلىپ قىلىپ خېرىدارلار مۇناسىۋىتىنى باشقۇرۇش سىستېمىسىنى تۈزگۈزۈپ باققان.

بۇ ئامالالارغا ئوخشاش، «تەرجىمە سۇپىسى» دىن ئىبارەت بۇ ئىدىيە لاررىنىڭ ئالىي مەكتەپتىكى ساۋاقدىشى قۇرغان ھاۋارايى تورتۇراسى Wunderground دىن كەلگەن. بۇ بىر تەرجىمە قورالى، تورتۇرانىڭ كۆرۈنۈشىنى ھەر خىل تىللارغا تەرجىمە قىلغىلى بولىدۇ، ماربسسا بۇ پىلاننى يۈرگۈزۈشكە مەسئۇل باش تەشەببۇسچى، رون گارربت يېتەكچى ئىنژېنېر.

تەرجىمە سۇپىسنىڭ خىزمەت قائىدىسى مۇنداق، Google تور بېتىدىكى تېكستلەرنى جۈملە، سۆز بىرىكمىسى ھەتتا سۆزلەرگە پارچىلاپ، پىدائىيلارنىڭ بىر قېتىمدا ئازراقتىن تەرجىمە قىلىشىغا قولايلىق يارىتىدۇ، كۆپ تەرجىمە نەتىجىسىنى چاپلىغانلارغا تەھرىرلەش ھوقۇقى بېرىلىدۇ، باشقىلار يوللىغان ئانچە ياخشى بولمىغان ياكى خاتا تەرجىمە مەزمۇنىنى ئۆزگەرتەلەيدۇ. ئەگەر بۇ تۇر ئىشقا ئاشسا، تورتۇرايمىز نەچچە يۈز خىل تىلدا نامايان بولىدۇ—بۇ ئۆزىمىز تەرجىمە قىلغاندا سېلىشتۇرغاندا كۆپ ئاسانغا توختايدۇ.

بۇ تەدبىرنى ئېلىپ ئېيتقاندا، ئېنىقكى ئاساسەن باشقىلار بىز ئۈچۈن ھەقسىز ئىش قىلىپ بېرىدۇ. بۈگۈنگە كەلگەندە، كۆپچىلىك بۇنى «ھەممەيلەنگە ھۆددە بېرىش» دەۋاتىدۇ، ئەمما ئەينى ۋاقىتتا بىز ئۇنى «تەننەرخنى تېجەش» دەپ ئاتىغان، ئۆزى تارقتىدىغان ئېلان، شەھۋانىي پىچىنە-پىرەنسىك، قوشۇمچە پىروگراممىلا، ۋىرۇسسىمان بازارچىلىق—بۇلارنىڭ ھەممىسىدە كۆپچىلىكنىڭ كۆچىگە تايىنىدۇ، پۇل خەجلىمەيلا تەسۋىرلىگۈسز قىممەتنى ئىشقا ئاشۇرىدۇ. Google ئۆزى يولۇققان بارلىق قىيىن مەسىلىلەرنى بىرمۇ-بىر پارچىلاپ، ئاندىن بىردىن بىردىن ھەل قىلىدۇ.

مەسىلەن، Google نىڭ ئىنژېنېرلىرى 3 قوشۇنغا ئايرىلغان، پۈتۈن گەۋدە سۇپىتىدە مۇھىم بولغان يەكىكە ۋەزىپىنى ئۈستىگە ئالمايدۇ. Google نىڭ قاتتىق دېتال سىستېمىسى ئىشلىتىۋاتقىنى مىڭلىغان پارالىلىك ئىجرا بولىدىغان كىچىك تېپتىكى كومپىيۇتېر بولۇپ، كۆلىمى چوڭ بولغان زور كومپىيۇتېر ئەمەس. Google نىڭ ئۇستەل كومپىيۇتېرلىرىغا Linux مەشغۇلات سىستېمىسى ئورنىتىلغان، بۇنى پىدائىيلار ئۆزلىرى خالاپ تولۇقلىما ئىجاد قىلىدىغان كودى ئوچۇق سىستېما. Google سىرتقا قارىتا ساندانىنى ھەمبەھىرلەپ، ئىزدەش سۇرئىتىنى ئۈستۈرىدۇ. Google مەھسۇلاتنى ئاشكارا تارقتىدىغان ۋاقىتتا، لارىي بىلەن سېرگېي بىزگە ئالىي مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرى لايىھەلەش مۇسابىقىسىغا قاتناشقانغا ئوخشاش ئۆزىمىزنىڭ لايىھەسىنى ئوتتۇرىغا قويۇشىمىزنى تەلەپ قىلىدۇ، ئىجاد قىلىش كۈچى بار 100 ئوقۇغۇچىسى تۇرۇپ، نېمە ئۈچۈن «كەسپىي» لايىھەلىگۈچىلەرگىلا ئورۇنلاشتۇرىدۇ؟

بۇ خىل پارچىلاپ باشقۇرۇش ئامالى Google ئىزدەشنىڭ ئاساسىي ھېسابلاش ئۇسۇلىغچە سىڭدۈرۈلگەن. Google نىڭ ئىزدەش نەتىجىسى يەكىكە بىر مەنبە ئاساسىدىلا شەكىللەنمەستىن بەلكى مىليونلىغان كىشىلەر قۇرغان تور ئۇلىنىشىغا قاراپ، بىر تورتۇرانىڭ مۇھىملىقىغا ھۆكۈم قىلىدۇ. سېرگېي بۇنى «تور دېموكراتىيەسى» دەيدۇ، چۈنكى بىر ئۇلانما ئىشلەتكۈچى تاشلىغان بىر ئىشەنچ بېلىتى. بۇ خىل ئامال Google نىڭ ئىپادىسىنى رىقابەتچىلىرىدىن زور دەرىجىدە ئاشۇرۇۋەتتى چۈنكى تور تەرەققىي قىلىپ يوغانغانسېرى، Google پايدىلىنالايدىغان ئۇلانما شۇنچە كۆپىيىدۇ.

بۇنچە كۆپ تىلغا تەرجىمە قىلىدىغان بۇنچە چوڭ بىر ۋەزىپىگە نسبەتەن، تەرجىمە سۇپىسى «بىر-بىرلەپ يېڭىدىغان» ھەل قىلىش لايىھەسى. ماربسسا بىلەن رون بىر قانچە قىزىقارلىق تىلنى تاللىدى، Google خىزمەتچىلىرى سىستېما رەسمىي ئىجرا قىلىنىشتىن ئىلگىرى بۇ خىل تىللارنىڭ تەرجىمە نەتىجىسىگە نسبەتەن سىناق ئېلىپ بارىدۇ، بۇنىڭ ئىچىدە باللارنىڭ يوشۇرۇن تىلى، تاشقى پىلانىت تىلى ۋە كارتون تىلمۇ بار،. ماربسسا پۈتكۈل كۆرۈنۈشلەرنى Bork، Bork، Bork شەكلىدىكى تىلغا تەرجىمە قىلىپ چىقتى، بۇ ئامېرىكىنىڭ لاتا قونچاق تىياتىرى «چوڭ پاقا لاتا قونچاق» تىكى شۇڭىتسىيەلىك ئاشپەشنىڭ ئېغىز تىلىدىن ئۆزگەرگەن تاۋۇشى. تۇنجى تۈركۈمدە رەسمىي ئېلان قىلىنغان كۆرۈنۈش تىللىرى جەنۇبىي ئافرىقا گوللاندىيە تىلى، بۇلغارىيە تىلى ۋە كاتالونىيە تىلى. بىز 2001-يىلى 3-ئاينىڭ 27-كۈنى سىرتقا تەرجىمە سۇپىسىنى رەسمىي قوزغاتقانلىقىمىز ھەققىدىكى ئۇچۇرنى جاكارلىدۇق. شۇنىڭدىن كېيىنكى 5 ئايدا، پىدائىيلار Google

مۇلازىمتنى 64 خىل تىلغا تەرجىمە قىلدى.

يۇقىرىقى تەرجىمىلەر تاماملانغاندىن كېيىن، بىزنىڭ ئېلان مەھسۇلاتىمىز، ئىشلەتكۈچىلەرنى قوللاش ئىنكاسى، ئىشلىتىش ئىجازىتى ۋە مەشغۇلات قوللانمىسىنىڭ ھەممىسى تەرجىمە قىلىشنى كۈتۈۋاتاتتى. بىز شىركەتنىڭ ئىچكى قىسمىدا بۇ تەرجىمە خىزمەتلىرىنى تاماملاشقا مەسئۇل كىچىك گۇرۇپپىدىن بىرنى قۇرۇش قۇرماسلىقنى قايتا-قايتا مۇلاھىزە قىلدۇق. سىرتتىكى تەرجىمە ئورگانلىرىنىڭ قويغان باھاسى ناھايىتى يۇقىرى ئىدى، لېكىن ئۇلارنىڭ تەرجىمە سۈپىتىنى ۋاي دەپ كەتكىلى بولمايتتى. خەلقئارالاشتۇرۇش مەسلىسىدە، شىركەتتە ھېچكىمنىڭ ئەمەلىي تەجرىبىسى يوق ئىدى. شۇڭلاشقا ئىشلەتكۈچىلەرنى قوللايدىغان بۇ ۋەزىپە، تەبىئىيلا بازارچىلىقنىڭ تەۋسىدىكى ئىشقا ئايلاندى.

تەلىيىمىزگە بۇ ۋەزىپە بىلەن بىللە تەقسىملەنگەن «سېرگېي» مۇ بار ئىدى. شىركەتنىڭ يېڭى خادىملارنى قوبۇل قىلىش سۇرئىتىنىڭ تېزلىششىگە ئەگىشىپ، خادىم تەكلىپ قىلىش ھالقىسىنى تىزگىنلەش ئۈچۈن، شىركەتنىڭ باشقۇرۇش قاتلىمى تارماقلار بويىچە خىزمەتچى تەكلىپ قىلىش سانىنى بېكىتتى، ئاشكارا تەكلىپ قىلىدىغان ئىش ئورنىدىن بىرنى تەستىقلىسا، سېرگېينىڭ رەسىمىدىن بىر پارچە تارقىتاتتى. شىركەتنىڭ ھەر قايسى بۆلۈملىرى تەكلىپ قىلىدىغان خىزمەتچى سانىنى ئىچكى قىسمىدا ئەھۋالغا قاراپ بىر تەرەپ قىلىسا بولاتتى، شۇغىنسى خادىم تەكلىپ قىلىش كومىتېتى يىغىنغا يوللىنىپ مۇزاكىرە قىلىنىپ قارارىدىن ئۆتكەندىن كېيىن، ھەر بىر ئادەمنى قوبۇل قىلغاندا، Google دا ئىشلەۋاتقان خىزمەتچىلەردىن ئۈچ كىشىنىڭ ئىمزاسى قويۇلغان «قىزغىن تەۋسىيە خېتى» ۋە بىر پارچە سېرگېينىڭ رەسىمى بىلەن ئالماشتۇرۇلاتتى. «سېرگېي» بولمىسا، يېڭى ئادەم قوبۇل قىلغىلى بولمايتتى.

بىز خادىم تەكلىپ قىلىش ئۇچۇرىنى تارقىتىپ، تەكلىپ قىلىنغۇچىلارغا يۈز تۇرانە ئىمتىھان ئورۇنلاشتۇراتتۇق، ئاندىن رەسمىي قوبۇل قىلاتتۇق، بۇ جەريانغا بىر ئاز ۋاقىت كېتەتتى. شۇڭلاشقا ((Stephanie Kerebel ستېفانى كېرېبېل Google غا قوشۇلغان ئۇ ۋاقىت 2001-يىلى 8-ئاي ئىدى. ستېفاننىڭ ئانا تىلى فرانسۇز تىلى بولۇپ، ئۇ بىزنىڭ تارماقتا يەرشارلىششقا مەسئۇل دىرېكتور ئىدى. ئىلگىرى كەسىپي تەرجىمانلار بىلەن ئالاقە قىلىپ باققان كۆپ يىللىق تەجرىبىسى بولغاچقا، ئۇ كېلىپلا تەننەرخنى تېجەيدىغان تەدبىرلەرنى قوللاندى، مەسىلەن، ۋەزىپە بويىچە ئەمەس بەلكى خەت سانى بويىچە تەرجىمە ھەققىنى چىقىم قىلىدىغان ئۇنۇملۈك تەدبىرنى قوللاندى، مۇشۇ بىر تۇردىلا بىزنىڭ تەننەرخىمىزنىڭ يېرىمى تېجەلدى.

ۋاقىت تېجەش ئۈچۈن، بىز ئىزچىل كەسىپي تەرجىمانلاردىن پىدائىيلار بىلەن بىللە تەرجىمە سۈپىسىنى ئىشلىتىپ تەرجىمە قىلىشنى تەلەپ قىلىدۇق. بىر قانچە ئەڭ مۇھىم تىللارغا نىسبەتەن، بىز كەسىپي تەرجىمانلارغا ئېھتىياجلىق ئىدۇق، چۈنكى پىدائىيلارنىڭ تەرجىمىسىنى ساقلىساق مەھسۇلات ئېلان قىلىش ۋاقتىنى كەينىگە سۈرۈۋېتەتتى. ئۇ خىل ئەھۋالدا، بىز يەنە پىدائىيلارنىڭ قەستەن سۈپەتسىز تەرجىمە قىلىپ يوشۇرۇن ھېيلىگەرلىك قىلىش خەتىرىگە دۇچ كېلەتتۇق. نەچچە مىليون ئىشلەتكۈچىسى بار ئاساسىي ئېقىمدىكى تىللارنىڭ كۆرۈنۈشىگە نىسبەتەن، بىز بۇنداق تەۋەككۇلچىلىك قىلالمايتتۇق.

ستېفاننىمۇ بىزنىڭ تەرجىمە سۈپا سىستېمىمىزدا يەنە بىر قىسىم باشقا چەكلىمىلەرنىڭ بارلىقىنى بايقىدى، ئۇ بىزگە مۇشۇ كەسپىتكىلەر دائىم ئىشلىتىدىغان ئۆلچەملىك تەرجىمە باشقۇرۇش يۇمشاق دېتالى Trados نى تەۋسىيە قىلىپ، مۇشۇ ئارقىلىق بىزنىڭ تەرجىمە باشقۇرۇش سىستېمىمىزنى تولۇقلاپ مۇكەممەللەشتۈرۈش تەكلىپىنى بەردى. Trados نىڭ تەرجىمانلارغا ناھايىتى كېرەكلىك بىر قانچە ئىقتىدارى بار بولۇپ، بۇنىڭ ئىچىدە نەشر تىزگىنلەش ئىقتىدارى ۋە خالىغان ۋاقىتتا ئاتالغۇ جەدۋىلى بېكىتىش تولۇقلاش ئىقتىدارى بار ئىدى. بۇ يۇمشاق دېتالدا كۆپ خىل تەرجىمە قۇرۇلۇشى ئاربىسىدا بىردەكلىككە كاپالەتلىك قىلغىلى بولاتتى، تەرجىمە تەننەرخنى تۆۋەنلىتىش بىلەن بىللە تەرجىمە سۈرئىتىنى ئاشۇرغىلى بولاتتى. كەسىپي تەرجىمانلارنىڭ قارىشىچە ئۇنى ئىشلىتىش ناھايىتى قولاي بولۇپ، تەرجىمە جەريانىدا ئىزچىل تۇردا

تۇرالمايدىغان تەرجىمانلارغا نسبەتەن بۇ قورال تېخىمۇ كېرەكلىك ئىدى. ستېفىننى شىركەت ئۇچۇن بىر يۈرۈش Trados يۇمشاق دېتالى سېتىۋېلىشنى ئالاقلىشۋاتقانلىقىنى جاكارلىدى.

ئاۋارىچىلىك شۇنىڭغا ئەگىشىپ كېلىشكە باشلىدى.

مارىسسا ئالدى بىلەن ئېغىز ئاچتى، ئىتالىيان تىلى تەرجىمان «I'm feeling lucky» (مەن بەك تەلەيلىك) دېگەننى «Formcercavi...» دەپ تەرجىمە قىپتۇ، مارىسسا ئارقىسىدىكى كۆپ چىكىتنى كۆرۈپ ئىنتايىن بىئارام بوپتۇ، شۇنىڭ بىلەن ئۇ كۆپ چېكىتنى ئۆچۈرۈۋەتتى. مارىسسا ستېفىنىندىن بىز بىلەن توختام تۈزىگەن تەرجىمە ئورگىنىدىكىلەرگە «كۆپىرەك دىققەت قىلىش» نى، پېچىم مەسلىسى كۆرۈلمەسلىكنى تاپىلاپ قويۇشنى تەلەپ قىلدى. ئىتالىيەدىكى تارماق شىركەتنىڭ مەسئۇلى جاۋاب بېرىپ، ئۇ كۆپ چېكىتنى ساقلاپ قېلىشقا مايىل ئىكەنلىكىنى ئېيتتى: كۆپ چېكىت بۇ ئاتالغۇنى تېخىمۇ پاساھەتلىك قىلىدۇ، مەن مارىسسادىن، نېمە ئۇچۇن ئىككى نەپەر ئانا تىل تەرجىمان ۋە يەرلىكلەشتۈرۈش مۇتەخەسسىسنىڭ پىكرىنى رەت قىلىدىغانلىقىنى سورىدىم، نەتىجىدە بومبا پىلىكىگە ئوت تۇتاشتى.

مارىسسانىڭ دېيىشىچە، بەزى ئىنژېنېرلارنىڭ قارىشىچە: ئۇ خىل تەرجىمىنى ئىشلەتكەندە، بىر قاراپلا بىزنىڭ باشقىلارنى يالالاپ قىلدۇرغانلىقىمىزنى بىلۈۋالغىلى بولىدىكەن، چۈنكى ئۇ كۆپ چېكىتنىڭ قەتئىي رولى يوق ئىكەن. مارىسسانىڭ ماڭا دېيىشىچە، ئۇ تەرجىمە مەسلىسىدىن ئەنسىرىگەنلىكتىن ئىتالىيان تىلىدىكى تورتۇرانىڭ كۆرۈنۈشىنى كېچىكتۈرۈپ ئېلان قىلدىغان بولۇپتۇ، بۇنداق بولغاندا بىز يەرلىكلەشتۈرۈش خىزمىتى مەھسۇلات ئېلان قىلىشنى كېچىكتۈرسە بولمايدۇ دېگەن كېلىشىمگە خىلاپلىق قىلغان بولمىز، بۇ تېمىنى چۆرىدەپ، مارىسسا توختىماي بازارچىلىق بۆلۈمى خەلقئارالاشتۇرۇش خىزمىتىدىكى بىر توقاي مەسىلىلەرنى ئوتتۇرىغا تاشلىدى: كەسپىي تەرجىمە سۇرئىتى ئاستا، سۈپىتىنى ئۆستۈرۈشكە كۆپ ۋاقىت كېتىدۇ، بازارچىلىق قوشۇنى ۋە تەرجىمانلار تەرجىمە سۇپىسىنى ئىشلىتىشنى خالىمايدۇ. ھەتتا، تەرجىمە باشقۇرۇش يۇمشاق دېتالى Trados سېتىۋېلىشنى قارار قىپتۇ. بۇ يۇمشاق دېتال قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ تەننەرخىنى كۆپەيتىدۇ، چۈنكى بىر ئادەم مەسئۇل بولۇپ تەرجىمە مەزمۇنىنى قولدا كىرگۈزۈشى كېرەك. قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ بىزنىڭ تەلىپىمىزگە ئاساسەن Trados نىڭ ئىقتىدارىنى تەرجىمە سۇپىسىغا قوشۇشقا ۋاقتى يەتمەيدۇ. مارىسسانىڭ چۈشەنمەيۋاتقىنى، بىزنىڭ نېمە ئۈچۇن ھەم ياخشى تەرجىمە قىلالايدىغان، ھەم تەرجىمە سۇپىسىنى ئىشلىتىشنى ياقتۇرىدىغان خىزمەتچىلەرنى تاپمايدىغانلىقىمىز ئىكەن.

شىركەت قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ مۇدىرى ۋاينى روسىڭ (Wayne Rosing) ئۆزىنىڭ كۆز قارىشىنى ئوتتۇرىغا قويدى. ئۇ ئارقا ئۈچ تېخنىكىسىنىڭ ئامالنىڭ باربىچە ئاددىيلىقنى ساقلاپ قېلىشنى ئۈمىد قىلدى، ئىشلەتكەن سىستېما قانچە ئاز بولسا شۇنچە تېز ئىجرا بولىدىكەن، بىز ھەر بىر تۈرلۈك تېخنىكىنى كىرگۈزگەندە، خۇددى چوڭ ئاق لەھەڭنىڭ سۈيۈر شەكىللىك بەدىنىگە بىر كاللەك توسالغۇ قوشقانغا ئوخشاش بولۇپ، ئالغا ئىلگىرىلەش سۇرئىتىگە تەسىر كۆرسىتىدىكەن.

مەن ئىلگىرى سىستېما ئىشلىتىش ئىشىنى چۆرىدەپ تالاش-تارتىش چىقىدۇ دەپ پەقەت ئويلىماپتىكەنمەن، يەرلىكلەشتۈرۈش خىزمىتىنى قانداق بىر تەرەپ قىلىشنىڭ بىر مەسىلە بولىدىغانلىقىنمۇ ئويلىماپتىكەنمەن. مېنىڭ قارىشىمچە، بىزنىڭ ياخشىلىشىمىزنىڭ ئۇنۇمى كۆرۈنەرلىك، سۈپەت مۇقىم ئېشىپ، تەنەرخ ئۆزلۈكسىز تۆۋەنلەۋاتىدۇ دەپ ئويلاپتىمەن. مەن تېخىمۇ كۆپ سانلىق مەلۇماتلارنى كۆرسىتىپ ئۆزىمىزنىڭ كۆز قارىشىمىزنى قوللاش ئۈچۈن، تەرجىماندىن بىرنى تېپىپ پاراڭلاشتىم. مېنىڭ بىلىشىمچە، مەيلى تەرجىمە سۇپىسى ۋە ياكى باشقا تورداكى قوراللار بولسۇن ئۇ تېخنىكىغا پىششىق، ئۇنىڭ ھەممىسىنى ئىشلىتەلىشىدە گەپ يوق.

دېننىس خۋاڭ (Dennis Hwang) باش بەتكە تۇغ لايىھەلىگەن كىشى شۇ، ئۇ ئىلگىرى تەرجىمە سۇپىسىنى ئىشلىتىپ تورتۇرانىڭ كۆرۈنۈشىنى كۆرۈپ تىلغا تەرجىمە قىلغان. ئۇنىڭ قارىشىچە، تەرجىمە

سۆپسىنىڭ تېخنىكا جەھەتتە ئىككى ئاساسلىق كەمچىلىكى بار ئىكەن. ئەڭ ئەجەللىك مەسىلە ئاستى ئۈستى تېكىست ئورامىنى سىلىشتۇرغىلى بولمايدىكەن. تەرجىمە سۆپسىنى ئىشلەتكەن تەرجىمانلار بىر قېتىمدا پەقەت بىرلا سۆز ياكى سۆز بېرىكمىسىنى كۆرەلەيدىكەن، بۇ سۆز ياكى سۆز بېرىكمىسىنىڭ تور بەتنىڭ قايسى يېرىدە كۆرۈنىدىغانلىقىنى پەقەت بىلمەيدىكەن. شۇڭلاشقا، تەرجىمان «Bulgarian» بۇ سۆزنى كۆرگەندە، ئۇنىڭ بۇلغارىيەلىك ياكى بۇلغارىيە تىلى ئىكەنلىكىنى زادىلا بىلمەيدۇ. ئۇنىڭدىن باشقا، بىر ئابزاس خەتنى ئوخشاش بولمىغان ئادەمگە تەقسىملەپ تەرجىمە قىلىشى مۇمكىن، شۇنىڭ بىلەن تەرجىمىنىڭ بىر تۈتاش راۋان چىقىشىغا كاپالەتلىك قىلغىلى بولمايدۇ، بۇ مەزمۇنلارنى بىر يەرگە قويغاندا، ئوقۇغاندا ئىنتايىن قاملاشمىغاندەك، ھەتتا بىمەنە خاتالىقلار كۆرۈلىدۇ.

يەنە بىر مەسىلە، تەرجىمە سۆپسى بىر سۆزنى بېرىپ، تەرجىمە نەتىجىسىگە ئېرىشكەندىن كېيىن، بۇ نەتىجىنى ھېچقانداق ئۆزگەرتمەيلا شۇ سۆز تۈرۈشلۇق جايغا قويىدۇ، پىچمىمۇ ئوپمۇ-ئوخشاش. بۇ خىل ئۇسۇلدا تېكىستنىڭ تۇم، يانتۇ شۇنداقلا بوش ئورۇننىڭ نامۇۋاپىق ئىشلىتىلىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ، شۇنىڭ بىلەن بىر سۆز بىرىكمىسىنىڭ مەنىسىنى ئۆزگەرتىۋېتىدۇ.

مەن دېنىنىس خۇاڭنىڭ ئىنكاس قىلغان پىكرىنى ماڕىسساغا يەتكۈزدۇم. ئۇنى تەرجىمە سۆپسىنى ئىشلىتىشكە ئەڭ ئۇستا تەرجىمان دېيىشكە بولىدۇ، ئەگەر ئۇمۇ ئىشلىتىشتە مەسىلە بار دەپ قارىغان يەردە بىزمۇ بۇ ئىشقا كۆڭۈل بۆلۈشمىز كېرەكتۇ. مەن ئەزەلدىن قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ يۇكىنى ئېغىرلىتىۋېتىشنى خالىمايمەن، ئەمما نۆۋەتتە بازار بۆلۈمى ئەڭ كۆڭۈل بۆلىدىغان مۇھىم مەسىلە، جان-جەھلىمىز بىلەن يېڭى تىلدىكى كەسىپلەرنىڭ بازار ئۇلۇشگە ئېرىشىش جەريانىدا، تەرجىمىسى تاماملانغان مەزمۇنلاردا چوقۇم چاتاق چىقماسلىق.

ئىنژېنېرلارنىڭ قارىشى ئىنتايىن چۈشىنىشلىك: مەسىلە ئادەمدىن چىققان، تېخنىكىدىن ئەمەس. ئەگەر بىز تەرجىمانلارنىڭ سۆيىتىنى ئۆستۈرەلسەك، ئۇنداقتا پەقەت تەرجىمە سۆپسى قورالىنى ئىشلىتىپلا مەسىلىنى ھەل قىلغىلى بولامدۇ. شۇغىنسى مېنىڭ قارىشىمچە، تەرجىمانلار ئىنژېنېر ئەمەس، ئۇلار ژاقىتنى ئىسراپ قىلىپ قولايسىز يۇمشاق دېتالنى ئۆگەنمەسلىكى كېرەك، ھەتتا ماڕىسساموۋ، تەرجىمە سۆپسىدا تورتۇرا خېتىنى Bork، Bork، Bork تەك تىلغا تەرجىمە قىلغاندىمۇ، ئىشلىتىش ئەپسىزلىكىنى ئېتىراپ قىلىدۇ.

تالاش-تارتىشتىن كېيىن، بىز كېلىشتۇق. ئەڭ مۇھىم 8 تىل[34] دىن باشقا، باشقا بارلىق تىللارنىڭ تەرجىمە خىزمىتىنى پىدائىيلار تەرجىمە سۆپسىدا تاماملايدۇ، كەسىپي تەرجىمانلار Trados سىستېمىسىنى ئىشلەتسە بولىدۇ. تەرجىمە قىلىنغان مەزمۇنلار تەتقىق قىلىنماقچى بولغان قوليازما پىروگراممىسى ئارقىلىق تەرجىمە سۆپسىغا ئەكىرىلىدۇ، ئەمما بۇ قوليازما پىروگراممىسىنى بىر قانچە يىل كۈتتۈق، لېكىن بىرلىككە كەلگەن بۇ كېلىشىم ئارقىلىق بىزنىڭ ئېنىق بولغان ئىلگىرىلەش نىشانىمىز بار بولدى، ئەمما بۇ ئوتتۇرھال كېلىشىمگە ئاساسەن، بىز يەنىلا كەسىپي بولمىغان تەرجىمانلارنىڭ 8 خىل ئاساسلىق تىلدىن باشقا تىللاردىكى تەرجىمىدىن كېلىشى مۇمكىن بولغان خەتەرگە بەرداشلىق بېرىشىمىز كېرەك. بىر قانچە ئايدىن كېيىن، سېرگېي بىر پىدائىينىڭ تەرجىمە سۆپسىنى ئىشلىتىپ Google نىڭ رۇسچە باش بېتىدىكى «ئىزدە» توپچىسىنى «ئەبلەخ، بۇ جاينى چەك» دەپ ئۆزگەرتىپ قويغانلىقىغا دىققەت قىلغان. يەنە بىر پىدائىي مالتا تىلىدىكى بەتتە «ئىزدە» توپچىسىنى ئادەم تىللايدىغان سۆزگە ئۆزگەرتىپ قويغان.

ئەڭ ئاخىرىدا قۇرۇلۇش بۆلۈمىدىكىلەر ئىشلەتكۈچىلەرگە چۈشەندۈرۈپ، بۇ خىل مەسىلىنىڭ كېلىپ چىقىشى سىستېمىدا بىر قانچە خاتالىق بار ئىكەن. شۇنداقتىمۇ، خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىش يەنە بىر قېتىم نەپ ئېلىپ كەلدى. Google ئازراق كىچىك مەسىلىلەر ئېلىپ كەلگەن ناچار تەسىرگە بەرداشلىق بېرىشنى خالىغان ئىدى، پۈتكۈل دۇنيا دائىرىسىدە ئىشلەتكۈچىلەر سانىنىڭ زور كۆلەمدە ئېشىشىغا تۈرتكە بولدى.

[34] ئايرىم-ئايرىم ھالدا چېخ تىلى، ئىتالىيان تىلى، گېرمان تىلى، ئىسپان تىلى شۇنداقلا ئاددىي خەنزۇ تىلى، مۇرەككەپ خەنزۇ تىلى، ياپون تىلى ۋە كورىيە تىلى

ئىشلەتكۈچىلەر داۋاملىق پۈتۈن تەرجىمە ۋە ئانچە-مۇنچە شەيتانلىقلارغا سەۋر قىلىشنى خالايدۇ، ئۇلارنىڭ مەقسىتى Google نىڭ ئىزدەش تېخنىكىسىنى ئىشلىتىش، بۇ ماڭمۇ بىر خىل قوزغىتىش بولىدى: مەھسۇلات كۆرۈنۈشىنى كەم-كۈتسىز قىلغاندىن، كىشىلەرنى مەھسۇلاتنىڭ ئارقىسىدىكى تېخنىكىنى ئىشلىتەلىشى تېخىمۇ مۇھىم. ھەقىقىي مۇھىم يېرى، بىز ئىشلەتكۈچىلەرگە تەمىنلىگەن ئىزدەش نەتىجىسى ۋە سۈرئىتى، شۇلار Google ماركىسىنىڭ ماھىيەتلىك يېرى.

ھازىر چېكىلىش سانىغا ئاساسەن ھەق يىغىشقا بولامدۇ؟

ئەپسۇسلىنارلىقى، يەنە بىر قىسىم Google كەسىپلىرى تازا كۆڭۈلدىكىدەك ئەمەس. بىزنىڭ ئىلان كەسپىمىز AdWords ئىزچىل توختىماي ئېشىۋاتىدۇ ئەمما GoTo شىركىتىنىڭ تېز سۈرئەتتە كېڭىيىشى بىزنى ئەنسىرىتىپ قويىدى—بۇ ئىش ئۇچۇن ئەنسىرەۋاتقانلار مەنلا ئەمەس. GoTo شىركىتىنىڭ «ئىزدەش نەتىجىسى» ئەمەلىيەتتە ئىلان، ئۇلار تۇردا باھا تالاشتۇرۇپ سېتىش ئۇسۇلى ئارقىلىق، ئەڭ يۇقىرى باھا قويغان ئىلاننى ئەڭ چوققىسىغا چىقىرىدۇ. بۇ ئىلانلار ئىنتېرنېت ئارقىلىق ھەر تەرەپكە تارقىلىدۇ، ھەر قېتىم بەزىلەر بۇ ئىلانلارنى چەككەندە، ئىلان خېرىدارلىرى GoTo شىركىتىگە ھەق تۆلەيدۇ، GoTo شىركىتى بۇنىڭدىن ئاز بىر قىسمىنى ئاجرىتىپ ئىلان مەزمۇننىي تارقاتقان تورتۇرالارغا چىقىم قىلىپ بېرىدۇ—بۇ خىل باھا بەلگىلەش ئۇسۇلى «چېكىلىش قېتىم سانىغا ئاساسەن ھەق ئېلىش» دەپ ئاتىلىدۇ. بۇمۇ بىر خىل ئىزدەش ئارقىلىق پايدا تاپىدىغان يېڭىلىق يارىتقان ئۇسۇل. Google شىركىتىدە، مۇتلەق كۆپ قىسىم كىشىلەر بۇ خىل ئۇسۇلنى ئىنتايىن ناچار دەپ قارايدۇ. GoTo شىركىتى ئىزدەشنى ھېسابلاش ئۇسۇلى ئارقىلىق ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ مۇناسىۋەتلىكلىكىگە ھۆكۈم قىلىشنىڭ ھاجىتى يوق، ئۇلار ھەقلىق ئىلاننى «ئوبىيېكتىپ» نەتىجە سۈپىتىدە كۆرسىتىپ بەرسلا بولىدۇ.

GoTo شىركىتىنىڭ نەزەريە ئاساسى ناھايىتى ئاددى: مەلۇم بىر مۇئەييەن ھالقىلىق سۆزگە نىسبەتەن، مەلۇم بىر ئىلاننىڭ قويغان باھاسى قانچە يۇقىرى بولغانسېرى، ئۇنىڭ مۇناسىۋەتلىكلىكى شۇنچە يۇقىرى بولىدۇ. بىزنىڭ يولغا قويغىنىمىز تور دېموكراتىيەسى، GoTo شىركىتىنىڭ بولسا پۈل مۇستەبتلىكى. مېنىڭ بايقىشىمچە GoTo شىركىتىنىڭ باھا تالاشتۇرۇش ئاساسىدىكى ئىزدەش نەتىجىسى ئىنتايىن ئىشەنچسىز. ئامالنىڭ بارىچە كۆپ ئىزدەش نەتىجىسىدە ئەڭ ئالدىدىكى ئورۇننى ئىگىلەش ئۈچۈنلا، نۇرغۇن ئىلان خېرىدارلىرى مودا بولۇشى كۆچلۈك ئەمما ئانچە مۇناسىۋەتلىك بولمىغان ئىزدەش تۇرلىرىگىمۇ پۇل خەجلەيدۇ. ئەڭ ئالدىغا تىزىلغان ئىزدەش نەتىجىسى بولغان تەقدىردىمۇ سېپى ئۆزىدىن ئىلان ئەخلىتى، پۈتكۈل ئىزدەش ئۇسۇلىمۇ خاتا يېتەكلەش گۇمانىدىن خالىي ئەمەس.

لارۇ نادېر (Ralph Nader) بۇنداق پىكىرگە قوشۇلدۇ. 2001-يىلى 7-ئايدا، نادېر رىياسەتچىلىك قىلغان «سودا ئاگاھلاندۇرۇشى» (Commercial Alert) تەشكىلاتى ئامېرىكا فېدېراتسىيە سودا كومىتېتىغا (FTC) غا ئىلان ئالدامچىلىقى ئەرزىنى تاپشۇرۇپ، ئېنىق ھەم كۆرۈنەرلىك ھالدا ئەھۋال (بۇ ئىزدەش موتورىنى ئازدۇرۇشى مۇمكىن ئىشلەتكۈچىلەر ئىزدەش نەتىجىسىنى بازارچىلىق تەدبىرى ئىلانى دەپ قارىماستىن مۇناسىۋەتلىكلىككىلا تاينىندۇ دەپ قارىشى مۇمكىن) نى چۈشەندۈرمەي تۇرۇپ، ئىزدەش نەتىجىسىگە ئىلان قىستۇرىدىغان[35] قىلمىشنى چەكلەشنى تەلەپ قىلدى. بۇ ئەرزدە 8 ئىزدەش شىركىتى كۆرسىتىلدى، شۇلارنىڭ ئىچىدە Alta Vista، ئامېرىكا لىنىيەسى، iWon (ئىنتېرنېت ئويۇن شىركىتى) ۋە مىكروسوفتمۇ بار. Google شىركىتى قانۇنغا خىلاپلىق قىلغانلار تىزىملىكىدە يوق ئەمما ئاخبارات خەۋەرلىرىدە بىزنى قىلچە ئىككىلەنمەي يامان ئىش قىلىپ قانۇننى بۇزغان شىركەتلەر بىلەن بىللە تىلغا ئالدى، بۇ ئىش لارى بىلەن

[35] http://www.commercialalert.org/issues/culture/search-engines./

سېرگېينى تولىمۇ ئاۋارە قىلدى.

لارى ئىلگىرى، AdWords نى 2000-يىلى 9-ئايدا ئېلان قىلغاندىن كېيىن، ئېلانغا مۇناسىۋەتلىك چوڭ ئىشلار ئاخىرلاشتى دەپ قارىغان. ئېلان—بىز ھەقىقىي ئەۋزەل بىر ئىزدەش موتورى قۇرۇپ چىقىش ئۈچۈن ئامالسىزلىقتىن تۆلىگەن بەدەل ئىدى، لېكىن ئەينى چاغدا ئېلان تۈرى گۈرۈپپىسىغا قاتناشقان بىر ئىنژېنېرنىڭ سۆزىگە ئاساسلانغاندا، لارىنىڭ قارىشىچە، ئېلاننىڭ ئۆزى بىر پارچە «سېسىق گۆش» ئىكەن (tainted meat). بىز ئېلان كەسپىنى ئۆزگەرتتۇق، ئەمما GoTo شىركىتى بىزنىڭ بۇ مەسىلىنى تېخى تۈپتىن ھەل قىلالمىغانلىقىمىزنى ئىسپاتلىغان ئىدى. Google غا نىسبەتەن، تەلىيىمىزگە ئېلان كەسپىگە مەسئۇل ئىنژېنېر ئىزچىل ھالدا AdWords نى ياخشىلاشنى ئويلاپ، توختىماي يېڭىلىق يارىتىۋاتاتتى، چۈنكى CPC ئېلان شەكلى Google نى ۋەيران قىلىۋېتىش خەۋپى بارلىقىنى كۆرۈپ يەتكەن ئىدى. تەلىيىمىزگە سالار كامانگار (Salar Kamangar) مۇ بۇ ئىنژېنېرلارنىڭ ئويىنى قوللايتتى.

ئون توققۇزىنچى باب
يېڭى كومپيۇتېر

سالار ھەممە تەرەپتىن قورشىلىپ قالغاندەك ھېس قىلدى. ئۇ 2001-يىللارنىڭ بېشى بولۇپ، ئۇ تېخى ئىستېمال مەھسۇلاتلىرىنىڭ يولىنى تاپالمىغان ئىدى. سالار لاررىنىڭ بىرىنچى مەھسۇلات دىرېكتورى بولۇش سۈپىتىدە، ئىلگىرى «Google خەۋەرلىرى» نى ئوتتۇرىغا چىقارغان، «Google دا گۇرۇپپىلار مۇنبىرى» شەكلىدە قايتىدىن تەشكىللىگەن deja.com خەۋەر مۇلازىمىتىگە ئۇ ئىزچىل قاتنىشۋاتاتتى. شۇغىنىسى، ئەزەلدىن پىكىر كۆپ بولسا ئىش ئاقمايدۇ.

ئۇ ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ھەر قانداق ئىشقا نىسبەتەن، ھەممە كىشىنىڭ ئۆزىنىڭ كۆچلۈك كۆز قارىشى بولىدۇ، چۈنكى ئىستېمال مەھسۇلاتلىرى كۆپچىلىك ھەممىمىز بىلەن مۇناسىۋەتلىك. » مەن بۇ خىل كۆز قاراشىنى تامامەن چۈشىنىمەن، مەنمۇ دائىم ماقالىلىرىمنى قايتا ئۆزگەرتىپ يېزىشىنى تەلەپ قىلىدىغان مۇناسىۋەتلىك تەرەپلەرگە يولۇقمەن. سالار مۇشۇنىڭدىن، كىشىلەر ئىنتايىن ئاز دىققەت قىلىدىغان ساھەدىن بىرنى تاپسا ئاندىن بۇنچە كۆپ ئاۋارىچىلىك بولمايدىغانلىقىنى تونۇپ يەتتى. شۇڭا ئۇ ئېلان كەسپىنى تاللاپ، ئېلانغا مەسئۇل ئىنژېنېرلار بىلەن غەيرى رەسمىي ھەمكارلىششقا باشلىدى.

سالارنىڭ ھېس قىلغىنى: «لارى بىلەن سېرگېينىڭ ئەڭ كۆڭۈل بۆلىدىغىنى ئىشلەتكۈچىلەرگە چېتىلىدىغان ئىشلار. كۆپچىلىك ھەممەيلەن بۇنى بىلىمىز، ئۇلار ئىككىسى ئېلان كەسپىنىڭ تەپسىلات مەسىلىسىگە ئانچە قىزىقىپ كەتمەيدۇ. » يەنە بىر تەرەپتىن، ئومىد ئېلان كەسپىگە ئىنتايىن كۆڭۈل بۆلىدى. سېتىش ۋە كارخانا تەرەققىياتى يۆنىلىشىگە مەسئۇل كىشى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئومىد سالارنىڭ قاتنىششىنى خالاپلا قالماي يەنە ئۇنى رەسمىي ۋەزىپىگە قويۇش تەكلىپىنى بەردى. لارى بۇ پىكىرنى قوللاپ، سالارنىڭ ئېلان كەسپىگە مەسئۇل مەھسۇلات دىرېكتورلۇق ۋەزىپىسىنى ئۈستىگە ئېلىشىنى بەلگىلىدى.

سالار پۈتۈن كۈچىنى ئىشقا سېلىپ، دائىم يېرىم كېچىگىچە باش قاتۇراتتى. قاراڭغۇ چۈشكەندىن كېيىن، ئۇ شىركەتنىڭ بىناسىدىكى قاتار-قاتار ۋېلىسىپىت تىزىلغان چوڭ زالدا ئۇيان-بۇيان مېڭىپ، توختىماي ئېلان كەسپى ھەققىدە ئويلىنىدۇ يەنى، قانداق ساتىدۇ، قانداق كۆرگەزمە قىلىدۇ، قانداق ياخشىلايدۇ. ئۇنىڭ ئەتراپىدىكى كىچىك بۆلۈمچىلەردە، ئېد كاررېلس (Ed Karrels)، ماتت كاتتس (Matt Cutts) شۇنداقلا باشقا بىر قانچە ئىنژېنېر AdWords ئېلان سىستېمىسىنى ئاسراشقا مەسئۇل.

يەنە بىر قوشۇن مەخسۇس ئېلاننى ئەلالاشتۇرۇش بىلەن مەشغۇل يەنى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئېلان چېكىشنى پەرەز قىلىدىغان يېڭى سىستېما تەتقىق قىلىدۇ. ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ قىلمىشنى پەرەز قىلىش غايەت زور تېخنىكىلىق رىقابەت بولۇپ، ئۇ كومپيۇتېردىن ئالدى بىلەن ھەر ۋاقىت ئۆگىنىپ، ئاندىن مۇۋاپىق پەرەزنى ئوتتۇرىغا قويۇشنى تەلەپ قىلىدۇ. چاد لېستېر، ئېد كاررېلس (Ed Karrels) ۋە خوۋارد گوبىئوف (Howard Gobioff) قاتارلىق Google نىڭ بىر قانچە كونا خىزمەتچىلىرى مەزكۇر قوشۇننىڭ ئەزالىرى[36]، Google غا يېڭى كەلگەن ئېرىك باۋېرمۇ قوشۇندا بار. ئېرىك Google غا قوشۇلۇپ تاماملىغان بىرىنچى تۈرى ئىپادىسى ئەڭ ياخشى AdWords ئېلانى بىلەن ئەسلىدىكى ئۇنۇمى ئەڭ ناچار بولغان ئېلاننىڭ ئورنىنى ئېلىش، شۇ

[36] چاد لېستېر (Chad Lester) بۇ تۈرنى «ئىدراكلىق ئېلان تاللاش سىستېمىسى (Smart Ad Selection System)»، ئادەتتە قىسقارتىپ SmartASS دەپىلىدۇ.

ئارقىلىق شىركەتكە ھەر كۈنى 100 مىڭ دوللار كىرىم كۆپەيتتى. بۇ قوشۇنغا باشچىلىق قىلىۋاتقىنى قىزىل باشلىق كانادالىق كىشى بولۇپ، ئىسمى ئېرىك ۋېيچ، ئۇ ئىلگىرى كومپيۇتېر ئالاھىدە ئۇنۇمى بىلەن شۇغۇللانغان، «غەلىتە مەخلۇق ئېلېكتىر ئېنېرگىيە شىركىتى» گە ئوخشاش كىنولاردىكى تېرە ۋە ئىس-تۈتەكلەرنى قارىماققا تېخىمۇ ھەقىقىي قىلىپ ئۇنۇم بەرگەن، كېيىن ئۇ Google شىركىتىگە قوشۇلغان. ئۇ جەڭ ئېلان قىلىشقا ئامراق.

ئېرىك ۋېيچ بىلەن سالار قايتا-قايتا پىكىر ئالماشتۇرۇپ ۋە مۇنازىرە قىلىپ، ئۇلارنىڭ ئورتاق نىشانى ناھايىتى تېزلا ئېنىقلاشتى. Google يېپيېڭى بىر ئېلان سىستېمىسى قۇرۇپ AdWords نىڭ ئورنىنى ئېلىشقا ئېھتىياجلىق، يېڭى سىستېما كۆرسىتىش قېتىم سانىغا ئەمەس بەلكى چېكىلىش قېتىم سانىغا ئاساسەن ھەق ھېسابلىنىدۇ. كۆرسىتىش قېتىم سانىغا ئاساسەن باھا ھېسابلايدىغان ھەق ئېلىش ئۇسۇلىنى قوللانغاندا، پەقەت ئېلان مەزمۇنى ھەر 1000 قېتىم كۆرسىتىلسىلا، بۇ ئېلانىنى مەيلى قانچىلىك ئادەم ھەقىقىي چەككەن بولۇشىدىن قەتئىينەزەر خېرىدار مۇئەييەن سوممىدىكى پۇلنى چىقىم قىلىشى كېرەك. AdWords بولسا 3 خىل باھا تەمىنلىگەن: ھەر مىڭ قېتىم چېكىلسە 10 دوللار، ھەر مىڭ قېتىم چېكىلسە، 12 دوللار، ھەر مىڭ قېتىم چېكىلسە 15 دوللار. چىقارغان باھا قانچە يۇقىرى بولسا، ئېلاننىڭ تور بەتتە كۆرۈنىدىغان ئورنىمۇ شۇنچە ئالدىغا تىزىلىدۇ، شۇنىڭ بىلەن ئىشلەتكۈچىنىڭ كۆرۈپ چېكىشىنىڭ ئېھتىماللىقىمۇ شۇنچە يۇقىرى بولىدۇ. چېكىلىش قېتىم سانىغا باھا ھېسابلىنىپ ھەق ئېلىش ئۇسۇلىنى قوللانغاندا، ئېلان مەزمۇنى قانچە قېتىم كۆرسىتىلگەنلىكىدىن قەتئىينەزەر، پەقەت كىشىلەر ئېلانىنى ھەقىقىي چەككەندىلا ئاندىن ئېلان خېرىدارلىرى چىقىم قىلىدۇ.

ئېلان خېرىدارلىرىنىڭ CPC غا ئالاھىدە مېھرى بار ئەمما Google باشقۇرۇش قاتلىمى بۇنى كۆرۈپ چۆچۈپ كەتتى. Netscape شىركىتىنىڭ ئىلگىرى تەمىنلىگىنىمۇ چېكىلىش قېتىم سانىغا ئاساسەن ھەق ھېسابلايدىغان ئېلان مۇلازىمىتى ئىدى، ئۇلار خېرىدارنىڭ مۇئەييەن مەزگىلدە ئالدىن كېلىشكەن ئېلانىنىڭ چېكىلىش قېتىم سانىغا كاپالەتلىك قىلىدۇ. بۇ سانلىق مەلۇماتلار ئىنتايىن چوڭ، ئەگەر ئۇ سانىغا يېتەلمىسە، تېخىمۇ كۆپ ئېلان تارقىتىشتىن سىرت، Netscape شىركىتىنىڭ باشقا تاللىشى يوق. ئۇلار تارقاتقان ئېلان قانچە كۆپ بولسا، ئەمەلىي چېكىلىش نىسبىتى شۇنچە تۆۋەن بولىدۇ، ھەتتا ھەر بىر توربەتنىڭ ھەممىسىدە ئېلان بولغان تەقدىردىمۇ خېرىدار ئۇنىڭ بىلەن كارى بولمايدۇ. CPC ھەق ھېسابلاش ئەندىزىسىنىڭ غايەت زور يوشۇرۇن خەۋپى بار.

شۇنداق بولغان تەقدىردىمۇ، سالار يەنىلا ئۇنىڭ كەڭ كەلگۈسى تەرەققىياتىنى كۆرۈپ يەتتى، ئۇ ئۇنى بىر جۈملىگە يىغنىچاقلىدى—«كارخانا بىرلەشمىسى». سالارنىڭ قارىشىچە، كىرىمنى ھەقىقىي ئاشۇرۇشنى ئىشقا ئاشۇرۇش ئۈچۈن، بىز باشقا تورتۈرالاردا ئېلان تارقىتىشىمىز كېرەك. ئۇزىمىز تىزگىنلىيەلمەيدىغان تۇردا ئېلان كۆرسىتىپ، ئاندىن كۆرسىتىش قېتىم سانى بويىچە ھەق بېرىش، ئېلان خېرىدارلىرى ئادەتتە بۇنداق قىلىشنى خالىمايدۇ. ئەگەر كىشىلەر ئېلانىنى ھەقىقىي چەككەندە ئاندىن ئۇلارنى ھەق تاپشۇرغۇزۇش، بۇ تۈيغۇ ئىنتايىن ياخشى. ئەمما، ئەگەر بىز CPC نى قىلساق، چوقۇم GoTo شىركىتى بىلەن ئوخشاش بولمايدۇ، بىز چوقۇم تېخىمۇ ياخشى قىلىشىمىز كېرەك. مەسىلە قانداق قىلىش.

2001-يىلى ئېلان قوشۇنىنى باشقۇرىدىغان قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ مۇدىرى روسس كونىڭستېن. روسس ئالەم قاتنىشى ماشىنا ئادەم تېخنىكىسى دوكتورلۇق ئۇنۋانغا ئىگە، ئۇ ئېلان سىستېمىسىنى قانداق تەتقىق قىلىش مەسىلىسىدە ئۆزىنىڭ بىر يۇرۇش ئامالى بار. ئۇنىڭ قارىشىچە بىز CPC ئەندىزىسىدە ئېلان ساتىساق بولىدىكەن، ئەمما ئېلان CPM ئەندىزىسىدە رەتكە تىزىلىدۇ، كۇنىدىلىك خاتىرە ھۆججىتىدىن سانلىق مەلۇماتلارنى ئاجرىتىپ، ھەر بىر ئېلانىنىڭ Google غا قانچىلىك ئەمەلىي كىرىم ئېلىپ كەلگەنلىكىنى ھېسابلاپ چىقالايمىز، ئاندىن مۇناسىپ تەرتىپ بويىچە بۇ ئېلانلارنى كۆرسىتىمىز. روسسنىڭ ماڭا دېيىشىچە، ئۇ 2001-يىلى 4-ئايدىكى بىر قېتىملىق يىغىندا لاررىغا ئۆزىنىڭ ئويىنى ئوتتۇرىغا قويۇپتۇ، بىراق لارى بۇ گەپكە ئانچە قوشۇلماپتۇ.

روسسىنىكڭ سۆزىگە ئاساسلانغاندا، لارىرى يېڭى سستېمىدىن بىرنى ئىجاد قىلماستىن پەقەت AdWords نىڭ ئاساسىدا ئازراق ئۆزگەرتىش ئېلىپ بېرىشنىلا ئويلايتۇ، گەرچە باشقا ئىنژېنېرلارنىڭ ھەممىسى يېڭى بىر سستېما كېرەك دەپ قارىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئۇلار قول سېلىپ تەتقىق قىلىشقا باشلىغان. روسسىنىڭ دېيىشچە، بۇنىڭدىن سىرت، لارىرى پەقەت پىروگراممىا يازىدىغان ئىنژېنېر شۇنداقلا ئۇ كۆڭۈل قويۇپ تاللىغان مەھسۇلات دىرېكتورى بىلەن پىكىر ئالماشتۇرۇشنىلا ئويلايدۇ. لارىرى بۇ قېتىملىق يىغىندا ئېلان كەسپىگە سالارنى باشلىق قىلماقچى ئىكەنلىكىنى روسسىغا ئۇقتۇردى.

سالار بىلەن ئىنژېنېرلار قوشۇنى چوڭتۇر مۇنازىرە ئېلىپ بارىدى، كۆپچىلىكنىڭ ئەقىل-پاراسىتىنى جارى قىلدۇرۇپ، ھەر كىم ئۆز پىكرىنى ئوتتۇرىغا قويدى. ئۇ ئوتتۇرىغا قويغان ھالقىلىق سۆزنى باغلاشقا ئوخشاش كۆپ قىسىم پىكىرلەرنىڭ ھەممىسىنى ئىنژېنېرلار رەت قىلدى. بىر كۈنى كېچىدە، يالت-يۇلت قىلىپ ئىلھام كەلدى. Google ھەر بىر ئېلانغا سۈپەت نومۇرى (quality score) تەقسىملەپ بەردى، «سۈپەت» بىزنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئېلان چېكىشنىڭ ئېھتىماللىقىنىڭ ئالدىن پەرىزىگە ئايلىنىدۇ، ئەگەر بۇ سان بىلەن ئېلان خېرىدارى چىقىم قىلماقچى بولغان سان كۆپەيتكۈچى بولسا، بىز پايدا يارىتىش يوشۇرۇن كۈچىنىڭ چوڭ كىچىكلىكىگە ئاساسەن—ئۇنۇملۇك CPM — ئېلان تەرتىپى تىزىلىدۇ. بۇ خىل ئۇسۇل بىر چالمىدا ئۈچ پاختەك سوقىدۇ: ئىشلەتكۈچى مۇناسىۋەتلىكلىكى كۈچلۈك بولغان ئېلانىنى كۆرەلەيدۇ، ئېلان سودىگىرى تېخىمۇ كۆپ چېكىلىش مىقدارىغا ئېرىشىدۇ، Google نىڭ تېخىمۇ كۆپ كىرىمى بولىدۇ، بۇ ئىنتايىن ئاقىلانە تەدبىر.

روسسىنىڭ قارىشىچە، ئۇ ئىلگىرى ئىنتايىن ئوخشاش تەكلىپنى ئوتتۇرىغا قويۇپ بولغان، شۇڭغۇنسى لارىرى بۇنى نەزەرگە ئالمىدى. ئېرىك ۋېچىنىڭ سۆزى بويىچە ئېيتقاندا، بىر قانچە كىشى كېلىشىپ قويغانىدەكلا ئويلىرى بىر جايدىن چىقىپ قالدى. ئۇنىڭ دېيىشچە: بۇ ئوي ئەمەلىيەتتە ناھايىتى ئاددىي. » ئەمما، ئېرىكنىڭ قارىشىچە، ئىنتايىن ئاددىي بىر قىسىم نەرسىلەر مېنىڭ بېشىمنى قاتۇردى.[37] AdWords بولسا CPM بويىچە ئېلانىنىڭ ئالدىنلىق تەرتىپىنى جايلاشتۇردى. ئەگەر سىز 15 دوللار چىقارسىڭىز، ئېلانىڭىز ئەڭ ئۈستىگە يېقىن جايدا كۆرۈنىدى. ئەگەر چىقارغان باھاسى تۆۋەن بولسا، ئېلانىنىڭ تور بەتتىكى ئورنى تۆۋەندىرەك بولىدۇ.

ئۇنۇملۇك CPM رەتكە تىزىش ئىشغا نىسبەتەن، ئېرىكنىڭ ماڭا دېيىشچە: «مېنىڭچە، مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، مەنمۇ بۇ ئويۇمنى ئوتتۇرىغا قويدۇم، مەن مۇنداق دېدىم، ‹ئەگەر كىشىلەرنىڭ ئۇنۇملۇك CMP بويىچە رەتكە تىزىپ، نەتىجىدە تېخىمۇ يۇقىرى بولغان مۆلچەر كىرىمگە ئېرىشىش› نى ئىسپاتلاپ بېرەلەيمىز، بۇ تۇپ نىگىزىدىن ئېيتقانىدا ھەق ئېلىنىدىغان CPC مۆلچەردىكى چېكىلىش نىسبىتىنىڭ بىر قانچە ھەسسىسىگە يېتىدىغانلىقىنى بىلدۇرىدۇ.»

مۇشۇنداق بىر سودىنىڭ قىممىتى نەچچە مىليارد دوللارغا يېتىدۇ. ئۇنداقتا، زادى كىم ئوتتۇرىغا قويىدۇ؟ ئېرىك يەنە داۋاملاشتۇرۇپ مۇنداق دېدى: «بۇنى سۆزلەش ئىنتايىن قىيىن، ئۇنىڭغا قاتناشقان ھەر بىر كىشى ئۆزىنى تۆھپە قوشتۇم دەپ ئويلايدۇ، ئەمەلىيەتمۇ ھەقىقەتەن مۇشۇنداق، ھەر بىر كىشىنىڭ ئۆزى تۆھپە قوشقان پىرسەنتىنى ئۆز ئارا قوشقاندا، 100% تىن چوڭ بولىدۇ. »

ئەمما، گەرچە بۇ ئىدىيە ئىنتايىن ئاقىل بولسىمۇ، ئەمما پۈتۈنلەي كەم-كۈتسىز دېيىشكىمۇ بولمايدۇ، يەنە ھەل قىلىدىغان ئىككى مەسىلە بار. بىرىنچى مەسىلە ھەر بىر ئېلانىنىڭ «سۈپەت» نىسبىتىنى جەزملەش.

---

[37] ئېرىك بىر قېتىم خىزمەت ئىزدەپ كەلگەن بىرەيلەندىن يۆز تۇرانە ئىمتىھان ئېلىۋاتقاندا، قارشى تەرەپ دوكتورلۇق دىپىرتاتسىيەسىنىڭ يادرولۇق مەسلىسى شۇنداقلا ئۇ ئۆزى تاپقان مۇكەممەل ھەل قىلىش ئۇسۇلىنى چۈشەندۈرۈشكە باشلىدى. ئۇ ئۆزىنىڭ تېخنىكىدا بۆسۈش ھاسىل قىلغانلىقىنى چۈشەندۈرۈشنى كۈتمەيلا، ئېرىك مۇنداق سوراپتۇ: «ئۇ خاملتون سستېمىسمۇ؟ » ئۇ ئىمتىھان بەرگۈچى ئېرىككە تىكلىپ ھاڭۈېقىپ تۇرۇپلا قاپتۇ، چىرايىدا ھەيرانلىق ئەكس ئېتىپتۇ. بۇ جاۋاب ئۇنى بىر قانچە ئاي تەڭلىكتە قالدۇرغان ئىدى، بىراق ئېرىك ئۇلار ئارىسىدىكى 5 مىنۇتلۇق سۆھبەتتىنلا يەكۈنلەپ چىقىپتۇ.

ئېرىكنىڭ چۈشەندۈرۈپ دېيىشچە: «سالار دەسلەپتە چېكىلىش نىسبىتىگە كۆپەيتىشنى تىلغا ئالغان، ئۇنىڭ كۆزدە تۇتقىنى تارىخىي چېكىلىش نىسبىتى، ئەگەر بىز خېرىدارنىڭ ئېلانىنى 1000 قېتىم كۆرسەتكەن بولساق، كىشىلەر 10 قېتىم چەككەن بولسا، ئۇنداقتا چېكىلىش نىسبىتى 1% بولىدۇ. » ئېرىكنىڭ قارىشچە بۇ خىل ئامال خاتا، «مەسىلە شۇكى، بىز چېكىلىش نىسبىتى بويىچە ھېسابلايدىغان ئېلان ناھايىتى قوتا. ئېلانىنىڭ يۈرگۈزۈلۈشىگە ئائىت ھەر قانداق قىممەتى بار ئۇچۇرغا ئېرىشىش ئۇچۇن، بىر قوتا ئېلانىنى كۆپ قېتىم قايتا-قايتا كۆرسىتىشكە مەجبۇر بولىسىز.»

ئېرىكنىڭ قارىشچە: «چېكىلىش نىسبىتى چوقۇم پەرەز مەسلىسى بولىدۇ، ئۇ ئەينى ۋاقىتتا ئىگىلىگەن مۇناسىۋەتلىك سۇرۇشتۇرۇشكە ئائىت بارلىق ئۇچۇرلار ئاساسىدا بولىدۇ شۇنداقلا بىز بىر قىسىم كىشىلەرنىڭ بۇ ئېلانىنى چېكىدىغانلىقىنى ئالدىن پەرەز قىلىمىز»، بۇ خىل مۆلچەرنى كۆپ مىقدارىدا مۇرەككەپ ھېسابلاشقا توغرا كېلىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە مەخپىي بولۇشى كېرەك، ئېرىك ئېلان خېرىدارلىرىنىڭ Google نىڭ ئېلان سۈپىتىنى قانداق جەزملەيدىغانلىقىنى بىلمەسلىكى كېرەك، بۇنداق بولغاندا Google ھېسابلاش ئۇسۇلىنى ئۇزلۇكسىز ياخشىلىيالايدۇ ھەمدە ئېلان سودىگەرلىرىنىڭ ئېلان سىستېمىسىدا ھارامزادىلىك قىلىشىنىڭ ئالدىنى ئالغىلى بولىدۇ، ئۇ تولۇق تىزگىنلەش ھوقۇقىنى ساقلاپ قېلىشتا چىڭ تۇردى، رەتكە تىزىش مېخانىزمى باشتىن ئاخىر بىر قارا قۇتا. بۇنداق قىلغاندا ئېلان سودىگەرلىرىنى نارازى قىلىشىمىز ھەتتا ئاچچىغىنى كەلتۈرۈپ قويۇشىمىز مۇمكىن، ئەمما بۇ ئىشلەتكۈچىلەرگە پايدىلىق، ئۇلارنىڭ بارلىق بەتلەردە كۆرگىنى مۇناسىۋەتلىك دەرىجىسى تېخىمۇ يۇقىرى بولغان ئېلان بولىدۇ.

رىقابەتچىلىرىمىز ئېلان پىروگراممىسىغا تىلغا ئالغۇچىلىكى يوق تەڭشەش ئېلىپ بارغاندا، ئېرىك كۆپچىلىكنى يېتەكلەپ، پۈتۈن كۈچى بىلەن دۇنيادىكى ئەڭ چوڭ بولغان كومپيۇتېر ئۆگىنىش سىستېمىسىنى قۇرۇشقا باشلىدى، ئۇنىڭ مەقسىتى پەقەت ئېلانىنىڭ قاراتمىلىقى.

يېڭى سىستېمىنى مۇكەممەللەشتۈرۈش ئۈچۈن قىلىدىغان ئىككىنچى ئىش GoTo شىركىتى دۇچ كەلگەن مۇھىم بولغان چوڭ بىر مەسىلىنى ھەل قىلىش.

GoTo شىركىتى يەككە بىر ئېلان شىركىتىگە ئاساسەن رىقابەتلىشىپ سېتىۋالغان باھانى كۆرسىتىدۇ، ئېلان سودىگىرى توختىماستىن ئۆزىنىڭ قويغان باھاسىنى تۆۋەنلىتىدۇ، چۈنكى ئۇلار بۇنچە يۇقىرى باھا قويۇشنىڭ ھاجىتى يوق دەپ قارايدۇ. مىسال قىلىپ سۆزلىسەك، ئەگەر بىر چېكىلىشىنىڭ ئەڭ يۇقىرى باھاسى 25 سېنت بولسا، ئىككىنچى چېكىلىشنىڭ باھاسى 20 سېنت بولسا، ئالدىنقىسىنىڭ زۆرۈر بولمىغان 4 سېنتى ئارتۇق چىقىپ قالدى، ئەقىللىق ئېلان سودىگەرلىرى باھانى 21 سېنت قويىدۇ.

سالارنىڭ مەقسىتى ئېلان سودىگەرلىرىنى باشتىلا يۇقىرى باھا قويىدۇرۇش ھەمدە مۇشۇ سان ئاساسىدا تولۇق سومما بويىچە ھەق ئېلىش، خۇددى Overture (ئىزدەش موتورى شىركىتى) غا ئوخشاش. ئۇ ئېلان سودىگەرلىرىنىڭ قايتا باھا تالىشىش ئارقىلىق قويغان باھانى تۆۋەنلىتىشىنى خالىمايدۇ.

ئېرىك بۇنىڭ ئۈچۈن ھەل قىلىش ئۇسۇلىدىن بىرنى كۆرسەتتى. ئۇ سالارغا: «رىقابەتلىشىش باھاسى ھەقىقىي چىقىم قىلىدىغان باھا بولماسلىقى كېرەك. دېدى. ئېرىك بىر خىل eBay تېپىدىكى رىقابەتلىشىش باھا ئەندىزىسىدىن ئۈمىد كۈتتى، ئېلان سودىگەرلىرى رەتكە تىزىشتىكى بىر ئورۇنغا ئېرىشىش ئۈچۈن ئەڭ تۆۆەن سوممىدىكى زۆرۈر خىراجەتنى چىقىم قىلسىلا بولىدۇ. ئېرىك ئەزەلدىن نوبېل مۇكاپاتىنىڭ ساھىبى ۋىللىيام ۋىكرېينى ئاڭلاپ باقمىغان، ئۇ قۇرغان «ئىككىنچى يۇقىرى باھا قويۇش ئۇسۇلى» نمۇ بىلمەيدۇ، شۇڭلاشقا ئۇ پۈتۈنلەي ئۆزى بۇ ئامالنى تېپىپ چىققان. ئۇنىڭغا نىسبەتەن، بۇ خىل ئۇسۇلنىڭ ئەھمىيىتى ئېلان سودىگەرلىرى قويغان ئەڭ يۇقىرى باھا بويىچە ھەق ئالماي، باھانى ئۆزلۈكىدىن ئېلانغا ئېرىشىدىغان ئەڭ تۆۆەن سوممىغا چۈشۈرىدۇ. بۇنداق بولغاندا، ئېلان سودىگەرلىرى باھانى تۆۆەنلىتىشنى ئويلىمايدۇ، ئەمما ئەگەر ئەسلىدىنلا ئۇلارنىڭ قويىدىغان باھاسىدىن تۆۆەن باھانى ئۇنىڭ رىقابەتچىلىرى ئۆستۈرگەندە، ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ قويىدىغان

باھاسىنى ئۆستۈرىدۇ.

دەسلەپتە، سالار ئىككىنچى يۈقىرى باھادا توختامغا ئېرىشىش ئۈسۈلىغا قارشى تۇردى، چۈنكى بۇنداق بولغاندا ئېلان سودىگەرلىرىنى قالايمىقانلاشتۇرۇۋېتەتتى.

ئېلان سودىگەرلىرى بىزنىڭ ئۇلارنىڭ رىقابەت باھاسىنى چوقۇم چۈشۈرىدىغانلىقىمىزغا ئىشىنىشى كېرەك ئىدى، بىراق سالارنىڭ بۇنىڭغا ئىشەنچىسى يوق ئىدى.

ئېرىك ئۆزىنىڭ ئامالى بىلەن سالارنىڭ ئامالى ئارىسىدا بىر تۈپ پەرق بارلىقىنى كۆردى. ئېرىكنىڭ ماڭا دېيىشچە: «ھەر ئىككىمىزنىڭ بۇ پىلان لايىھەسىگە قوشقان تۆھپىمىز چوڭكەن، ئەمما سالار ئىزچىل ھالدا ئېلان سودىگەرلىرىنىڭ مەيدانىدا تۇرۇپ ئېلان مەھسۇلاتلىرىغا مۇئامىلە قىلىپتۇ. ئۇ ئېلان سودىگەرلىرىنىڭ خېرىدارلىرىمىز ئىكەنلىكىنى بىلىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇلار زور بولغان تىزگىنلەش ھوقۇقىغا ئىگە بولۇشنى ئويلايدۇ. مەن ئىشلەتكۈچىلەر ئۈچۈن ئويلاۋاتىمەن »

ئېرىكنىڭ قارىشىچە، بىز ئېلانىنىڭ كېرىكى بار چاغدىلا ئۇنى كۆرىستىمىز، بۇ قائىدىگە خىلاپ ھەر قانداق نەرسىنى ئۇ قوبۇل قىلىشنى رەت قىلدى. باھا تالىشىش ئەندىزىسى ۋە ئېلان نومۇرى قىممىتىنىڭ مەخپىيەتلىكى مەسىلىسىدە، ئېرىك بىلەن سالار ئىككىيلەن بىر بىرىگە يول قويماي، ئۇزاق تىركىشىپ، بىر-بىرىگە قايىل بولمىدى. سالارنىڭ ئاساسلىرىنىڭ قايىل قىلىش كۈچى كۈچلۈك ئىدى ئەمما ئېلان سىستېمىسىنى قانداق لايىھەلەش مەسىلىسىدە، ئېرىك ئۈستۈنلۈكنى ئىگىلىدى. ئۇنىڭ ماڭا دېيىشچە: «سىستېمىنىڭ ئەمەلىي قۇرۇلۇشىغا مەن مەسئۇل شۇڭلاشقا زور كۆپ قىسىم تالاش-تارتىشتا مەن غەلىبە قىلدىم. »

ئېرىك بىلە سالار بىرلىكتە لارىي بىلەن سېرگېيىنى قايىل قىلىشى كېرەك، ئۇلار ئىككىسى تېخىچە CPC باھا ھېسابلاش ئەندىزىسىنى قوللىنىدىغانلىقىغا ئىمزا قويمىدى، يۇرگۈزۈش ئۈسۈلىدىن سۆز ئاچقىلىمۇ بولمايتتى. سالار كارخانىلارنىڭ بىرلىششىنىڭ پايدىلىق تەرەپلىرىنى چۈشەندۈردى، ئېرىك بۇ خىل باھادا رىقابەتلىشىش ئەندىزىسىدە GoTo شىركىتىدە كېلىپ چىققان باھا رىقابىتىدە تۆۋەن باھا قويۇش مەسىلىسىنى قانداق ھەل قىلىش كېرەكلىكى شۇنداقلا Google نىڭ GoTo شىركىتىنىڭ پاتېنت ھوقۇقى بايانىاتىنىڭ چەكلىمىسىگە ئۇچراشتىن ساقلىنىشنى ئوتتۇرىغا قويدى، سالارنىڭ قارىشىچە، ئوخشاش بولمىغان ھالقىلىق سۆزنىڭ قىممىتى ئوخشاش ئەمەسكەن شۇڭلاشقا مۇقىم باھا ئەندىزىسىنىڭ ئەھمىيىتى يوق ئىكەن.

لارىي يەنىلا بۇلار ئۈچۈن تەسىرلەنمىدى. ئېرىك يەنە بىر قەدەم ئىلگىرىلەپ، ئېلان سۈپىتى بىلەن ئىزدەش سۈپىتى زىچ مۇناسىۋەتلىك، باھا قويۇش ئەندىزىسى ئۆزگەرگەندىن كېيىن، بىز كۆرسىتىدىغان ئېلانىنىڭ ئىزدەش بىلەن مۇناسىۋەتلىكلىكىنى تىزگىنلىيەلەيمىز، شۇنىڭ بىلەن ئىشلەتكۈچىنىڭ تەسىراتىنى ياخشىلىغىلى بولىدىغانلىقىنى كۆرسەتتى. مۇشۇ چاغدا، لارىي ئاندىن قوشۇلدى، خۇددى ئېرىكنىڭ دېگىنىدەكلا: «لارىي ئىزچىل ئىشلەتكۈچىلەرگە ئەڭ ياخشى ئىزدەش نەتىجىسىنى تەمىنلەشتىن ئىبارەت بۇ ئىدىيەنىڭ ئەڭ كۈچلۈك ھىمايىچىسى، ئۇ ئېلان سودىگەرلىرىگە قاتتىقراق بولغان تەقدىردىمۇ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ مەنپەئەتىنى زىيانغا ئۇچرىتىشنى خالىمايدۇ.»

ئەڭ ئاخىردا، لارىي بىلەن سېرگېيمۇ پۈتۈنلەي قايىل بولۇپمۇ كەتمىدى، بىراق ئۇلار بۇ ئىشنى ئالغا ئىلگىرىلىتىشكە قوشۇلدى، بۇ ئۇلارنىڭ باشقۇرۇش ئۈسۈلى ئىدى: ئەگەر سىزنىڭ پېتەرلىك قىزغىنلىقىڭىز بولسا، ئويىڭىزمۇ ناھايىتى مۇڭاپىق بولسا، ئۇلار سىزگە ئۆزىڭىزنى ئىسپاتلايدىغان بىر پۈرسەت بېرىدۇ. ئېرىكنىڭ مۆلچەرىچە، ئەگەر بۇ ئىش مۇڭەپپەقىيەتلىك بولماي قالسا، ئۇلار ئۇنى راسا بىر ئەدەپلەيدۇ، لېكىن، ئۇ ئالغا سلجىتىدىغان بۇنداق بىر پۈرسەتنى بەرگەنلىكىدىن ئىنتايىن خۇشال بولدى، شۇنىڭ بىلەن ئۇ دەرھال قوشۇننى تەشكىللىدى.

دۇشمەنلەر دوستلىرىمىزنى بۇلاپ كەتتى

Google نىڭ ھەممىدىن مۇھىم رىقابەتچىسى ئىزدەش ساھەسىنىڭ بىرىنچىسى بولۇش، ئۇنىڭدىن قالسا ئىلان كىرىمى جېڭىدە غەلبە قىلىش. ئېرىك بىلەن سالار بۇ قېتىملىق جەڭگە تەييارلىق قىلىۋاتاتتى، ئەمما ئىلان قوشۇننىڭ سىرتىدىكى كىشىلەر بۇنىڭدىن پەقەتلا بىخەۋەر ئىدى. بىزنىڭ بىردىنبىر كۆرەلەيدىغىنىمىز GoTo شىركىتىنىڭ نومۇر تاختىسىنىڭ توختىمايۋاتقانلىقى ئۆرۈلۈشى، قانچە قېتىملاپ سېتىشتا غەلبىنى قولغا كەلتۈرۈشى بولدى. GoTo شىركىتىنىڭ كىرىمى توختىمايۋاتقانلىقىنى مۇڭدىشىپ قازىنىپ، بىر يولىلا كۆپلىگەن دەرۋازا تورتۇرالارنى قولغا كەلتۈرۈپ، ئۇلار بىلەن ئۇزۇن مۇددەتلىك توختام تۈزدى. شىركىتىمىزنىڭ سېتىش خادىملىرى Google ئىلانىنى GoTo شىركىتىنىڭ خېرىدارلىرىغا قويماقچى بولغانىدا، ئۇلار قاراپمۇ قويماي بېشىنى چايقاپ كېتىپ قالدى.

تېخىمۇ ئېچىنىشلىقى، GoTo شىركىتىنىڭ سېتىش قوشۇنىدىكىلەر ئىزچىل بىرگە نەرسە-كېرەك سۇۋغا قىلىدۇ، خۇددى بىز ئۇلارنىڭ يوشۇرۇن خېرىدارىدەك. ھەر ھەپتە بىز يېڭى «سۇۋغات» تاپشۇرۇۋالىمىز: «خاتىرە دەپتەر، ئالتۇن تۇخۇم، نۇر چىقىرىدىغان سولياۋ غاز، ئۆز قولى بىلەن سۇۋغات قىلىپ ئىلىپ كەلگەن قىيمىلىق بولكا. ھەر جۈمە كۈندىكى قەرەللىك يىغىندا، ئومىد ئەڭ يېڭى سۇۋغاتنى كۆرگەزمە قىلىدۇ، ئاندىن بىر تېپىپ ئۇچۇرۇۋېتىدۇ، ئەلۋەتتە، قىيمىلىق بولكا بۇنىڭ سرتىدا. شۇنى جەزملىيەلەيمەنكى، ئۇ چوقۇم ئۆزى يەيدۇ.

GoTo شىركىتىنىڭ باشقۇرۇش قاتلىمى داۋاملىق ئۆزىنىڭ مۇۋەپپەقىيىتىنى ماختاپ كۆككە كۆتۈرىدۇ. 2001-يىلى 8-ئايدا، يەنى ئېرىكنىڭ قوشۇنى CPC سىستېمىسىنى قۇرۇشقا رۇخسەت ئىلىپ بىر ئايدىن كېيىن، GoTo شىركىتىنىڭ بىر ئىجرائىيە ئەمەلدارى يۇپىتىر تەتقىقات ئورنى (Jupiter Research) نىڭ يىغىندا پەيدا بولدى، ئۇ بۇندىن كېيىنكى بارلىق ئىزدەشكە ھەق ئالدىغانلىقىنى جاكارلىدى. يىغىنغا قاتناشقان Google نىڭ بىر خىزمەتچىسى قايتىپ كېلىپ دوكلات قىلىشچە: «ئۇ ئەگەر ئىشلەتكۈچى ئۆزىگە كېرەكلىك بولغان ئىزدەش نەتىجىسىگە ئېرىشەلمىسە، ئۇنداقتا چېكىشنى ئىزچىل داۋاملاشتۇرسۇن دەپتۇ. بۇ مەسىلە ئەمەس، بەربىر ئۇلار ئاخىرى ئۆزىگە كېرەكلىك نەرسىنى تاپالايدۇ. »

2001-يىلى 10-ئايدا، GoTo شىركىتى Ask Jeeves شىركىتى بىلەن كېلىشىم ئىمزالاپ، ئىككى شىركەت ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتنى كېڭەيتتى. ئۇلار پەخىرلەنگەن ھالدا، شىركەتنىڭ پايدىنى ئىشقا ئاشۇرغانلىقى ھەمدە ئىسمىنى Overture غا ئۆزگەرتكەنلىكىنى جاكارلىدى.

10-ئاينىڭ ئاخىرى، چېكاگودا ئېلىپ بېرىلغان «بۇاستە سېتىش جەمئىيىتى» (Direct Marketing Association) كۆرگەزمىسىدە، Overture داۋاملىق ئۆزىنى ئۆزى داڭلىدى. بۇاستە پوچتا يوللانمىسى سېتىش سودىگىرى، مۇنەدەرىجە ۋاستىچى سودىگىرى، مەخسۇس باسمىچىلىق سودىگىرى، يەنە چاقىرىش مەركىزىگە باجدا ئېتىبار بېرىدىغان ۋە ئەرزان ئەمگەك كۈچى بىلەن تەمىنلەيدىغان چەتئەل ھۆكۈمىتى، ئۇلار غايەت زور كۆرگەزمە زالىنى ئىگىلەپ قىلمۇ سغمىغۇدەك دەرىجىگە كەلتۈرۈۋەتكەن ئىدى، بىزنىڭ كىچىككىنە كۆرگەزمە ئورنىمىز چوڭ زالنىڭ بىر چېتىدە بولۇپ، مەن ئاشۇ كۆرگەزمە ئورنىدا ئىدىم. بىز ئۆزىمىزنىڭ ئالاھىدە جەلپ قىلىش كۈچى ۋە مايكىمىزنى تارقىتىپ، كۆپچىلىك Google دىلا بار بولغان تەپكۈلۈك ماشىنىغا دەسسەپ، چوڭ زالدا ئۇياندىن-بۇياندا ئۆتۈپ، پۈتۈن كۈچىمىز بىلەن بىر مەيدان ھەقسىز ئېلانىنىڭ سېتىشنى تېزلىتىش مۇسابىقىسىنى قانات يايدۇرۇۋاتاتتۇق. كاستۇم-بۇرۇلكا كىيىپ، گالىستۇك تاقىغان ئېھتىياتچان كىشىلەر ئارىسىدا، بىز كۆپچىلىك بىلەن پەرقلىنىپ ئالاھىدە گەۋدىلىنىپ تۇراتتۇق، بەزى كىشىلەر

ئالايىتەن يۈگرەپ كېلىپ بىرگە «Google نى سۆيىمەن» دەيتتى. پەقەت بىرلا كۆرگەزمە ئورنى كۆپچىلىكنىڭ قىزىقىشىنى بىزدىنمۇ بەكرەك جەلپ قىلاتتى، ئۇ جايدا Hooters تاماقخانىسىنىڭ ئايال مۇلازىمەتچىلىرى ھەقسىز توخۇ قانتى تارقىتىۋاتاتتى، چوڭ ئېكرانلىق تېلېۋىزوردا كىچىك ئېيىقچاق ئويۇنى پروگراممىسى قويۇلۇۋاتاتتى.

Overture شىركىتىنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى جاينى ستۇدىيىمۇند نۇتۇق سۆزلىدى. ئۇ بۇ يىل Overture «تولۇق مۇۋەپپەقىيەت قازانغان بىر يىل» دەپ جاكارلىدى، ئۇ يەنە Google نىڭ «ياخشى بىر شىركەت» ئىكەنلىكىنى، «چوقۇم پۇل تېپىۋاتقان ئىزدەش شىركەتلىرى قاتارىدا» ئىكەنلىكىنى ئېتىراپ قىلدى. ئۇ كۆپچىلىككە، Google «ھەق تۆلەپ جايلاشتۇرىدىغان نەرسىسى بار، Overture نىڭ ھەق تۆلەپ جايلاشتۇرۇشى بىلەن ئانچە ئوخشىمايدۇ» دېدى. ئۇنىڭ كۆزدە تۇتقىنى بىز ئىزدەش نەتىجىسىدىن كېيىن كۆرسىتىشنى جەزملەيدىغان ئېلان. مەن ئاچچىغىمنى زورلاپ بېسىۋېلىپ، ئالدىغا چىقىپ ئۇنىڭدىن سورىمىدىم.

كېيىن، ستۇدىيىمۇند بىلەن ئۇنىڭ 6 خىزمەتدىشى كۆرگەزمە ئورنىمىزنىڭ ئالدىدا توختاپ، بىز بىلەن پاراڭلاشماقچى بولدى. بىزنىڭچە ئۇلار بىلەن رىقابەتلەشسەك ئەرزىمدۇ؟ نەتىجىسى مۇۋەپپەقىيەتلىك بولامدۇ؟ مەن قىلچە ئىككىلەنمەي ئۇنىڭغا ئامالنىڭ بارىچە خاتا تەسىر پەيدا قىلدىغان تېخنىكا كۆپ ئۇچۇرلارنى يەتكۈزدۇم. ئۇلار بىز تىزىپ قويغان كىچىك نەرسىلەردىن ئېلىپ، ئاندىن ستۇدىيىمۇند ئەگەشكۈچىلىرىنى ئېلىپ غادايغان پېتى كېتىپ قالدى. ئۇلار بىزگە ئانچە دىققەت قىلىپ كەتمىگەندەك قىلاتتى. ئۇ چاغدا بىز پەقەت قورساقلىرى غورۇلداپ كەتكەن سەرگەردانلار ئىدۇق خالاس، ئازراق ئاشقان-تاشقانغا ئېرىشىش ئۈچۈن، بىر توپ كىشى بىلەن ئۇرۇشۇپ تالىشاتتۇق.

2001-يىلى 11-ئاينىڭ 13-كۈنى، Overture شىركىتى Google غا بىر بومبا ئاتتى. ئۇلار Yahoo بىلەن 5 ئايلىق مۇددەتتىكى توختام تۈزدى، ئىزدىگەن ھالقىلىق سۆزگە ئاساسەن قاراتمىلىق ئېلان تارقىتىدىغان بولدى. Yahoo يەنە داۋاملىق ھەق تۆلەپ بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىمىزنى ئىشلىتەتتى، ئەمما ئۇ نەتىجىلەرنى يەنە بىر شىركەت قولغا ئېلىپ پۇل تاپاتتى. بىز ئېنىكنى چوڭ قىلىپ، سۈتنى ساغقاندىن كېيىن، ئۇلار قايمىقىنى ئېلىۋالاتتى. لارى بىلەن سېرگېي چىداپ تۇرۇپ باشقا گەپ قىلمىدى، ئەمما بۇ قېتىملىق مەغلۇبىيەت ئۇلارنىڭ بەكلا ئاچچىغىنى كەلتۈردى، ئۇلار Yahoo نى باشقىلارغا قوش قوللاپ ئۆتۈنۈپ بەرسە بولمايتتى، ئۇ ئىزچىل بىزنىڭ ئەڭ چوڭ ھەمكارلىق شېرىكىمىز ئىدى. ئۇنىڭ ئۇستىگە Overture پۇ ئېتىپ، Yahoo نىڭ ئىلگىرى Google نى تاللىشىنىڭ خاتالىق ئىكەنلىكىنى دارىتمىلىدى. بىز تېخنىكا ئارقىلىق Overture نى دەرھال يېڭىشكە ئامالسىز، ئەمما بۇ بىزنىڭ قايتۇرما زەربە بېرىشكە كۈچىمىز يوقلۇقىدىن دېرەك بەرمەيدۇ.

ئەمەلىيەت مۇنازىرىدىن ئۈستۈن

گەرچە بىز رىقابەتچىمىزنىڭ يامان گېپىنى قىلساق بولمىسىمۇ، ئەمما ئۆزىمىزنىڭ تورتۇراسىدىن پايدىلىنىپ، ئىشلەتكۈچىلەرگە بىزنىڭ بىردىنبىر ئىكەنلىكىمىزنى بۈاسىته بىلدۈرسەك بولىدۇ. مەن قانداق ئىپادىلەشنى ئويلاپ بولدۇم.

مەن مۇنداق يازدىم: «ئەڭ ياخشىدىن مەڭگۈ قانائەتلىنىپ قالما. » مەن يەنە لارىنىڭ پىكرىدىن نەقىل ئالدىم، مۇكەممەل ئىزدەش موتورى «مەقسىتىڭىزنى دەل چۈشىنەلەيدۇ، سىزگە لازىملىق نەرسىنى دەل تەمىنلىيەلەيدۇ». مەن چۈشەندۈرۈپ شۇنداق دېدىمكى، پەقەت Google لا مۇكەممەل ئىزدەش مۇلازىمىتى تەمىنلەش ئۈچۈن توختىماستىن جاپالىق كۈرەش قىلىۋاتىدۇ، بۇ ئۇلۇغۋار بىر نىشان بەلكىم دونكىخوتچە نىشان

بولۇشى مۇمكىن، بـۇ نىشـان بىزنـى قوشـۇمچە كەسـپى تـورلاردىن تولـۇق پەرقلەنـدۈرۈپ تۇرىـدۇ، بىزنـى ئـېلان سودىگەرلىرىنىڭ مەنپەئەتىنى ئىشلەتكۈچىلەردىن ئۇستۇن كۆرىدىغان تورلاردىن پەرقلەندۈرۈپ تۇرىدۇ.

Google نىڭ يۈرىكىنىڭ ساپلىقىنى ئىسپاتلاش ئۈچۈن، مەن «بىز بايقىغان ئون چوڭ ھەقىقەت» ناملىق بىر تىزىمنى رەتلەپ تىزغان. مەن ئامالنىڭ بېرىچە ئۆزەمنىڭ ئىلگىرى ئىنژېنېرلار قوشۇنى شۇنداقلا لارى بىلەن سېرگېيېنىڭ بارلىق تەسىرلىشىشلىرىدىن ئاساسـي مەقسـەتنى بـىردىن بـىردىن يەكـۈنلەپ چىقتـىم، بـۇ ئاساسـي مەقسـەتلەرنى بـىر بـىرىگە تۇتاشـتۇرۇپ Google شـىركىتىنىڭ يېڭىلىـق يـارىتىش ۋەزىيىتىنـى ئورتـاق نـۇر چاچقۇزىمىز. بۇ ئىشلار ئالدىنلىق تەرتىپى بويىچە تۆۋەندىكىدەك تىزىلدى:

1-ئىشلەتكۈچىلەرنى مەركەز قىلىدۇ، ھەممە بۇ مەركەزگە بويسۇنىدۇ.

2-بىر ئىشنى ۋايىغا يەتكۈزۈپ قىلىدۇ، بۇ ئەڭ ياخشىسى.

3-تېز ئاستىدىن ياخشى.

4-ئېچىۋېتىش يېپىۋېلىشتىن ياخشى.

5-تور دېموكراتىيەسىنى جارى قىلدۇرىدۇ.

6-قىينىچىلىقنى ھەل قىلىش ئىشخانا شىرەسىنىڭ يېنىدا بولماسلىقى مۇمكىن.

7-يامانلىق قىلمايمۇ پۇل تاپقىلى بولىدۇ.

8-ھەمىشە تېخىمۇ كۆپ ئۇچۇر بولىدۇ.

9-ئۇچۇر ئېھتىياجىنىڭ چېكى يوق.

10-ئەستايىدىللىق بىلەن كاستۇم-بۇرۇلكا كېيىش ھاجەتسىز.

11-ئۇلۇغۋارلىق ياخشىغا تەڭ ئەمەس.

بۇنىڭ ئىچىدە 4-نۇقتا لارىنى بەكلا ئەنسىرىتىدۇ. بـۇ جايـدا چۈشـەندۈرۈلگىنى Google نـىڭ Linux تۇرىدىكى ھەقسىز ئىشلىتىپ، ئورتاق تەتقىق قىلىدىغان، ئەسلى كودنى ئاشكارىلاش تېخنىكىسـىنى ياقتۇرۇشـى، شـۇنىڭ بـىلەن Linux سىستېمىسـى بارغانسـېرى مىكروسـوفتنىڭ Windows مەشـغۇلات سىستېمىسـىنىڭ ھۆكۈمرانلىقىغا نىسبەتەن تەھدىت دەپ قارىلىۋاتىدۇ.

لارى مېنـى ئاگاھلانـدۈرۈپ: «ئـۇ گېگانـت ئـادەمگە چېقىلمـا. » دېـدى، لارى، يەنە Netscape شىركىتىدىن كەلگەن ئومىد، ئۇلارنىڭ ھەممىسى ئۇ غايەت زور مەخلۇققا ئىغۋاگەرلىك قىلسا ئاقىۋىتى قانداق بولىدىغانلىقىنى ئوبدان بىلىدۇ. Netscape شـىركىتى ئىلگـىرى دېڭىزغـا كـىرگەن، ئۇلارنـىڭ تورىكۆرگۈسى Windows سىستېمىسـىنى «ھـۆتمە-تۆشـۈك بولـۇپ كەتـكەن قـوزغىتىش پىروگراممـا ئارىلاشمىسـى» غـا ئايلانـدۈرۈپ قويـىدىغانلىقىنى ئېيتقـان، ئـۇلار ئىلگـىرى مۇشـۇنداق «گىگانـت ئـادەمگە چېقىلغـان»، بـۇنى كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى بىلىدىغان ئىش. مىكروسوفت ئۇلارنىڭ ئۆزلىرىنىڭ «چېقىلىش» ئۇسۇلى بويىچە جاۋاب قـايتۇردى. ئـۇلار Internet Explorer تورىكۆرگـۇ بـىلەن Windows سىستېمىسـىنى ئۆزئـارا بـاغلاپ، «ئوكسىگىن تەمىنلەشنى ئـۇزۇش» ئۇسـۇلى ئـارقىلىق Netscape نـى گىيـا ئۇنمەيـدىغان يەرگە ئايلانـدۈرۈپ

قويدى. Google نىڭ ئوكسگېن تەمناتى نۆۋەتتە يەنىلا ئىنتايىن تار بولغان نەيچىدىن كېلىدۇ، مىكروسوفت پەقەت Internet Explorer تورىكۆرگۈگە ئازراق ئۆزگەرتىش كىرگۈزسە، ياكى كۆچمە مەركەزلەشتۈرۈپ ئۆزىنىڭ ئىزدەش مۇلازىمىتىنى تەتقىق قىلسا، ناھايىتى ئاسانلا بىزنىڭ ئوكسگېن تەمىنلەيدىغان نەيچمىزگە بىر قانچە تۇگۈن تۇگۈپ قويالايدۇ. شۇنىڭ ئۈچۈن، مەن 4-نۇقتىنى ئۆچۈرۈۋەتتىم.

بۇنداق بولغاندا، ئومۇمىي سانى 10 غا قىسقاردى. مەن دەسلەپتە مەقسەتلىك ھالدا 11 ماددىنى تىزىپ چىقتىم، چۈنكى ئەڭ ئاخىرقى بىر ماددىنىڭ مەقسىتى بىز «ئىشقا ئاشۇرىدىغان نەرسە ھەمىشە مۆلچەردىكىدىن ئېشىپ چۈشىدۇ» غانلىقىنى بىلدۈرىدۇ. مەن ئامالنىڭ بېرىچە يەنە بىر ماددا قوشۇپ، ئۆچۈرۈۋەتكەن ئاشۇ ماددىنىڭ ئورنىغا دەسسىتىمەن. مەن 11 ماددىنى دېسەم بۇ تىزىملىكنى كېيىنكى زامانىۋىيلىقنىڭ ئەكسى ساتىرا مودىسىغا يېتىشەلەيدۇ، بىراق باشقۇرۇش قاتلىمى مۇشۇنداق بولسۇن دېدى.

ئۇلارنىڭ باشقا مەزمۇنلارغا قارشى پىكرى يوق، بۇنىڭ ئىچىدە مەن ئەڭ ياقتۇرىدىغان «ئەستايىدىللىق بىلەن كاستۇم-بۇرۇلكا كېيىش ھاجەتسىز» دېگەن بۇ ماددا. گالىستۇق تاقاشقا ئۆچ، كۆينەككە دەزمال سېلىشقا ئۆچ.[38]① ئادەمنى چاقىدىغان ئىشتانغا ئۆچ، پۇتنى قىستايىدىغان ئاياغقا ئۆچ. ئۆزەمنىڭ كاستۇم-بۇرۇلكىنى مەنسىتمەيدىغان ئويۇمنى كارخانىنىڭ قىممەت ئۆلچىمى يۇكسەكلىكىگە كۆتۈرمەكچى، شۇكرىلەركى، Google دا ئۇلار مۇشۇنداق قىلىشنى خالايدۇ.

يۇقىرىدا تىزىلغان ھەر قايسى ماددىلارنىڭ داۋاملاشقان ۋاقتىنىڭ ئۇزۇن-قىسقىلىقى ئوخشاش ئەمەس. ئەمەلىيەتتە، بۇنىڭدىن سەل ئىلگىرى Google يېڭىلا تۇزەتكەن، «بىر ئىشنى ئەڭ ياخشى قىلىش» پىرىنسىپىنى كېڭەيتىشكە قولاي بولۇشى، تۇردا پاراڭلىشىش ۋە مالىيە-ئىقتىساد ئۇچۇرلىرىدەك مۇشۇنداق مەھسۇلاتنىمۇ ئۇز ئىچىگە ئېلىشنى ئېنىق ئىپادىلەش مەقسىتىدە مۇشۇنداق قىلدى. مەن Google نىڭ توختىماي زوربىيىپ، ئاخىرى ئىزدەشتىن ئىبارەت چەكلىمنى بۇزۇپ تاشلايدىغانلىقىنى بىلىمەن، شۇنىسى بىز ئەينى چاغدا ئىزدەش ئۇچۇن جەڭ قىلاتتۇق، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئىزدەشمۇ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ بىزگە بەرگەن ئېنىقلىمىسى ئىدى. ئەگەر بىزنىڭ ئاتاقتىكى ئىجاد قىلغان مەھسۇلاتىمىزنى قوبۇل قىلىشنى رەت قىلساق، ئەجەبا بەغەرەزلىك بولماسمۇ؟

پەقەت بىرلا ماددا مېنى ئىككىلەندۇرۇپ قويىدۇ—«يامانلىق قىلمايمۇ پۇل تاپقىلى بولىدۇ». بۇ بىزنىڭ Overture غا قايتۇرما زەربە بېرىدىغان يادرولۇق تەرىپىمىز، ئەمما بىز ۋىجدانىمىزنى ساتماسلىق بەدىلىگە مۇۋەپپەقىيەتنى قوغلىشىش ئارزۇيىمىزنى تىلغا ئالغانىدا، مەن سەن خاتىرجەمسىزلىنىمەن. بۇنى باشقىلار ناھايىتى گۈدەكلىك دەپ ئويلىشى مۇمكىن، ئۇنىڭ ئۈستىگە بىز ھەر قېتىم ئۆزىمىزنىڭ ئەخلاق مىزانىنى ئەمەلگە ئاشۇرالمىغان ۋاقتىمىزدا، ھەمىشە تەنقىدكە ئۇچرايمىز. بۇ بىر ماددىمۇ بىزنىڭ يەنە بىر يادرولۇق قىممەت قارىشىمىز «ئازراق ۋەدە بېرىپ، كۆپرەك نەقلەشتۇرۇش» بىلەن قارىمۇ-قارشى. ھازىرغا كەلگەندە، بىز ئىزچىل ئېھتىياتچانلىق بىلەن ئۆزىمىز قولغا كەلتۈرگەن مۇۋەپپەقىيەتلەرنى كۆپتۈرمەي، ھەم ئۆزىمىزنىڭ ئەمەلىي كۈچى ھەققىدە پو ئاتمايمىز.

ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلەر، ئېلان خېرىدارلىرى ۋە ئىزدەش ئىشلەتكۈچىلىرىنىڭ مەنپەئەتى ئۈچۈن، ئۆزىمىزنى قۇربان قىلىشقا رازى، ئەمما بىز ئەزەلدىن ئۆزىمىزنى كۆز-كۆز قىلمايمىز. بىز يەنە كەلگۈسىدە ئۇلار ئۈچۈن نېمە ئىش قىلىپ بېرىدىغانلىقىمىزنى ئىنتايىن ئاز سۆزلەيمىز، ئەمما بىز ئىزچىل ئۇلارنىڭ مۆلچەرىدىن ئېشىپ كېتىش ئۈچۈن توختىماي كۆرەش قىلىۋاتىمىز. Netscape شىركىتى ئۈچۈن Google.com نى تاقۇۋېتىش، بۇ ناھايىتى قالتىس ئەمەلىي مىسال؛ Yahoo ئۈچۈن 1 مىليارد دەرىجىسىدىكى تور ئادرېسى ئىندېكسى تەمىنلەش، بۇ يەنە بىر ئەمەلىي مىسال، گەرچە لارى بىلەن سېرگېي يوشۇرۇن خېرىدارلارنىڭ

[38] گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، سېرگېي مەلۇم سورۇنلاردا سالاپەتلىك بولماقچى بولغان ۋاقىتتا، مەن ئۇنىڭغا كۆينەككە قانداق دەزمال سېلىشنى ئۆگىتەتتىم. بىز ئۇۋۇلاش سۇپىسىنىڭ يېنىغا دەزمال سېلىش سۇپىسىدىن بىرنى قويۇپ قويغان، ئۇ چاغ مەن يۇز تۇرانە ئىستىھان بەرگەندىن كېيىن ئۇنىڭغا بىر نەرسە ئۆگەتكەن بىردىنبىر پۇرسەت ئىدى.

يانچۈقىدىكى ھەر بىر سېنتنىمۇ باھا تالىشىپ يۈرۈپ ئېلىپ كېلىشنى ئويلىسىمۇ، ئەمما بىزنىڭ نىشانىمىز ئەكسىچە ئۇلارغا قوشۇمچە قىممەت قايتۇرۇش. بۇ خىل پوزىتسىيە پەن-تېخنىكا شىركەتلىرى ئىچىدە ئىنتايىن ئاز ئۇچرايدۇ. بولۇپمۇ مىكروسوفتنىڭ ئىپادىسى ئىنتايىن ناچار، ئۇلار ئادەتتە ئىش قىلىشتىن ئاۋۇال چوڭ داۋراڭ سالىدۇ، كەسىپ ئۆلچىمىدىكى تەسىرى بار ياكى تەسىرى يوق مەھسۇلاتلىرىنى راسا ماختاپ تەشۋىقات قىلىدۇ، لېكىن بۇ مەھسۇلاتلارنىڭ بازارغا چىقىش ۋاقتى ئەڭ دەسلەپتە پىلانلىغان ۋاقتىتىن بەكلا كېيىن ياكى نەتىجىسى پەقەتلا يوقاپ كېتىدۇ. كارخانىلارنىڭ بۇنداق قىلىشىدىكى سەۋەبنى چۈشىنىش تەس ئەمەس—بۇ يېڭى بازارنى ئالدىن ئىگىلەپ، بۇ ئىشتا ئىرادىسى بار رىقابەتچىلىرىنىڭ بۇ ساھەگە كىرىشىنىڭ ئالدىنى ئالىدۇ.

بىز مەھسۇلاتنى ئالدىن ئېلان قىلىدىغان قىلمىشلاردىن قاتتىق يىرگىنىمىز. گەرچە Google نېڭمۇ يېقىندا ئالدىن ئېلان قىلىدىغان مەھسۇلاتلىرى بار بولدى، ھەتتا بىز مەقسەتلىك ھالدا ئىسلاھ قىلىدىغان بىر قىسىم كەسىپلەرنىمۇ ئالدىن ئاشكارىلىدۇق، ئەمما دەسلەپكى ۋاقىتلاردا، Google نىڭ مەھسۇلات ئېلان قىلىش ئەھۋالى ئىزچىل سىرتقا نىسبەتەن مەخپىي ئىدى، بىز مەھسۇلاتنىڭ ئىقتىدارى ئالاھىدىلىكىگە نىسبەتەنمۇ يۈزەكى ھالدا ئانچە-مۇنچە چۈشەندۈرۈپ قويياتتۇق.

بىز ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئۆزى بايقىشىنى ئۈمىد قىلىمىز. بىز «Google ھېسابلىغۇچ» نى ئېلان قىلدۇق، ئاندىن ئىشلەتكۈچىلەرگە ئۇنىڭ قولنىڭ ئۇزۇنلۇقىنى ھېسابلىيالايدىغانلىقىنى بايقاتتۇق، ئىملا تەكشۈرگۈچتىن بىرنى ئېلان قىلدۇق، ئىشلەتكۈچىلەر ئۇنىڭ ئادەتتىكى سۆزلەرگە ئىملا تەۋسىيەسى بېرىپلا قالماي يەنە خەۋەردىكى كىشى ئىسىملىرىنى تەكشۈرەلەيدىغانلىقىنى بايقىدى.

بىزگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، «ئازراق ۋەدە بېرىپ، كۆپرەك نەقلەشتۇرۇش» «يامانلىق قىلماسلىق» بىلەن ئوخشاش مۇھىم ئەقىدىگە ئايلاندى.

ئەڭ ئاخىرىدا، ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن تەھلىلچىلەر تۇشمۇ-تۇش Google كېيىنكى قەدەمدە قانداق نەرسىنى تەتقىق قىلىدىغانلىقىنى پەرەز قىلىشقا باشلىدى. تېلېفون؟ سايا‌ھەت مۇلازىمىتى؟ كاربونا‌تلىق ئىچىملىك؟ مىش-مىش گەپلەر كەڭ تارقالدى، Google ھەم جەزملىمىدى ھەم ئىنكار قىلمىدى، پەقەت مۇشۇ بىر نۇقتىلا رىقابەتچىلىرىمىزنى ئىككىلەندۈرۈپ قويىدى. Google ئەمدى پەقەتلا ئىزدەش موتورى ئەمەس، Google قىيىن مەسىلىنى ھەل قىلىدىغان پەن-تېخنىكا شىركىتى، Google نىڭ نامىدا ھەر قانداق مەھسۇلاتنىڭ كۆپىيىشى مۇمكىنەك قىلىدۇ.

نەتىجىمىزنى قەستەن بېسىشىمىز، بەزىدە ئادەمنى مەيۈسلەندۈرۈپ قويىدۇ، بولۇپمۇ سېتىش خادىملىرىغا نىسبەتەن تېخىمۇ شۇنداق.

AdWords ئېلانىنىڭ چېكىلىش نىسبىتى غەيرىي نىشانلىق ئېلانىنىڭ چېكىلىش نىسبىتىنىڭ 14 ھەسىسىگە يېتىدۇ، ئەمما بىز سېتىش خادىملىرىغا خېرىدارلارغا چۈشەندۈرگەندە بۇ خىل ئېلانىنىڭ ئۇنۇمى باشقا ئېلانلاردىن 3 ھەسسە ياخشى ئىكەنلىكىنى دېيىشنى تاپىلايمىز. بىز يوشۇرۇن خېرىدارلارغا ئاڭلىغاندىن كېيىن ھەقىقىي ئىشەنچلىك ئىكەنلىكىنى بىلدۈرۈشنى ئويلاپلا قالماي يەنە رىقابەتچىلىرىمىزگە ھەقىقىي ئۇنۇمىمىزنى بىلدۈرمەسلىكنى ئويلىدۇق. ئەگەر بىز ئىشقا ئاشۇرالايدىغان نەتىجە ۋەدە قىلغىنىمىزدىن ئىككى ئۈچ ھەسسە ياخشى بولسا، خېرىدار ھەيرانلىق ھېس قىلىدۇ.

بىراق، «يامانلىق قىلماسلىق» تەك بۇ ئىشتا كۆپرەك ئىشقا ئاشۇرىدىغان يولدىن بىرىمۇ يوق—بۇ نىشانغا يېتەلمەيدىغان جەريانلار چەكسىز كۆپ، «يامانلىق قىلىش» بىر خىل تىجارەت قائىدىسى بولۇش سۈپىتى بىلەن ئىشخانىدا ئۇرتاق مۇلاھىزە قىلىدىغان پاراڭ تېمىسى. 2001-يىلى يىل ئاخىرى، ھېچ بولمىغاندا كىرىمىي جىلغىسىدا، نۇرغۇن كىشىلەر مىكروسوفتنى تېخنىكا ساھەسىدىكى بىرىنچى قارا قول دەپ قارايتتى، ئۇلار ئۆزىنىڭ مونوپول زوراۋانلىقىدىن پايدىلىنىپ، Windows تىن ئىبارەت تىلا تۆكۈلىدىغان دەرەخنى

ئەھمىيەتسىز قىلىپ قويىدىغان يېڭىلىق يارىتىدىغان ئىگىلىك تىكلەش كارخانىلىرىغا قاتمۇ-قات چەكلىمە پەيدا قىلىدۇ.

دەسلەپتە مەن «بىز بايقىغان ئون چوڭ ھەقىقەت» نى تىزىشتىن ئىلگىرى، «ياماناڭلىق قىلماسلىق» تەك ئەقىدە ئاللىبۇرۇن Google شىركىتىدە كىشىلەرنىڭ يۈرىكىگە چوڭقۇر ئورناپ كەتتى. 2000-يىلى ئېچىلغان «يادرولۇق قىممەت» مۇنازىرە قىلىنىدىغان يىغىندا، پائۇل بۇچېت بۇ قاراشنى ئوتتۇرىغا قويىدى، بۇ قېتىملىق يىغىنىڭ مەقسىتى Google خىزمەتچىلىرىنىڭ ئۆزئارا چىقىشىپ ئۆتۈش پىرىنسىپىنى ماددا قىلىپ چىقىش. ئەينى چاغدا بۇ قائىدىلەر ئارقىلىق بىزنىڭ سىرتقا قارىتا ئېلىپ بېرىلىدىغان قىلمىشلىرىمىزنى قېلىپلاشتۇرۇشنى مەقسەت قىلمىغان، بىراق بۇ قىممەت ئۆلچەملىرىنى شىركەت سىرتىغا تەشۋىق قىلىشنى ئويلىمىغان.

ئامىت سىڭخالنىڭ سۆزىگە ئاساسلانغاندا، ئىشداشلار ئوتتۇرىغا قويغان «ئۆزئارا ھۆرمەت قىلىش»، «ۋەدىگە ئەمەل قىلىش»، «يىغىنغا كېچىكمەسلىك» دېگەندەك ئېتى ئۇلۇغ سۈپىرىسى قۇرۇق «كوللېكتىپ» تەكلىپلەردىن پائۇل بۇچېت پەقەتلا رازى ئەمەس. بۇ تەلەپلەر كىشىنى بىزار قىلىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە بەكلا كونكرېت. مەسىلەن پىروگراممىا تۈزۈش، ئەگەر ئادەتتىكى قائىدە ماس كەلسە، بىر-بىرلەپ تىزىم قۇرۇپ تەھلىل قىلىش پۈتۈنلەي ئارتۇقچە.

«ياماناڭلىق قىلماسلىق» ھەممە مەزمۇننى ئۆز ئىچىگە ئالالمامدۇ؟ دەپ سوراپ پائۇل بۇچېت.

ئۇنىڭ پىكرىگە ھېچكىم ئەستايىدىل قارىمىدى. ئۇ قېتىملىق يىغىندا 11 ماددىلىق يادرولۇق قىممەت قارىشى جەزملەندى، ئادەم كۆچى بايلىقى تارماقلىرى تېكىستىنى سىلىقلاپ بېرىشكە مېنى يارەمگە چاقىردى. «ياماناڭلىق قىلماسلىق» بۇنىڭ ئىچىدە ئەمەس. يىغىن نەتىجىسىدىن ئامىت پەقەت رازى بولمىدى، شۇنىڭ بىلەن ئۇ ئۆزى ئوتتۇرىغا چىقىپ، كۆپچىلىكنى «پائۇل بۇچېت پەندى-نەسىھەتلىرى» گە ئىتتىقاد قىلماسلىققا يېتەكلىدى. ناھايىتى تېزلا، «ياماناڭلىق قىلماسلىق» تىن ئىبارەت بۇ جۈملە سۆز خەت يازغىلى بولمىغان ھەممە جايلاردا كۆرۈلۈشكە باشلىدى، خۇددى پىشپ كەتكەن بانانىنىڭ يۈزىدىكى قارا چېكىتلەرگە ئوخشاش، مېنىڭ كىچىك بۆلۈمچەمدە ئۆرۈگىلى بولمىغان ئاق تاختا بولۇپ، چۈشلۈك تاماقنى يەپ بولۇپ قايتىپ كەلگەندە، «ياماناڭلىق قىلماسلىق» رەتلىك ھالدا ئاق تاختىنىڭ بىر بۆلۈگىدىن ئورۇن ئالدى. بۇ بىر جۈملە سۆز يىغىن زالىنىڭ تېمىغا يېزىلدى، خاتىرە كومپيۇتېرنىڭ ئېكران قوغداش پىروگراممىسىدىمۇ ھەربىرىتچان كۆرسىتىلدى. تەبىئىيلا، باشقا كىشىلەرمۇ كۆرۈپ تۇرىدۇ. مەن خىزمەت ئىزدىگۈچىلەر، تەمىنلەش سودىگەرلىرى شۇنداقلا زىيارەت قىلىپ كەلگەن مېھمانلارغا قايتا-قايتا كاپالەت بېرىپ، بۇ بىر جۈملە بىزنىڭ رەزىل خاھىشىمىز بىلەن كۆرەش قىلىۋاتقانلىقىمىزنى بىلدۈرمەيدىغانلىقىنى چۈشەندۈردۈم.

مەيلى قەيەرگە بارماڭ، ھەممىلا جايدا شىركەتنىڭ قائىدىسى سىزگە ئەگىشىپ يۈرۈيدۇ، سىزنىڭ جىسمىڭىزدىن ھالقىپ، ھەر بىر ئىش ھەربىرىتلىرىڭىزگە ئەخلاق جەھەتتىن ھۆكۈم چىقىرىدۇ، بۇ ئىنتايىن قورقۇنچلۇق ئىش. ئامىت مەقسەتلىك ئوتتۇرىغا قويغان، بۇ بىر جۈملە سۆز ئىنتايىن ئاددىي، كىشىلەر بىر قارىسىلا ئۇنتۇپ قالمايدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە مۇتلەق قانۇن ئىگە بولغان مەجبۇرلاش كۈچىگە ئىگە.

پائۇل بۇچېتنىڭ چۈشەندۈرۈپ دېيىشىچە: «ياماناڭلىق قىلماسلىقنىڭ كۆرستىدىغنى باشقىلاردىن پايدىلىنىشقا بولمايدۇ ياكى مۇناقىچە ئېيتقاندا ئۇلارنى ئالداشقا بولمايدۇ، ھەر قانداق ئالداشنىڭ ھەممىسى رەزىللىك. شۇڭلاشقا، ئەگەر بىز بەزىلەر پۈل چىقارغانلىقى ئۈچۈن ئىزدەش نەتىجىسىنى ئۆزگەرتىپ، ئۇلارنىڭ تىزىلىش رەت تەرتىپىنى ئالدىغا تىزساق، ئالدامچىلىق بولىدۇ، ئىشەنچنى قالايمقان ئىشلىتىش بولىدۇ.» پائۇل بۇچېت Google نىڭ ياماناڭلىق قىلىشقا قارشى تۇرىدىغان شىركەت بولۇشىنى ئويلايدۇ، ئامىت بۇ قائىدىنى رەسمىي جەزملىگەن بازارچىلىق پائالىيىتى قىلىشنى ئوتتۇرىغا قويىدى ھەمدە بارلىق ئىشچى-خىزمەتچىلەرگە تەشۋىق قىلىدى، ئۇ مەدەنىيەت گېنىغا ئۆزگەرسىلا ئۇنداقتا ئۇنى يوقىتىۋەتكىلى بولمايدۇ. بۇنىڭدىن شەكىللەنگەن ئۇنۇم شۇكى، ئامىت خۇددى مەڭگۈلۈك بەلگىنى بىزنىڭ كوللېكتىپ قارىشىمىزغا ئويۇۋەتكەنگە

ئوخشايدۇ.

پائۇل بۇچېتنىكڭ ئېتىراپ قىلىشچە: «مەنمۇ بۇنى ئىنتايىن ياخشى قىممەت قارىشى دەپ قارايمەن، چۈنكى كىرگۈزمەكلا، يوقىتۋېتىش ناھايىتى تەس. ‹ياماناق قىلماسلىق› نى چىقىرۋېتىشتە، ئانچە ياخشى كۆرۈنمەيدۇ، ئۇنىڭدىن باشقا، مىكروسوفت يامانلىق قىلىش پادىشاھىغا ئايلاندى، بىزنىڭ ئۇلاردىن تالاشقۇمىز يوق. »

يامانلىق قىلماسلىق ئىدىيەسى كۈندىلىك پاراڭلىرىمىزدىن تارتىپ سىڭىپ كىرىپ، مەھسۇلات، مۇلازىمەت ھەتتا ھايات‌مىزدىكى قارارلارنىڭ ئۆلچىمىگە ئايلاندى، كىشىلەر بۇ بىر جۈملە سۆزنىڭ مەنىسىنى چۈشەندۈرگەندە، ھەممىسى ئۆزىنىڭ تەكلىپلىرىنى قوشىدۇ.

«ئەگەر ئېلان قارىماققا ئىزدەش نەتىجىسىگە تېخىمۇ ئوخشىسا، ئۇنداقتا تېخىمۇ كۆپ كىرىم ئېلىپ كېلىدۇ، بىراق، ئۇ يامانلىق قىلىۋاتامدۇ؟»

«رەزىللىكىكە قارشى تۇرۇشتا، مىكروسوفتنى ئورۇنسىز ئايىمەن دەپلا قورال بالداقنىڭ ئىقتىدارىنى ئازايتىشقا بولمايدۇ. »

«ئەڭ ئاخىرقى پۇرسەتنى سىزگە بەرسە، سىز تېخى تاماملىمىدىڭىز؟ سىز دەل رەزىللىكنىڭ نامايەندىسى. »

پائۇل بۇچېتنىكڭ دېيىشچە: «مەن كىشىلەرنىڭ رەزىللىككە غەلىتە ئېنىقلىما بەرگەنلىكىگە دىققەت قىلدىم، ‹مەن ياقتۇرمايدىغان نەرسىنىڭ ھەممىسى رەزىل›. مېنىڭ قارىشىمچە، مەن بىرەر نەرسىنى ياقتۇرمسام بولىدۇ، ئەمما بۇ نەرسە رەزىل بولۇشى ناتايىن. » بىراق، پائۇل بۇچېتنىكڭ ئىزدەش نەتىجىسىدىكى رەت تەرتىپ ئورنىنى سېتىشتىن ئەنسىرەپ رەزىللىككە ئېنىقلىما بەرگەنلىكى بويىچە قارىغاندىمۇ، بىز بۇ كەسىپتە يەنىلا غەيرى سانلىمىز. ئەگەر ھەق تۆلەپ رەتكە تۇرغۇزۇشنى رەزىللىك دېسەك، ئۇنداقتا بازار شەيتانىنىڭ ئىتتىپاقدىشى. Overture كۇنسېرى ئالغا ئىلگىرىلەپ، ئىنتايىن مۇرەككەپ بولغان ئېلان تارقىتىش تورىدىن بىرنى قۇرۇۋاتىدۇ.[39]

بىز ئۆزىمىزنىڭ تورتۇراسىدا «بىز بايقىغان ئون چوڭ ھەقسىزلىك» نى ئېلان قىلغاندىن كېيىن، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ بىزگە بولغان يۈكسەك ھەققانىي ماختاشلىرىغا نائىل بولدۇق. لېكىن، بۇ Overture نىڭ ئېشىش سۈرئىتىنى قىلچىمۇ ئاستىلىتالمىدى، بۇ غايەت زور مەخلۇق تەھدىت سېلىپ ئىزدەش ئېلان كەسىپى ساھەسىدىكى ھەممە كىرىمنى قولغا كەلتۈرىمىز دېدى.

ئاكتىپ نەتىجە

Overture بىلەن Yahoo نىڭ ھەمكارلىقى ئۇلارنى بارلىق رىقابەتچىلىرىنىڭ ئالدىغا ئۆتكۈزۈۋەتتى، باشقىلارنىڭ ئۇلارغا كۆزى يەتسىمۇ قولى يەتمىدى. 2001-يىلى 12-ئايدا، Overture بىلەن گېرمانىيەدىكى ئەڭ چوڭ ئىنتېرنېت مۇلازىمەت تەمىنلەش سودىگىرى مۇددىتى 3 يىللىق توختام تۈزدى؛ 2002-يىلى 1-ئايدا،

[39] Overture نىڭ دوكلاتىدا، ئۇلارنىڭ 2001-يىلىدىكى كىرىمى بىر سەكرەپلا 2000-يىلىدىكى 103 مىليون دوللاردىن 288 مىليون دوللارغا ئۆرلىگەن.

MSN مۇ Overture ئېلانىنى سناپ ئىجرا قىلدىغانلىقىنى جاكارلىدى. ئۇلار ھەممىلا جايىدا بولۇپلا قالماي ھېچيەردە توسۇۋالغىلى بولمايتتى.

ئەمەلىيەتتە ئۇنداق ئەمەس. 2002-يىلى 1-ئايغىچە، Google خىزمەتچىلىرى ئاز كەم ئىككى ئاي جاپالىق ئىشلەپ، يېڭى ئېلان سىستېمىسىنىڭ خىزمەت پىرىنسىپىنىڭ دەسلەپكى ئەندىزىسىنى پۈتتۈردى. 11-ئاينىڭ 15-كۈنى— Overture ئۆزىنىڭ Yahoo بىلەن ھەمكارلىشىدىغانلىقىنى ئېلان قىلىپ ئىككى كۈندىن كېيىن—يېرىم كېچىدىن ئىلگىرى، ئېرىك بۇ دەسلەپكى سىستېمىنى قوزغاتتى. بۇ دەسلەپكى ئەندىزىدە نۇرغۇن ئۇششاق خاتالىقلار بار، ئۇنىڭ ئۈستىگە يادرولۇق ئىقتىدارى تېخى كەم، بىراق شۇ ھامان تالاشتۇرۇش ئارقىلىق چېكىلىش قېتىم سانىغا ئاساسەن ھەق ھېسابلايدىغان ئېلان مۇلازىمىتىنى ئىشقا ئاشۇرغان.

سالار ۋە كالىفورنىيە ئۇنىۋېرسىتېتى بېركلېي تارمىقىدىن كەلگەن ئىقتىسادشۇناس خال ۋارىيان توختىماي باھا تالىشىش سىستېمىسىنى ياخشىلىغان ۋاقىتتا، مېنىڭ ئويلايدىغىنىم قانداق قىلغاندا سىستېمىنىڭ ئۆزىنى تەۋسىيە قىلىپ سېتىپ چىقىرىش. مەن ئېلېكترونلۇق جەدۋەلدىن بىرنى تۇزۇپ، يېڭى سىستېما بىلەن بىزنىڭ ئەسلىدىكى AdWords سىستېمىسى شۇنداقلا Overture نىڭ ئېلان سىستېمىسىنى ئۆز ئارا سېلىشتۇردۇم. قەغەز يۈزىدە سېلىشتۇرۇش قارىماققا قايىل قىلىش كۈچى باردەك قىلغان بىلەن ئەمما ئەمەلىيەتتە بۇ سىستېما تېخى كۆپچىلىك بىلەن كۆرۈش تەييارلىقىنى قىلىپ بولالمىدى. كۆرۈنۈش بىر ئاز قوپال، ئېلان قۇرۇشنىڭ قەدەم باسقۇچلىرىمۇ دېگەندەك ئىددىي قولاي ئەمەس. يېرىم كېچىدە دۇنياغا كەلگەن بۇ يېڭى مەھسۇلات تېخى مۇكەممەللەشمىگەن، ناھايىتى تېزلا بۇ دۇنياغا مەجبۇرىي چىقىرىۋەتمەكچى. بۇ مەھسۇلات ئىشلەتكۈچىلەرگە نىسبەتەن دوستانە بولغان كۆرۈنۈش بىلەن بېزىلىشى، شۇنىڭ بىلەن بىللە يەنە ياخشى ئىسمىدىن بىرسى قويۇلۇشى كېرەك.

بۇ قېتىم، ماركا قۇرۇلۇشى تېز سۈرئەتتە ئالغا سىلجىتىلدى. مەن سالارنى قايىل قىلىپ، كۆپچىلىكنىڭ كونا يېڭى سىستېمىنى دەل پەرقلەندۈرەلىشى شۇنىڭ بىلەن بىللە AdWords ئۇچۇن سىستېمىدا مۇستەقىل ئىجرا بولۇش ئۈچۈن ئەڭ ئاخىرقى باسقۇچتا پىلان تەييارلىشىمىز لازىم. مەن يېڭى سىستېمىنى « AdWords Select» (ئالدىن تاللاش) دەپ ئاتاشنى تەشەببۇس قىلدىم، چۈنكى كونا سىستېمىنى تاقىۋەتكەندە، ئاساسلا «Select» نى چىقىرىۋەتكىلى بولىدۇ. ئۇ مېنىڭ پىكرىمگە قوشۇلدى ھەمدە بۇنى لارى بىلەن سېرگېيغا تەۋسىيە قىلماقچى بولدى.

يېڭى كۆرۈنۈش ماڭا تېخىمۇ كۆپ ئاۋارىچىلىك ئېلىپ كەلدى. Overture نىڭ سىستېمىسى پەقەت ئاددىي ئۈچ قەدەمدىلا ئېلان قۇرالايدۇ، ئۇ خىل تۈيغۇ خۇددى گۈلۈپ تۇپ ماشىنىسى ھەيدىگەندەكلا راھەت ئاددىي. بىراق AdWords Select مەگ كۆرەشچى ئايروپىلان، ئۇنىڭدا ھەر خىل تېخنىكىلىق ئاتالغۇلار بار، غەلىتە ئۆلچىگۈچ ۋە شكالا تەخسىسى بار، ئېلان رەسمىي ئېلان قىلىنىشتىن ئىلگىرى، ناھايىتى ئۇزۇن بىر دەللىلەش تىزىمىنى تەكشۈرۈپ دەللىلەش كېرەك. مەن ئۇلارغا ئالدىن تەڭشەلگەن تاللانمىلارنىڭ قىسقا يولىنى ئورۇنلاشتۇرۇشنى ئويلىدىم ئەمما سالارنىڭ ھېس قىلىشچە سىستېمىنىڭ نازۇكلۇق دەرىجىسى دەل ئۇنىڭ كۈچ قۇدرىتى ئىكەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە يەنە سىستېمىنىڭ يارقىن نۇقتىسى ئىكەن.

شېرىل ساندبېرگ ئىقتىسادشۇناسلىق ساھەسىدە كىچىكىدىلا ئارزۇسىغا يەتكەن، ئامېرىكا مالىيە مىنىستىرلىقى ئىشخانىسىنىڭ مۇدىرىلىق ۋەزىپىسىنى ئۈستىگە ئالغان، ئۇ بۇ يېڭى دەسلەپكى ئەندىزە دۇنياغا كۆز ئاچقان ئاشۇ ھەپتە Google غا قوشۇلغان. شېرىلنىڭ كېلىشى بىلەن، ئېلان ساھەسىدىكى بارلىق خېرىدارلارنى قوللاش خىزمىتىنى دەرھال قولغا ئالدى، شۇنىڭ بىلەن بىللە بەش كىشىلىك قوشۇننىمۇ ئۇنىڭغا ئۆتكۈزۈپ بەردى، ئۇلارنىڭ ھەممىسىنى ئومىد باشقۇرىدۇ. شۇ كۈنى بىر كىشى ئىستېپا بېرىپ ئايرىلدى. شېرىلمۇ ئىشنى ئاددىيلاشتۇرماقچى ئىدى، بىراق سالارنىڭ يېنىدا ئاقمىدى، ئۇ بۇ مەھسۇلات ئۈچۈن مۇكەممەل قوشۇمچە نۇسخىدىن بىرنى تەتقىق قىلىپ چىقتى. ئىشلەتكۈچى كۆرۈنۈشى، ئىمزا قويۇش تەرتىپى، كىم ئارتۇق قىلىش مېخانىزمى، ھەتتا ئىشلەتكۈچىگە ئەۋەتىدىغان ئېلىخەتتىن تارتىپ سالار ناھايىتى كۆڭۈل بۆلەتتى. ئۇ

مەھسۇلات دىرېكتورى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ھەممە تەرەپلەرنى سۈرۈشتۈرۈشكە ھەقلىق ئىدى، بىراق قائىدىگە خىلاپلىق قىلىشقا بولمايتتى. بىر ماشىنىنىڭ مىڭ چاقى بولغان تەقدىردىمۇ، ئالغا ئىلگىرىلەش ئەڭ تۆپ مەسىلە ئىدى. چوقۇم تېز سۈرئەتتە قارار چىقىرىش، دائىم ئەتىگەن سائەت 4 تە يۇز بېرەتتى. سالار بېلىق سۈغا ئېرىشكەندەك پۈتۈن كۈچى بىلەن ئاتلىنىپ، مەھسۇلات دىرېكتورىدىن ئىبارەت بۇ رولنى يېڭى بىر مۇھىم ئورۇنغا كۆتۈردى.

سالار مېنى سۆزلەرنى قوراشتۇرۇپ، Overture تەرىپىدىن «پۇل خەجلەپ ئۇنۇم سېتىۋېلىش» ۋەدىسى يېتەكچىلىك قىلىۋاتقان ئېلان ساھەسىدە، Select AdWords نىڭ ئەۋزەللىكى نەدە دېگەننى چۈشەندۈرۈشنى تەلەپ قىلدى. بۇ جۈملىنىڭ مەزمۇنى ئېلان سودىگەرلىرىنىڭ قەلبىگە تەسىر قىلالىشى، Overture خېلى ياخشى ئىجرا قىلىۋاتقان ئەھۋالدا، ئۇلارنى بىزنىڭ يېڭى سىستېمىزنى سىناپ ئىشلىتىشكە جەلپ قىلالىشى، ئۇنىڭ ئۈستىگە 7 سۆزدىن ئېشىپ كەتمەسلىكى كېرەك.

مېنىڭ تەكلىپىم: «ھەممىدە نەتىجىگە قاراش.» بۇ جۈملە يامان ئەمەس تۇيغۇ بەردى، ئۇ بىزنىڭ سېلىشتۇرغۇسز دەرىجىدىكى ئىزدەش سۈپىتى بىلەن ئېلان سېلىنمىسىنىڭ ھەقىقىي نەپ قايتۇرۇشچانلىقىنى تەكىتلەيدۇ، بىز تارقىتىش ئۇچۇن تەييارلاۋاتقان سېتىش ماتېرىياللىرىدا چوڭ سۈپەت ھالدا بۇ بىر جۈملە تەشۋىقات سۆزىنى قوشۇپ قويدۇق، ئەگەر بىز Yahoo ۋە باشقا خېرىدارلارنىڭ ياقتۇرۇشىغا ئېرىشىش ئۈچۈن، چوقۇم بىزنىڭ ھەم ئىزدەش تەمىنلىيەلەيدىغانلىقىمىز ھەم پايدا ئېلىپ كېلەلەيدىغان ئەمەلىي كۈچىمىز بارلىقىنى تەشۋىق قىلىشىمىز كېرەك.

سىرتتىكىلەرنىڭ دېيىشىچە، Yahoo شىركىتىنىڭ Overture سىستېمىسىنى سىناپ ئىشلەتكەن ئەھۋالى ئانچە ياخشى بولماپتۇ. بىر خېرىدارنىڭ بىزگە دەپ بېرىشىچە، Yahoo شىركىتى Overture ئىزدەش تىزىمىنىڭ مۇناسىۋەتسىزلىك دەرىجىسى بەك يۇقىرى ئىكەن. بىر قانچە كۈندىن كېيىن، Overture ئۆزلىرىنىڭ ئېلان يېتەكچى يولىنى تۇزەتتى، تور ئادرېسى، ئېلان ماۋزۇسى ۋە مەزمۇن چۈشەندۈرۈشى جەھەتتە تېخىمۇ قاتتىق بولغان تىزگىنلەش ئۇلچىمىنى ئېلىپ كىردى. Overture نىڭ جاكارلىشىچە: «گەرچە بىز دۇنيادا ئالدىنقى قاتاردىكى ئىزدەش تەسراتى بىلەن تەمىنلەيدىغانلىقىمىزغا ۋەدە بەرگەن ئىكەنمىز، ئۇنداقتا خېرىدارلىرىمىزغا مۇناسىۋەتچانلىقى ئىنتايىن يۇقىرى بولغان ئىزدەش نەتىجىسىنى تەمىنلەش ئىنتايىن مۇھىم. » ئېنىقكى، بەزى ئىشلەتكۈچىلەر ئاخىرى چىقمايدىغان بۇنداق چېكىشنى داۋاملاشتۇرۇپ، ئەڭ ئاخىرىدا لازىملىق ئۇچۇرغا ئېرىشىشنى خالىمايدۇ.

Overture نىڭ قارىغۇلارچە ئۆزىگە ئىشىنىشى 40 مىڭ ئېلان خېرىدارىدىن كەلگەن، ئۇلارنىڭ ئېلانى Overture نىڭ مىڭلىغان خېرىدارلارنىڭ تورتۇراسىنىڭ ھەممىلا يېرىدە كۆرگىلى بولىدۇ. Google پەقەت ئۆزىنىڭ google.com تورتۇراسىدا ئېلان ساتىدۇ. Google نىڭ ئىزدەش موتورى تەرەققىي قىلىپ قانچە چوڭىيىپ كېتىشىدىن قەتئىينەزەر، ئۇ مەڭگۈ بىر ئېلان توری بىلەن بەسلىشەلمەيدۇ.

2002-يىلى 1-ئايدا، ئومىد ئانچە ئېرەڭ قىلىپ كەتمىگەن ھالدا، ئىشىنىڭ ئۆزگىرىدىغانلىقىدىن يوشۇرۇن بشارەت بەردى. ئۇنىڭ evolutionmagazine.com تورتۇراسىنىڭ مۇخبىرىغا دېيىشىچە: «بىز ئىزدەش مۇلازىمىتى بىلەن تەمىنلەيدىغان نۇرغۇن شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى بىز بىلەن ئېلان تارقىتىش كەسپى جەھەتتە ھەمكارلاشماقچى، ئىككى تەرەپ مەلۇم نىسبەت بويىچە كىرىمنى بۆلۈشىدۇ. بىز بۇ مەسىلە ھەققىدە ئويلىنىۋاتىمىز، بۇ بىز Overture بىلەن يوشۇرۇن رىقابەتلىشىش ئېھتىمالى بولغان ساھە، بىراق، بۇ بىزنىڭ يادرولۇق كەسپىمىز ئەمەس، چۈنكى بىز ئۇچىنچى تەرەپنىڭ ئېقىم مىقدارى ئارقىلىق كىرىم يارىتىشقا تايانمايمىز. »

ئومىد، چوڭقۇر يوشۇرۇنۇپ ئۆزىنى كۆرسەتمەيدىغان ماھىر! بىز ئاللىبۇرۇن بىرلىشىپ ئېلان تارقىتىش كەسپى توغرىسىدا تۈنجى توختامنى تۈزۈپ بولدۇق. تېخى بىر ھەپتە ئىلگىرى، Google سېتىش ئەترىتى

Earthlink (ئىنتېرنېت مۇلازىمىتى بىلەن تەمىنلىگۈچى بىر شىركەت) بىلەن توختام تۈزدۈق، ئۇلارغا بىزنىڭ ئەسلىدىكى AdWords ئېلان مۇلازىمىتىمىزنى تەمىنلەيدىغان بولدۇق. ئۇنىڭدىن ئىلگىرى، ئۇلار ئىزچىل Overture نىڭ خېرىدارى ئىدى. بۇ قېتىملىق ھەمكارلىق بىز بىلەن Overture نىڭ رىقابىتىدە تۇنجى قېتىم غەلبە قىلدۇق. بىز بۇ قېتىم ھەتتا قارشى تەرەپكە CPC ئېلان ئەندىزىسى تەمىنلىمىدۇق، مەن Overture نىڭ بۇ ئىشنى كۆڭلىگە ئالماسلىقىغا ئىشەنمەيمەن—ئۇلارنىڭ ئاساسلىق ھەمكارلىق شېرىكى Yahoo، ئامېرىكا لىنىيەسىگە سېلىشتۇرغاندا، Earthlink نىڭ ھەقىقەتەن تىلغا ئالغۇچىلىكى يوق. ئەمما بىزنىڭ قارىشىمىزچە، بۇ چوڭ بىر سودا. بۇ شۇنى ئىسپاتلايدۇكى، بىزمۇ باشقا كارخانىلار بىلەن بىرلىشىپ ئېلان تارقىتالايمىز، بىز بىلەن Overture ئارىسىدىكى يوشۇرۇن جەڭ قىزىشقا باشلىدى.

ئومىدىڭ تەبرىكلەش ئۇسۇلى شۇكى، شىركەتتىكى يۇقىرى تۆۋەن ھەممەيلەننىڭ تېخمۇ تىرىشىپ ئىشلىشىنى ئېيتتى. بىز ھەر بىر ئېلاننىڭ ئېلىپ كېلىدىغان پايدىسىنى ئۆستۈرۈش ئارقىلىق Overture غا بېسىم پەيدا قىلىمىز. بىزنىڭ تاپقىنىمىز قانچە كۆپ بولغانسېرى، خېرىدار چاقىرىش جېڭىدە يوشۇرۇن ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزگە تەمىنلىيەلەيدىغان پايدىمۇ شۇنچە چوڭ بولىدۇ. بىزنىڭ مۇناسىۋەتچانلىقنى ئۆستۈرۈشىمىزنىڭ سۈرئىتى Overture دىن تېز، چۈنكى ئۇلار قولدا باھالاش ئۇسۇلى بىلەن ئېلانىنىڭ مۇناسىۋەتچانلىقىغا ھۆكۈم قىلىدۇ، ئادەمنىڭ ئۇنۇمى ياخشى بىر ھېسابلاش ئۇسۇلى بىلەن بەسلىشەلمەيدۇ.

Earthlink بىلەن بولغان ھەمكارلىق Google غا ئەڭ تۆۋەن چىقىم قىلىش كاپالىتىدىن ئىبارەت بىردىنبىر خەتىرى بار، گەرچە ئېلان كەسپى يېتەرلىك كىرىم پەيدا قىلمىغان تەقدىردىمۇ، Google يەنىلا ئۇلارغا توختامدىكى سوممىا بويىچە خراجەتنى چىقىم قىلىپ بېرىدۇ، بۇ خەتەر بەلكىم خۇددى Netscape شىركىتىگە ئوخشاش CPC نىڭ ئەجەللىك قۇيۇنىغا ئۇچرىغانىدەك، Google نى ۋەيران بولۇش گىردابىغا ئاپىرىپ قويىدۇ. بۇ خىل بۆھران دەسلەپكى ۋاقىتتا ئىنتايىن كىچىك، لېكىن كەسىپ كۆلىمىنىڭ ئۇزلۇكسىز كېڭىيىشىگە ئەگىشىپ، رىقابەت كۈنسېرى كەسكىنلىشىپ، ئەڭ تۆۋەن كاپالەت سوممىسى خۇددى ھاۋا بىلەن لىق تولغان گاز شارىغا ئوخشاش توختىماي كۆپۈپ، شىركەتنىڭ مالىيە ئەھۋالىغا خەۋپ-خەتەر ئېلىپ كېلىدۇ. بۇ خىل خەتەر «ئېسىقلىق مەبلەغ» (overhang) بولۇپ، بىزنىڭ بارلىق ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزنىڭ ئەڭ تۆۋەن كاپالەت سوممىسىنىڭ يېغىندىسىغا تەڭ. ئىزدەش سانى ئازايسا، ياكى ئېلانىنىڭ چېكىلىش نىسبىتىگە تەسىر كۆرسىتىدىغان سۈپەت مەسلىسى كۆرۈلسە، Google نىڭ قەرز بۆھرانى پارتلاپ، Google نى پۈتۈنلەي ۋەيران قىلىۋېتىدۇ.

گەرچە لارىي بىلەن سېرگېي تەۋەككۈلچىلىك قىلىشتىن قورقمىسىمۇ، ئەمما ھېچكىم شىركەت قەرز يۈكى بىلەن يېقىلىشىنى خالىمايدۇ، شىركەتنىڭ يېڭىدىن تەيىنلەنگەن باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى ئېرىك شىمىت تېخمۇ شۇنداق. شېرىل ساندبېرگنىڭ ئەسلەپ بېرىشچە، ئېرىك شىمىت سالارغا مۇنداق دەپتۇ: «پۇلنىڭ ھەممىنى خەجلۈېتىپ، مېنى ۋەيران قىلىۋەتمەڭلار. »

ھەر بىر ئىزدەش ماگناتى ئېلان خېرىدارلىرىنى ئازدۇرۇپ تەننەرخ بىلەن ھېسابلىشىپ ئولتۇرمايدۇ، شۇڭلاشقا بىرلەشمە ئېلان تارقىتىش كەسپىدىكى بازار ئۇلۇشىگە ئېرىشىش جېڭىدە، ئەڭ تۆۋەن كاپالەت سوممىسى چوقۇم كۆچلۈك بىر قورالغا ئايلىنىدۇ.

2002-يىلى 2-ئاينىڭ 5-كۈنى، eNET خەۋەر تارقىتىپ، Google نىڭ تۈيدۇرماستىن Earthlink ئۈچۈن بىر قانچە ھەپتە ئىزدەش نەتىجىسى ۋە ئېلان مۇلازىمىتى تەمىنلىگەنلىكىنى ئاشكارىلىدى. بۇ خەۋەر شۇ كۈنى بەك كەچ تارقىتىلغاچقا، بازار ئىنكاس قايتۇرۇشقا ئۈلگۈرەلمىدى، شۇنىڭ بىلەن ئانچە كۆپ دىققەتنى تارتمىدى.

ئەتىسى ئەتىگەندە، Overture نىڭ پاي باھاسى شىددەت بىلەن 41% چۈشتى. بىر كۈندىن كېيىن Google بىلەن Earthlink بىرلەشمە ئاخبارات ئېلان قىلىش يېغىنى ئېچىپ، Google نىڭ Earthlink

نىڭ تورتۇراسىغا ئىزدەش نەتىجە مۇلازىمىتى تەمىنلەيدىغانلىقىنى جاكارلىدى. ئاخبارات ئېلان قىلىش يېغىندا بىزنىڭ كەسىپ خاراكتېرىنى ئۆزگەرتىدىغان تۈنجى بىرلەشمە ئېلان تارقىتىش كەسپى توغرىسىدا ھېچنېمە تىلغا ئېلىنمىدى.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، Overture ۋە ئۇنىڭ كەلگۈسىنى ئىنتايىن پارلاق دەپ قارايدىغان تەھلىلچىلەر Google نىڭ يېڭى ھەرىكىتىگە ئانچە ئىتىبار بەرمىدى. داڭلىق مەبلەغ سېلىشنى تەھلىل قىلىش شىركىتى Bancorp Piper Jaffrey نىڭ تەھلىلچىسى سافا راشتچى

تۆۋەن باھالىق Overture نىڭ پاي چېكىنى سېتىۋېلىشنى ئويلىشىۋاتقان مەبلەغ سالغۇچىلار دۈچ كەلگەن «مۇھىم سېتىۋېلىش پۈرسىتى» دەپ قارىدى، ئۇنىڭ قارىشىچە، كىشىلەرنىڭ ئىنكاسى بەك كۆچلۈك بولۇپ كەتكەن، Earthlink پەقەتلا غەيرى سان بولۇپ، ئۇنىڭ سودا ئەندىزىسى چوڭ تېپتىكى دەرۋازا تورتۇرالارغا ماس كەلمەيدىكەن.

Overture شىركىتىنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى تېد مېيسېل بىزگە ئوت ئېچىپ قايتۇرما زەربە بەردى، ئۇلار ئاخبارات ئېلان قىلىش يېغىنى ئېچىپ، مەزكۇر پەسلىدە داۋاملىق ئۆسۈۋاتقان كەسىپ نەتىجىسىنىڭ ئالدىن مۆلچەرىنى ماختاپ كۆككە كۆتۈردى، شۇنىڭ بىلەن يەنە Earthlink تەك خېرىداردىن ئايرىلىپ قېلىش ھېچقانداق «ئەمەلىي تەسىر» پەيدا قىلالمايدۇ دېدى. ئۇ يەنە، ئۇلارنىڭ شىركىتى ياخۇ بىلەن بولغان مۇناسىۋىتىنى 2002-يىلى ئىككىنچى پەسلىنىڭ ئاخىرىغىچە ئۇزارتقانلىقىنى جاكارلىدى.

شۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە كۈندە، Overture نىڭ پاي چېكى باھاسى ئەسلىدىكى سەۋىيەگە ئەسلىگە قايتتى، بۇ شىركەتنىڭ گۈللىنىش كەلگۈسىگە ناھايىتى ئۈمىدۋارلىق بىلەن قارىغان ۋال كوچىسىدىكى تەھلىلچىلەرنىڭ ئۈمىدۋارلىق بىلەن ئالدىن مۆلچەر سۆزلىرىدىن بولغان. سولومون سمىس بارنېي (Solomon Smith Barney) نىڭ مۆلچەرىچە، Earthlink نىڭ تەسىرى ئىنتايىن كىچىك، چۈنكى «ئاساسلىق دەرۋازا تورتۇرا ئۆزىنىڭ CPM ئىزدەش ئېلان ئەندىزىسى تىجارىتىنى ئېلىپ بارالايدۇ ياكى ئېلىپ بېرىۋاتىدۇ، ئۇلارنىڭ ... ئۇ كەسىپلەرنى Google بىلەن ھەمبەھىرلىنىشى ناتايىن». ئۇنىڭدىن باشقا، سولومون سمىس بارنېي شىركىتىنىڭ قارىشىچە، خۇسۇسىي ئىگىلىكتىكى Google شىركىتى CPM ئېلانىنىڭ تەسىرىگە ئۇچرايدۇ، CPC ئەندىزىسىدىكى نەتىجە ئۇنۇمگە ئاساسەن چېقىم قىلىدىغان غايەت زور سوممىلىق كاپالەت سوممىسىنى تاپشۇرالمايدۇ، شۇڭا رىقابەت كۈچى يوق ئىكەن.

بىر ھەپتىدىن كېيىن، راشتچى كۆرەڭلىگەن ھالدا مەبلەغ سالغۇچىلارغا مۇنداق دېدى: «ھازىر ھېچقانداق ئىش يوقتۇ. » ئۇنىڭ قارىشىچە Overture نىڭ كۈچلۈك ئېشىۋاتقان تۆتىنچى پەسلى شۇنداقلا ئۇلار بىلەن MSN نىڭ ھەمكارلىقى «زور كۆلەمدە ئېشىش» قا تەييارلىق قىلىپ بولۇپتۇ.

لارى بىلەن سېرگېي بۇنىڭغا نىسبەتەن ئىنتايىن سالماق بولۇپ، ئۇلارنىڭ قولىدا كوزىر كەم ئەمەس ئىدى. Google چوقۇم تېخمۇ ياخشى ئىزدەش سۇپىتى، تېخمۇ كۈچلۈك بولغان ئېلان بىلەن مۇناسىۋەتلىكلىكى شۇنداقلا ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىگە بەرگەن زور سوممىلىق كاپالەت پۈلى ۋەدىسىدەك قورقماس (ئەمما ئېھتىيات قىلىدىغان) ئارزۇسى ئارقىلىق تولۇق غەلىبە قىلاتتى. ئۇنىڭ ئۇستىگە يەنە بىر سەۋەب بولۇپ، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئۇنى ئەڭ چوڭ پۇتلىكاشاڭ دەپ قارايتتى، ئەمەلىيەتتە بىزنىڭ غايەت زور ئەۋزەللىكىمىز ئىدى: بىزنىڭ يوشۇرۇن ھەمراھلىرىمىز بىلەن رىقابەتلىشىدىغان تورتۇرايمىز بولۇپ— ئۆزىمىزنىڭ Google.com ئىدى، Overture نىڭ بۇنداق تورتۇراسى يوق.

لاررىنىڭ دېگىنى بويىچە «مەن كۆرگەن Overture نى ئەڭ ياخشى تەھلىل قىلغان ماقالە» دە TheStreet.com تورتۇراسى (مالىيە-ئىقتىساد تورتۇراسى) دىكى جورج مانىنس Overture نىڭ بىردىنبىر ئەجەللىك ئاجىزلىقىنى كۆرسەتكەن. ئۇ مۇنداق يازغان: «ئەنئەنىۋى تاراتقۇلارنىڭ ئادىتى بىلەن

سېلىشتۇرغاندا، Overture نىڭ ئېلان كىرىمىنى ئۇلۇشۇش نىسبىتى ئادەتتىن تاشقىرى يۇقىرى. » ئۇلار ئىزچىل ساتقان ئېلاننىڭ كىرىمىدىن 49% نى ئاجرىتىۋالىدۇ، ئەمما تىجارەت قىلىۋاتقان تورتۇرالارغا چىقىم قىلىدىغان نىسبىتى پەقەت يېرىمىنلا ئىگىلەيدۇ. ئەنئەنىۋى تاراتقۇلاردىكى ئېلان ۋاكالەتچى سودىگەرلىرىنىڭ ئۆزىگە قالدۇرىدىغان نىسبىتى ئىزچىل 15% ئىدى.

بۇ بىزنىڭ غەلبە قىلىش يولىمىز. Overture پۈتۈنلەي ئۆزلىرىنىڭ ئېلان تورىدىن شەكىللەنگەن كىرىمگە تايىنىدۇ، ئەگەر پايدا چۈشۈپ كەتسە، بۇ شىركەتنىڭ ھالى ئانچە ياخشى بولماسلىقى مۇمكىن. بىراق بىزنىڭ Google.com تورتۇراسىدا ئىجرا قىلىنىۋاتقان ئېلاندا، بارلىق كىرىمنىڭ ھەممىسى ئۆزىمىزگە تەۋە، نەق پۇل ئېقىمى ئۆزلۈكسىز زورىيىدۇ، چىقىمنى كېڭەيتىشنى تولۇقلاشقا تامامەن يېتىدۇ.

بىز ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزگە تېخىمۇ يۇقىرى نىسبەتتە كىرىم تەقسىملەپ بېرەلەيمىز. قانداق بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، بىز Google كەسپىنى يۇرگۈزۈش بىلەن بىرگە ئېلان تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىمىز، باشقا تورتۇرالاردا ئېلان تارقىتىشنى كۆپەيتىش تامامەن يېڭى پايدا كۆپەيتىش ھېسابلىنىدۇ. شۇڭلاشقا، بىزنىڭ تەننەرخىمىز Overture دىن تۆۋەن، ئۇنىڭدىن باشقا، ئۆزىنىڭ تورتۇراسىنى يۇرگۈزۈشنىڭ يەنە بىر چوڭ ئەۋزەللىكى بار، بىز ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ھالقىلىق سۆز ئاساسىدىكى مۇناسىۋەتلىك ئېلانغا بولغان ئىنكاسىنى تېخىمۇ ياخشى چۈشىنەلەيمىز، Google.com قىممەتلىك سانلىق مەلۇماتلارنى بىر تەرەپ قىلىدىغان تېرىك تەجرىبىخانا، بۇ سانلىق مەلۇماتلار قانداق ئېلانىنىڭ ئۈنۈملۈك، قانداق ئېلاننىڭ ئۈنۈمسىز بولىدىغانلىقىنى ئېچىپ بېرىدۇ.

بىز پايدىنى ئەڭ تۆۋەن چەككە چۈشۈرەلەيمىز ھەمدە چۈشۈرىمىز، بۇ ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزنىڭ بىزنىڭ يوشۇرۇن رىقابەتچى بولۇپ قېلىشىمىزدىن ئەنسىرىشىدىن خالاس قىلىدۇ. ھازىر بىز ياخشى ئادەم بولۇپ، ھەر قايسى تەرەپلەرنىڭ تەننەرخىنى چۈشۈردۇق ھەمدە كۆپلىگەن تورتۇرالارنىڭ بايلىق مەنبەسىنى كۆپەيتتۇق.

ئويۇن ئۆزگەردى

مانىپسىنىڭ ئۇ ماقالىسى ئېلان قىلىنغان شۇ كۈنى، Overture شىركىتىنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى تېد مېيىسىل CNET نىڭ زىيارىتىنى قوبۇل قىلدى، ئۇ ھەق تۆلەپ ئىزدەشنىڭ كەلگۈسىدىن ئەنسىرىمىدى، ئۇ مۇخبىرغا مۇنداق دېدى، ئاشۇ Overture نىڭ ھەقلىق رەتكە تىزىشنى ئىزدەش نەتىجىسىگە قوشقان دەرۋازا بېكەتلەر ئەمەلىيەتتە ئىزچىل مول ئېلان ھەدىيە بۇيۇملىرىنى بىزگە تەقدىم قىلىۋاتىدۇ، چۈنكى ئۇلار خېرىدارلارنى كارخانىلارغا ھەقسىز سوۋغا قىلىدى. مېيىسىلنىڭ دېيىشچە، Overture نىڭ كېيىنكى يىللىق تەرەققىيات مۆلچەرى مىكروسوفت بىلەن بولغان كەسپىي جەھەتتىكى ھەمكارلىقنى كېڭەيتىشنى ئاساس قىلغان، ئۇ يەنە تولۇقلاپ مۇنداق دېدى: «بىز ئەلۋەتتە ئامېرىكا لىنىيەسى ۋە Yahoo نى مۇھىم بولغان يوشۇرۇن ھەمكارلاشقۇچى شېرىكىمىز دەپ قارايمىز، ئەمما ئۇلار بولمىسىمۇ بىز يەنىلا ياشىيالايمىز. »

مېيىسىل ئۆزىنىڭ ئۈمىدۋارلىق پوزىتسىيەسىنى ئازراق ساقلاپ قالدى، ئۇ كېيىن بۇنىڭ ئۈچۈن خۇشھاللىق ھېس قىلىدۇ. 2002-يىلى 2-ئاينىڭ 19-كۈنى، بىز تور بەتتە يوغان «يېڭى!» تاللانمىسىنى چاپلىدۇق، ئىچىدە Google تەمىنلىگەن ئېلان مەزمۇنىنى چۈشەندۈردۇق، CPC ئاساسىدىكى AdWords Select رەسمىي دۇنياغا كۆز ئاچتى.

Overture نىڭ پاي چېكى بۇنىڭغا ئەگىشىپ 10% چۈشتى. سافا راشتچى قايتىدىن «سېتىۋېلىش

پۇرستى» دەك كونا مۇقامنى توۋلاپ، بازاردىكى ئالاقزادىلىكنى توسۇشقا ئۇرۇندى. «Overture ئاساسلىق دەرۋازا تورتۇرالارنى قولغا كەلتۈرۈپ بولدى. » دەپ قايتا-قايتا تەكتلىدى. پەقەت Google نىڭ ئۆزىنىڭ تورتۇراسى بولسلا، چوڭ ھەمكارلاشتۇچى شېرىكلەر ئۇلار بىلەن توختام تۈزمەيدۇ. ئۇنىڭدىن باشقا، راشتچى يەنە مۇنۇلارنى كۆرسەتتى، پەقەت 1000 ئىلان خېرىدارى Google نىڭ پروگراممىسىنى ئىشلىتىدۇ، لېكىن Overture نىڭ خېرىدار سانى ئۇلارنىڭ 54 ھەسسىسگە تەڭ.

مېررىل لىنچ (Merrill Lynch) ئاكسىيەسىنىڭ تەھلىلچىسى جاستىن بالدوفنىڭ CNET قا دېيىشچە: «Overture شىركىتى Google دىن خېلىلا چوڭ، ئىلان تارقىتىدىغان ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىگە نىسبەتەن، ئۇلار تېخىمۇ يۇقىرى باھادا پۇل چىقىم قىلالايدۇ. » ئۇ چۈشەندۈرۈپ، تېخىمۇ كۆپ ئىلان خېرىدارى بولمىسا، Google ئىلان تارقىتىش يولىنى كېڭەيتەلمەيدۇ، تارقىتىش يولىنى كېڭەيتمىسە، ئىلان خېرىدارلىرىنى كۆپەيتەلمەيدۇ. CPM ئىلانىغا نىسبەتەن، بۇنداق دېيىش توغرا بولۇشى مۇمكىن، ئەمما CPC ئىلانىنىڭ تۈپ ئىقتىسادى پىرىنسىپى بۇنىڭدىن بەك يىراقلاپ كېتىدۇ. ئىلان خېرىدارلىرى پەقەت ئەمەلىي چېكىلىشى بويىچە ھەق تاپشۇرىدۇ، شۇڭلاشقا مەبلەغ سېلىشنىڭ پايدىسى مۇتلەق گۇمان قىلىشقا بولمىغۇدەك دەرىجىدە—قاراتمىلىققا ئىگە ئىزدەش ئىلانى چوقۇم پايدا كىرىمى يارىتىدۇ. بۇنداق بولغاندا، بىزنىڭ ئىلان بازىرىمىز پەقەت ئىلان خېرىدارلىرىنىڭ مەھسۇلات مۇندەرىجىسى ۋە مەھسۇلات ئىقتىدارىنىڭ چەكلىمىسىگىلا ئۇچرايدۇ. چېكىلىش قېتىم سانىغا ئاساسەن ھەق تاپشۇرىدىغان قاراتمىلىق ئىزدەش ئىلانى خۇددى مەھسۇلات ساتقۇچىغا بىر يېرىق ئاچقانىدەكلا ئىش، ئىلان خېرىدارلىرى باشقا بىۋاستە سېتىش خامچوتىدىن مەبلەغ ئاجرىتىپ، ئامالنىڭ باربىچە تېخىمۇ كۆپ مۇناسىۋەتلىك ھالقىلىق سۆزلەرنى سېتىۋالىدۇ، بىزنىڭ Overture نىڭ خېرىدارلىرىنى تارتىۋېلىشىمىز ھاجەتسىز—بۇ پۈرە بەك چوڭ، ئىككى شىركەتنىڭ يېيىشگە يېتىدۇ.

بۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە ھەپتىدە، سىستېمىدىكى ئىلان خېرىدارلىرىنىڭ ئەڭ يېڭى ئۇچۇرىنى كۆرۈپ تۇرۇش ئۈچۈن ھەر كۈنى شىركەتنىڭ ئىچكى تورى MOMA نى كۆرۈپ تۇرىمەن،

خېرىدارلارنىڭ سانى مۇقىم ئېشىپ، نەتىجىسى ئادەمنى خۇشال قىلىدۇ. بىراق، بىزگە ھەقىقىي لازىمى ئۆزلىرىنىڭ تورتۇراسىدا بىزنىڭ ئىلانىمىزنى كۆرسىتىشنى خالايدىغان ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلەر. زور كۆپ قىسىم چوڭ تېپىتكى تورتۇرالارنىڭ ھەممىسىنى Overture قولىدا تۇتۇپ تۇرۇۋاتىدۇ، ئەمما بىز بۇ خىل ھادىسىنى ئۆزگەرتىشكە بەل باغلىدۇق.

چوڭ بول، قوزام، چوڭ بول

CPC ئىلان كەسپىدە Overture بىلەن تەڭ ئىلگىرىلەش ئۈچۈن، شىركەت داۋاملىق كېڭىيىپ زورىيىدۇ. ھەتتا بازار بۆلۈمگىمۇ ئادەم كۆپەيتىش رۇخسەت قىلىندى، مەن توساتتىن 7 خىزمەت ئورنىغا ئاشكارا خادىم قوبۇل قىلىدىغانلىقىنى بايقىدىم، نەچچە يۈزلىگەن خىزمەت ئىزدىگۈچىلەرنىڭ قىسقىچە تەرجىمھالى خەت ساندۇقۇمغا تۇشمۇ-تۇشتىن كەلدى، بىراق مېنىڭ ئۇلارنى كۆرۈشكە ۋاقتىم يوق ئىدى. AdWords Select نىڭ ئىلان قىلىنىشى مېنىڭ زور كۆپ قىسىم ۋاقتىمنى سەرپ قىلدى، بىزنىڭ قاتتىق دېتال تەرەپتىكى يېڭى ئىشلىرىمىز—Google ئىزدەش مۇلازىمىترى—مېنىڭ قالغان ۋاقتىمنى سەرپ قىلىپ تۇگەتتى. بىزنىڭ تەقسىملەنمە ھېسابلاش ئۇسكۇنىمىز مۇندەرىجە ئىزدەش ئۆز ئىچىگە ئالمىغان ساھەدە ئۆزىنى كۆرسەتتى. ئىشلەتكۈچىلەرنى قوللاش جەھەتتە، ھەممەيلەنگە ئوخشاش بىر قېلىپتا جاۋاب قايتۇرۇۋاتىمەن، تەرجىمە سۈپىسى مەسلىسىدە، ماريسسا بىلەن مەن شۇنداقلا ۋاينى ئاريسىدىكى توقۇنۇش يەنىلا داۋاملىشۋاتىدۇ. مەن خىزمەت ئىزدەش قىسقىچە تەرجىمھالىنى يېنىمدا ئېلىپ يۈرۈپ، پەقەت قىزىم زۇكام بولۇپ قالغانلىقتىن قۇسۇۋاتقەن يېمەكلىك قالدۇقلىرىنى تازىلاۋاتقاندا ياكى چىش دوختۇرىنىڭ ئىلگىرى مۇۋاپىقلاشتۇرغان ۋاقتىدا كېلىشىم ئىمزالىغان

چىش كۆتىكىنى داۋالاش ئوپىراتسىيەسىنى قايتا قىلدۇرۇش ئۇچۇن كۆتۈۋاتقانداۋا، ئاندىن كۆرۈشكە ۋاقتىم چىقاتتى.

شۇنداق بولسىمۇ، مەن يەنىلا مەھسۇلات دىرېكتورىدىن كەلگەن بىر پارچە خەتنى تاپشۇرۇۋالدىم، ئۇ مەلۇم بىر ماقالىنى قايتا يېزىشقىمۇ ۋاقتىم چىقمىغانلىقىدىن نارازى بولۇپتۇ، چۇنكى ئەتىگەن سائەت 2 دە ئۇ مېنى ئىشخاندا كۆرمەپتۇ، مەن قىلچە يۇز خاتىرە قىلماي مۇنداق جاۋاب قايتۇردۇم، مەن ئەتىگەن سائەت 3 كىچە ئىشلەپ، Adwords Select سىستېمىسىنى مۇكەممەلەشتۈرۈشكە پالاقشۇاتىمەن... مۇنداق دەي، ئۇزۇن ماقالە يېزىپ قاقشاپ قوساقنى بوشىتىۋالدىم، يېرىمى ئۇنىڭ تەلىپىنىڭ بەك جىددىي ئىكەنلىكىنى بىلدۇردۇم ھەمدە بۇ ئۇنىڭ باشقۇرۇش ئۇسلۇبى بىلەن مۇناسىۋەتلىك ئىكەنلىكىنى كۆرسەتتىم.

مەن «يوللا» توپچىسىنى چېكىپ، ئۇنىڭ جاۋابىنى كۆتتۈم. ئانچە ئۇزۇن ۋاقىت ئۆتمەيلا، جاۋاب كەلدى. «بولدى بۇ خەتنى يوللىما. » دەپ ماڭا تەكلىپ بېرىپتۇ، مەنمۇ ئۇنىڭ مۇشۇنداق دەيدىغانلىقىنى بىلەتتىم. ماڭا خاتا مۇئامىلە قىلغان ئاشۇ كىشىلەرگە چىرايىمنى ئۆڭدۇرۇپ قاتتىق تېگىپ جاۋاب قايتۇرۇشتىن ئىلگىرى ھەمىشە سىندىنى تېپىپ ئۇنىڭ بىلەن مۇزاكىرە قىلىمەن. ئۇ مېنىڭ غەزىپىمنى چۈشىنىدۇ ھەمدە مېنىڭ نامىمدا قىستا جاۋابتىن بىرنى قايتۇرىدۇ. مەن قېتىرقىنىپ ھەر خىل ۋەزىپىلەر ئارىسىدا تەڭپۇڭلۇقنى ساقلايمەن، مەيلى قايسى ۋاقىت بولسۇن، مەيلى ئىنتايىن كىچىك ئىش بولغان تەقدىردىمۇ، پەقەت مۇشۇ تەڭپۇڭلۇقتا خەۋپ ئېلىپ كەلسىلا، غەزىپىمنى باسالماي قالمەن، خۇددى ئىنژېنېرلار ئېيتقاندەك، غەملىكىم لىپمۇ-لىق.

شىركەت كۆلىمىنىڭ ئۇزۇلۈكسىز كېڭىيىشىگە ئەگىشىپ، Google ئىنژېنېرلىرى ئۆزلىرىنىڭ توپىنىڭ كۆلىمىنىڭ بەك چوڭ بولۇپ كەتكەنلىكىنى بايقىدى، 7-ئايدىن باشلاپ ئېلىپ بېرىلغان قۇرۇلمىنى قايتا تەشكىللەش ماس كەلمەي قالدى. 2002-يىلى 1-ئايدا، ۋاينى ياييېاڭ شىركەت قۇرۇلمىسىنىڭ ماس كەلمىگەنلىكىنى جاكارلىدى. شۇنداق، شىركەت باشقۇرۇش قاتلىمى بىلەن قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ ئالاقە يولى ئىزچىل راۋان ئىدى، ئەمما Google يەنە 100 ئىنژېنېر تەكلىپ قىلماقچى، ئۇلارنىڭ ھەممىسى ۋاينىغا خىزمەت دوكلات قىلىشى مۇمكىن ئەمەس. يېڭى نىشان دوكلات قىلغۇچى بىلەن دوكلات قىلىنغۇچىنىڭ نىسبىتىنى 35:1 گە تۆۋەنلىتىش. بۇندىن كېيىن ئالىي دەرىجىلىك دىرېكتور تەكلىپ قىلىشتا باشقۇرۇش ئىقتىدارى ئەمەس، بەلكى ئاساسلىقى تېخنىكىلىق قابىلىيىتى ئويلىشىلدۇ. بۇنداق ئالىي دەرىجىلىك باشقۇرغۇچىلار قايسى كىشىلەرنىڭ تېخنىكىسى قالتىس ئىكەنلىكىنى كۆرۈپ يېتىپلا قالماي يەنە، تۇرگە ئادەم يېتىشمىگەندە ئۇلار ئىنژېنېرلارغا يارەملىشەلەيدۇ، بۇرۇنقىدەك رىغبەتلەندۈرۈشلا بېرىدىغان ئىش بولمايدۇ.

بىر ئايدىن كېيىن، جوناسان روسېنبېرگ ئىلگىرى Excite@Home دىكى ۋەيران بولۇش خىزمىتىنى بىر تەرەپ قىلىپ بولۇپ، مەھسۇلات باشقۇرۇش مۇئاۋىن باش لىدېرلىق سالاھىيىتىدە Google غا كىرىپ ئەسلىدە سالار ۋاقىتلىق مەسئۇل بولۇۋاتقان خىزمەتلەرنى ئۆتكۈزۈۋاتىدى، شۇنىڭ بىلەن بىللە مەھسۇلات دىرېكتورىنىڭ رولىنى ئېنىق بەلگىلىدى. مەھسۇلات دىرېكتورى بۇندىن كېيىن قۇرۇلۇش بۆلۈمى بىلەن بىرگە، يېڭى مەھسۇلات، يېڭى ئىقتىدارلارنى لايىھەلەپ تەتقىق قىلدۇ، بۆلۈم ھالقىغان ئالاقە پىكىر ئالماشتۇرۇشنى بىر تەرەپ قىلىپ، مەھسۇلات لىنىيەسىنى بەلگىلەيدۇ.

ناھايىتى تېزلا نۇرغۇن مەھسۇلات ئىنژېنېرلىرى پەيدا بولدۇ، ئۇلار دۇنيادىكى ئەڭ ئالدىنقى قاتاردىكى سودا ئىنستىتۇتى، قانۇن ئىنستىتۇتى شۇنداقلا قۇرۇلۇش تېخنىكا ئىنستىتۇتىنىڭ يۇقىرى دەرىجىلىك ئۇنۋانلىرىغا ئىگە. شىركەتنىڭ مەدەنىيىتىنىڭ تەدرىجىي تەرەققىي قىلىشىدا زور دەرىجىدە يۆكسىلىش كۆرۈلىدۇ، يەكىكە ھۆجەيرىلىك ئاميۇبىدىن ئومۇرتقىلىق ھايۋانغا تەرەققىي قىلىپ، ھۆكۈمەتسىز ھالەتتىن، ئۆزىنى ئۆزى باشقۇرىدىغان ھالەتتىن «تەرتىپلىك قالايمىغان» ھالەتكە تەرەققىي قىلدى، Google غا نىسبەتەن ئېيتقاندا، بۇ خىل ھالەت ئاللىبۇرۇن تەرتىپلىك ھالەتكە تولىمۇ يېقىنلاشتى.

جوناسان يېڭىدىن بۆلۈپ چىقارغان مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمى خۇددى شاھمات ئۇرۇقىغا ئوخشاش،

سندى مەسئۇل بولۇۋاتقان بازارچىلىق بۆلۈمى بىلەن قۇرۇلۇش بۆلۈمنىڭ ئارىسىغا قىستۇردى. مەھسۇلات باشقۇرۇش غەيرى دائىمي ئورۇنلاشتۇرۇلىدىغان بۆلۈم بولغاندا، مەن خىزمەتداشلىرىم بىلەن بىللە ئىنژېنېرلارغا ئەگىشىپ تارقىتىلىش ئالدىدىكى مەھسۇلاتقا تەييارلىق قىلىمىز. بۈگۈنكى كۈندە مەھسۇلات دىرېكتورى بۇ پائالىيەتلەرنى رەسمي تەڭشەشكە مەسئۇل، مەھسۇلات مۇتەخەسسىسى ۋە ماركا دىرېكتورى (يەنى مەن) خۇددى ئۇلارنىڭ قورال ساندۇقىدىكى باشقا شىركەتلەرنىڭ مەنبەسىگە ئوخشاش، ھەممەيلەن ئۇلارنىڭ چاقىرىقىغا ئاۋاز قوشىمىز.

يېڭى تەكلىپ قىلىنغان خادىملارنىڭ ئۇزلۇكسىز كىرىشىگە ئەگىشىپ، مەھسۇلات باشقۇرۇشتىن ئىبارەت بۇ شىنا توختىماي كېڭەيدى، بىزنىڭ كىچىككىنە بازار بۆلۈمىدە، ئۇنىڭ ئورنىنى ئالىدىغان قارشىلىق كۈندىن كۈنگە كۈچەيدى. ئۆزەمنى ئېلىپ ئېيتسام، مەن بىرلەشتۇرۇشنى خالايمەن، ئەمما چەتكە چىقىپ قېلىشنى خالىمايمەن. قۇرۇلۇش تېخنىكىسى ھەرىكەتلەندۇرگۈچ كۈچ بولۇپ، ئۇزلۇكسىز زورىيىۋاتقان تەشكىلدە، مەھسۇلات باشقۇرۇشنىڭ ھوقۇقى ناھايىتى ئاسانلا قالايمىغان پايدىلىنىلىدۇ. ماركا باشقۇرۇشنى ئۆز ئىچىگە ئالغان، سىندىنىڭ دوكلاتى قوشۇمچە رولغا ئايلىنىپ قالدى. بىز سېپتا ئىشلەنگەن ئاپتوموبىلغا ئەڭ ئاخىرقى بىر قەۋەت چىرايلىق كىيىمنى كىيدۇرىمىز—بىر سۈركەپلا تۆۋەندىكى ماشىنا ئۈسكۈنىلەرنى نۇر چاچقۇزۇپ پارقىرىتىۋېتىشتىن سىرت، بىزنىڭ تىرىشچانلىقىمىزنى كۆرگىلى بولمايدۇ. مېنىڭ بۇ رولۇمنىڭ يەنە قىممىتى بار، چۈنكى مەن يەنىلا مەھسۇلاتقا ئائىت تېكىستلەرنى بىر تەرەپ قىلىشقا مەسئۇل. بىراق، ئىشلەتكۈچىنىڭ مەھسۇلاتنى قانداق ھېس قىلىدىغانلىقىنى ئويلاش، پۈتكۈل شىركەتنى بىر پۈتۈن گەۋدە سۈپىتىدە كۆرۈنىدۇ دەپ ئويلاشقاندا، مېنىڭ ئالدىنلىق دەرىجەم ھەقىقەتەن يۇقىرى ئەمەس. مەھسۇلاتنىڭ ئۆزى گەپ قىلىدۇ، شۇڭلاشقا ئەڭ مۇھىمى يەنىلا تېخنىكا ۋە مەھسۇلاتنىڭ ئاجايىپ ئىقتىدارى.

مالىيە بۆلۈمى بىلەن ئېلان قوشۇننى بىر ئىشخانىغا تىقىپ قويغاندىن كېيىن، Google بىناسىدىكى ئادەملەرنىڭ زىچلىقى يەنىلا ئېشىۋاتىدۇ، بىز ناھايىتى تېزلا «پۇل دۆۋىسى» (MoneyPlex) دېگەن تەخەللۇسقا ئېرىشتۇق. ئادەم كۆچى بايلىقى بۆلۈمىدىكى ستاسى ئىشخانىنىڭ تازىلىقى شۇنداقلا كىچىك ئاشخانىنىڭ مەسئۇلىيىتى مەسلىسگە قارىتا، كۆپلىگەن ئەسلەتمە ئەسكەرتىش تارقىتىپ، بىزدىن ئىشلەتكەن چىنە-قاچىلارنى ئېلىپ كېتىشنى، ئىچىپ قويغان سۈتنى ئېلىپ كېتىشنى، يېرىمنى يەپ قويغان بانانىنى تاشلۇېتىشنى، قايتا پايدىلانغىلى بولىدىغان بارلىق بۇيۇملارنى يىغۇېلىشنى، يىغىن زالىنى ئىشلىتىپ بولۇپ تازىلۇېتىشنى، خوككى توپى كالتىكىنىڭ بېشىنى ۋاقتىدا تازىلاشنى، ئەرمەك ھايۋانلارنى ئاشخانا، تاماقخانا ۋە مۇنچىغا ئەكىرمەسلىكنى تەلەپ قىلدى. يەنە ئىت باشقۇرۇش ھەققىدىكى قائىدە تۈزۈملەر، ئىت يۇڭى، ئىت قاۋاش، ئىت ئادەم چىشلەش قاتارلىقلار تەرەپلەردىكى ئىشلارنى ئۆز ئىچىگە ئالدۇ.

ئاشپەز چارلى لارري، سېرگېي شۇنداقلا ئۇزاق ۋاقىت مەنبە قىسلىقىنىڭ ئازابىنى يەتكىچە تارتقان ئارقا سەپ دىرېكتورى جورج سالاخنى ئاگاھلاندۇرۇپ، ئەگەر تېخمۇ چوڭ جاي بولمىسا ئۇ ئىشلىمەيدىغانلىقىنى ئېيتتى. ئوتتۇرھال لايىھە ناھايىتى تېزلا شەكىللەندى: بىر كۈنى چۈشتىن بۇرۇن، سالىيارکا موتورلۇق يېرىم پىرىتسىپلىق سۈرەش ئاپتوموبىلى پەيدا بولدى، ئۇ كەينىگە يوغان ئاق رەڭلىك كۆچمە ئۆيدىن بىرنى سۆرىۋالغان ئىدى، ئۇنىڭ ئىچىدە مەخسۇس ئوچاق، قاچا يۇيۇش ماشىنىسى، ئاشخانا سايمانلىرىنى ئاسىدىغان ئىلمەك شۇنداقلا پەشخۇن بار ئىدى. غايەت زور مەخلۇقنىڭ ئىلمىكىنى بوشىتىپ، ئاشخانىغا يېقىن ماشىنا توختىتىش ئورنىغا توختىتىلدى، خۇددى تۆتۈۋالغان چوڭ بېلىقنى قۇياش نۇرى ئاستىدا قاقلىغاندەك.

كۆچمە ئۆيدە چوڭ تېپتىكى دالا پائالىيىتى ئۈچۈن لايىھەلەنگەن پۈتكۈل جابدۇقلار تەل كۆچمە ئاشخانا بار ئىدى، ئۇ ئېھتىياجلىق بولىدىغان سىرتقى شەرت پەقەتلا تۇك مەنبەسى ۋە سۇ تۇرۇبىسى ئۇلاش ئىدى. بىزدە سۇ ۋە تۇك بار، بىراق قانۇنلۇق ئىشلىتىش ئىجازەتنامىمىز يوق. ئەمما، بىر قانچە يۈز Google خىزمەتچىسىنىڭ بەختىي ئۈچۈن، بىر ۋاراق قۇرۇق قەغەز نېمىگە ھېساب ئىدى؟ ئارقا سەپ خادىملىرى بۇ ئوقەتنى ئۇلاپ، ئوتنى يېقىپ ئىشلىتىشكە باشلىدى. چىپ-چىرايلىق مېتال قېپى كۆزنى قاماشتۇرىدىغان يازنىڭ ئاپتېپىدا يالت-يۇلت چاقنايتتى، تۇرخۇندىن پۇرقىراپ ئىس كۆتۈرۈلەتتى، بۇ «قوشۇمچە ئاشخانا» Google

تۇرۇشلۇق ئىشخانا رايونىدىكى ئۆيلەرنىڭ قىممىتىنى شۇ ھامان تۆۋەنلىتىۋەتتى. شۇنىڭ بىلەن بېتون يولدا قاتنايدىغان فورد ماركىلىق قارا ماشىنىلار يوقاپ كەتتى، يەنە زەنجىر بىلەن چىملىقتىكى ئورۇندۇقتا باغلاپ قويۇلىدىغان بەتبەشىرە ئىتمۇ يوقاپ كەتتى، چارلى قول ئاستىدىكىلەرنى دەرھال «دېڭىز قاراقچىلىرى بايرىقى» ياساشقا بۇيرۇپ، كۆچمە ئاشخانىنىڭ ئۆگزىسگە تىكلەگلىك بايراق خادىسىغا ئېسىپ، بۇ جايىنىڭ دەخلى قىلىشقا بولمايدىغان رايون ئىكەنلىكىنى ئىپادىلىدى. چارلى بۇ قانۇنسىز ئاشخانىدا خاتىرجەم ئىشلەيتتى، پەقەت بىر قېتىم، ئوت ئۆچۈرۈش ماشىنىسىدىن بىرى كەلدى، ئۇلار پەقەت مائۇنتېن ۋىيۇ (Mountain View) شەھىرىنىڭ ئاسمىنىدا قوۋۇرغىنىڭ مەززىلىك پۇرىقى ئارىلاشقان ئىسنىڭ قەيەردىن كەلگەنلىكىنى ئېنىقلاش ئۈچۈن كەلگەن، ئاخىرىدا ئوت ئۆچۈرۈش خادىملىرى قولىنى پۇلاڭلىتىپ كېتىپ قالدى، بىزنى چاقىرمىدى—ئۇلارمۇ كاۋاپ زىياپىتى يېيىشكە ئامراق.

يېگىرمىنچى باب
ئورنىمىز نەدە

ئىشلەتكۈچىلەر يەنە قاقشاشقا باشلىدى. Google ئىزدەشنى ئىشلەتكەندە قاتتىقش شەكلىدىكى ئېلان بارغانسېرى كۆپچىلىكنىڭ ئومۇميۈزلۈك ھۇجۇم نىشانىغا ئايلاندى، ئۇ ئېلانلار يېڭى كۆزنەك ئېچىپ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئۈستەل ئۈستىنى قالايمىقان قىلىۋەتكەن، ئادەمنىڭ تىللىغۇسى كېلىدۇ. ئىشلەتكۈچىلەر، ئەگەر بىز بۇ خىل قاتتىقش شەكلىدىكى ئېلانلارنى يوقاتمىساق، ئۇلارنىڭ Google نى ئىشلەتمەيدىغانلىقىنى ئوتتۇرىغا قويىدى.

Google ئەزەلدىن قاتتىقش شەكلىدىكى ئېلاننى قىستۇرمىغان، بۇنى پۈتۈنلەي باشقىلار قىلغان، ئەمما قارىماققا بىز قىلغاندەك كۆرۈنىدۇ. بەزى شىركەتلەر بىر قىسىم ھەقسىز يۇمشاق دېتال تارقىتىپ، ھۆججەت ھەمبەھىرلەش، ۋاستە قويۇش يېكى ئېلخەتكە كۈلگەن چىراي ئىپادىسى قوشۇش قاتارلىقلارنى ئىشقا ئاشۇرۇشقا ئىشلىتىدۇ. ئىشلەتكۈچىلەر بۇ پروگراممىلارنى چۈشۈرگەندە، ئويلىمىغان يەردىن كومپيۈتېرغا قاتتىقش شەكلىدىكى ئېلان ھەتتا ئىناۋەتلىك كارتا ئۇچۇرلىرى ۋە شەخسىي ئۇچۇرلارنى توپلايدىغان پىروگراممىلار بىللە يۈكلىنىدۇ.

بەزى يۇمشاق دېتاللار ئوغرىلىقچە كومپيۈتېرنى تىزگىنلەپ، «رەت قىلىش مۇلازىمىتى ھۇجۇمى» (denial-of-service) ياكى ئىشلەتكۈچىگە ئەخلەت ئۇچۇرلارنى يوللايدۇ، تېخنىكا خادىملىرى بۇ خىل پارازىت يۇمشاق دېتاللارنى «زەھەرخەندە يۇمشاق دېتال»، «ئېلان يۇمشاق دېتالى» ياكى «جاسۇسلۇق يۇمشاق دېتالى» دەپ ئاتايدۇ، بىز بۇلارنىڭ ھەممىسىنى ئومۇملاشتۇرۇپ «يۇزسىز يۇمشاق دېتال» دەيمىز.

ماتېرىياللار شەخسەن ئۆزى بۇ خىل «يۇزسىز يۇمشاق دېتال» لاردىن قاتتىق يىرگىنىدۇ. ئۇنىڭ ئاساسلىق خىزمىتى باشقىلارنىڭ ئالدامچىلىق ياكى «زورلاپ سېتىش» ۋاستىسى ئارقىلىق بەزى تورتۇرالارنىڭ Google ئىزدەش نەتىجىسىدىكى ئورنىنى ئالدىغا سۈرۈشنىڭ ئالدىنى ئالىدۇ، ئۇلارنىڭ ھىيلە-نەيرەڭلىرىنى ئەمەلگە ئاشۇرمايدۇ. ئۇ ھەر كۈنى «ئالدامچى» لار بىلەن جەڭ قىلىدۇ، بىراق يۇزسىز يۇمشاق دېتاللارنى تارقاتقۇچىلار ئەڭ چوڭ ئالدامچىلار، ئىزدەشنى ئىشلەتكەنلەرگە Google نى ئىشلىتىش تۈيغۇسى ناچارلاپ كەتكەندەك تۈيغۇ بېرىدۇ، بۇنىڭدىن ماتېرىياللار ئىچى سىقىلدى. 2001-يىلى يىل ئاخىرى، ئۇ يۇزسىز يۇمشاق دېتاللارنىڭ كۈنسېرى كۆپىيۋاتقانلىقىنى بايقىدى، شۇنىڭغا ئەگىشىپلا ئۇ Google دىكى ئىشداشلىرىدىن بۇ تەرەپتە بىر ئاز ئىش قىلىپ ياردەم بېرىشنى خالايدىغانلارنىڭ بار يوقلۇقىنى سەمىمىيلىك بىلەن تەكلىپ قىلدى.

مەن بىلەن ماتېرىياللار تەسىراتى ئوخشاش بولۇپ، مەن پەقەتلا خالىمىغان ھالدا، بەزى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ بىز تىزگىنلەشكە ئامالسىز نەرسىلەرنىڭ سەۋەبىدىن Google ئىزدەشنى قايتا ئىشلەتمەيدىغانلىقى ھەققىدە تەھدىت سالدى. مەن ماتېرىياللار بىلەن بىللە ئەمەلىي ئەھۋالنى چۈشەندۈرۈپ ئۇزۇن بىر پارچە جاۋاب ئېلخەت يازدۇق، ھەمدە ئىشلەتكۈچىلەرگە بۇ مەسىلىگە قانداق تاقابىل تۇرۇشنى بىلدۈردۇق. ئىشلەتكۈچىلەر بۇنى بىلگەندىن كېيىن كەچۈرۈم سورايدىغانلىقىنى بىلدۈردى، ھەمدە بىزنىڭ ئۇلار دېققەت قىلمىغان ئىلگىرى پەقەتلا بىلمەيدىغان مەسىلىنى ئەسكەرتكەنلىكىمىزگە رەھمەت ئېيتتى. ماتېرىياللار

باشلىغان ئىشنىڭ ئاخىرىنى چىقارماقچى بولدى، ئۇ Google قورال بالداقتا قاتقىش شەكلىدىكى ئېلانلارنى توسالايدىغان يۇمشاق دېتالنى سىڭدۈرۈش توغرىسىدا تەكلىپ بەردى، شۇنىڭدەك بىز تاپشۇرۇۋالغان ئەرزلەرنى ئامېرىكا فېدېراتسىيە سودا كومىتېتىغا سۇندى. ئۇ يەنە شىركىتىمىزنىڭ باش بېتىدە ئۇقتۇرۇش چىقىرىپ، Google دا مەسىلە يوقلۇقىنى چۈشەندۈرۈش ھەققىدە تەكلىپ بەردى.

ۋاينى روسىڭ ئىش تېرىغۇچىلارغا قارىتا بىر مەيدان ئومۇميۈزلۈك «جازا يۈرۈش ئۇرۇشى» قوزغاشنى قوللايتتى، ھالبۇكى باشقىلار «جەڭ ئېلان قىلىش» نىڭ خەۋپ ئېلىپ كېلىشىدىن ئەنسىرىدى. بىز زەھەرخەندە يۇمشاق دېتال ئىجادكارلار سانىنىڭ ئاز ئەمەسلىكى، بۇنداق جەڭ ئېلان قىلغاندا ئۇلارنىڭ بىزگە نىسبەتەن كۆڭلىدە غۇم ساقلايدىغانلىقىنى پەرەز قىلدۇق. ئۇلار توسقۇنلۇقتا ئۇچراشنى ياقتۇرمايدۇ، ئۇلار ئۆزلىرىنى توسقان كىشىلەرگە ھېچنېمىگە قارىماستىن ھۇجۇم قىلىدۇ. ئەگەر بىز باشقىلارغا ھەيۋە قىلىپ، ئىز بېسىپ قوغلىساق، ئۇلار تورتۇرايمىزنى نىشان قىلىپ، بىرگە جازا، مىڭغا ئاگاھ قىلىپ، شۇ ئارقىلىق ئىشلەتكۈچىلەرگە تېخىمۇ ئېغىر ئاقىۋەتلەرنى ئېلىپ كېلىدۇ. ماربىسا ئوتتۇرھال ئامال قوللىنىش تەكلىپىنى بەردى، ئەگەر بىز كومپيۇتېرنىڭ مەلۇم بىر لۇكچەك يۇمشاق دېتال بىلەن يۇقۇملانغانلىقىنى بايقىساق، بىر ئۇچۇر كۆرسىتىپ، ئىشلەتكۈچىگە قانداق بىر تەرەپ قىلىشنى بىلدۈرەيلى، بۇ ئامالنى قوللانغاندا، لۇكچەك يۇمشاق دېتال مەسىلىسىگە يولۇقمىغان ئىشلەتكۈچىلەرگە ئاۋارىچىلىك ئېلىپ كەلمەيدۇ، ئۆزىمىزمۇ بەك كەڭ دائىرىلىك ھۇجۇم نىشانىغا ئايلىنىپ قالمايمىز.

ئەمەلىيەت ئىسپاتلىدىكى، بۇ خىل چارە ئانچە ئاقمىدى، شۇڭلاشقا بىز يەنە بىر خىل ئامال ئىشلەتتۇق، يەنى باش بەتكە ئۇلانمىدىن بىرنى قوشۇپ، ئۇقتۇرۇشقا ئۇلىنىدىغان قىلدۇق. بىز ئىشلەتكۈچىلەرگە، ئۇلار كۆرگەن قاڭقىش شەكلىدىكى ئېلانىنىڭ Google دىن كەلمىگەنلىكىنى، بىزنىڭ ناھايىتى ئېھتىياتچان، ناھايىتى قاراتمىلىققا ئىگە ھالقىلىق سۆز ئېلان پىروگراممىمىز بارلىقىنى تىلغا ئېلىپ بىلدۈردۇق. بۇنداق بولغاندا، بىرلا ۋاقىتتا ئىككى نىشاننى ئىشقا ئاشۇرۇپ، بىر چالمدا ئىككى پاختەك سوقتۇق.

لارىرى كېيىنكى مەزمۇننى ياقتۇرمىدى. باش بېتىمىزنى زىيارەت قىلىدىغان زور كۆپچىلىك ئىشلەتكۈچى ھەرگىز بىزنى ئىزدەپ ئېلان قويمايدۇ ھەتتا بىزنىڭ ئېلان كەسىپىمىزنىڭمۇ بارلىقىنى بىلمەيدۇ. ئەگەر ئىشلەتكۈچىنىڭ ئېھتىياجى بولمىسا، نېمە ئۈچۈن ئۇلارغا بىلدۈرىمىز؟ لارىرى ئەزەلدىن ئىشلەتكۈچىلەر ئۈچۈن كېرەكسىز دەپ قارىغان ئۇچۇرلارنى تەمىنلەشنى ئويلىمايتتى. شۇنىڭ بىلەن، مەن ۋاستىلىك ھالدا AdWords نى تەشۋىق قىلغان مەزمۇننى چىقىرىۋەتتىم.

2002-يىلى 1-ئايدا، تورتۇرايمىزغا بىر قۇر مەزمۇن قوشتۇق: «Google قاڭقىش شەكلىدىكى ئېلان كۆرسەتمەيدۇ، سەۋەبىنى كۆرۈڭ. » بۇ تېكىست ئۇلانما باشقا بىر بەتكە ئۇلىنىدىغان بولۇپ، بېشىدا «Google ھەر قانداق قاڭقىش شەكلىدىكى ئېلانىنىڭ تور بەتتە كۆرۈلۈشىگە يول قويمايدۇ، بىز بۇ خىل ئېلانىنى ياقتۇرمايمىز». بۇ سۆز ئېلان قىلىنغاندىن كېيىن، تەسىرى ناھايىتى تېزلا كىشىلەرنى ھاياجانلاندۇردى، بۇ ئىش بىلەن گۈلقەقەلىرىم ئېچىلىپلا كەتتى! Google مېنىڭ شەخسىي نەشرىيات سۈپامغا ئايلىنىۋاتاتتى. ئىلگىرى Mentalplex ئىزدەش، «9.11» تېررورلۇق ھۇجۇم قىلىش ۋەقەسى مەخسۇس خەۋەرلىرى، «بىز بايقىغان 10 چوڭ ھەقىقەت» بار ئىدى، ھازىر «قاڭقىش شەكلىدىكى ئېلان يوق». تورتۇرانىڭ چېكىلىش نىسبىتى ئۇزلۇكسىز ئۆرلەۋاتىدۇ. بىز ئاللىبۇرۇن دۇنياۋى ئەڭ ئالىي مۇنبەردىن بىرنى قۇرۇپ بولدۇق، مېنىڭ ئاۋازىم مۇشۇ ئارقىلىق يىراقلارغا تارقىلىدۇ. «نىيۇيورك ۋاقىت گېزىتى» نىڭ ئوقۇرمەنلىرى ۋە تور خەۋەرلىرىنى كۆرىدىغان كۆرۈرمەنلەرگە سېلىشتۇرغاندا، مېنىڭ يازمام ۋە ئويۇمنى كۆرۈدىغان ئادەمنىڭ سانى ئېشىپ كەتتى، مەن سەھنە ئارقىسىدىكى ھەممەيلەن بىلىدىغان باللار ھېكايىلىرىنى سۆزلىگۈچىگە ئايلاندىم، مەن ئامالنىڭ باربىچە ئۆزەمنى يوشۇراتتىم.

AdWords Select مۇلازىمىتى تارقىتىلغاندىن كېيىن، ئامېرىكا بىرلەشمە ئاگېنتلىقى ئىككىنچى كۈنى مۇناسىۋەتلىك خەۋەر بەردى، ئۇنىڭدا «تۇردىكى ئىزدەش مۇتۇر مۇلازىمى بىلەن تەمىنلىگۈچى سودىگەر

Google شىركىتى بىر خىل پىروگراممىنى كىرگۈزگەن بولۇپ، ئەگەر قوللىغۇچى سودىگەر تېخنىۋ كۆپ خىراجەت چىقىم قىلىشنى خالىسا ئۇنداقتا بۇ پىروگراما ئۈلارنىڭ تورتۇراسىنى تېخنىۋ كۆرۈنەرلىك شەكىلدە نامايەن قىلىدۇ. تەنقىدچىلەر بۇ پىروگراممىنى سودا ئالدامچىلىقىنى ئەمەلىيلەشتۈرىدىغان يېڭى چارە دەپ مەسخىرە قىلىدۇ». بۇ ماقالە بىزنى Overture بىلەن ئوخشاش بىر جاڭگالنىڭ بۆرىلىرى دەپ تەسۋىرلىگەن، بۇ ھەقىقەتەن چوڭ خاتالىق، لېكىن پۈتۈن مەملىكەتتىكى ئاساسلىق خەۋەر تاراتقۇلىرىنىڭ ھەممىسى بۇ سۆز ئىبارىلەرگە ئېسىلۋېلىپ بۇنىڭغا چۈشەندۈرۈش بەردى. بۇ كۈنى، «ئەبىلەخ» دېگەن سۆزنى Google بىناسىنىڭ ھەممە يېرىدا ئاڭلىغىلى بولاتتى.

بىز ئىزچىل ناھايىتى ئېھتىياتچانلىق بىلەن ئىزدەشنىڭ سەمىيىلىك پىرىنسىپىغا ئىتائەت قىلىپ، يامانلىق قىلىدىغانلار بىلەن ئۆزىمىزنى پەرقلەندۈردۇق، نەتىجىدە ھەممىسى بىكار بولدى. سىندى ناھايىتى تېزلىكتە ئامېرىكا بىرلەشمە ئاگېنتلىقىغا بېرىپ تۇزىتىش ئۇقتۇرۇشى تارقاتتى، بىراق ئۇمۇ دەسلەپتە AdWords Select مۇلازىمىتى ھەققىدە ھېچقانداق ئاخبارات ماقالىسى تارقاتماسلىق قارارىغا نسبەتەن، قايتا ئويلاشتى. سىندى باشتىن ئاخىر مۇخبىرلارنى مەركەز قىلغان ئاممىۋى مۇناسىۋەت تەدبىرىنى قوللاندى، ھالقىلىق ئاخبارات مۇخبىرلىرى بىلەن يېقىن ئالاقىنى ساقلاپ ماڭدى، شىركەتتە كىچىككىنە بىر ئىش يۈز بەرسىمۇ ھەممىسگە «ئاخبارات ئېلان قىلىش يىغىنى» ئېچىپ يۈرمىدى. زور كۆپچىلىك ۋاقتلاردا، بۇ تەدبىرنىڭ ئۇنۇمى ياخشى، ئەمما مۇخبىرنىڭ خەۋىرى ئەمەلىيەتتىن ئېغىر دەرىجىدە چەتنەپ كەتكەن ۋاقىتتا، بىز Google نىڭ ئىگە تەرەپ نەشرى ئارقىلىق ئۇنىڭغا رەددىيە بېرەلمەيمىز. ئەتىگەن سەھەر 2 دە، سىندى بىلەن ئاممىۋى مۇناسىۋەت دىرېكتورى داۋىد كىرەين ئاممىۋى مۇناسىۋەت خەۋەر مەخسۇس لىنىيەسى ئارقىلىق ماقالە ئارگىنالىنى تارقىتىدۇ، «Google تولۇق ئاپتوماتىك پىروگراما قوللىنىدىغان بولۇپ ئىلگىرىكىگە ئوخشاشلا ئادەل بولغان ئىزدەش نەتىجىسى بىلەن تەمىنلەيدۇ، ھەق تۆلىگەنلىك سەۋەبىدىن تەسىرگە ئۇچرىمايدۇ» دېيىلدى.

ئامېرىكا بىرلەشمە ئاگېنتلىقىنىڭ ئۇ خەۋىرى تاسادىپىيلىق بولغاندىن سىرت، بىز بىلەن مۇناسىۋىتى ياخشى تاراتقۇلارغا نسبەتەن ئېيتقاندا باشقىچە ئەھۋال ھېسابلىنىدۇ. بىراق، سىندى ئەھۋالنىڭ دائىم ئۆزگىرىپ تۇرىدىغانلىقىنى چۈشىنىدۇ، ھېچكىمنۇ مەڭگۈ ئەتىۋارلانمايدۇ. ئىككى كۈندىن كېيىن، ئۇ «ئاممىۋى ئۇچۇرنىڭ كۆچى ھەرىكىتى» نى پىلانلاشقا باشلىدى، مەقسىتى بارلىق ئىزدەش مۇلازىمىتى شىركەتلىرىنىڭ پەيدا بولغاندىن باشلاپلا باپىاراۋەر بولۇپ كەتمەيدىغانلىقىنى تەكىتلەش. بىز ئۆزىمىزنىڭ تورتۇراسىدىن پايدىلىنىپ، گېزىت مەخسۇس سەھىپسىنىڭ مەزمۇنى بىلەن ئوپىۇ-ئوخشاش بولغان سۆزگۈچتىن ئۆتمىگەن ئۇچۇرلانى نامايان قىلمىز، باشقۇرۇش قاتلىمىمۇ ئاڭلىغۇچىلارغا مەخسۇس نۇتۇق سۆزلەيدۇ.

ئۇ بىزگە مۇنداق دېدى: «مەن ئامېرىكا بىرلەشمە ئاگېنتلىقىنىڭ Google ئىزدەش نەتىجىسنى ساتىدۇ دەيدىغان گەپلەرنى قىلىشقا تاقەت قىلالمايمەن. ماركىمز زىيانغا ئۇچرىدى، بۇنى ئوڭشاش لازىم. بىز دېگەن Google تۇرساق! ئاسارەتلەردىن قۇتۇلۇپ، باتۇرلۇق بىلەن ئالغا ئىلگىرىلەپ، ئەسكى ئىشنى ياخشى ئىشقا ئۆزگەرتەيلى!»

ھەق تۆلەپ رەتكە تىزىش مەسلىسىدە، كىشىلەرنىڭ تەسىراتى كۈندىن-كۈنگە چوڭقۇرلىشىۋاتىدۇ. «Google نىڭ ئىزدەش نەتىجىسنى سېتىشنى رەت قىلىش» ماۋزۇسى Slashdot مۇنبىرىدە كۆرۈنگەندە، بىرىنچى ئىنكاس «مەن بۇ شىركەتنى ئۆلگىدەك سۆيىمەن».

ئۆزىنى Overture نىڭ خىزمەتچىسى دەپ ئاتىۋالغان بىرى ئۇنچە كۆڭۈلچەك ۋە مەخپىي بولمىدى. ئۇ ھەسرەتلەنمەي مۇنداق دەپ سورىدى: «ئەگەر Google ئۈلار ئۆزى دېگەندەك شۇنداق پاك بولسا، ئېلان ئىزدەش كەسپىگە كىرىشنىڭ زۆرۈرىيىتى بارمۇ؟» ئۇنىڭ سۆزىدىن پۈتكۈل ئېلان كەسپىنىڭ ھەممىسى پاكىز ئەمەس دېگەن مەنا چىقىدىغاندەك قىلىدۇ. مەن بۇنداق ئويلىمايمەن. كېرەكلىك ئېلانىنى كۆرسەتسە بولىدۇ، ئەمما چوقۇم بۇنىڭ ئېلان ئىكەنلىكىنى ئىزاھلاش كېرەك. پەقەت ئىشلەتكۈچىنى ئالداپ كىرىم قىلمىسلا

بولىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ نۇقتىنى قىلىش ئانچە تەس ئەمەس.

لارى بىلەن سېرگېي تېخىمۇ يېراقنى كۆرىدۇ. Overture ۋە بىر قىسىم دەرۋازا تورتۇرالارنىڭ ئۇسۇلى ئىشلەتكۈچىلەرنى ئۇلانمىنى چەكمەس قىلىۋېتىشكە باشلىدى، چۈنكى ئەگەر چەكسە، ئالدانغانىدەك ھېس قىلىدۇ. بىزنىڭ مەقسىتىمىز ئېلانىنىڭ ھەقىقىي لازىملىق بولۇشى، ئۇنىڭ ئىزدەش نەتىجىسى ئەمەس بەلكى ئېلان ئىكەنلىكىنى بىلگەن تەقدىردىمۇ، ئىشلەتكۈچى ئۆزى خالاپ چېكىدۇ. ئىگىلىك تىكلىگۈچى ئىككىيلەنگە نىسبەتەن، يامانلىق قىلماسلىق نۇقسانسىز سودا تەدبىرىگە تەڭ.

مەن سىندىغا تەشەببۇس قىلغان «ئاممىۋى ئۇچۇرنىڭ كۈچى ھەرىكىتى» نىڭ بىرىنچى تۆھپىسى بۇ قائىدىنى ناھايىتى ياخشى چۈشەندۈردى. يەنى «بىز نېمە ئۈچۈن ئىزدەش نەتىجىسىنى ساتماي، ئېلان ساتمىز؟» 2002-يىلى 3-ئايدا، مەن باش بەتتە مۇنداق مەزمۇننى يېزىپ قالدۇردۇم. ئاندىن ئۇلانما ئارقىلىق يەنە بىر بەتكە ئاتلايدۇ، بۇ بەتنىڭ بېشىدىلا مۇنداق دېيىلگەن «ھەممە نەرسىنى ئېلىپ ساتقىلى بولىدىغان بۇ دۇنيادا، ئېلان سودىگەرلىرى نېمە ئۈچۈن ئىزدەش نەتىجىسىدە تېخىمۇ ئالدىغا تىزىلغان ئورۇننى پۇلغا ساتمىسۇن؟ جاۋابى ئىنتايىن ئاددى: بىزنىڭ قارىشىمىزچە، Google نى ئىشلىتىپ تاپقان ئىزدەش نەتىجىسى سىلەرنىڭ ئىشەنچىڭلارغا ئېرىشىدۇ».

بۇ ماقالىدا «قاڭقىش شەكلىدىكى ئېلان يوق» بولغىنىغا ئوخشاش، شۇنچە كۆپ ئىشلەتكۈچىنىڭ قىزىقىشىنى قوزغىدى، بىراق سېتىش قوشۇنى بەك ياقتۇرىدۇ، ئۇ بىزنىڭ نېمە ئۈچۈن ھەق تۆلەپ رەتكە تىزىشنى رەت قىلىدىغانلىقىمىزنى خېرىدارلىرىمىز چۈشەندى، شۇنىڭ بىلەن بىللە بىزنىڭ ئۆزىمىزنى تېخىمۇ ئەخلاقلىق ھېس قىلىدىغانلىقىمىزنى ھەمدە تېخىمۇ ئۇنۇملۇك ئېلان ۋاستىسىغا ئايلانماقچى ئىكەنلىكىمىزنى تەپسىلىي چۈشەندۈردۇق. شۇنداقتىمۇ، كەسىپ تەرەققىيات قوشۇنى ئەڭ ئاخىرقى قارارغا نىسبەتەن خاۋاتىرلەندى، «باشقا تور مۇلازىمەت سودىگەرلىرى پەرقلىق ئېلان بىلەن ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ قانچىلىك مۇھىملىقىنى پەرقلەندۈرۈش كېرەك دەپ قارىمايدۇ. ئەمما بىز مۇشۇنداق قارىساق، سىلەرنىڭ بىلىشىڭلارنى ئۈمىد قىلمىز. » بىزنىڭ ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىز مەسىلەن Yahoo قانداق ئويلايدىغانىدۇ؟ ئۇلار بۇنى ئۆزلىرىگە قارىتىلغان ھۇجۇم دەپ قارامىدۇ؟ نېمە دېگەن بىلەن، ئۇلار بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىمىزنىڭ ئۈستىدە Overture نىڭ ئېلان تىجارىتىنى قىلىدۇ.

ئومۇمەن، بۇنىڭ بىز بىلەن Yahoo نىڭ توختامنى داۋاملاشتۇرۇپ تۇزۇشىگە ئانچە يارىمى يوق. Inktomi توساتتىن ئادەمگە دېۋەيلەپ، بۇ كەسىپنى تارتىۋېلىشقا ئۇرۇندى. ئۇلارنىڭ دېيىشچە، Yahoo تورتۇراسى Google غا ئېلىپ كەلگەن ئىشلەتكۈچىلەر بۇندىن كېيىن بۇاستە Google نى ئىشلىتىپ ئىزدىسە بولىدىغانلىقىنى ئېيتتى. نېمە ئۈچۈن Yahoo ئۆزىنىڭ ئىشلەتكۈچىلىرىنى Google غا ئۆتۈنۈپ بېرىدۇ؟ ئۇلار ھەتتا Yahoo شىركىتىنىڭ باغچە رايونىنى ئايلاندۇرۇپ، ماشىنا ھەيدەپ كۆچمە ئېلان تاختىسىنى كۆرگەزمە قىلىدى، ئۇستىگە: «سىلەر Google غا دىققەت قىلمىدىڭلارمۇ؟ Google ئىشلەتكۈچىلىرىڭلارنى ئوغرىلاۋاتىدۇ. Inktomi دوستانە ئەسكەرتىدۇ. » گەرچە بىز تۈيدۇرماي مۇنازىرە قىلساقمۇ، «سىلەر ئۈچۈن خېرىدار ئېلىپ كېلىمىز» دېگەن خەتلەرنى چاپلاپ، «خېرىدارلىرىڭلارنى ئوغرىلايمىز» نى باستۇرۇپ قويىمىز، ئەمما بىزمۇ رىقابەتچىلىرىمىزنىڭ ھېچقانداق ئەھمىيىتى يوق ھېيلە-نەيرەڭلىرىگە يول قويساق بولمايدىغانلىقىنى قارار قىلدۇق.

ئومىد ئانچە خۇشال ئەمەس ئىدى. ئۇنىڭ قارىشىچە، Google بىلەن دەرۋازا تورتۇرالارنىڭ مەنپەئەت توقۇنۇشى بار كىشىلەر بارغانسېرى كۆپىيىدۇ، بولۇپمۇ بىز پەقەت ئىزدەش نەتىجىسىگىلا ئەمەس بەلكى ئېلان تارقىتىدىغان ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلەرنى ئاشكارا ئىزدىگەندىن باشلاپ، بۇ خىل ئەھۋال تېخىمۇ گەۋدىلەندى، سېرگېي ئېلان بۆلۈمىدىن سانلىق مەلۇمات تەلەپ قىلدى، ئۇ بۇنىڭ خاتالىق ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلىماقچى ئىدى. مەن بىر قانچە ئاي ۋاقىت سەرپ قىلىپ سانلىق مەلۇمات ئىزدىدىم، نەتىجىدە ھېچنېمىگە ئېرىشەلمىدىم.

بـز Earthlink مـؤلازمېتىردا ئـزدەش ساھەسـىدىكى ئىلگىرىكـى مـؤقـم ۋەزىيەتـنـى غەلـبىلـك بـۇزۇپ تاشلىدۇق. توساتتىنلا، شەكسىز جەزملىگىلى بولىدىغان نەرسە تەۋرىنمەي تۇرىدىغان نەرسـگە ئايلىنـىپ قالـدى. Google يېڭى بىر كەسىپكە كىردى، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئورنى مۇقىم كـوزىر كارخـانىلاردىن كەسـىپ قازانـدى. بىزنىڭ ئارقا ئۇچ سىستېمىمىز ماھىيەتلىك مۇرەككەپ ئىلگىرىلەشنى مۇكەممەل ئىشقا ئاشۇردۇق، بـز يەنە بـر خىل ئىقتىساد ئەدىزىسىدىن يەنە بىر خىل ئىقتىساد ئەندىزىسگە ئۆتۈشنى تاماملىدۇق. بۇ نەتىجـلەر تېخنىكـا كۆچى كۆچلۈك شىركەت پۈتۈن كۆچى بىلەن ئاتلانسا نەچچە يىل تىرىشسا ئاندىن ئاران يېتەلەيتتى. Google پەقەت ئىقتىدارى بار تېخنىكا شىركىتى بولۇپلا قالماستىن، يەنە بۇ نۇقتىمۇ ئېنىقلىششقا باشلىدى.

2001-يىلىنىڭ ئاخىرى، مەن سىندىنىڭ تەلىپى بىلەن، بىر بۆلۈك ئادەمنى يىغـىپ، Google نـڭ بـازار ئـورنىنى ئويلىششـقا باشـلىدۇق. شـۇنىڭدىن كېـيىن، سۇسـان، شېرىل سـاندبېرگ(Sheryl Sandberg)، سىندى، يەنە بازارچىلىققا مەسئۇل باشقا بىر قانچە خىزمەتداشلىرىم بار، بىر قانچە ھەپتىدە بىر قېتىم يىغىلىپ، Google نـڭ كـۆپ ئۆزگـرىـدىغان جەۋھەرلىرىنى تەتقـق قىلـىپ ۋە جەزملـدۇق. بـز كۆپچىلـك ئوتتۇرىغـا قويغان لايىھەلەرنى «ئوۋ ئىتى بوۋاق»[40] دەپ ئاتاپ، داڕۋىنغا بولغان ھۆرمىتىمىزنى ئىپادىلىدۇق. شـركەتنىڭ ئېلان كەسپى بار كارخانا بىرلەشـمە گەۋدىسـگە قوشۇلۇشـغا ئەگىشـىپ، كارخانـا سـالاھىيىتىمىزدە ئـۆزگـرىش بولدى، ئەمما نېمىگە ئۆزگەردى؟ بىز دەرۋازا تورتۇرا دېگەن بەلگە چاپلىنىشنى خالـمـايتتۇق، بـراق بـز يەكـكە ھالدىكى ئىزدەش موتورى ئۇقۇم دائىرىسىدىن ھالقىپ كەتتۇق.

بىزنىڭ بۇ كىچىك گۇرۇپپىمىز بىرلىككە كېلەلمەيتتۇق. خۇددى ئەما كىشىنىڭ پىلنى سىلىغان ھېكايىسـغا ئوخشاش، ھەر قايىسسى ئۆزلىرى تۇتۇپ ھېس قىلغـان پىلنـڭ پـۇتى، پىلنـڭ بـۇرنى يـاكى پىلنـڭ دۇمبىسـگە ئاساسلىنىپ بۇ پىلنى تەسـۋىرلەيتتى. مەن بـۇ پىلنـى پۈتـۈن كۆرەلەيـدىغان ئـادەم بـلەن سۆزلىششـم كېـرەك ئـىدى، ئـۇ دەل لارىرى. مەن لارىرى ۋە سـېرگېي بـىلەن بـىرلىكتە ئۇلارنـڭ Google بولغـان تەسـەۋۋۇرلىرىنى مۇھاكىمە قىلدۇق، بۇ بىر سائەتلىك چوڭقۇر مۇھاكىمە ئارقىلىق ئۇلارنىڭ شىركەتكە بولغان يۈكسەك ئىرادىسى ۋە يۈكىنى تولۇق چۈشىنىپ يەتتىم، ئۆينـڭ ئىچـدىكى بىردىنبـر «يـات كىشـى» سـىندى ئـدى. بـۇ ئاخبـارات زىيارىتى ئەمەس، ئۇلار ئۆزلىرىنى يوشۇرۇش ياكى سۆزۇشـنىڭ ھـاجىتى يـوق، ھەممەيـلەن سـەممىيلىك بـىلەن كۆڭلىنىڭ چوڭقۇر قاتلىمدىكى ھەقىقىي ئويىنى ئىپادىلىدى.

سۆزلىششـنىڭ باشلىنىشـدىكى 15 مىنۇتتـا، بـز Google قەدەم باسـمغان ھەم مەڭگـۈ قەدەم باسمايدىغان ئىشلارنى مۇزاكىرىلەشتۇق. لارىرى Google نىڭ بىر خىل «تـوغرا يولغـا باشـلايدىغان كـۆچ» كە ئايلىنىشـنى ئۈمـىد قىلـدىكەن، مۇنـداقچە قىلـىپ ئېيتقانـدا بـز مەڭگـۈ مۇكاپـات تـارتىش، ئېتبـار كارتىسـى تارقىتىش ياكى مۇكاپاتلىق مۇسابىقە قاتارلىق تـۈردىكى بـازارچىلىق نەيرەڭلىرىنى قىلساق بولمايـدۇ. بـۇ خـل قىلمىشلار پەقەت كىشـلەر نـادان بـوزەك ۋاقىتتـتلا ئۇنـۈمى كۆرۈلـدۇ. لارىرى كېسـپلا، كىشـلەرنىڭ ئەخمەقلىق قىلىشنىڭ رەزىللىك بولۇشنى ئارزۇ قىلدى.

بـز ھەمكارلاشقۇچى شېرىكىمىز Yahoo غـا ئوخشـاش ئىشـلەتكۈچىلىرىمىزنى قايمۇقتۇرسـاق بولمايـدۇ. ئۇلار ئەينى ۋاقىتتا بىر خىل «ھەق تولەش سىڭدۈرمە» پىروگرامىمسىنى سىناق قىلـۋاتـاتتى، ئۇلارنـڭ ئـزدەش نەتىجىسـىدە رەت تەرتـىپ ئـورنىنى سـاتاتتى. Google خىزمەتچىلىرىنىڭ ئىشـغا بۇنـداق دەخلى قىلمايـدۇ، ئىقتىدارى تۆۋەن مەھسۇلاتنىمۇ ئوتتۇرىغا چىقارمايدۇ. ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ۋاقتىنى ئىسراپ قىلساق بولمايـدۇ— بۇ لارىرى قايتا-قايتا تەكتلىگەن بىر نۇقتا.

لارىرى ماڭا مۇنداق دېگەن، بـز ئەھمىيەتلىك ئـش قىلمـز، تەسـىر كـۈچى بـار ئـش قىلمـز، مۇنـداقچە

[40] 1831-يىلى 12-ئايدا، داڕۋىن «ناتۇرالىست» سالاھىيىتىدە ئۆزى پۈل چىقىرىپ «بېگىل» (Beagle، يەنى «ئوت ئىتى») نـاملىق ھەربىي پاراخوتقـا ئولتـۇرۇپ دۇنيـانى ئايلىنـىپ تەكشـۈرۈش ئېلـىپ بارغـان، تـارىخى 5 يىلغـا سـوزۇلغان تەكشـۈرۈش، داڕۋىننىڭ نەزەر دائىرىسىنى ئاچقان، ئەمەلىي تەكشۈرۈش جەريانىدا ئېرىشكەن بىرىنچى قـول ماتېرىيـاللار، شـۇنىڭدىن كېيىنكـى كـتـاب يېزىـپ تەلىمـات يارىتىشـى شـۇنداقلا ئاخىرىـدا جانلىقلارنـڭ تەدرىجـي تەرەققىيـات نەزىرىيەسـىنى يارىتىشـغا ئاسـاس سـالغان، يەنە مـول ماتېرىيـال توپلىغان. —تەرجىماندىن

قىلىپ ئېيتقاندا پىشاڭلىق رولى بار ئىش قىلمىز. مەن ئۇنىڭغا بىر قانچە ئەمەلىي مىسال كەلتۈرۈشنى ئېيتقاندا، ئۇ بېنگالنىڭ ئاز سوممىلىق قەرزى، لوككىن تېغى تەتقىقات ئورنىنى تىلغا ئالدى، شۇنىڭ بىلەن بىللە سودا تۈزۈمىنى ئۆزگەرتىش، ھەم مەبلەغ تېجەش ھەم مۇھىتنى قوغداشنى تەكتلىدى. ئۇ يەنە تارقاقلاشتۇرۇلغان ھېسابلاش ئۇسۇلى، دورا تەتقىقاتى ۋە تور سۈرئىتىنى تېزلىش قاتارلىق مەسىلەرنى تەكتلىدى. ئەنە ئاشۇنداق نەرسىلەر، يالغۇز بۇلارلا ئەمەس.

بىزنى باشقىلارنىڭ بىلىشى، بىزنىڭ كىشىلەر ئىشلىتەلەيدىغان نەرسىنى ياسىغانلىقىمىز سەۋەبىدىن ھەرگىزمۇ ئۇلارنى تەمىنلىگەنلىكتىن ئەمەس. ئۇچۇرنىڭ چەكلىمىلىكى بەكلا چوڭ. ئەمەلىيەتتە، بىز كەسىپ تېپى بىلەن ئەمەس بەلكى مەھسۇلاتنى ئىشلىتىشنى قولايلاشتۇرۇشتىن ئىبارەت بۇ ئەمەلىيەت ئارقىلىق شىركەت ئوبرازىنى تىكلىگەن—خۇددى ئالما شىركىتىنىڭ مەھسۇلاتلىرىنىڭ تاشقى كۆرۈنۈشى ئىنتايىن گۈزەل بولغانلىقى، سونى شىركىتىنىڭ مەھسۇلاتىنى ئىشلىتىش تېخىمۇ قولاي، ئەمما باھاسى نىسبەتەن يۇقىرى بولغىنىنى بىلگىنىڭىزگە ئوخشاش. بىز بىر تېخنىكا شىركىتى، Google نىڭ مەھسۇلاتىنى ئىشلىتىش تېخىمۇ قولاي بولۇشى كېرەك.

بىز ۋەدە بەرمەيمىز، ئاندىن ھېلى ئۇنداق، ھېلى بۇنداق بولمايمىز.

ئەگەر چوقۇم بىزنى مەلۇم بىر ساھەگە تەۋە دېيىلسە، ئۇنداقتا شەخسىي ئۇچۇر كەسىپى—ئىشلەتكۈچىلەرگە نىسبەتەن ئىنتايىن مۇھىم بولغان ئۇچۇرلارنى بىر تەرەپ قىلىدۇ. سىز بېرىپ باققان جاي، سىزنىڭ باشقىلار بىلەن ئېلىپ بارغان ئالاقىڭىز قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى مۇشۇنىڭ ئىچىدە. بىز خاسلاشتۇرۇلغان ئالاھىدىلىككە ئىگە ئىقتىدارنى قوشىمىز، Google نى تېخىمۇ قوللىنىشچان قىلىمىز. شەخسىي ئۇچۇر مەسىلىسىدە، كىشىلەر Google غا ئىشىنىشى كېرەك، چۈنكى نۆۋەتتە بىزدە نۇرغۇن سانلىق مەلۇمات بار، كەلگۈسىدە تېخىمۇ كۆپ سانلىق مەلۇمات بولىدۇ.

سۆزلەپ مۇشۇ يەرگە كەلگەندە، ئۇ چىرايىدا مەھلىيالىق ئىپادە بىلەن، سۆزلەش سۈرئىتىمۇ تېزلىشىشكە باشلىدى. سەزگۈچ ھەقىقەتەن ئەرزان، ئۇنىڭ ئۇستىگە بارغانسېرى ئەرزانلايدۇ، ساقلىغۇچ، سىن كۆزلەرمۇ قىممەت ئەمەس، ئەمما كىشىلەر كۆپ مىقداردا سانلىق مەلۇمات ھاسىل قىلىدۇ.

سىز ئۇچراشقان ھەر قانداق ئۇچۇر، ھەر قانداق كەچمىشنىڭ ھەممىسى ئىزدەش ئوبيېكتى بولىدۇ، پۈتكۈل تۈرمۇشىڭىزنىڭ ھەممىسنى ئىزدىگىلى بولىدۇ.

سۆزلىشىش مۇشۇ يەرگە كەلگەندە ئاندىن ئاخىرلاشتى. پۈل تېپىش تېمىسى بىر قانچە قېتىم تىلغا ئېلىنىدى، ئېلانمۇ تىلغا ئېلىندى.

كىرىم، كارخانا بىرلىشىپ ئېلان تارقىتىش، Overture نى مەغلۇپ قىلىش، چېكىلىش قېتىم سانىغا قاراپ ھەق تاپشۇرۇش قاتارلىق مەسىلەر، ئۇنىڭدىن باشقا يەنە ئىزدەش ئەپلىرى يېڭى مەھسۇلاتىمىز بار.

بەلكىم مەن ئوتتۇرا ياشقا كىرگەن بولسامۇ يەنىلا گۈزەك خىيالپەرەس بولۇشۇم مۇمكىن، چۈنكى بۈگۈنكى كۈندە ئۆتمۈشكە قارىغاندا، مەن لارى تەسۈرلىگەن بارلىق ئىشلاردىن ھەقىقەتەن ئانچە كۆپ ئالاھىدە تەرەپلىرىنى بايقىمىدىم. شۇنداقتىمۇ، ئۇنىڭ ئىشخانىسىدىن چىققان ۋاقتىمدا، ئۆزۈمنىڭ ھاياتىدا تۇنجى قېتىم ئارزۇيۇمنىڭ ئىشقا ئاشىدىغانلىقىغا ئىشەندىم. پەقەت ئۇ تەلپۈندىغان كونكرېت غايىلا ئەمەس، يەنە ئۇ تارقاتقان قىزغىنلىق ۋە سىزنى ئىشەندۈرىدىغان چوقۇم ئىشقا ئاشۇرىدىغان ئىرادىنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدۇ. ھەقىقىي ئىشقا ئاشقان ئاشۇ كۈن يېتىپ كەلگەندە، ئۇ كېيىنكى 50 يىلنى پىلانلاشقا باشلايدۇ. ئۇ كۈنى، مەن تۈز، كۆچلۈك، بىلىپ بولغىلى بولمايدىغان، بەزىدە ئازراق ساددىلىقنى بىلدۈرۈپ قويىدىغان بۇ ئىككى ئىگىلىك تىكلىگۈچىگە نىسبەتەن توساتتىنلا ھۆرمىتىم ئاشتى.

لاررىنىڭ تەسەۋۋۇرىدىن، مەن يەنە بىر قىسىم باشقا ئەھۋاللارنى بىلدىم. ئۇنىڭ بىلەن ئېرىكنىڭ Google قوللىنىشى مۇمكىن بولغان تەدبىرگە نسبەتەن كۆز قاراشلىرى ئوخشاپ كېتىدۇ، بۇنىڭ ئىچىدە: Google بارلىق مەزمۇنلارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان نەشرىيات سودىگرى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئىشلەتكۈچىلەردىن ھەق ئېلىشقا نسبەتەن، بىز بۇ ئارقىلىق ئەسەرنىڭ ئۆزىنىڭ خراجىتىنى چىقىم قىلمىز— مەسىلەن ، كىتاب، كىنو، نەغمە قاتارلىق؛ بىزنىڭ بۇ دۇنيانى چۈشىنىشىمىز ئاساسىدا، ئىشلەتكۈچىلەرگە بازار تەكشۈرۈش شۇنداقلا سودىدا يېتەكچىلىك قىلىش قاتارلىق مەزمۇنلارنى تەمىنلەيمىز، ئېلخەت بىلەن تور سانلىق مەلۇماتى ئوتتۇرىسىدا ئۇل مۇئەسسەسە سۈپىسى قۇرۇشنى بىرلەشتۈرۈپ پىكىر ئالماشتۇرۇش ئۈچۈن تەمىنلەيمىز؛ پۈتكۈل دۇنيانىڭ سانلىق مەلۇماتى ۋە تەڭداشسىز ھېسابلاش ئىقتىدارىنى تىرەك قىلىپ، كومپيۇتېر ئەقلىي ئىقتىدار ساھەسىدە سەركە بولىمىز.

ئۇنىڭ پىلانى مىسلىسىز ئۇلۇغۋار.

يەنە بىر تەرەپتىن، ئېرىك شىركەتنىڭ ئەمەلىي مەشغۇلاتىنى ئېلىپ بارىدىغان ۋاكالىتەن سۆزلىگۈچى، قانداقلا بولمىسۇن بۇ زور پىلانلارنىڭ ھەممىسگە پۇل لازىم بولىدۇ،-دە. ئۇ بىزگە كاپالەت بېرىپ: «پەقەت كەسپى ئەگىرى سىزنىق تۇغرا نىشانىنى بويلاپ مۇقىم ئۆرلىسىلا ياخشى»، ئۇنىڭ ئۇستىگە «مەن شىركەتنىڭ بانكىدا نەق پۇلىنىڭ يېتەرلىك بولۇشىنى كۆرۈشنى ئۈمىد قىلىمەن». مەن بۇنىڭدىن بىلدىمكى، ئۇ مەن بىلەن ئوخشاشلا كۆرۈلۈشى مۇمكىن بولغان ھەممە مەسىلىلەرگە نسبەتەن قاتتىق قايغۇرىدىكەن.

ئۇنىڭ ئەنسىرەيدىغانلىرىدىن بىرىنىڭ ئاشۇ كالتە پەم كىشىلەردىن كېلىدىغانلىقىنى بىلىمەن. كونكرېت قىلىپ ئېيتقاندا، شىركەت تەرەققي قىلىپ مەلۇم كۆلەمگە يەتكەندە پەيدا بولغان ئاشۇ ھاماقەتلەر، ئۇلار يا بىيۇرۇكراتلىق قىلىپ شىركەتنى قارىغۇلارچە كېڭەيتىدۇ، يا كۆز قارىشى يۇزە بولغانلىقتىن شىركەتنى تاقاپ ۋەيران قىلىدۇ. Google نىڭ خادىم قوبۇل قىلىش يېتەكچى پىرىنسىپىدا ئېنىق قىلىپ، پەقەت بىزدىن ئەقللىق ئاشۇ كىشىلەرنىلا ئەكىرىشكە بولىدۇ دەپ چۈشەندۈرۈلگەن.

بىز باشتىلا باش بېتىمىزگە «ئەقللىق بولسىڭىز، تەكلىپ قىلىمىز» دەپ بىر جۈملە قوشۇپ قويغان، سەۋەبى دەل مۇشۇ يەردە. ئىنژېنېرلار بۇ جۈملىنى ئىنتايىن ياقتۇرىدۇ.

مەن بۇ جۈملىدىن بىزار. مېنىڭ قارىشىمچە، بۇ جۈملىدە ھاكاۋۇرلۇق چىقىپ تۇرىدۇ، بىزنىڭ «ئاز گەپ قىلىپ كۆپرەك ئىش قىلىش» تەك ماركا تەدبىرىمىز بىلەن زىت. بۇ جۈملىنى يېزىشتىن ئىلگىرى، مەن قارىشى پىكىردە بولغان، بىراق مارىسسا قەتئىيلىك بىلەن، ئىناۋەتلىك سانلىق مەلۇماتلاردىن مەلۇم بولۇشچە بۇ بىر جۈملە سۆز جەلپ قىلىپ ئېلىپ كەلگەن قىسقىچە تونۇشتۇرۇش باشقا خادىم تەكلىپ قىلىش ئۈچۈرلىرىدىن خېلىلا كۆپ ئىكەن. مەن ئەرزىمەس پىكرىمنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، باش بەتتىكى بۇ بىر جۈملە سۆزنى كۆرگەن كىشىلەر پەقەت ئاز ساندىكى بىر قىسىم Google غا كېلىپ ئىشلىيەلەيدىغانلار، لارى بىلەن ئۇرس تەكلىپ قىلغىلى بولىدىغان بىر قانچە ئادەم ئۈچۈن، نەچچە مىليون قېتىملىق چېكىلىش تەسىرىنى «ئىسراپ قىلىش» نى خالايدۇ.

بۇ بىر جۈملە سۆز ئۇلىنىدىغان بەتنىڭ مەزمۇنىنىڭ ھەممىسنى جىق دېئان يازغان. «ئادەتتىن تاشقىرى» دېگەن سۆز بىرىنچى ئابزاستا 3 قېتىم كۆرۈلگەن، «مەسىلە» دېگەن سۆز كېيىنكى ئىككى جۈملىدە 4 قېتىم كۆرۈلگەن. مەن تېكستنى سىلىقلاشتۇرۇش تەكلىپىنى ئوتتۇرىغا قويدۇم، نەتىجىدە ۋاينى روسىڭنىڭ يۇرەك كېسىلى قوزغىلىپ قالغىلى تاسلا قالدى.

ئۇ ماڭا ۋارقىراپ تۇرۇپ: «بولمايدۇ! كارىڭ بولمىسۇن، قايتقىن. » دېدى، بۇ قالتىس كىشىلەر (geek) كۆرۈدىغان بەت تۇرسا، ئەگەر ئۆزىمىزنىڭ دەرىجىدىن تاشقىرى قالتىس كىشىلىرىمىزدىن جىق مۇشۇنداق

يېزىشنى ياقتۇرسا، ئۇنداقتا بازار بۆلۈمنىڭ ئۇنىڭغا قول تىقىشى، پەقەتلا بۇ مەزمۇنلارنى پېتىقلاشلا خالاس. سىندى ماڭا ئىلھام بېرىپ، قۇرۇلۇش بۆلۈمى بىزنىڭ بۆلۈمنى مۇللاق ئاتقۇزسا بولمايدۇ، شۇڭلاشقا بىز ئولتۇرۇپ، جىق بىلەن بىرلىكتە بۇ ماقالىدىكى سۆزلەرنى جۈملىمۇ-جۈمله بىر قېتىم ئوقۇپ چىقىپ، بىر مۇنچه كېرەكلىك تەكلىپلەرنى ئوتتۇرىغا قويدۇق. مەن تەھرىرلەپ ئۆزگەرتكەن ۋاقتىمدا، جىق مېنىڭ زور كۆپ قىسىم تەكلىپلىرىمنى ناھايىتى ياقتۇرغانلىقىنى ئېيتتى—بىراق مەن يېنىدىن ئايرىلىپلا، ئۇ دەرھال ھەممىنى ئاغدۇرۇۋەتتى. جىق قانداق نەرسىنىڭ ئۇنى جەلپ قىلالايدىغانلىقىنى بىلىدۇ، ئۇ قانداق نەرسىنىڭ ئۆزىگە ئوخشاش كىشىلەرنى جەلپ قىلالايدىغانلىقىنى بىلىدۇ،

بۇ ئىش ئارقىلىق، جىنىڭ ئۆزىنى ناھايىتى قابىلىيەتلىك دەپ ئويلايدىغانلىقى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئۆزىگە ناھايىتى تەمەننا قويىدىغانلىقىنى قىياس قىلغىلى بولىدۇ. ھالبۇكى ئەھۋال ھەرگىز بۇنداق ئەمەس. پائۇل بۇچېت (Paul Bucheit) نىڭ ماڭا دېيىشچە، ئەمەلىيەتته جىق ھەمەيلەنگە كەمتەر بولۇش كېرەكلىكىنى تونۇتتى، «سىز ھەرگىز ئۆزىڭىزنى بەك ئەقىللىق سانىماڭ، چۈنكى جىق سىزدىن كۆپ ئەقىللىق، ئۇ ھەرگىز دەلته ئەمەس». پائۇل بۇچېت (Paul Bucheit) مۇشۇنداق چۈشەندۈرۈپ، مېنىڭچە جىق ئەقلىي قابىلىيەتنى مىقدارلاشتۇرغىلى بولىدىغان نەرسە دەپ قارايدۇ، مۇشۇنداق بولغان ئىكەن، بىر خىل ئوچۇق-ئاشكارا ئۈسۈلدا ئىپادىلىگىنى ئەڭ ياخشى.

مەن يەنە تالىشۇپىرىشنىڭ ھېچقانداق ئەھمىيىتى يوقلۇقىنى بىلىمەن، شۇڭا تور بەت مەزمۇنى ئاشۇنداق يېزىلدى، بىراق مەن نېمىنى تالىشىش، نېمىنى تالاشماسلىقنى ئۆگىنىۋالدىم.

نەشر ھوقۇقى جېڭى

بىر مەيدان جەڭ بىزنى تاللىدى. Scientology چىركاۋى «رەقەملىك مىڭ يىل نەشر ھوقۇقى قانۇنى» غا ئاساسەن ئەرز يېزىپ، بىزدىن ئىزدەش نەتىجىسىدىن Operation Clambake تورتۇراسى (www.xenu.net) نى كۆرسىتىدىغان ئۇلانمىنى چىقىرىۋېتىشنى تەلەپ قىلدى. Operation Clambake نورۇېگىيەدە قۇرۇلغان بولۇپ، نىشانى ئۇلارنىڭ نەزىرىدىكى Scientology چىركاۋىدىكى ئەخلاقسىز قىلمىشلارنى ئاشكارىلاش، بىراق «رەقەملىك مىڭ يىل نەشر ھوقۇقى قانۇنى» بىر تۈرلۈك فېدېراتسىيە قانۇنى بولۇپ، كارخانىلاردىن ئىگىدارلار قوغداشنى تەلەپ قىلغان ھەمە مەزمۇننى چىقىرىۋېتىشنى تەلەپ قىلىدۇ. بۇ ئەرزنامە چىقىرىۋېتىشنى تەلەپ قىلغان مەزمۇنلار Xenu تورتۇراسىدىكى Scientology چىركاۋىنىڭ قىسمەن ئىچكى ھۆججەتلىرى ۋە رەسىملىرىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. شەكسىزكى، ئەگەر بىز تەلەپ بويىچه «Scientology» دىن ئىبارەت بۇ تۈرنى ئىزدەش نەتىجىسىدىن xenu.net نى كۆرسىتىدىغان ئۇلانمىلارنى چىقىرىۋەتمىسەك، Scientology چىركاۋى Google نى ئەرز قىلىدۇ.

تېخىمۇ كۆلكىلىكى شۇكى، گەرچه بىز ئىزچىل Google نىڭ ئىچكى ئىشلىرىنى مەخپىي تۇتقان بولساقمۇ، لېكىن نۇرغۇن خىزمەتچىلەر Xenu ئاشكارىلىغان Scientology مەخپىيەتچىلىكىنىڭ بىرىنچى تۈرتىلگەن لايىھەسىدىكى ھوقۇقنى قوللانىدىغانلىقىنى بىلىدۇردى. بۇنىڭغا ئوخشاش «بىسىم بىلەن شەكىللەنگەن ھەمدە تىرناق ئاستىدىن كىر ئىزدەيدىغان تەشكىلات» قا باش ئېگىشكە بولمايدۇ، مەن نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ بۇنىڭغا قارىتا غۇدۇڭشۇپ نارازى بولۇۋاتقانلىقىنى ئاڭلىدىم، ئۇلار بەك قوللايدۇ شۇ ئارقىلىق Google نى بايقۇت قىلىدىغانلارغا تەھدىت سالىدۇ، بىراق، قانۇن دېگەن قانۇن، ئەمەلىي ئەھۋاللارنى «رەقەملىك مىڭ يىل نەشر ھوقۇقى قانۇنى» دىن ئىبارەت بۇ قانۇن باشقۇرىدۇ، لېكىن، Google غا نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئەمەلىي ئەھۋال پەقەت ۋاقىت يار بەرگەن ئالدىنقى شەرت ئاستىدا ياخشىلاشتىن ئىبارەت ئاۋارىچىلىك كۆپەيدى. ئېنىقكى، «رەقەملىك مىڭ يىل نەشر ھوقۇقى قانۇنى» نىڭ چىقىرىۋېتىش تەلىپىگە

ئىنكاس قايتۇرۇش پۈرسىتى كۆز ئالدىمىزدىلا ئىدى.

ماتت كاتتس (Matt Cutts) باش بولۇپ بۇ قېتىملىق ئەيىپلەشنى بىر تەرەپ قىلدۇ، ئۇ تەكلىپ بېرىپ، ئىزدەش نەتىجىسىنى قانچىلىك دەرىجىدە قوغداشتىن ئىبارەت بۇ مەسىلىگە نىسبەتەن، بىز مۇلايىمراق بولايلى، بەك ئۆزىمىزنى كۆرسەتمەيلى، بىر خىل پوزىتسىيەمىزنى كۆرسىتىپ، ئۇلار بىلەن ئاخىرىغىچە بىللە تۇرىدىغانلىقىمىزنى يوشۇرۇن بىلدۈرەيلى، بىراق ئەمەلىيەتتە بىز قوللانماقچى بولغان پوزىتسىيەمىز ئۇنچە قاتتىق ئەمەس، ئۇ Scientology چىركاۋىنىڭ ئالاقلاشقۇچىسى (بىز ئۇنىڭدىن ئەرز خېتىنى تاپشۇرۇۋالغان) غا ئىنتايىن ئەدەبلىك ھالدا جاۋاب خەت يازدۇق، ئۇنىڭ ئىچىدە Google قوللىنالايدىغان بىر قانچە خىل ئۇسۇلنى تىزىپ كۆرسەتتۇق، ئۇلار تەلەپ قىلىپ ئۆچۈرمەكچى بولغان ئىزدەش نەتىجىسىنى ئاشكارىلاشتىن تارتىپ، سوتتا تالاش-تارتىشنى ھەل قىلىشقۇچە بولغان ھەممە ئىشلارنى تىزىپ چىقتۇق.

سىندىنىڭ بۇ ئاممىۋى مۇناسىۋەت مەسىلىسىنى چوڭايتقۇسى يوق ئىدى. لارى بىلەن سېرگېيگە شۇنىسى ئايانكى، بىز قانۇن ۋاستىسىنى شۇنچە ئۇستىلىق بىلەن ئىشلىتىپ نەشر ھوقۇقىنى قوغدايدىغان قوشۇننى قورقۇتالمايمىز. «Scientology چىركاۋى مەڭگۈ يول قويمايدۇ. ھەر قېتىملىق ئىزدەشنىڭ ئاگاھلاندۇرۇش ئۇقتۇرۇشىغا مەركەزلەشتۇرۇپ دىققەت قىلىشىمىز، ئامال قىلىپ ئىشلەتكۈچىگە بىزنىڭ بەزى ئىزدەش نەتىجىلىرىمىزنىڭ سۈزگۈچتىن ئۆتكەنلىكىنى بىلدۈرۈشىمىز كېرەك. » ئۇلار ماتت كاتتسقا مۇشۇنداق تەكلىپ بەردى.

دانىئېل دۇلىتز بىلەن جېين مەككراس ئىككى ئىنژېنېر بىر ھەپتە ئىچىدە ھەل قىلىش لايىھەسىنى ئوتتۇرىغا قويدى. ھەر قېتىم «رەقەملىك مىك يىل نەشر ھوقۇقى قانۇنى» ئۇقتۇرۇش تارقاتقاندا، ئىزدەش نەتىجىسىدىن چوقۇم چىقىرىۋېتىشنى تەلەپ قىلغاندا، بىز چۈشەندۈرۈپ نەتىجىدىن ئۆچۈرۈلدى دەيمىز ھەمدە ChillingEffects.org تورتۇراسىنى كۆرستىدىغان بىر ئەرز ھۆججىتى تەمىنلەيمىز. بۇنداق بولغاندا، Google ھەم قانۇندا بەلگىلەنگەن مەجبۇرىيىتىنى ئادا قىلدى، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئىشلەتكۈچىلەرگە ئۆچۈرۈلگەن ئۇچۇرلارنىڭ مەزمۇنىنى بىلدۈردى.

ئىشلەتكۈچىلىرىمىز ناھايىتى تېزلا ماختاش ئېلخەتلىرىنى ئەۋەتىپتۇ. «نىيۇيورك ۋاقىت گېزىتى» Google نىڭ يېڭىلىق يارىتىش تەدبىرى ھەققىدە بىر پارچە ماقالە ئېلان قىدى، ئۇنىڭدا كۆرستىلىشچە، Scientology چىركاۋىنىڭ بىزنى ئەرز قىلغان ئەھۋالنى كۆپچىلىككە ئاشكارىلىدى، بۇ ئۇسۇل xenu.net نى «Scientology» ئىزدەش نەتىجىسىدىكى ئىككىنچى يۇقىرى ئورۇنغا ئۆرلەتتى—بۇ ئۇلارنىڭ ئىگە تەرەپ تور بېكىتىدىن كېيىنكىلا ئورۇن.

بىزنىڭ بۇنداق قەتئىي مۇستەھكەم، ئەركىنلىك، قەتئىي ئىرادىنى قەدىرلەيدىغان، سۆز ئەركىنلىكىنى قوللايدىغان جەڭ قوشۇنى شىركەتنىڭ ئاممىۋي ئىشەنچلىكلىكىنى قۇرۇشتىن ئىبارەت نىشانغا يېتىش جەريانىدا، xenu.net قا مۇناسىۋەتلىك بۇ قىستۇرمىنىڭ زور پايدىسى بار. مېنىڭ پەرەز قىلىشىمچە بەزىلەر Google نىڭ ھەققانىيلىق تونىنى كىيىشنى كۆرۈشنى خالايدۇ، بارلىق مەنبەلەرنى سەرپ قىلىشتىن باش تارتىماي، Scientology چىركاۋى بىلەن ئالىي سوتتا يېڭىلىشنى ئايرىشنى خالايدۇ، ئەمما بۇ كىشىلەر ئازدۇر-كۆپتۇر بولسىمۇ Google نىڭ «ئۇرۇشماسلىق ئۇچۇن ئۇرۇشۇش» تەك يېڭىلىق يارىتىش ئۇسۇلىدىن خاتىرجەم بولدى. بۇ نەتىجە يەنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا لارى بىلەن سېرگېيىنىڭ ئۇمىدۋارلىقىنى مۇستەھكەملىدى: بىزگە لازىملىقى بۇ ئۇسۇللارنىڭ زېرەكلىكى ۋە نەزىرىنى بايقاشلا خالاس. ئەگەر Google خىزمەتچىلىرىنىڭ باشقىلاردىن ئارتۇق يېرى بار دېيىلسە، ئۇنداقتا ئۇلارنىڭ ئادەتتىن تاشقىرى ئەقىل-پاراسىتى، شۇنداق، بىز چوقۇم ھەممە ئىشلاردا يېڭىلىق يارىتىدىغان ئۇسۇلنى تاپالايمىز.

ئەمما كېيىنكى كۈنلەردە، بۇ خىل ھاكاۋۇرلۇق بىزنى بەدەل تۆلىتىدۇ.

يىگىرمە بىرىنچى باب
ياخشىمۇسىز، ئامېرىكا لىنىيەسى

2002-يىلى 3-ئايدا، بىز باشقۇرغۇچىلارغا: «مەن بىر قىسىم ‹هاۋاي› لىقلارغا ئۆچراپ قالدىم، ئۇلارنىڭ دېيىشچە Google دا نۆۋەتتىكى ئەڭ ياخشى ئىزدەش تېخنىكىسى بار ئىكەن.» ئادەتتىكى ئەھۋالدا، مەن بازارچىلىق يىغىندا لارى بىلەن سېرگېيغا بۇ خىل مىش-مىش گەپلەرنى ۋالاقشمايتتىم، بىراق «هاۋاي» بىزنىڭ «ئامېرىكا لىنىيەسى» گە قويغان شەرتلىك بەلگىمىز[41]. بىز Overture دىن ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ كەسپىلىرىنى قولغا كىرگۈزۈۋالماقچى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ مۇئاۋىن باش لىدېرىمۇ بىز بىلەن پاراڭلاشقان، Google نىڭ قوينىغا ئۆزىنى ئېتىشقا تەييارلىق قىلۋاتقانلىقىنى بىلدۈرگەن.

ئۇ قېتىملىق يىغىنغا Overture مۇ قاتناشقان. ئۇلارنىڭ ۋەكىللىرىنىڭ زور كۆپ قىسىم ۋاقتىنىڭ ھەممىسىنى دېگۈدەك بىزنىڭ سېتىشقا مەسئۇل باش نازارەتچىمىز تەرمىستروڭنى قايىل قىلىشقا ئۇرۇنۇپ، ئۇنى تەكلىپ قىلىشىمىزنى كۈتكەن. مېنىڭچە بۇمۇ بىر ياخشى باشلىنىش.

لارى بىلەن سېرگېينىڭ AdWords Select تۈرىگە يېشىل چىراغ يېقىپ بېرىشىدىن باشلاپ ھېسابلىغاندا، بىز Overture نىڭ كەسپىگە ھۇجۇم قىلىشنى ئۈدا بىر قانچە ئاي مۇزاكىرە قىلدۇق. ئېلان بىرلەشمە تارقىتىش تورىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىش Google نىڭ ئاساسلىق ۋەزىپىسى، ھەم Google نىڭ يېڭى نىشانى. ئومىد بۇ نىشاننى ئىشقا ئاشۇرۇش ئۈچۈن، بىلىم بىلەن ماھارەتكە قارىتا بىردىنبىر يېڭىلىق يارىتىپ بىرلەشتۈرۈش كېرەكلىكىنى ھېس قىلدى. سېتىش قوشۇنىنىڭ باشلامچىسى جوئان بىراددى بۇ نۇقتىنى قىلالايدۇ، ئەمما ئۇ ئىزدەش مۇلازىمىتىنى سېتىش ۋە كۈندىلىك سېتىش پائالىيەتلىرىنى باشقۇرۇش جەريانىدا قېينىچىلىققا پېتىپ قالدى. ئۇ بۇ قوشۇنىنىڭ بىر ئەزاسى بولالايتتى، شۇغىنسى ئۇ كەسپىي زاتلارنىڭ ھەمدەم بولۇشىغا ئېھتىياجلىق، لېكىن ئومىدكە كەمنى ئىزدەش كېرەكلىكى ئىنتايىن ئېنىق.

ئالان لويې ئىلگىرى جوئان بىلەن ئومىدنىڭ Netscape شىركىتىدىكى خىزمەتدىشى بولۇپ، ھازىر مۇستەقىل مەسلىھەتچى. ئۇنىڭ تەن قۇرۇلۇشى ۋىجىك ئەمما كۈچ-قۇۋۋىتى ئۇرغۇپ تۇرىدىغان بولۇپ، قارا كۆزئەينەك ۋە سەييياھ شەپكىسى كىيىشنى ياقتۇرىدۇ، فىزىكا ئىلمى بويىچە باكالاۋۇرلۇق ئۇنۋانى بار، كەسىپ ئۆزگەرتىپ سېتىش خىزمىتى بىلەن شۇغۇللىنىشتىن ئىلگىرى، پاساداىنا شەھىرى گاز پۈركىۋىشنى ئىلگىرى سۈرۈش تەجرىبىخانىسىنىڭ ئىنژېنېرى ئىدى. ئۇ ئادەتتىن تاشقىرى ئىشلارنىلا قىلىدىغان بولۇپ، ئۇنىڭ ئۇستىگە ھەممىسى ئىشتىن سىرت. ئۇ بۇڭاستە باشلىقى بولۇشنى ياقتۇرمايدۇ، قوشۇننى باشقۇرۇشنىمۇ ياقتۇرمايدۇ. ئۇ بىر تۈرنى قىلىدۇ، تاماملاپ بولۇپلا ئايرىلىدۇ. 2001-يىلى 10-ئايدا، ئۇ توختامغا ئاساسەن Google غا كېلىپ ئىشلەشكە باشلايدۇ. ئۇنىڭ ۋەزىپىسى ئامېرىكا لىنىيەسىدىن ئىبارەت بۇ كەسپىنى پۈتتۈرۈش، ئەمما ئۇ خۇددى قاتىلغا ئوخشاش ئۇندىمەستىن، خاتاسز ھالدا جىمجىتلا كىشىلەرنىڭ دىققىتىنى تارتىدىغان بۇ نىشانغا يېقىنلىشاتتى.

ئالان بىلەن جوئان، ئومىدتىن باشقا يەنە مىرىيام رىڤېرانىمۇ ئېلىپ كەلدى، ئۇ قانۇن قوشۇنىدىكى ئىككىنچى ئادۇوكاتقا ئايلاندى. جون بارابېنو 2002-يىلى 2-ئايدا تەكلىپ قىلىنىپ شۇ كۈنلا بۇ قوشۇنىنىڭ

[41] ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ تەلەپپۇزى هاۋايلىقلارنىڭ كىشىلەرگە سالام بەرگەندە ئىشلىتىدىغان سالام سۆزى «Aloha» بىلەن ئوخشىشىپ كېتىدۇ، شۇڭلاشقا ئۇلارغا مۇشۇ لەقەمنى قويغان.

ئەزاسغا ئايلاندى، ئامېرىكا لنىيەسى تۈرى تاماملانغاندىن كېيىن، ئۇ بىرلىشىپ ئېلان تارقىتىش ئىشىنى باشقۇرۇشقا باشلىدى.

ئالان خەتەرنىڭ مەۋجۇتلۇقنى تولۇق بىلىپلا قالماي، يەنە قارشى تۇرغۇچىنىڭ كىملىكىنىمۇ بىلەتتى. Overture پاسادىنادا دۇنياغا كەلگەن، دەسلەپتە GoTo دېيىلەتتى، شىركەت باش ئىشتابى گاز پۈركۈشنى ئىلگىرى سۈرۈش تەجرىبخانىسى بار كوچىغا جايلاشقان ئىدى. گەرچە ئۇلار كالىفورنىيە سانائەت پەنلىرى ئىنستىتۇتىدىن خېلى كۆپ ئىختىساسلىق كىشىلەرنى جەلىپ قىلىپ ئەكەلگەن بولسىمۇ، گەرچە ئۇلار ئىنتايىن ئەقىللىق بولسىمۇ، بىراق ئۇلارنى سىلتسىي جىلغىسىدىكى ئەقىللىق كىشىلەر بىلەن سېلىشتۇرغىلى بولمايتتى. ئۇلار ھەقىقىي مەنىدىكى تېخنىكا شىركىتى ئەمەس، ئالاننىڭ Google دا كۆرگىنىدەك ئۇنداق كارخانا ئەقىل-پاراسىتىگە ئىگە ئەمەس. يەنە بىر تەرەپتىن، ئۇلارمۇ ئېلان بىلەن ئىزدەش نەتىجىسىنى بىرلەشتۈرۈش ئامالىنى ئويلاپ تاپتى ھەمدە Google نىڭ ئالدىدا شەكلىنى ئۆزگەرتىپ ئەمەلىيلەشتۈردى.

ئومىد داۋىد كولبۇرن باشقۇرۇشىدىكى ئامېرىكا لنىيەسىنىڭ كەسىپىي تەرەققىيات بۆلۈمىگە تېلېفون ئۇردى، ئۇلار Google بىلەن سۆزلىششىنى باشلاشقا قوشۇلدى. بۇ ئۇلارنىڭ كەسىپنى بىزگە بەرمەكچى بولغانلىقىدىن ئەمەس بەلكى ئۇلار Overture بىلەن توختامنى داۋاملاشتۇرۇپ تۈزۈشتە، Google نى كۈزىر قىلىپ، Overture نىڭ ئۇلارغا تېخىمۇ كۆپ ئېتبار قىلىشنى قولغا كەلتۈرمەكچى ئىدى.

بۇ ئەھۋال ئالاننىڭ پەرەزلىرىنىڭ دائىرىسىدە ئىدى. ئامېرىكا لنىيەسى ئىنتېرنېت ماگناتى بولۇپ، چېكىلىش قېتىم سانى ھەر قانداق بىر تورتۈرادىنمۇ كۆپ ئىدى. ئۇلارنىڭ ھەر كۈنى دېگۈدەك ھەمكارلىشىش كەسپى بار بولۇپ، تەسىر كۈچى ئىنتايىن چوڭ ئىدى. ھەيۋە قىلىپ، قالايمىقان ئاچچىقلىنىدىغان رەھىمسىز ئىدى، بۇ ئۇلارنىڭ داڭقى—ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ تېخى ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىگە بولغان مۇئامىلىسى. Google كىچىككىنە شىركەت تۈرۈپ، AdWords Select تىن ئىبارەت تېخى سىناقتىن ئۆتمىگەن، تېخى تارقىتىلمىغان، پايدىسىمۇ تېخى ئېنىق بولمىغان مەھسۇلات ئارقىلىق ئامېرىكا لنىيەسى بىلەن Overture نىڭ شىرىن تۇيىنى بۈزماقچى بولۇۋاتاتتى. ئامېرىكا لنىيەسى Overture نىڭ ئېلانىدىن مىليون دوللار پايدىغا ئېرىشكەن، ئۇلارنىڭ كاپالىتى بار بۇ كىرىمدىن ۋاز كېچىش ئويى يوق.

بۇ مەسىلىرنىڭ ھەممىسى ئالان ۋە Google قوشۇننى ئەنسىرىتەلمەيدۇ، ئۇلار ئامېرىكا لنىيەسىگە يېقىنلىشىپ، خۇددى بىز ئۇلار بىلەن تەڭ ئولتۇرۇپ تەڭ قوپالايدىغان تەڭداشلارىدەك ھېس قىلدى، ھەرگىزمۇ باشقىلارغا ھاجىتى چۈشكەن ھاجەتمەندەك ئەمەس. ئالاننىڭ ئەسلەپ بېرىشچە: «ئۇلار ھەممە ئادەم ئىگىلىپ تازىم قىلىدىغان پادىشاھ بولماقچى، بىزنىڭ جاۋابىمىز ‹بولىدۇ، سەن پادىشاھ بولساڭ بولىدۇ، بىز پاپا بولىمىز›. » Google قوشۇننىڭ ئىشەنچىسى قىسمەن ھالدا ئامېرىكا لنىيەسى چېقىش يولى يوق خالتا كوچىغا كىرىپ قالدى دەپ قارىغانلىقىدىن كەلگەن. ئامېرىكا لنىيەسى يېپىق بىر گۇللۈككە ئوخشايدۇ، ئىشلەتكۈچىلەرگە سۈزگۈچتىن ئۆتكەن مەزمۇنلارنى تەمىنلەيدۇ، لېكىن Google ئىنتېرنېتتىن ئىبارەت چېكى يوق ئوچۇق سىستېمدا ئۆزىنىڭ تالانتىنى كۆرسىتىۋاتىدۇ. ئالان «بۇ ياشلارنىڭ ئۆزىگە ئۆتە ئىشەنگەنلىكىنى بىلىمىز، ئەمما ئەمەلىيەت ئۇنىڭ تۇغرىلىقىنى ئىسپاتلىدى. بۇ ساھەنى چۈشەنگەن ھەمدە بۇ ساھەنىڭ تەرەققىيات يۆنىلىشى بىلگەنلىك سەۋەبىدىن بولۇشقا تېگىشلىك ئۆزىگە ئىشىنىش بولۇشلا خالاس. » دېدى.

شۇنداقتىمۇ، ئامېرىكا لنىيەسى Google نى ئىزدەپ بۇ تۈردىكى كەسپىنى كېڭەشمىدى، شۇنىڭ ئۈچۈن Google تەشەببۇسكارلىق بىلەن ھۇجۇمغا ئۆتتى، ئامېرىكا لنىيەسى شىركىتىنىڭ باش ئىشتابى ۋىرگىنىيە ئىشتاتى ۋېينىنا شەھىرىدىكى قالايمىقان رەتسىز بىنا توپىدا، دۇللېس ئايرودۇرۇمىدىن ئانچە يىراق ئەمەس. ئومىد باشلىق كىشىلەرگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، ئۇلار پەقەت كېڭەيتىپ سېتىشتىن ئىبارەت ئوي بىلەن، سىرلىق ئوردىغا كىرىپ قالغان ئامېرىكا لنىيەسى قەلئەسىنى تاپسا، ئۇلارغا يېتەرلىك بولاتتى. بىراق، 5 سائەتلىك ئۇزۇن مۇساپىلىق ئايروپىلان سەپىرى شۇنداقلا شامالداپ ئېغىر زۇكامداپ قالغانلىقتىن ھەممەيلەن ئىنتايىن ئاجىز، ئۇلار ئالدى بىلەن بىر دورا دۇكىنىغا كېلىپ، ئۇ يەردىن ئازراق زۇكام دورىسى ۋە قەغەز قولياغلىق

سېتىۋالدى، ئاندىن بۇرنىنى تارتىپ تۇرۇپ، ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ سۆھبەت قوشۇنى بىلەن كۆرۈشمەكچى.

ئامېرىكا لىنىيەسىدىن كەلگۈچىلەر بوش ئەمەس. ئۇچىسىغا سودا سورۇنىدا كىيىلىدىغان راھەت كىيىم كىيگەن 4 نەپەر Google خىزمەتچىسى ئۇچىسىغا قىممەت باھالىق كاستيۇم بۇرۇلكا كىيگەن سۆھبەت ۋەكىلى، مەھسۇلات دىرېكتورى ۋە ئادۋوكاتنى ئۆز ئىچىگە ئالغان 12 نەپەر ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ خادىملىرى بىلەن يۈز كۆرۈشتى—پۈتكۈل سۆھبەت جەريانىدا، ئىككى تەرەپ باشتىن ئاخىر مۇشۇ ئادەم نىسبىتىنى ساقلاپ قالدى، ئالان ئەسلەپ: «ئۇلار ئىزچىل خالىغانچە ئادەم ئالماشتۇردى، ئۇلار ھەمىشە بىر يەردە ئولتۇراتتى، بىز ئۇلارنىڭ ئۇ جايدا نېمە ئىش قىلىدىغانلىقىنى بىلمەيتتۇق»دېدى.

«سۆھبەت قوشۇنى ئىنتايىن كۆچلۈك» بولۇش پەقەتلا نۇرغۇن سۆھبەت تەدبىرىنىڭ بىرى. ئامېرىكا لىنىيەسى سۈنئىي ھالدا جىددىي ئەھۋالدىن بىرنى پەيدا قىلىپ، Google نىڭ سۆھبەت قوشۇنىنى بىر مەسلىنى ھەل قىلىش ئۈچۈن، پۈتكۈل ئامېرىكىنى بىر قېتىم كېسىپ ئۆتىدىغان ئۇچۇش سەپىرىگە ئاتلاندۇردى، بىراق بۇ مەسىلە كېيىن بىر ھەپتىدىن ئارتۇق ۋاقىتنى ئارقىغا سوزدى. Google خىزمەتچىلىرى مېھمانخانىدا تۇڭۇلۇپ زۇكامنى داۋالاۋاتقاندا، ئامېرىكا لىنىيەسىدىكى ئۇ بىر توپ كىشى ئۆيگە قايتىپ ئائىلىسىدىكىلەر بىلەن گەۋزەل مۇنۇتلارنى بىللە ئۆتكۈزەتتى. ئەگەر Google سۆھبەت ۋەكىللىرىنىڭ جىسمانىي قۇۋۋىتى بەرداشلىق بېرەلمىسە، ئۇلار بىر قىسىم ھالقىلىق توختام ماددىلىرىدىن ۋاز كېچىپ، ئۇدۇل ئۆيگە قايتىپ ئارام ئالاتتى.

بۇ ئامال ئانچە كارغا كەلمىدى. ئالان ئاخىرىدا ئامېرىكا لىنىيەسىدىكى كەسپداشلىرىغا: «بىز يېتەرلىك كۆپ ئىشلارنى قىلدۇق، بىز قايتىشقا تەييارلىنىۋاتىمىز، بۇندىن كېيىن تېلېفونىدىلا پاراڭلاشساق بولىدۇ.» دەپ جاكارلىدى. ئۇلار جاۋاب قايتۇرۇپ: «ناھايىتى ياخشى، ئۆيگە قايتىڭلار. بىر قانچىڭلار ھەپتە ئاخىرى ئارام ئېلىۋېلىپ، دۇشەنبە كۈنى يەنە قايتىپ كەلسەڭلارلا بولىدۇ. » دېدى. ئالاننىڭ بۇ خىل ئويۇننى يەنە قايتا ئوينىغۇسى يوق ئىدى، شۇڭا ئۇ مۇنداق دېدى: «بىز ئۆيگە قايتىپ ئوبدان ئارام ئالماقچى، ئۇنىڭ ئۈستىگە بىز سەلەرنىڭ دۇشەنبە كۈنى كالىفورنىيەگە بېرىشىڭلارنى ئويلىدۇق. سەلەرنىڭ تېنىڭلار بىزدىن كۆپ ساغلام ئىكەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە بىزدىن قابىلىيەتلىك ئىكەنسىلەر، شۇڭلاشقا، سىلەر كالىفورنىيەگە بېرىشىڭلار كېرەك ئىكەن. سىلەر خاسىيەتلىك ئادەم ئىكەنسىلەر، بىز يارىمايدىكەنمىز. مەن بۇ نۇقتىنى دەپ، ئۆزەمنىڭ كېرەككە كەلمەيدىغانلىقىنى ئېتىراپ قىلدىم. » بىراق، ئامېرىكا لىنىيەسى بۇنىڭغا قوشۇلمىدى، ئۇلار ئالانغا: «توختاڭ، ئۇنداقتا بىز تېلېفون يىغىنى ئارقىلىق ئالاقە قىلايلى!» دېدى.

ئەگەر ھەقىقىي سانلىق مەلۇماتلار بىلەن بىز دېگەن يوشۇرۇن ئېلان كىرىمىنى ئىسپاتلىيالمساق، ئۇنداقتا بۇ كەسىپتە خىزمەت كۆرسەتمەي تۇرۇپلا قايتىمىز، گەرچە بىز Yahoo بىلەن بولغان كەسىپي ھەمكارلىق ئارقىلىق ئىزدەش تېخنىكىسىنىڭ قىممىتىنى ئىسپاتلىغان بولساقمۇ، Overture يەنىلا بىزنىڭ بىرلەشمە ئېلان تارقىتىش كەسىپى تەرەپتىكى نەتىجىمىز يوق بولۇشىدىن تولۇق پايدىلىنىپ، ئامېرىكا لىنىيەسى شىركىتىنىڭ باشقۇرۇش قاتلىمىغا Google نىڭ كىشىنى قانچىلىك خاتىرجەمسىز، گۇمان، ئېنىقسىزلىققا تولغانلىقىدەك قاراشىنى كۆچەپ تارقاتتى. Overture ئېنىق سان، ئىشەنچلىك ھەمكارلاشقۇچى شېرىك، ئۇلار ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ ھەرگىزمۇ بىزنىڭ تەجرىبە مەھسۇلاتىمىز بولۇشقا ھەرگىز قوشۇلمايدىغانلىقىنى بىلىدۇ. پېيىنى بازارغا سالغان بىر شىركەتكە نىسبەتەن ئېيتقاندا، بۇنداق قىلىشنىڭ خەتىرى بەك چوڭ.

Google نىڭ بىردىنبىر ھەل قىلىش يولى ئامېرىكا لىنىيەسى بىلەن ھەمكارلىشىشتىن ئىلگىرى ھەمكارلىشىپ ئېلان تارقىتىدىغان ھەمكارلاشقۇچى شېرىكتىن بىرنى تېپىش. ئالان بىزنىڭ ياخشى ئىزدەش ھەمكارلاشقۇچى شېرىكىمىز بولۇپ بولغان، بىزگە نىسبەتەن دوستانە، ھەم تېز سۈرئەتتە ھەمكارلىق مۇناسىۋىتى قۇرالايدىغان كارخانىدىن بىرنى تېپىشنى ئويلىدى، 2002-يىلى 1-ئايدا ئالان بىلەن Earthlink نىڭ سۆھبەتلىشىشنىڭ ھەقىقىي مەنىسى مۇشۇ جايدا بولۇشى مۇمكىن، ئۇلار ئامېرىكا لىنىيەسىنى قولغا كەلتۈرۈشمىزدىكى سىناق مەيدانى.

Earthlink بىلەن بولغان ھەمكارلىق مۇناسىۋىتى Google نىڭ ئامېرىكا لىنىيەسى كەسىپى ھەمكارلىقىنى قولغا كەلتۈرۈش ئۈچۈن تىككەن دو ھېسابلىنىدۇ. ھەقىقىي ئويۇن ھازىر باشلاندى، بۇ ئويۇننىڭ قائىدىسى يوق، داۋىد كولبۇرن نامى ئانچە ياخشى ئەمەس سۆھبەت ۋەكىلى، بەزىدە كىشىلەر ئۇنى «قاسساپ» دەپ ئاتايدۇ، چۈنكى ئۇ يوشۇرۇن ھەمكارلاشقۇچى شېرىكىگە قانۇنغا خىلاپ بولمىغان يولسىز شەرتلەرنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ ھەمدە ھەممىسى قانائەتلەندۈرۈلىدۇ، ئالاننىڭ سۆزىگە ئاساسلانغاندا، داۋىد كولبۇرن ۋە ئۇنىڭ قوشۇنىدىكى باشقا ئەزالىرىمۇ ئۇ Google دىكى ۋاقتىدا دۈچ كەلگەن سۆھبەتلىشىش ئەڭ قىيىن بولغان رىقابەتچىسى، ئۇلارنىڭ ئاساسلىق ئۇستاتلىقى قارشى تەرەپ تاكى يىلنغىچە، توختىماي تېخنىكا يۇقىرى تەلەپنى ئوتتۇرىغا قويۇش.

ئالاننىڭ ماڭا دېيىشىچە، داۋىد كولبۇرن توختىماي قارار قىلىنىپ بولغان سودا شەرتىنى ئۆزگەرتىدۇ، ئەسلىدە بىز بەزى ئىشلار توغرىسىدا كېلىشىم ھاسىل قىلىپ بولغان بولساقمۇ، كېيىن ئۇ ئالدىن تاپشۇرىدىغان پۇل، پايدىنى ئۇلۇشۇش قاتارلىقلارنى خالىغانچە ئۆزگەرتىدۇ، ئېلان تىجارىتىنىڭ ئەھۋالىنىڭ قانداقلىقى بىلەن كارى يوق، Google ئامېرىكا لىنىيەسىگە چوقۇم مەلۇم مىقدارىدا پۇل چىقىم قىلىشى كېرەك، شۇنىڭ بىلەن بۇ ماددىلار بۇ قېتىملىق ھەمكارلىششتىكى ئىنتايىن ھالقىلىق بولغان مەزمۇنغا ئايلاندى.

ئەگەر بىز ۋەدە قىلغان كاپالەت سوممىسى ئىنتايىن چوڭ بولسا، ئۇنداقتا بىزنىڭ ۋەيران بولۇشىمىزنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ. Google نىڭ سۆھبەت قوشۇنى بۇنىڭ كىچىك سان ئەمەسلىكىنى بىلىدۇ، چۈنكى Overture نىڭ ئامېرىكا لىنىيەسىگە ئېلىپ كېلىدىغان كىرىمى ناھايىتى كۆرۈنەرلىك، ئەگەر Overture ھەر يىلى ئۇلارغا 10 مىليون دوللار بەرسە، ئامېرىكا لىنىيەسى مۇشۇ سان ئاساسىدا بىزگە باھا قويىدۇ. ئۇلار ئۆزلىرىنىڭ ھەر يىللىق كىرىمىنىڭ ئېشىش نىسبىتىنى 50% دەيدۇ، شۇڭلاشقا Google كاپالەتلىك قىلىدىغان كىرىم ئەمەلىيەتتە ھەر يىلى 15 مىليون دوللار. بىزنىڭ بۇنىڭغا قايتۇرغان ئىنكاسىمىز، Overture نىڭ كەمتۈكلۈكى بار سىستېمىسى ئىشقا ئاشۇرالايدىغان پايدىسىنىڭ چەكلىك ئىكەنلىكى، بىراق Google نىڭ ئېلانىنى رەتكە تىزىش ئۇسۇلى ئىنتايىن ئۇنۇملۇك ئىكەنلىكى، ئۇ ئېلىپ كېلىدىغان پايدىنىڭ ئىنتايىن كۆپ ئىكەنلىكىنى ئېيتتۇق، بىز ئەڭ ئاخىرىدا، Overture نىڭ ئۇسۇلى كىشىلەرنى بارلىق ئېلانلارنى چەكمەسلا قىلىۋەتتى، شۇڭلاشقا ئۇلارنىڭ بۇ سىستېمىسى AdWords Select كە ئوخشاش ئۆزلۈكىدىن مۇناسىۋەتسىز ئېلانىنى سۈزۈۋېتەلمەيدۇ. «سىز باشقىلارنىڭ ئېلانىڭىزدىن قەستەن ئۆزىنى قاچۇرۇشىنى خالامسىز؟» دەپ ئامېرىكا لىنىيەسىدىن سورىدى ئالان، «خالىمايدىغانسىز؟ ئۇنداقتا سىز بىزنىڭ سىستېمىمىزنى ئېتىراپ قىلماي ئامالىڭىز يوق. »

لىكىن ئامېرىكا لىنىيەسى ھاجىتى يوق، Overture ئۆزلىرىنىڭ سىستېمىسىنى ياخشىلاپ، ئېلانىنىڭ مۇناسىۋەتلىكلىكىنى كۈچەيتىدۇ دېدى. ئامېرىكا لىنىيەسىگە نىسبەتەن ئېيتقاندا، Google نىڭ تېخنىكا ياخشى ئىكەنلىكىنى ئېتىراپ قىلىش ئۇلارغا پايدىسىز. ئۇلار مۇشۇنداق ئىكەنلىكىنى ھېس قىلىشقا باشلىغان تەقدىردىمۇ، ئاشكارا ئېتىراپ قىلمايدۇ. ئالان پەرەز قىلىپ: «ئۇلار ئەقلىي جەھەتتىن Google نى ئېتىراپ قىلىدۇ، ئەمما سۆھبەتلەشكەندە ئۇلار بۇنداق دېمەيدۇ. ئۇلار باشتىن ئاخىر سىستېمىمىزنىڭ تېخنىكا ناچارلىقىدا چىڭ تۇرىدۇ، بىزگە مەڭگۈ <قىلچە يول قويماسلىق> يۈزىنى كۆرسىتىدۇ. »

بىز Overture نىڭ ئەڭ چوڭ خېرىدارىنى تارتىۋېلىشقا ئۇرۇنۇۋاتقىنىمىزدا، ئۇلارمۇ قول قوشتۇرۇپ ئۆلۈمنى كۈتۈپ تۇرمىدى، ئۇلارمۇ ئۆزلىرىنىڭ كارامىتىنى كۆرسەتتى—Google نىڭ AdWords قا ھۇجۇم قىلدى. ئومىد ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ سۆھبەت قوشۇنى بىلەن يېغىن ئېچىپ بىزنىڭ قالتىس مەھسۇلاتىمىزنى كۆرگەزمە قىلىۋاتقاندا، ئېلان ئىزدەش نەتىجىسىدە «ئامېرىكا لىنىيەسى بەك قوتا» دەيدىغان سۆزلەر پەيدا بولدى. ناھايىتى ئېنىقكى، بۇ ئېلانلار سۈزۈۋېتىلمىگەن. ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ قارىشىچە، ئېنىقكى بۇ Google نىڭ ئېلانىنى تەھرىرلەشنى تىزگىنلەشتە يېتەرلىك كۈچى يوقلۇقى سەۋەبىدىن بولغان. ئومىد مۇندا بىر باھانە تاپتى، ئاندىن ئاچچىقتىن زەردە بولۇپ باش ئىشتابقا تېلېفون ئۇرۇن، بۇ ئېلانلارنى بىكار قىلىۋېتىشنى تەلەپ

قىلدى.

«بۇ راستىنلا بىر مەسىلە. » دېدى ئامېرىكا لىنىيەسى.

ئالان: «Overture بۇ ئامالنى ئوبدان ئىشلىتىپتۇ. مەن بولسامۇ، ئوخشاشلا مۇشۇنداق قىلاتتىم.» دېدى، نەتىجىدە، شېرىل ساندبېرگ قول ئاستىدىكى AdWords كەسپىنى قوللايدىغان 4 كىشىلىك قوشۇن ئەزالىرى تاپشۇرۇلغان ھەر بىر ئېلاننى بىردىن-بىردىن قولدا سۈزۈپ چىقتى. بىراق ئامېرىكا لىنىيەسىمۇ يەنە بىر قەدەم ئىلگىرىلىگەن ھالدا Google نىڭ تەستىقلاش تەرتىپىنى بىلىشنى تەلەپ قىلدى.

«بۇ Overture نىڭ سىياستى»، ئامېرىكا لىنىيەسى بىر تەرەپتىن سۆزلىگەچ بىر تەرەپتىن تېلېفون دەپتىرى قېلىنلىقىدىكى ھۆججەتنى ئۈستەل ئۈستىگە تاشلاپ، «قايسىلىرى تارقىتىشقا يول قويۇلىدۇ، قايسىلىرى تارقىتىشقا يول قويۇلمايدۇ، بۇ ئۇلارنىڭ تەھرىرلەشنى تەكشۈرۈش سىياستى، سىلەرنىڭ ھۆججىتىڭلارنى بىزگە كۆرسىتىڭلار. »

«بولىدۇ، سىلەرگە چوقۇم كۆرسىتىمىز. ۋاقتى كەلگەندە بىز بىرلىكتە ئېلان سىياستىنى مۇزاكىرە قىلىمىز. » دەپ جاۋاب بەردى ئالان. ئەمەلىيەتتە بىزنىڭ ئېلانىنى تەكشۈرۈش قوللانمىمىز يوق، ئەمما دۇشەنبە كۈنى يېغىن ئېچىلىشتىن ئىلگىرى، بىزدە بۇ نەرسە بولۇشى كېرەك. بەش مىنۇتتىن كېيىن، ئومىد شېرىلغا تېلېفون ئۇرۇپ، ئۇنىڭغا مۇنداق دېدى: «Overture نىڭ ئېلانىنى تەكشۈرۈش قائىدە قوللانمىسى بار ئىكەن. بىزنىڭمۇ بىر قوللانمىمىز بولۇشى كېرەك! بىزنىڭمۇ بىر قوللانمىمىز بولۇشى كېرەك!»

شېرىل ساندبېرگ بىلەن AdWords كەسپىنىڭ ئېلانىنىڭ تەھرىرىگە مەسئۇل ئېمىلى ۋايىت ھەپتە ئاخىرىدىكى ۋاقتىدىن پايدىلىنىپ پۈتۈن كۈچى بىلەن ھەمكارلاشتى. شۇنىڭ بىلەن بىللە، ئۇلار تەھرىرلەش قوشۇنىدىن بىرنى تەشكىللىدى. ئامېرىكا لىنىيەسى Google دا قانچىلىك كىشىنىڭ مەخسۇس ئېلانىنىڭ تەكشۈرۈش ۋە تەستىقلاش خىزمىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغانلىقىنى بىلمەكچى. شېرىل ئېلان كەسپى بىلەن شۇغۇللىنىش تەجرىبىسى بار ھەممە كىشىنى تەكلىپ قىلىپ ئەكىلىپ، بۇ خىل ئۇسۇل بىلەن تەھرىر قوشۇنىنى 4 كىشىدىن 15 كىشىگە يەتكۈزدى. ئۇ تەكىتلەپ مۇنداق دېدى: «بىز ئۇلارنى ئالداش ئۇچۇن ئەمەس بەلكى ئەمەلىيەتتە ھەقىقەتەن ئەڭ زور چەكتە لازىم بولۇشى مۇمكىن بولغان كىشىلەرنىڭ ھەممىسىنى ئۆز ئىچىگە ئالدى. »

قايتۇرما ھۇجۇم سۈپىتىدە، ئالانمۇ Overeture سىستېمىسىنىڭ كەمتۈك جايلىرىنى كۆرسەتتى. ئۇ ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ سۆھبەت ۋەكىلىگە «flight» (ئاۋىياتسىيە) دېگەن سۆزنى ئىزدەتكۈزۈپ، قانداق ئېلان كۆرۈنىدىغانلىقىنى كۆرۈپ بېقىشنى ئېيتتى. نەتىجىدە بىرىنچى ئورۇنغا تىزىلغىنى ئامېرىكا ئاۋىياتسىيە شىركىتى (American Airline) بولماستىن، بەلكى باشقا ئاۋىياتسىيە شىركىتى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئوتتۇرا غەربىي قىسمىدىكى تېخمۇ كۆپ پۇل چىقىرىپ سىڭدۈرمە ئېلان تارقىتىدىغان ئۇچقۇچى تەربىيەلەيدىغان ئۇچقۇچىلار مەكتىپى. ئۇلار بۇ ئېلانىنى مىڭلىغان ئونمىڭلىغان كىشىنىڭ كۆرىدىغانلىقىنى بىلدۇ، ئەمما بۇنىڭ بىلەن كارى بولماسلىقى مۇمكىن. ئەگەر بىرەرسى چەكسە، ئاندىن ھەق تاپشۇرىدۇ، شۇنىڭ ئۈچۈن بۇ خىل «ئاشكارىلاش» ئۇسۇلىغا ئۇلار بىر سىنتمۇ خەجلىمەيدۇ. بىراق، Overture ۋە ئامېرىكا لىنىيەسىگە نسبەتەن ئېيتقاندا، بازارلىق بىر ھالقىلىق سۆز ئىگىلىگەن بۇ رەت تەرتىپىنىڭ بىرىنچىسى ئاساسەن ھېچقانداق كىرىم شەكىللەندۈرمىگەن. Google تەمىنلىگەن مۇناسىۋەتچانلىقى تېخمۇ كۈچلۈك بولغان ئېلانىنىڭ ئۇنۇمى تېخمۇ ياخشى بولىدۇ.

ئالانمۇ ئامېرىكا لىنىيەسىگە، بىزنىڭ تېخمۇ كۆپ خەتەرنى ئۈستىمىزگە ئېلىشنى خالايدىغانلىقىمىزنى بىلدۈردى. Google بىرلەشمە ئېلان تارقىتىشتىن ئىبارەت بۇ بازارغا كىرىشتىن ئىلگىرى، Overture ئاساسەن مونوپول ئورۇندا بولۇپ، ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىگە بۆلۈپ بېرىدىغان ئۇلۇشىدىمۇ ئۇلارنىڭ

دېگىنى ھېساب. كۆلىمى كىچىكىرەك ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرى يېرىمدىن بۆلۈشىدۇ، ئەمما ئامېرىكا لىنىيەسىگە ئوخشاش كۆلىمى چوڭ بۇنداق ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىگە، ئۇلار تېخىمۇ سېخىيلىق قىلىدۇ. ئامېرىكا لىنىيەسى تورتۇراسدا، كىشلەر Overture تەمىنلىگەن ئىلاننى چەكسە، ئامېرىكا لىنىيەسى 70% كىرىمگە ئېرىشىدۇ. گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، ئەمما خۇددى جورج مانىپس ماقالىدا تىلغا ئالغانىدەك، Overture نىڭ پايدىسى تۆۋەنلەشكە باشلىدى. بىزنىڭ سۆھبەت قوشۇنمىز ئارقىدىن ئۇلارنى يەنە ئالدىغا بىر ئىتتىردى. بىز ئامېرىكا لىنىيەسىگە 80% ئۇلۇشنى بۆلۈپ بېرىشنى خالايمىز، بۇ سانىنى بىز ئۇستىمىزگە ئالالايمىز، چۈنكى Google.com تورتۇراسدىكى ھەممە ئىلاننىڭ كىرىمى بىزگە مەنسۇپ بولىدۇ.

ئامېرىكا لىنىيەسى بىزنىڭ ئىستراتېگىيەلىك نىشانىمىز ۋە سېخىلىقمىزغا دىققەت قىلىپ، تېخىمۇ ئىلگىرىلەپ 91% ئۇلۇشنى بېرىشنى تەلەپ قىلىدى. «بىز سىلەرگە تورتۇرا قۇرۇشقا يارىدەم بېرەلەيمىز.» ئامېرىكا لىنىيەسى ئالان باشچىلىقىدىكى قوشۇنغا شۇنداق دېدى.

«ياق، بىزگە لازىم ئەمەس.» دەپ جاۋاب قايتۇردى ئالان. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئالاننىڭ تېرە تاراقشتۇاتقانلىقىنى بىلەتتى. لارري بىلەن سېرگېي بىرلەشمە ئىلان تارقتىش پىلاننىى يولغا قويۇشقا بەكلا ئالدىراۋاتاتتى، لېكىن ئامېرىكا لىنىيەسى بىلەن بولغان سودا بىزنى ئىنتېرنېت ساھەسىدە زور ھالقىشنى ئىشقا ئاشۇرغۇزۇپ، مىليونلىغان باشقا تورتۇرالارنى جەلپ قىلىدىغان تور ئۇنۇمنى يارىتالايتتى. ئامېرىكا لىنىيەسى بۇ خىل پىشاڭلىق رولنى ئوينىيالايتتى، ئۇلار بۇ نۇقتىدىن پايدىلىنىپ بىزنى تېخىمۇ قىستاۋاتاتتى.

Google غا نىسبەتەن، ھالقىلىق مەسىلە ئامېرىكا لىنىيەسى تور بېتىنىڭ ئىلان ئورنىنىڭ مەخسۇس تىجارەت ھوقۇقىغا ئېرىشىش ئىدى. بىر تور بەتتە چېكىلىدىغان ئورۇن قانچە كۆپ بولسا، ئىشلەتكۈچىنىڭ بىز تارقاتقان بىرلەشمە ئىلاننى چېكىشىنىڭ ئېھتىماللىقى شۇنچە تۆۋەن بولىدۇ. ئەگەر Google ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ ئەڭ تۆۋەن تەلىپىدىكى زور كىرىمگە كاپالەتلىك قىلىشنى ئىشقا ئاشۇرالسا، ئۇنداقتا بىز تور بەت ئىلىپ كېلىدىغان ھەر بىر سىنتىنمۇ قويۇۋېتىشىمىزگە بولمايدۇ. ئامېرىكا لىنىيەسى ئىزچىل ھالدا «غەيرى مەخسۇس تىجارەتتىكى مەخسۇس تىجارەت ھوقۇقى» نى تەمىنلەۋاتىدۇ. پەقەت مۇشۇ بىر مەسلىگە نىسبەتەن، ئۇلار 10 بەت كېلىدىغان بىر نۇسخا توختام تەييارلىدى، ئىچىگە ئۇلار ۋە باشقا ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرى داۋاملىق ھەمكارلىشىدىغان يوچۇق مەدداىلارنى قىستۇردى، سۆھبەتلىشىپ ئاخىرىغا بارغاندا، ئامېرىكا لىنىيەسى باشقا چاسا ماۋزۇلۇق ئىلان چىقىرىش ھوقۇقىنى ساقلاپ قالدى، Google ئىزدەش نەتىجىسى تېكىست ئۇلانمىسىنىڭ مەخسۇس تىجارەت ھوقۇقىغا ئېرىشتى.

Overture قايتۇرما ھۇجۇمغا ئۇچىتى. 4-ئاينىڭ 4-كۈنى، ئۇلار ئەرز سۇنۇپ، «ئىلاننى باھا تالاشتۇرۇپ رەتكە تىزىش» نىڭ ئىجاد قىلىش ھوقۇقى ئۇلارغا تەۋە ئىكەنلىكىنى جاكارلىدى، Google نىڭ AdWords Select ئۇلارنىڭ بىلىم مۇلۈك ھوقۇقىغا دەخلى-تەرۇز قىپتۇ. ئۇلار بىز بىلەن سوتتا كۆرۈشىدىغان بوپتۇ.

توختامنى سۆھبەتلىشۋاتقاندا، ساتماقچى بولغان تېخنىكىنىڭ ئىگىدارلىق ھوقۇقى گۇمان پەيدا قىلىدى، بۇ ھەقىقەتەن چاتاق بولىدى. ئامېرىكا لىنىيەسى دەرھال بىزنىڭ ئاجىزلىقىمىزنى تۇتۇۋېلىپ، تېخىمۇ كۆپ تەلەپنى ئوتتۇرىغا قويىدى. ھازىر، ئۇلار بىزنىڭ ئىلان تېخنىكىمىزنىڭ بىلىم مۇلۈك ھوقۇقىنى ئالماقچى.

«ھەي، ئۇلار سىلەرنى ئەرز قىلىۋاتىدۇ»، ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ سۆھبەت قوشۇنى تەھلىل قىلىپ دېيىشچە، «ئەگەر سىلەر ئۇتتۇرۇپ قويساڭلار، بىز ئامالسىز قايتىپ Overture نى ئىزدەيمىز، ئۇنداق بولغاندا يۇزىمىز چۈشىدۇ. شۇڭلاشقا بىز سىلەرنىڭ ئىلان سىستېمىسىغا مۇناسىۋەتلىك ھەممە بىلىم مۇلۈك ھوقۇقىغا ئېرىششىمىز كېرەك. ھە، بىز يەنە سىلەرنىڭ تېخىمۇ كۆپرەك پۇل چىقىم قىلىشىڭلارنى تەلەپ قىلىمىز، بۇ ئالدىن چىقىم قىلىش. Google بۇ پۇلنى چىقىرالىشى ئىنتايىن تەس. ئەگەر بىزنىڭ كەسپى كىرىممىزنى ھېسابلاش جەھەتتە خاتالىق كۆرۈلسە، ئۇنداقتا شىركەت ۋەيران بولىدىغان نەق پۇل كىرىزىسىغا پېتىپ قالىدۇ.

ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ سۆھبەت قوشۇنى خۇددى كالا باش ئىتتەك (Bulldog)، ھەر قېتىم پايدىلىنىدىغان پۇرسەتنى بايقىغان ھامان، ئۇلار چىشىنى چىڭ چىشلەپ، بىر قەدەم بىر قەدەمدىن قارشى تەرەپنىڭ ئەجەللىك يېرىگە يېقىنلىشىدۇ. Google نىڭ كۆلىمى بەك كىچىك بولغاچقا، ئىزچىل يول قويماي ئامالى يوق.

ئالان تاكتىكىنى ئۆزگەرتىش زۆرۈرلۈكىنى بايقىدى. ئۇ قوشۇنىدىكى ئەزالارغا: «مېنىڭچە بىز ياق دەيلى، ئۇلار قانداق ئىنكاس قايتۇرىدۇ كۆرۈپ باقايلى. ئەگەر ھەمشە بولىدۇ دېسەك، بىز ئىزچىل يول قويىمىز. » دېدى. سودا شەرتىدە مۇرەسسە قىلمساق، قارشى تەرەپ قانداق ھەرىكەتلىنىدۇ كۆرۈپ باقايلى. ئەگەر ئۇلار كەتمەكچى بولسا، بىز دەرھال قايتىپ، چۈشىنىشنى ئۆتۈنۈپ، يەنە 1 مىليون دوللار چىقىرىپ ئۇلارغا بېرىپ، ئۇلارغا ئەدەبسىزلىك قىلغانلىقىمىزدىن چىن قەلبىمىزدىن كەچۈرۈم سورايدىغانلىقىمىزنى ئىپادىلەيلى. ياكى مۇشۇنداق قىلايلى، ياكى ئۇلارنىڭ غېرىچتا ئېرىشىپ غۇلاچتا تىكىلدىغان ھەر بىر تەلىپىگە ئىزچىل قوشۇلايلى.

بىراق، بۇ قېتىم، لارى بىلەن سېرگېي بۇ خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىشنى خالىمىدى. ئالاننىڭ ئەسلەپ بېرىشىچە: «شۇڭلاشقا بىز ئىزچىل ماقۇل دېدۇق، يەنى بىزنىڭ پەقەت تاقىتىمىز قالمىغۇچە، تاكى ئۇلار ھەددىدىن زىيادە چەكتىن ئاشقۇچە». ئامېرىكا لىنىيەسى Google نىڭ بارلىق بىلىم مۇلۈك ھوقۇقىغا ئېرىشىشنى تەلەپ قىلدى—بىزنىڭ پروگراممىا كودىمىز ۋە مەخپىي بولغان ئىزدەش ھېسابلاش ئۇسۇلىمىز—خۇددى بىز راستىنلا ۋەيران بولدىغاندەك. ئۇلار بەكلا چەكتىن ئاشۇرۇۋەتتى. ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ Google نىڭ يۇرىكى ۋە روھىنى ئېلىپ كەتمەكچى بولغان تەلىپىگە نىسبەتەن، لارى، سېرگېي ۋە ئېرىكنىڭ زەردىسى قاينىدى. ئۇلارنىڭ تەلىپىگە قوشۇلامدۇق، ئىشنى قىلسۇن! ھېلىمۇ يارنىڭ لۇنگە كېلىپ قالدى، ئۇلار ئاخىرى بىر قەدەم يول قويۇشنى رەت قىلدى. ئالاننىڭ ھېس قىلىشچە، ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ ھەقىقىي ئېرىشىمەكچى بولغان نەرسىسى كەلدى، ئۇ بولسىمۇ سورۇننى يىغىشتۇرۇش.

ئالاننىڭ ماڭا دېيىشىچە: «بۇ دەل داۋىد كولىۋۇرن كۇتۇۋاتقان سىگنال. ئۇنىڭ ئولجىسى ئەڭ چوڭ ھالەتكە يەتتىمۇ؟ ئۇ ھەممىگە ئېرىشتىمۇ؟ پەقەت بىز بېرىشنى خالىساقلا، بىز ئىزچىل ئۇلارغا سوۋغا بەرگەن بىلەن باراۋەر. » بۇ تېپىك بولغان سۆھبەت تاكتىكىسى. ئەڭ تۆۋەن چېكىنى تېپىشنىڭ بىردىنبىر ئۇسۇلى ئۇنىڭدىن ئاتلاپ ئۆتۈش. ئامېرىكا لىنىيەسى ئۆزلىرىنىڭ ئېرىشىدىغان نەرسىسى قالمىغانلىقىنى بىلسىلا، سودىنى يىغىشتۇرسا بولىدۇ. مىريام ئاخىرى بىر تىنىۋالىدىغان بولدى. ئۇدا 30 كۈن، ئۇ ھەر كۈنى كېچىدە پەقەت 2-4 سائەتلا ئۇخلىيالايدۇ، چاچلىرىمۇ كۆرۈنەرلىك شالاڭلاپ كەتتى. كارخانا تەرەققىياتىغا مەسئۇل يېڭىدىن تەيىنلەنگەن مۇئاۋىن باشلىق داۋىد دراممۇند ئەينى چاغدا ئۇنىڭ بېغىشىدىن تۇتۇۋېلىپ، ئۇنىڭ قەلەمنى ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ بىر ئادۋوكاتىغا ئېتىشىغا يول قويمىغان. Google نىڭ ئۆلچىمى بويىچە ئۆلچىگەن تەقدىردىمۇ، ئۇ بەرداشلىق بەرگەن قورساق كۆپۈكى ناھايىتى چوڭ ئىدى.

بىزگە يەنە ئەڭ ئاخىرقى كاپالەت سوممىسىنىڭ سانى لازىم ئىدى—بىرمۇ ئېلان چېكىلمىگەن تەقدىردىمۇ، بىز دېيىشكەن سانى بويىچە ئامېرىكا لىنىيەسىگە بېرىدىغان پۇل. بۇ Google سەكرەپ چۈشىدىغان چوڭقۇر بىر ھاڭ، لېكىن چوڭقۇر ھاڭ گۈمۈرۈلۈپ چۈشۈشتىن ئىلگىرى، AdWords Select بىزنىڭ تارتىپ چىقىرالايتتى. بۇ خىل ئىشەنچ پۈتۈنلەي AdWords Select نىڭ ئامېرىكا لىنىيەسىدە مۆلچەردىكى كىرىم يارىتالايدىغانلىقىغا ئىشەنگەنلىكىمىزگە تايىناتتى. ئېرىك باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى بولۇش سۈپىتى بىلەن، سۈسان، سالار ۋە ئالاندىن ئايرىم-ئايرىم ھالدا مۇستەقىل يۈرگۈزۈش ئەندىزىسى تەييارلاشنى تەلەپ قىلدى. شۇنىڭ بىلەن، ئۇلار Google.com ۋە Earthlink تەمىنلىگەن چەكلىك سانلىق مەلۇماتتىن سانلارنى ئاجرىتىشقا باشلىدى. شۇنداقتىمۇ، بۇ ئىككى سانلىق مەلۇمات مەنبەسىنىڭ ھەممىسى ئامېرىكا لىنىيەسى بولمىغانلىقتىن، ئۇلارنىڭ نۇرغۇن پەرەزلىرىنىڭ ھەممىسى تەسەۋۋۇرغا تايىناتتى.

ئالاننىڭ شۇغۇللىنىدىغىنى سېتىش، مىجەزى ئۇمىدۋار، ئۇ بۇ سانلىق مەلۇماتلارنى كۆرۈپ، بىر تال

ئاساسي سىزىقنى تاپتى. Google بىلەن Earthlik نىڭ ھېچقايسى ئامېرىكا لىنىيەسىدەك ئۇنچە چوڭ ئېقىم مىقدارى ۋە قاپلاش دائىرىسى يوق، ئۇنىڭ ئۇستىگە تورتۇرانىڭ بىكىتكەن ئورنىمۇ مال سېتىۋېلىش ئىستېمال ئەمەس، بىراق ئىشلەتكۈچىلەر ئامېرىكا لىنىيەسىدە مال سېتىۋالىدۇ. «مېنىڭچە ئېلان سودىگەرلىرى پۇل تاپالىسلا، ئۇلار تېخىمۇ كۆپ ئېلان بېرىشنى خالايدۇ. » ئالان ماڭا شۇنداق دېدى.

سۇسان بىلەن سالارنىڭ قارىشىچە نەزىرىيە جەھەتتىن بۇ تۇغرا، ئەمما ئەمەلىيەتتە تېز سۈرئەتتە ئېشىشنىڭ يەنە چەكلەيدىغان ئامىللىرىمۇ مەۋجۇت. ئۇلار پەرىزىنى مۇلچەرلىگەندە بىر قىسىم كىچىكرەك سانلارنى ئوتتۇرىغا قويىدى. سالار ئەڭ ئېھتىياتچان، سۇسان ئوتتۇرا ئېقىمدا.

ئۇلار ئايرىم-ئايرىم ھالدا ئۆزلىرىنىڭ مۇلچەردىكى نەتىجىسىنى ئوتتۇرىغا قويغاندىن كېيىن، ئېرىك ئۇلارغا: «بۇ بىز قۇرالايدىغان ئەڭ ياخشى ئۇچ ئەندىزە ئىكەنلىكىگە ئىشىنىمەن. ماڭا نىسبەتەن ئېيتقاندا، كىمنىڭ توغرىلىقىغا ھۆكۈم قىلىشتا ئامالسىزمەن. ھەر بىرەيلەن ئوتتۇرىغا قويغان سانىنى تەتقىق قىلىپ ئولتۇرۇش نىيتىم يوق، چۈنكى مەنمۇ تېخىمۇ ياخشى قىلالىشىم ناتايىن. شۇڭلاشتا بىز ئوتتۇرىدىكى ساندىن بىرنى ئالساقلا بولىدۇ.» دېدى، بۇ ئىنتايىن تېز سۈرئەتتە چىقارغان قارار، ئىستراتېگىيە نۇقتىسىدىن ئېلىپ ئېيتقاندىمۇ مەسىلە يوق. شۇنداقتىمۇ، ئاخىرى بېرىپ بىر قېتىملىق قىمار.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، ئامېرىكا لىنىيەسى يوق يەردىن پۇتاق چىقىرىپ، سۆھبەتنى سوزۇپ، سودا مەغلۇپ بولۇشنىڭ تەننەرخىنى ئاشۇرۇۋاتاتتى. ئامېرىكا لىنىيەسى شىركىتىنىڭ ئادىمىنىڭ ئالانغا دېيىشچە: «ھە، بىز مۇشۇنى دېيىشەيلى، بىز ئىشلەتكەن بىر قىسىم سۆزلەرنى ئۆزگەرتىشكە ئېھتىياجلىق.» ئۇنىڭ كۆرسىتۈاتقىنى تۇزۇپ بولغان بىر دۆۋە ھۆججەتنىڭ دەسلەپكى نۇسخىسىدا ئىشلەتكەن سۆزلەر ئىدى. ئالان ئەڭ ئاخىرقى پەيتلەردە يەنە بىر تۇختامغا ئېرىشىشنى سىناپ، خوجايىننى خۇش قىلىدىغان ئوتتۇرا قاتلام رەھبەرلەرگە قانداق تاقابىل تۇرۇشنى بىلەتتى.

ئالان ئۇنىڭغا مۇنداق دېدى: «بولىدۇ، ئەگەر سەن بۇ مەسىلگە بەك كۆڭۈل بۆلىدىغان بولساڭ، كەچتە داۋىد كولبۇرنغا تېلېفون ئۇرۇپ، ئۇنىڭ ئېرىك شىمىتقا تېلېفون بېرىشنى ئېيتقىن. » ھېچكىم ئانچە مۇھىم بولمىغان ئىشلار ئۈچۈن داۋىد كولبۇرننى ئاۋارە قىلىپ، ئۆزىنى كالۋا دەپ ئەيىبلىمەيدىغانلىقىنى ئالان بىلەتتى. بۇنداق بولغاندا، سۆز ئىشلىتىش مەسلىسىمۇ مەۋجۇت بولمىدى.

سۆھبەت ئىزچىل كەينىگە سۈرۈلۈۋاتاتتى، Overture نىڭ Google غا بولغان ھۇجۇمىمۇ توختاپ باقمىدى. پاتېنت ھوقۇقى ئەرزىدىن كېيىن، ئۇزۇن ئۆتمەيلا ئۇلار HP شىركىتى بىلەن ھەمكارلىق ئورناتتى. HP شىركىتى يېڭىدىن بازارغا سالغان Pavilion كومپيۇتېرىدا Overture نى كۆڭۈلدىكى ئىنتېرنېت ئىزدەش ئۇلانمىسى قىلىپ تەڭشىدى. ئەگەر HP مۇ ئىنتېرنېت ئىزدەشتە Overture گە ئىشىنىدىغانلىقىنى بىلدۈرسە، يەنە كىمنىڭ Google غا ھاجىتى چۈشىدۇ؟ Overture يەنە Yahoo نى قىستا مەزگىللىك ئېلان توختامىنى ئۇزارتىشنى سۈيلىدى. ئومىد ئىلگىرى Yahoo كەسپىدە Overture گە ئۇنتۇرۇۋۈەتكەن ئىدى. ھازىر ئۇ بۇ كەسپىنى Google غا قايتۇرۇپ كەلمەكچى. ئامېرىكا لىنىيەسى بىلەن سۆھبەتلىشۈاتقاندا، ئومىد باھانە تېپىپ سۆھبەت ئۇستىلىدىن ئايرىلىپ، يان تېلېفون بىلەن تېلېفون ئۇرۇپ Yahoo دىن Google Select نى تاللاشنى سەمىمىلىك بىلەن تەلەپ قىلدى. Yahoo بىلەن Overture نىڭ توختامنىڭ ۋاقتى 6-ئايدا توشاتتى، شۇڭلاشقا ئۇ ۋاقتنىڭ ئاز قالغانلىقىنى بىلەتتى.

2002-يىلى 4-ئاينىڭ 24-كۈنى، Overture ئامېرىكا لىنىيەسگە ئائىت خەۋەر يېڭىلىنىشىدىن بىرنى ئېلان قىلدى. ئەسلىدە قەرەلى توشقان كېلىشىم 2002-يىلى 5-ئاينىڭ 1-كۈنىگچە ئۇزارتىلىپتۇ.

ئىككىنچى كۈنى، Overture نىڭ جاكارلىشچە، ئۇلار ئىككى ئاي ئىلگىرى Yahoo بىلەن توختامنى ئۇزارتىپتۇ، توختامنى ئۇزارتقان ۋاقتى دەسلەپكى كېلىشىمدىكى 5 ئاي ئەمەس بەلكى 3 يىل ئىكەن. ئادەمنىڭ

قەتئيلا ئىشەنگۈسى كەلمەيدۇ، بۇ Google نى ھەيران قالدۇردى. تارقالغان سۆز-چۆچەكلەردە دېيىلىشىچە، Overture شىركىتى Yahoo نىڭ باشقۇرغۇچى خادىملىرىنى باشلاپ گولف توپ ئويناپتۇ، ئۇلار 18 كامارلىق توپ مەيدانىدا تولۇق غەلبە قىلىپتۇ. Yahoo يەنە بىر قېتىم لارري بىلەن سېرگېيىنى تەمتىرىتىپ قويدى. يېغىپ ئېيتقاندا، ئۇلارنىڭ ئىپادىسى خېلىلا سالماق بولدى، ئۇ كۈنى ھېچكىم بىنادىن ئۆزىنى تاشلۇۋالمىدى.

Overture بىلەن Yahoo نىڭ سودىسى ۋال كوچىسىدىكى تەھلىلچىلەرنىڭ روھىي ھۇزۇرلىنىش كېسىلىنى قوزغىۋەتتى. سافا راشتچى Google غا ئۆلۈم جازاسى ھۆكۈم قىلدى. ئىزچىل بىر بىلەن ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ سودىسىنى كۈتۈۋاتقان مەبلەغ سالغۇچىلار تېخىمۇ مۇھىم بولغان Yahoo نىڭ سودىسىغا يۆتكىلىشكە باشلىدى. ئامېرىكا لىنىيەسى بىلەن Overture نىڭ توختام تۈزۈشىدە ھېچقانداق شەك يوق ئىكەنلىكىنى، Google ئۆزىنىڭ يېڭىلگەنلىكىنى ئېنىق بىلىپ تۇردى.

5-ئاينىڭ 1-كۈنىنىڭ يېقىنلىششىغا ئەگىشىپ، ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ Overture بىلەن بولغان پۈتۈشكەنلىك توغرىسىدىكى بايانلىرىنىڭ نېمە ئۈچۈن ھازىرغىچە ئېلان قىلىنايدىغانلىقى ھەققىدىكى بىر قىسىم مىش-مىش گەپلەر چېقىشقا باشلاپ، كىشىنى خاتىرجەمسىزلەندۈردى. «ئامېرىكا لىنىيەسى چوقۇملا Overture نى سىناۋاتىدۇ. » بىر تور يازمىسىدا مۇشۇنداق يېزىلغان.

4-ئاينىڭ 30-كۈنى، ئومىدنىڭ تېلېفونى جىرىڭشىدى، بۇ سافا راشتچى ئۇرغان تېلېفون بولۇپ، ئۇنىڭ دېيىشچە Overture ئامېرىكا لىنىيەسى بىلەن بولغان توختامنى داۋاملاشتۇرۇپ تۈزمىگەنلىكىنى جاكارلاپتۇ. بۇ Google نىڭ مەزكۇر سودىنى قولغا كەلتۈرگەنلىكىدىن دېرەك بېرەمدۇ يوق؟

«تېلېفون قايتۇرۇشۇمنى كۈتۈڭ. » دېدى ئومىد. سودا تېخىچە بېكىتىلمىدى.

ئاخىرى، ئومىدنىڭ فاكسىنىڭ ئاۋازى سايراشقا باشلىدى، بىر ۋاراق بىر ۋاراق تىزىلىپ 70 نەچچە بەتلىك ھۆججەت يوللىنىپ كەلدى. مىريام ھۆججەتنى بىر قېتىم تەكشۈرگەندىن كېيىن ئۆزگەرتىشنىڭ ھاجىتى يوقلۇقىنى جەزملىگەندىن كېيىن، ئاندىن تەستىقلىدى. جوئانمۇ ھۆججەتكە ئىمزا قويدى. ھۆججەت بىر تەرەپ قىلىنىپ بولدى، ئەمما ئىش تېخى ئاخىرلاشمىدى.

2002-يىلى 5-ئاينىڭ 1-كۈنى چارشەنبە، Overture بىلەن ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ توختام ۋاقتى توشىدۇ. ئۇ كۈنى، ئامېرىكا لىنىيەسى بىلەن Google ئىزچىل ئۆتكۈزۈپ بېرىش ئۆتكۈزۈپ ئېلىش ئىشلىرىغا تەييارلىق قىلۇاتاتتى، يېرىم كېچىدە AdWords Select نىڭ Overture ئامېرىكا لىنىيەسى تور بېتىدىن چېكىنگەن ۋاقتىتكى بوشلۇقنى تولۇقلايدۇ.

بىراق، Overture ئەسەبىيلەرگە ئاخىرقى ھۇجۇمغا ئۆتتى. گەرچە ئۇلار 5-ئاينىڭ 1-كۈنى توختام ئاخىرلىشىشقا قوشۇلغان بولسىمۇ، ئەمما چارشەنبە كۈنى ئەتىگەن 00:01، چارشەنبە كۈنى كېچە ئەمەس—بۇ ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ مۆلچەرىدىكىدىن 23 سائەت 59 مىنۇت ئىلگىرى. ئالاننىڭ ماڭا دەپ بېرىشىچە: «Overture ئۆتتۈرۈۋەتسە بولمايدىغان ئەبلەخلەر، ئۇلار «ياق، ياق، ياق. چارشەنبە كۈنى ئاخىرلاشقان ۋاقىتتا ئەمەس، بەلكى چارشەنبە باشلانغان ۋاقىتتا. مەن سىلەردەك بىر بۆلۈك كىشىلەرگە ئۆچ، سىلەر ئۆلۈڭلار.» دېدى. Google قوشۇنى كۆز ئالدىدىكى Overture نىڭ كۆچلۈك ئۆچمەنلىكى تۈپەيلىدىن قىلغان ئىنتايىن ئەخمەقلەرچە قىلمىشىغا پەقەتلا ئىشىنەلمەيۋاتاتتى. Overture پۈتۈن بىر كۈنلۈك ئېلان كىرىمىدىن ۋاز كېچىپلا قالماي يەنە ئامېرىكا لىنىيەسىنمۇ غەزەپلەندۈردى.

ئالان ئامېرىكا لىنىيەسىگە كاپالەت بېرىپ: «سىلەرنىڭ كۆزۈڭلار ھەقىقەتەن ئۆتكۈركەن، بىز ھەرگىز سىلەرگە بۇنداق مۇئامىلە قىلمايمىز.» Overture نىڭ پەسكەش قىلمىشى ئامېرىكا لىنىيەسىنى سەل گاڭگىرىتىپ قويدى، ئۇلار ئەسلىدىكى كۈنتەرتىپنى توپتوغرا بىر كۈن ئالدىغا سۈردى، ئۇلار پەقەت Google

نەتىجىسىنى بىلەلمەي قېلىپ، بەدەر قېچىشىنى كۆرۈشنى ئارزۇ قىلاتتى، ئاندىن ئامېرىكا لىنىيەسى ئۆزىنى تاشلىۋەتكەن شېرىكىگە قايتۇرۇپ بەرمەكچى بولدى. بىراق، ئۇلارنىڭ ئارزۇسى كۆپۈككە ئايلاندى. Google نىڭ ئىزدەش نەتىجىسى ۋە بىرلىشىپ تارقىتىدىغان ئېلانى 2002-يىلى 5-ئاينىڭ 1-كۈنى ئەتىگەن سائەت 00:01 ئۆتكەندە دەل ۋاقتىدا تارقىتىلىپ، دۇنيانىڭ دىققىتىنى تارتىدۇ. «ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ توختامى Google نى ھەقلىق ئېلان بازىرىدا Overture نىڭ ئاساسلىق رىقابەتچىسىگە ئايلاندۇردى، بىراق ئىلگىرى بۇ بازار Overture نىڭ قولىدا ئىدى.» «ۋال كوچىسى گېزىتى» مۇشۇنداق يازغان. Overture نىڭ پاي چېكى باھاسى بۇ خەۋەردىن كېيىن 36% چۈشتى، ئوخشاش بىر سودىدا Google ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ ئورنىنى ئالغان Inktomi شىركىتىنىڭ پاي چېكى باھاسى 25% چۈشتى.

Overture شىركىتىنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى تېد مېيسىل تەھلىل قىلىپ مۇنداق دېدى: «بۇ Google ئىزدەش ماركىسىنىڭ كاپىتاللىشىش مەقسىتىگە ۋەكىللىك قىلىدۇ، ھەقلىق ئېلان پەقەتلا يانداش ھاسىلات. » تېد مېيسىلنىڭ سۆزىگە ئاساسلانغاندا، ئامېرىكا لىنىيەسى Inktomi نىڭ ئىزدەش نەتىجىسىدە كەمتۈكلۈك بولغانلىقتىن Google نى ئىشلىتىشكە ئۆزگەرتكەن، Overture كۆلدىكى ئۇۋال بولغان بېلىق ئىكەن.

ئەمەلىيەت شۇنى ئىسپاتلىدىكى، ئېرىك شىمىت مۆلچەرلىگەن ئوتتۇرىچە كىرىم ئىنتايىن ئېھتىياتچانلىق بىلەن مۆلچەرلەنگەن. توختام كۈچكە ئىگە بولغاندىن كېيىنكى تۇنجى يىلى يىل ئاخىرىغىچە، بىزنىڭ كىرىمىمىز ئەڭ يۇقىرى مۆلچەر قىممەتتىنمۇ ئېشىپ كەتتى. مۇشۇنداق مۇۋەپپەقىيەتنى قولغا كەلتۈرەلىشىمىزنىڭ سەۋەبى ئالغا ئىلگىرىلەش روھىغا باي بىر ئىنژېنېرىمىزنىڭ ئازراق ئۆزگەرتىشتىكى تۆھپىسىدىن ئايرىپ قارىغىلى بولمايدۇ. سودا پۈتۈشۈلگەن كۈنىنىڭ ئەتىسى، جون باۋېر تولۇقلىما پروگراممىا يېزىپ، ئىشلەتكۈچى ئىزدىگەن ھالقىلىق سۆز ئېلاندا كۆرۈلسە توم ھالەتتە كۆرۈندى، بۇنداق بولغاندا بۇ ئېلانىنىڭ ھالقىلىق سۆز بىلەن مۇناسىۋەتلىك ئىكەنلىكىنى تېخمۇ ئېنىق ئىپادىلەپ بەردى، پەقەت مۇشۇ بىر ياخشىلاش، ئۇلانمىنىڭ چېكىلىش نىسبىتىنى 400% ئاشۇردى. بىر ئىنژېنېرنىڭ بىر ياخشىلىشى، 400%.

ئامېرىكا لىنىيەسى Google غا ئالماشقاندىن كېيىن، بىزنىڭ كەسىپىمىز تېز سۈرئەتتە راۋاجلىنىش باسقۇچىغا قەدەم قويدى، مېنىڭ قىلىدىغان نۇرغۇن ئىشلىرىم بار ئىدى. ھەممە ئېلان سودىگەرلىرىمىزنىڭ ئالاقە سىستېمىسىنى يېڭىلىشىمىز، تېخنىكا ئېھتىياتچان بولغان تەھرىرلەش يېڭى سىياسىتىنى تارقىتىشىمىز، يەنە Google بىلەن ئامېرىكا لىنىيەسى بىرلەشكەنلىكىنىڭ كۈچىنى كۆرگەزمە قىلىدىغان تام تەسۋىر تەييارلىشىم كېرەك ئىدى. ئېنىقكى، بازارچىلىق بۆلۈمى بۇ ئىشلارنى قىلالايتتى، مەنمۇ ئۇلارغا قوشۇلۇپ مەن قىلىشقا تېگىشلىك ئىشلارنى قىلدىم، بۇ ئادەمنى ناھايىتى ھاياجانلاندۇراتتى، شېرىلىنىڭ قوللاش قوشۇنى ئېلان سودىگەرلىرى بىلەن يېقىندىن ئۇچرىشىپ، جوناسانىنىڭ قول ئاستىدا يېڭىدىن تەشكىللەنگەن مەھسۇلات باشقۇرۇش قوشۇنى Google بىلەن ئامېرىكا لىنىيەسىنى بىرلەشتۈرۈش مەسلىسىنى چوڭقۇر ئويلاندى، مەن بىلەن شېرىكلىرىم خۇددى جوناسان ئۆزىنىڭ قوشۇندىكىلەرگە چۈشەندۈرگەنگە ئوخشاش «ئېلان ۋاكالەتچى سودىگىرى»—«باشقا ئىستراتېگىيەلىك تەسەۋۋۇرنى ئەمەلىيلەشتۈرىدىغان مۇلازىمەت ئورگىنى. گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، بېسىم يەنىلا تۇيۇمن ئەمەس. مەھسۇلات ئېلان قىلىشقا زۆرۈر بولغان ھەممە تەييارلىقلارنى ياخشى قېلىش كېرەك. بۇ مەھسۇلاتنىڭ ئوتتۇرىغا چىقىش ۋاقتىنى دەل Google ئىزدەش مۇلازىمېتىر قوشۇنى بىلەن Google سوئال جاۋاب (Google Answers)—تۇردىكى تەتقىقاتچىلاردىن پايدىلىنىپ مۇرەككەپ مەسىلىلەرگە جاۋاب بېرىدىغان بىر تۈرلۈك ھەقلىق مۇلازىمەت—ئىككى خىل مۇلازىمەتنىڭ ئاخىرلىشىش ۋاقتىنى تەڭ كېلىپ قالدى.

مېنىڭ ھېچقانداق ئاغرىنىشىم يوق، پەقەت ئىككى يېرىم يىلدىن كېيىن، مېنىڭ رولۇم ئوتتۇرا دەرىجىلىك كۆلەمدىكى شىركەتتە ئەنئەنىۋى مەنىدىكى سىرت بىلەن ئالاقە قىلىدىغان دىرېكتورغا ئۆزگەردى، سىرتتىكىلەر چۈشەنمەسلىكى مۇمكىن، بىراق مېنىڭ Google باش ئىشتابىدىكى تۈرمۇشۇم ئۆز قائىدىسى بويىچە ئىشلەش بولۇپ، ئۆزگەرمەيدۇ، ۋاقتىدا ئىشقا چىقىپ، مەسىلە ھەل قىلىپ، بېرىپ ئەتىگەنلىك تاماق يەيمەن، ئېلخەتكە

جاۋاب قايتۇرىمەن، بۇزۇلغان ئىشلارنى بىر تەرەپ قىلىمەن، ئاندىن چۈشلۈك تاماق يەيمەن، ئىشخانىدىكى ئۇستەلنى رەتلەيمەن، ئاندىن كەچلىك تاماق يەيمەن، ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرىمەن، ئۆيگە قايتىپ دەپتەردارلىق قىلىمەن، ئېلخەتكە جاۋاب قايتۇرىمەن، ئاندىن ئۇخلايمەن.

يەنە بىر تەرەپتە، شېرىل ساندبېرگنىڭ ھالى ئىنتايىن تەس، ئامېرىكا لىنىيەسى تەلەپ قىلغان بىر قاتار جىددىي ئىشلارغا ئۇنىڭ پەقەتلا 4 كىشىلىك AdWords ئېلان قوللاش قوشۇنى يېتىشەلمەي قالدى. Google ئېلانى چوقۇم ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ تەھرىرلەش سىياستى بويىچە ئېلان قىلىنىشى كېرەك، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئامېرىكا لىنىيەسى لارىرغا ئوخشاش خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىشنى خالىمايدۇ. ئۇلار ھەر بىر ئېلان تارقىتىلىشتىن ئىلگىرى چوقۇم ئادەم كۆرۈپ تەكشۈرۈشنى ئۈمىد قىلىدۇ، بىزنىڭ سىستېمىمىزدا يۇز مىڭدىن ئارتۇق ئېلان بار، بىر كۈن تارقىتىلمىسا، بىزنىڭ ئامېرىكا لىنىيەسىگە تاپشۇرىدىغان كاپالەت پۇلىمىزنىڭ كىرىمى ئازلايدۇ.

شېرىل ئىزچىل ھالدا ئۆزىنىڭ بۆلۈمىنى بىر ھەسسە كېڭەيتىشنى پىلان قىلىپ، پۈتكۈل قوشۇننى پۈتۈن كۈنلۈك 8 خىزمەتچىدىن تەركىپ تاپقۇزماقچى ئىدى. بۈگۈنكى كۈندە قايتا ھېسابلاپ باقسا، ئۇ 47 ئادەم لازىملىقنى ھېس قىلدى، پات ئارىدا، ئۇ 50 دىن ئارتۇق ئادەمگە ئېھتىياجلىق. سودا پۈتكەنلىكىنى ئېلان قىلىدىغان شۇ كۈنى، شېرىل پىدائىي خىزمەتچىلەردىن ھەر ھەپتىدە ئاز دېگەندە 20 سائەت ۋاقىت ئاجرىتىپ ئېلان تەستىقلاشنى، ئاز دېگەندە 2 ھەپتە داۋاملاشتۇرۇشنى ئىلتىماس قىلدى. ئىنژېنېرلار ئانچە قوللاپ كەتمىدى.

«ئەجەبا بۇ يەردە ئىشلەيدىغانلاردىن بىرەرسى بىكار قاپتىمۇ؟» بەزىلەر ئالدى بىلەن مۇشۇنداق سورىدى، ئۇ شۇنىڭدىن كېيىن، سىستېمىنىڭ ئەقلىي ئىقتىدارلىق دەرىجىسىنى ئۆستۈرۈشنى ئوتتۇرىغا قويدى، ھېسابلاش ئۇسۇلى ۋە قاتتىق دېتالنى ياخشىلاش بىلەن ئەمەس بەلكى ئادەم سانىنى كۆپەيتىش ئارقىلىق ئۇنۇمنى ئاشۇرۇشنىڭ ئۆزى بىر خاتالىق. سالار ئوتتۇرىغا چىقىپ شېرىل ساندبېرگنى ئاقلىدى، ئەلۋەتتە يەنە نۇرغۇن قوراللارنى تەتقىق قىلىشقا تىوغرا كېلىدۇ، ئەممىا ھەر بىر تۈرلۈك ئىشنىڭ ھەممىسىنى ئاپتوماتلاشتۇرغىلى بولمۇشى ناتايىن، ئۇنىڭدىن باشقا، لارىرى بىلەن سېرگېيمۇ پىدائىي خىزمەتچىلەرنى ئىشلىتىش ئويىنى قوللايدۇ، شۇغىنىسى ئاۋاز قوشقانلار يوق دېيەرلىك.

چۈنكى ھېچكىم پىدائىي بولمۇشنى خالىمىغانلىقتىن، شېرىل ساندبېرگ ئامالسىز ب پىلانىنى ئىجرا قىلىشقا مەجبۇر بولدى، ئۇ بىر ۋاستىچى شىركەتكە تېلېفون ئۇرۇپ، ئاز دېگەندە 50 نەپەر ۋاقتلىق خىزمەتچى ئەۋەتىشنى مەلۇم قىلدى، توختام كۆچكە ئىگە بولغاندىن كېيىنكى ئىككى كۈندە، نەچچە ئون ۋاقتلىق خىزمەتچى بىز جۈمە كۈنى قەرەللىك يىغىن ئاچىدىغان ئوچۇق رايوندىكى ئۇستەللەرنىڭ ئەتراپىغا ئولتۇردى. AdWords ئېلان قوللاش قوشۇندىكى ئالانا كارېن يىغىن زالىنىڭ ئالدىدا ئۇيىاندىن بۇيانغا مېڭىپ، ئېلان تەستىقلاشنىڭ پۈتكۈل جەريانىنى كۆرۈۋاتاتتى، ئەھۋال ئىنتايىن قالايمقان ئىدى. بۇ ۋاقتلىق خىزمەتچىلەرنىڭ توردىكى ئېلان ھەققىدە ھېچقانداق تەجرىبىسى يوق بولۇپ، ئۇلار بىزنىڭ تەكشۈرۈپ تەستىقلاش جەريانىمىزغا پىششىق ئەمەس، ئۇنىڭ ئۇستىگە كومپيۇتېر بىلىملىرى ئىنتايىن كەم ئىدى. تەكشۈرۈش يۇمشاق دېتالىنىڭ ئانچە رولى بولمايۋاتاتتى. شېرىل ساندبېرگ بۇ ئەھۋاللارنىڭ ھەممىسىنى كۆرگەندىن كېيىن، بارغانسېرى ئۈمىدسىزلەندى، ئاخىرى پەقەت چىداپ بولالمىدى. ئۇ ئۇستۇنكى قەۋەتكە يۈگرەپ چىقىپ، 6 نەپەر ئېلان يۇمشاق دېتالى ئىنژېنېرى ئىشلەيدىغان ئورۇنغا كەلدى.

«بۈياقتا، مەن بىلەن مېڭىڭلار. » شېرىل ساندبېرگ ئەدەبلىك ئەممىا قەتئىيلىك بىلەن ئۇلارغا شۇنداق دېدى.

«توختاڭ، سىز ھەممە ئىنژېنېرنى ئۆزىڭىز بىلەن بىللە ئېلىپ كەتسىڭىز بولمايدۇ. » دەپ گۈرۈپپا دىرېكتورى ئىتىراز بىلدۈردى.

«سىزمۇ كېلىڭ.» دېدى شېرىل ساندېبېرگ ئۇنىڭغا، ئىشلىتىۋاتقىنى ئۇ ئامېرىكا مالىيە مىنىستىرلىقىدا ئىشخانا مۇدىرى بولغاندا ئادەتتىكىدەك تەلەپپۇزى بولۇپ، ئۇلارنىڭ ھەممىسى ئۇنىڭغا ئەگىشىپ تۆۋەنكى قەۋەتكە چۈشتى، تەرىبىيەلەش ئىشخانىسىنىڭ ئارقىدا تۇرۇپ ئالاناڭ شۇنچە تىرىشىپ ۋاقىتلىق خىزمەتچىلەرگە ئۇلار ئىجاد قىلغان تەكشۈرۈپ تەستىقلاش يۈمشاق دېتالىنى ئۆگىتىۋاتقانلىقىنى كۆردى.

بىر سائەت كۆرگەندىن كېيىن، ئۇلار چىقىپ شېرىل ساندېبېرگ بىلەن سۆھبەتلەشتى. ئۇلار: «يۈمشاق دېتالىنى ئىشلىتىش قولايسىز ئىكەن، بۇ ھەپتە ئاخىرى ساڭا قايتا تۈزۈپ بېرەيلى.» دەپ ئېتىراپ قىلدى. شېرىل ساندېبېرگ ۋاقىتلىق خىزمەتچىلەرگە، بۇگۈن ئەتىگەنلىك ۋە ئىككىنچى كۈنى پۈتۈن كۈنلۈك ئىش ھەققىنى بېرىدىغانلىقى، دۇشەنبە كۈندىن ئىلگىرى كەلمەسمۇ بولىدىغانلىقىنى ئۇقتۇردى.

دۇشەنبە كۈنى ۋاقىتلىق خىزمەتچىلەرنىڭ ھەممىسى كەلدى، بىراق خىزمەت ئەھۋالى يەنىلا ئانچە كۆڭۈلدىكىدەك ئەمەس، ئىككى ھەپتىدىن كېيىن، شېرىل ساندېبېرگ پەقەت بىرلا ئادەمنى ئېلىپ قېلىپ، قالغانلارنىڭ ھەممىسىنى قايتۇرۇۋەتتى.

س پىلاننى ئىجرا قىلىشقا باشلىدى.

شېرىل ساندېبېرگ ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىدا تور يايىدى. بىر تۈركۈم ئوقۇغۇچىلار ئوقۇش پۈتتۈرۈش ئالدىدا بولۇپ، ئۇلار تور شىركەتلىرى يامراپ كەتكەن يەرلىك كەسىپ ساھەسىدىن خىزمەت ئىزدەيدۇ، بىراق ئۇلارغا تەمىنلەيدىغان ئۇنچە كۆپ خىزمەت ئورنى يوق، شېرىل ساندېبېرگ ئۇلارغا ۋەدە بېرىپ، ئەگەر ئۇلار تىرىشىپ ئىشلەپ، تېز سۈرئەتتە خىزمەت تەلىپىگە لايىقلاشسا، ۋاقىتلىق خىزمەت ئورنىنىڭ رەسمىي خىزمەت ئورنىغا ئۆزگىرىدىغانلىقىنى ئېيتتى، «ۋاقىتلىق خىزمەتتىن رەسمىي تەكلىپ قىلىش» لايىھەسى شۇ ھامان ئىجرا قىلىنىپ، ئوقۇش پۈتتۈرگەندىن كېيىن قىلىدىغان ئىشى يوق، تارىخ، جەمئىيەتشۇناسلىق ۋە پەلسەپە كەسپىدە ئوقۇش پۈتتۈرگەن نەچچە ئون ئوقۇغۇچىنى جەلپ قىلدى، ئۇلار AdWords نىڭ كەسىپ ۋەكىلگە ئايلاندى.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، ئېرىك شىمىتمۇ ھەر كۈنى شېرىل ساندېبېرگنى ئىزدەپ، ئېلان ئەھۋالىنىڭ ئەڭ يېڭى سانلىق مەلۇماتلىرىنى تەمىنلەشنى تەلەپ قىلىۋاتىدۇ، ئامېرىكا لىنىيەسىگە ۋەدە قىلغان زور سوممىلىق ئەڭ تۆۋەن كاپالەت سوممىسى خۇددى يارىغا ئوخشاش ئۇنى بىئارام قىلىۋاتىدۇ. ئۇ «ئۇنداقتا، ھازىر بىزنىڭ قانچىلىك ئېلان خېرىدارىمىز بار؟» دەپ سورىدى. بىز يەنە نەچچە يۈز مىڭ ئېلان خېرىدارى تاپسىاق، ئاندىن Overture بىلەن رىقابەتلىشەلەيمىز.

«بۇ يەردە » دەپ شېرىل ساندېبېرگ بىر تەرەپتىن سۆزلىگەچ يەنە بىر تەرەپتىن ئېلېكترونلۇق جەدۋەلدىكى بىر سانىنى كۆرسەتتى.

بىر قانچە سائەتتىن كېيىن، ئۇ يەنە سورىدى: «بىزنىڭ ھازىر قانچە ئېلان خېرىدارىمىز بار؟»

«ئالدىنقى قېتىم سورىغان ۋاقتىدىكىدىن ئانچە كۆپ ئاشمىدى. » دېدى شېرىل ساندېبېرگ، خۇددى بىر ئانىنىڭ بالىسىنىڭ سوئالىغا سەۋرىچانلىق بىلەن جاۋاب بەرگەنگە ئوخشاش. «يەنە شۇنداقمۇ؟» بىرنىچى كۈنى ھەتتا بىرنىچى ھەپتىدىمۇ، بىز Overture دىن ئېشىپ كېتەلمىدۇق. ئەمما ئانچە كۆپ ۋاقىت ئۆتمەي، Google نىڭ ئېلان تورى خۇددى بۇ ئەڭ چوڭ رىقابەتچىمىزگە ئوخشاش غايەت زور بولىدۇ.

ئېلان خېرىدارى قانچە كۆپ بولسا، ئېلانمۇ شۇنچە كۆپ بولىدۇ، تەكشۈرۈپ تەستىقلاشقا ئېھتىياجلىق بولغان AdWords كەسپى ۋاكالەتچىلىرىمۇ شۇنچە كۆپ، شېرىل ساندېبېرگنىڭ قوشۇنى ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ چوڭ پارتلىشى سەۋەبىدىن ئۆزلۈكسىز كېڭەيدى. ھازىر ئۇ ئېھتىياجلىق خىزمەت سورۇنى بىر بىنانىڭ يېرىمىنى

ئىگىلىدى، ئۇنىڭ ئۇستىگە يەنە داۋاملىق ئىگىلىگەن يېرىنى كېڭەيتىۋاتىدۇ. 2002-يىلى 10-ئايدا، بىز يەنە بىر بىنانى ئىجارە ئالدۇق، هازىرقى بۇ بىنا بىلەن ئوخشاش چوڭلۇقتا. بۇ بىنا Saladop يولدا بولغانلىقتىن، بىز ئۇنى رەسمىي هالدا «Saladoplex» دەپ ئاتىدۇق. بىراق كۆپچىلىك ئۇنى يەنە «تاتلىق بىنا» (Honeyplex) مۇ دەيدۇ، چۈنكى شېرىل ساندبېرگ تەكلىپ قىلغان ئەمدىلا ئوقۇش پۈتتۈرگەن ئالىي مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرىنىڭ هەممىسى قىزلار. بىنانىڭ سىرتىدىكى بالكون هەر كۈنى چۈشتىن كېيىن كالىفورنىيەنىڭ ئىللىق قۇياش نۇرىغا چۈمىدۇ، AdWords كەسپىگە مەسئۇل بىر قىسىم خىزمەتچىلەر سىرتقا چىقىپ ئايتاپقا قاقلىنىدۇ، ئەلۋەتتە كېينىشى ئىنتايىن «قۇلاي»، نۇرغۇن ئەر ئىنژېنېرلار 10 مىنۇت ۋاقىت چىقىرىپ، ئالايىتەن Saladoplex كە مېڭىپ بېرىپ چۈشلۈك تاماق يەيدۇ.

«تاتلىق بىنا» دېگەن بۇ ئىسىمدا گەرچە ئەرلەر ئۇستۈنلۈكى پۈرىقى چىقىپ تۇرسىمۇ ئەمما يەنىلا ماس كېلىدۇ. چۈنكى بۇ بىنا خۇددى هەرە ئۇۋىسىغا ئوخشايدۇ، توختىماستىن تىجارەت كىرىمى يارىتىدۇ، ئۇنىڭغا تېخىمۇ كۆپ كومپيۇتېر سېتىۋالىمىز، تېخىمۇ كۆپ ئىنژېنېر ۋە ئېلان كەسپى ۋەكىلىنى تەكلىپ قىلىمىز، كوللېكتىپ ئەمگىكىمىزگە تايىنىپ تاتلىق نەپكە ئېرىشىمىز. بۈگۈنكى كۈندە، Google نىڭ بۇ كىرىم موتورى غۇلۇ-غۇلۇپ قىلىپ ئايلىنىۋاتىدۇ، هاسىل قىلغان كۆچى ئىشلەتكۈچى تۈپ سانىنىڭ ئاشۇرىدىغان ئىزدەش تېخنىكىسىدىن قېلىشمايدۇ.

ئېلان خېرىدارلىرى داڭقىمىزنى ئاڭلاپ كېلىشكە باشلىدى، شۇنىڭ بىلەن AdWords كەسپى ۋەكىللىرىنىڭ خىزمىتى ئېلانىنى تەكشۈرۈپ تەستىقلاش (بۇ جەريانىنىڭ ئاپتوماتلىشىش دەرىجىسى ئۆزلۈكسىز ئاشتى) تىن ئېلان خېرىدارلىرىنى سېلىنمىنى ئاشۇرۇشقا دەۋەت قىلىشقا يۈزلەندى. بۇ ئېلان سودىگەرلىرى سىستېمىغا كىرگۈزۈلسىلا، شېرىل ساندبېرگ مەسئۇل بولغان ئاپپاراتىــئېلان سودىگەرلىرىنىڭ ئوخشاش بولمىغان خامچوتىغا ئاساسەن ئوخشاش بولمىغان قاتلامدىكى ئورۇنلارغا بۆلۈپــبىر قىسىم ئەلالاشتۇرغۇچىلارنى تەقسىملەپ سىستېمىنىڭ ئۇنۇمىنى ياخشىلايدۇ. AdWords كەسپى ۋەكىلى مۇناسىۋەتلىك دەرىجىسى تېخىمۇ يۇقىرى بولغان هالقىلىق سۆزنى ئوتتۇرىغا قويۇشقا مەسئۇل، ئوخشاش بولمىغان مەهسۇلاتلارنى تۇرگە ئايرىپ كۆپلىگەن هېسابات قۇرۇپ، ئېلان سودىگەرلىرىنىڭ ئېلان ئۇلانمىسى كۆرسەتكەن تورتۇرالارنى ياخشىلىشىغا يارەملىشىدۇ. AdWords كەسپى ۋاكالەتچىلىرى خېرىدار تالىششىنىڭ هاجىتى يوق، ئۇلار پەقەت هازىر بار خېرىدارلارغا قانداق قىلغاندا ئۆزى ۋە Google ئۈچۈن تېخىمۇ كۆپ كىرىم يارىتىدىغانلىقىنى نامايان قىلسىلا بولىدۇ. 2008-يىلغا بارغاندا شېرىل ساندبېرگ Google دىن ئايرىلغان (Facebook قا بېرىپ باش تىجارەت ئەمەلدارىلىق ۋەزىپىسىدە ئولتۇردى) ۋاقتىتا، AdWords قوشۇنى 4 ئادەمدىن راۋاجلىنىپ 4000 گە يەتتى، زور كۆپچىلىك ئېلان تەكشۈرۈپ تەستىقلىغۇچىلار هندىستان ۋە دۇبلىندا تۇراتتى.

ئامېرىكا لىنىيەسىنى قولغا كەلتۈرۈش ئارقىلىق، Google خاتاسىز هالدا بىزنىڭ ئېلانىنى رەتكە تىزىش تېخنىكىمىزنىڭ ئەڭزەللىكىنى ئىسپاتلىدى، شۇنداقلا ئېلان بىلەن ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ چەك-چېگرا‌سىنى ئېنىق ئايرىشنىڭ قىممىتىنى ئەكس ئەتتۈردى. ئۇنىڭدىن كېيىن يۇز بەرگەن ئىشلاردىن ئىنتايىن هەيران قالدى، مەنمۇ بۇنىڭدىن مۇستەسنا ئەمەس.

بىز توختىماي ئالغا باستۇق، ئەمما ئەگرى يولنىمۇ ماڭدۇق

«بۇ يېڭى تېخنىكىمۇ؟» تور باشقۇرغۇچىلار دۇنياسى (Webmaster World) مۇنبىرىدە KeyMaster ئاتلىق يازما يوللىغۇچى مۇشۇنداق سورىغان.» ئادەتتىكى ئەهۋالدا، ئېلانىنىڭ هەممىسى ئىزدەش نەتىجە بېتىنىڭ چوققىسى ياكى بەتنىڭ ئوڭ تەرىپىدە ئېلان رامكىسى ياسىلىدۇ، بىراق مەن هازىر

كۆرۈۋاتقان ئېلان بىلەن باشقا ئىزدەش نەتىجىلىرى ئارىلىشىپ كېتىپتۇ. « KeyMaster نامىدىكى تورغا 2002-يىلى 5-ئاينىڭ 9-كۈنى، بىر قىسىم ئىشلەتكۈچىلەر ئىزدىگەندە، ھەقلىق ئېلان تىزىمى ئەسلىدە «ئوبيېكتىپ ئىزدەش نەتىجىسى» لا بولۇشى كېرەك بولغان ئورۇنغا سىڭدۈرۈلۈپتۇ. گەرچە ھەقلىق تىزىم بىر خىل «ياردەم بېرىش ئۇلانمىسى» بولسىمۇ، ئەمما Google يەنىلا تۇنجى قېتىم ئۇلارنى ئادەتتىكى ئىزدەش نەتىجىسى بىلەن بىللە كۆرسەتتى. ھەقلىق تىزىم ئەمەلىيەتتە بىر خىل ھەقلىق سىڭدۈرمە ئېلان بولۇپ، بۇ دەل Google جاھانىڭ قالايمىقان بولۇشىدىن ئۆلگىدەك قاچىدىغان قىلمىشلاردىن ئىدى.

سەھەر سائەت 4 تە، بىر نەپەر Google ئىنژېنېرى تەخەللۇسىنى ئىشلىتىپ تورغا چىقىپ جاۋاب بېرىپ، كۆپچىلىكنى خاتىرجەم قىلدى، ئۇ مۇنداق دېدى: «بۇ بىر پىروگراممىا خاتالىقى. بىزنىڭ ئېلان تارقىتىش سىستېمىمىزدىكى يېڭى كودتا نۇقسان بار ئىكەن، ھازىر ئاساسەن ئوڭۇشلۇپ بولدى، ناھايىتى تېزلا تەلتۆكۈس ھەل قىلىندۇ. »

بىراق، ھەممەيلەننىڭ بۇنداق سۆزلەرگە ئىشىنىشى تەس. «تۆت تاج» ئاتلىق بىر يازما يوللىغۇچى مۇنداق جاۋاب بەرگەن: «ھېچقانداق يەردىن بۇنىڭدىنمۇ كىشىنى قايمۇقتۇرىدىغان گەپنى كۆرگىلى بولماسلىقى مۇمكىن... پىروگراممىا خاتالىقمۇ، ياكى سىناقمۇ؟ ۋە ياكى پات ئارىدا باشقا بىر ئىزدەش موتورىغا ئىشلىتىدىغان نەرسىمۇ؟»

بىر قانچە يازما بۇنداق كۆز قاراشنى ياقلىغان: Google ئامېرىكا لىنىيەسى ئۇچۇن بىر ئېغىزنى سناۋاتقان بولۇپ، نېمە سەۋەبتىنكىن تاكى، ئېغىز تۈيدۇرماستىن Google تورتۇراسىغا ئۇلىنىپتۇ. ئۇلارنىڭ دېگىنى ئەمەلىيەتتە ئانچە تاپتىن چىقىپ كەتكەنلىك ئەمەس، شۇغىنىسى Google ئامېرىكا لىنىيەسى ئۇچۇن سناق قىلماستىن بەلكى Yahoo ئۇچۇن سناۋاتىدۇ.

بىزنىڭ ئامېرىكا لىنىيەسىدىكى ئەڭ مۇھىم جەڭ ۋەزىپىمىز ئىزچىل ھالدا Overture نىڭ ئۇلار ئۇچۇن ئېلان تەمىنلىشىنىڭ ئالدىنى ئېلىش، شۇنىڭ بىلەن بىللە بىز يەنە Inktomi نىڭ ئۇلارغا ئەمەلىي ئىزدەش نەتىجىسى تەمىنلەش سالاھىيىتىدىن مەھرۇم قالدۇرغۇزۇش. شۇنداقتىمۇ، Inktomi بارلىق ئىزدەش بازىرىنى بىزگە ئۆتۈنۈپ بېرىشنى خالىمايدۇ. بىز ئەمدىلا ئۇلاردىن ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ كەسپىنى قولغا ئالدۇق، بىراق بۇنىڭدىن ئىلگىرى، بىز Yahoo نى قولغا كەلتۈرۈپ بولغان ئىدۇق. ئۇلار 6-ئايدا توختامنى داۋاملاشتۇرۇپ تۈزىدىغان ۋاقتىتا Yahoo كەسپىنى قايتا قولغا ئېلىشنى ئويلاۋاتىدۇ.

مەن ئىزچىل ھالدا، Google ئىزدەشنى ئىشلەتكەندە ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلەرنىڭ تور ئېتىمنى ئاشۇرىدىغانلىقىغا ئائىت ئۇچىنچى تەرەپنىڭ سانلىق مەلۇماتىنى تاپالمىدىم، بۇنىڭدىن سىرگېي بارغانسېرى ئۇمىدسىزلەندى. Inktomi نىڭ دېيىشچە، بىز Yahoo نىڭ ئىشلەتكۈچىلىرىنى ئوغرىلاپتۇق، بىز سانلىق مەلۇمات ئارقىلىق بۇنىڭغا رەددىيە بېرىشكە ئامالسىز، بىز چوقۇم باشقا ئۇسۇل تېپىپ قىممىتىمىزنى نامايان قىلىشىمىز كېرەك. بەلكىم بىز بىردىنبىر يېڭى كىرىم مەنبەسى تەمىنلەيدىغاندىمىز؟ Inktomi ئېلان تەمىنلەيدۇ[42]، Overture ئەمەلىي ئىزدەش نەتىجىسى تەمىنلەيدۇ، ئەمما Google پايدا يوشۇرۇن كۈچى غايەت زور بولغان ئۇسۇلدا بىرلا ۋاقىتتا ئېلان ۋە ئىزدەش نەتىجىسى تەمىنلەيدۇ. Overture نىڭ توختامدا Yahoo دىن Overture ئېلانى كۆرۈنگەن جايدا Google ئېلانى كۆرۈلۈشىنى چەكلىگەن، ئەمما بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىدە ھەقلىق ئېلان كۆرسىتىش پۈرسىتىمىز بار. مەسخىرە قىلىش بىر ياقتا تۇرۇپ تۇرسۇن، بىز Yahoo غا قانداق قىلىپ بۇ نۇقتىنى ئىشقا ئاشۇرغانلىقىمىزنى كۆرسىتىپ قويۇشنى پىلانلىدۇق. بىز Google نىڭ «ھەقسىز ئىزدەش» مۇلازىمىتىنى ئىشلىتىدىغان تورتۇرالاردا پۇل خەجلەپ ئورۇن سېتىۋالغان AdWords ئېلان سىستېمىسىنى سىنىماقچى.

بىز «ھەقسىز ئىزدەش» مۇلازىمىتى ئىشلىتىدىغان تورتۇرالارنىڭ ئۇلارنىڭ بېتىدە Google نىڭ ئىزدەش

[42] Inktomi نىڭ ئومۇمىيۈزلۈك «ھەق تۆلىگەننى قوشۇش» پىلانى يوق، شۇڭلاشقا تورتۇرا ئىزدەش نەتىجىسىدە ئېلان كۆرسەتسە بولمايدۇ.

رامكسىنى قويۇشىغا يول قويمىز، بىراق Google نىڭ ئىزدەش نەتىجىسىنى چۆرىدىگەن ھالدا ئېلان تارقىتىشىغا بولمايدۇ، پەقەت بىزلا مۇشۇنداق قىلالايمىز. بىز ھەقسىز ئىزدەش بىلەن تەمىنلەپ، ئىشلەتكۈچىدىن پەيدا بولغان كىرىمنى پايدا ئالمىز. بۇنداق قىلغاندا ئاساسەن تالاش-تارتىش يوق، ئەمما بۇ تورتۇرالاردا ھەقلىق ئېلانىنى سىناق قىلغاندا تالاش-تارتىش كۆرۈلۈشى مۇمكىن، شۇڭلاشقا لارى بىلەن سېرگېي يېرىم كېچىدە 1% ئىشلەتكۈچىگە يېرىم سائەت ئېلان كۆرسىتىشنى قارار قىلدى، داۋاملاشقان بۇ ۋاقىت دەل بىزنىڭ ھاسىل بولۇشى مۇمكىن بولغان كىرىمنى ھېسابلىشىمىزغا يېتىدۇ.

بىز ئۇ خىل سىستېمىنى ئەمەلىي ئىشلىتىشنى ۋەدە قىلمىدۇق، ئۇنىڭ ئۇستىگە ناھايىتى ئېنىقكى، بىزمۇ Google.com ئىزدەش نەتىجىسى بېتىدە بۇنداق قىلىشىمىز مۇمكىن ئەمەس، بىراق ماربىسسانىڭ ياخشى بولمىغان تۇيغۇسى بار، ئۇنىڭ دېيىشچە تاراتقۇلار دىققەت قىلىپ ئاشكارىلىۋېتىشىدىن بەكلا ئەنسىرەيدىكەن. بىردىنبىر كۆرۈلىدىغان نەتىجە شۇكى Google ئۆزىنىڭ تورتۇراسى Google.com دا ھەقلىق سۆزدۇرمە ئېلان قويۇش، لېكىن پىلان بۇنداق ئەمەس. ئىش پىلان بويىچە راۋاجلانمىدى.

ھەقلىق ئېلان دەسلەپتە Google نىڭ ئۆزىنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىدە پەيدا بولدى. Google تور مۇلازىمېتىرىنىڭ بىر پىروگراممىا خاتالىقى ئېلانىنىڭ چەكلەپ قويۇلغان سىناق رايون دائىرىسىدىن ھالقىپ كېتىشىنى كەلتۈرۈپ چىقارغان. كۈندىن-كۈنگە Google نىڭ رەتكە تۇرغۇزۇش ئىچكى ئەھۋاللىرىنى بىلىشكە تايىنىپ جان باقىدىغان ھەر قايسى تور باشقۇرغۇچىلار، بۇنچە چوڭ ئۆزگىرىشنى قانداقمۇ ئۆتكۈزۈۋەتسۇن. بىر پىروگراممىا خاتالىقى ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلەرنىڭ سىناق نەتىجىسى Google ئۆزىنىڭ ئىزدەش نەتىجە بېتىدە پەيدا بولۇشىنى كەلتۈرۈپ چىقارغان—بىز ئامالسىز مۇشۇنداق چۈشەندۈرۈشنى تەكرارلىدۇق.

ئىنژېنېر خوۋارد گوبىئوفنىڭ كېيىن ماڭا دەپ بېرىشچە، قۇرۇلۇش بۆلۈمىگە ئېلانىنى ئىزدەش نەتىجىسىگە كىرگۈزۈش كۆرسەتمىسىنى بەرگەندە، يەنە بەشقا تەلەپلەرمۇ بار ئىكەن. بىز ئەزەلدىن كۆرۈپ باقمىغان، چۈنكى خوۋارد گوبىئوفنىڭ سۆزى بويىچە ئېيتقاندا، «بەزىلەر ھەمىشە ھەددىدىن زىيادە كۆڭۈل بۆلۈپ ۋاقىت-ۋاقىت بولۇپ كېتىدۇ». خوۋارد گوبىئوق تىغ ئۇچىنى يېڭىدىن ۋەزىپىگە ئولتۇرغان مەھسۇلات دىرېكتورى ۋە كارخانا تەرەققىيات بۆلۈمىدىكى ئەبلەخكە قاراتتى، ئۇلارنىڭ دېيىشچە بىز ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزنىڭ تور تۈراسىدا قىلغان ئىشلار ئانچە مۇھىم ئەمەسكەن، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئېلان ئەڭ ئاخىرى يەنىلا ھەقلىق رەتكە تۇرغۇزۇش قىلىپ نىشان بىكىتىلىدىكەن.

خوۋارد گوبىئوفنىڭ دېيىشچە، كود يېزىش تەلەپ قىلىنغان ئىنژېنېر پىروگراممىا ئىچىدىكى ھۆججەتلەرگە بىر قىسىم باھالاش خاراكتېرىدىكى «ئىزاھات» نى يوشۇرۇن يېزىپتۇ، «بۇ يامانلىق قىلغانلىق، بىراق ئۇلار مېنى مەجبۇرلاپ مۇشۇنداق قىلدۇردى.» بىر ئىنژېنېر مۇنداق يازغان، خوۋارد گوبىئوفنىڭ قارىشچە، بۇ خىل ئۇسۇل ئاخىرى چۆرۈۋېتىلىدىكەن، چۈنكى سېرگېينىڭ كېسىپلا ئېيتىشچە، بۇ خىل ئۇسۇل ئانچە ئەخلاقلىق ئەمەس بولۇپ، تاراتقۇلاردا تەسىرى ياخشى ئەمەس ئىكەن. يېقىن ئارىلىقتىن رەزىللىكنى كۆزىتىش ئۇچۇن، بىز رەزىللىكنىڭ چېگرىسىغا يېقىنلىششىنى خالايدىكەنمىز. ئەمما ئاخىرىغا بېرىپ، لارى بىلەن سېرگېي بەزى چېگرالاردىن ھالقىشنى خالمىدى، «يامانلىق قىلماسلىق»، «ئويلاشماسلىق، سىنماسلىق، رەزىللىكنى مۆلچەرلەپ باھالماسلىق» قا تەڭ ئەمەس.

ئۇ! Yahoo!

5-ئاينىڭ 10-كۈنى، جۈمە، ئامېرىكا لىنىيەسى كەسپى بىلەن پۈتۈشكەنلىكىمىزنى تەبرىكلەش ئۈچۈن، ھەممە ئىشچى-خىزمەتچىلەر قاتناشقان كاۋاپ پىشۇرۇپ يېيىش پائالىيىتى ئۆتكۈزدۇق، پائالىيەتنى

ئۆتكۈزۈشكە چاد لېستېر مەسئۇل بولدى، ئامېرىكا لىنىيەسى ئۇلارنىڭ شىركىتىنىڭ تۇغى چۈشۈرۈلگەن چوڭ تېپتىكى كۆك رەڭلىك لاۋا چىراغدىن بىرنى سوۋغات قىلىپ ئېلىپ كەپتۇ، دېڭىز ئۇڭېستېر ھاۋاينىڭ ئەنئەنىۋى ئۆرنەك نەقشى چۈشۈرۈلگەن خاتىرە مايكىسى لايىھەلەپتۇ، بىراق لارى لايىھەدىكى بىر ئېلېمېنتنى ئۆزگەرتتى: دېڭىز ئۇڭېستېرغا دەپ چېسلانى چىقىرىۋەتتى، لارى ھەر قانداق كىشىنىڭ بىزنىڭ قايسى ۋاقىتتا ئامېرىكا لىنىيەسى بىلەن توختام تۈزگەنلىكىمىزنى ئەسكەرتىدىغان كىيىمنى كىيىپ ھەممە يەردە لاغايلاپ يۈرۈشۈمىزنى خالىمىدى.

ئىككى ئايدىن كېيىن، بىز Overture نىڭ قوللىدىن Ask، Jeeves كە ئېرىشتۇق. Overture نىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى تېد مېيسېلىنىڭ ئامېرىكا بىرلەشمە ئاگېنتلىقىغا دېيىشچە: «بىز ئېرىشكەن كەسىپلەر يوقاتقانلىرىمىزدىن كۆپ، مېنىڭچە بىز ئېرىششكە تېگىشلىكلىرىمىزنىڭ ھەممىسگە ئېرىشمىز. » ھازىر، ئۇلار قايتۇرما ھۇجۇمغا ئۆتۈشكە باشلىدى. بۇنى توغرا بولغان دوست تۇتۇش يولى دېگىلى بولمايدۇ.

ۋال كوچىسى ئانالىزچىسى سافا راشتچىنىڭ جاكارلىشچە، كۆپچىلىككە يۈزلىنىپ ئىگە بولۇش نىسبىتى ئۇرۇشى ئاخىرلاشتى، «Yahoo بەلكىم ئۆزلىرىنىڭ دۇنيادا تەخمىنەن 200 مىليون ئىشلەتكۈچىسى بارلىقىدەك جەڭ نەتىجىسى بىلەن غەلىبە قىلغانلىقىنى ئېنىق دېيەلەيدۇ». بىز بىلەن بولغان كەسىپى ھەمكارلىقىدا، Yahoo ئۆزىنىڭ يېتەكچى ئورۇندا ئىكەنلىكى كەڭتاشا ھېس قىلىدۇ. 2002-يىلى 11-ئايدا، ئۇلار Google بىلەن بولغان توختامنى داۋاملاشتۇرۇپ تۇزدى. ئەمەلىيەتتە، ئۇلار Google نىڭ «چېگرادىن چىقىش نىسبىتى» نى ئۆستۈردى، بىز ئۇلارنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ مۇھىم مەنبەسگە ئايلاندۇق، ئۇلار ئالدى بىلەن ئۆزىنىڭ مۇندەرىجىسىدىن ئىزدەش نەتىجىسىنى تەمىنلىمەيدۇ. شۇنداقتىمۇ، بۇلارنىڭ ھەممىسىنىڭ بەدىلى بار.

مىرىيام رېۋېرا Google نىڭ ئادۋوكاتى، ئىلگىرى بىز بىلەن ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ سودىسىغا قاتناشقان، ئۇ بۇ قېتىملىق Yahoo بىلەن داۋاملاشتۇرۇپ تۇزگەن كېلىشىمگىمۇ قاتناشتى. ئۇنىڭ ئەسلەپ دېيىشچە، Yahoo نىڭ Google دىن مۇداپىئەلىنىشى سەپىرا مىجەز بولۇش دەرىجىسىگە يەتتى، ئۇلار ئىزچىل بىزنى رىقابەتچىسى دەپ قاراپ، بىزنىڭ راۋاجلىنىپ زوربېيىشىمىزغا يول قويمايدۇ. شۇڭلاشقا، ئۇلار ھەتتا سەرلەپ-مىسقاللاپ سۈرۈشتۈرۈۋاتىدۇ. سۆھبەت ئىنتايىن تەستە ئېلىپ بېرىلۋاتىدۇ. ئۇ ماڭا توختامنى تەكشۈرۈپ باھالاش يىغىندا لارى، سېرگېي ۋە ئېرىككە دېگەن گەپنى قايتا چۈشەندۈرۈپ: «مەن بۇ سودىنى قىلالمايمەن، Yahoo بىزدىن ‹كىمونونى ئېچىش›[43] نىمىزنى ئويلاۋاتىدۇ، بىز تەتقىق قىلۋاتقان ھەر بىر تېخنىكىنى ئۇلارغا دېيىشمىز كېرەككەن. ئۇلار بىز بىلەن نەتىجىسىدىن تەڭ بەھرىمەن بولۇشنى ئويلايدىكەن، بىز نېمىنى تەتقىق قىلساق، ئۇلار شۇنىڭغا ئېرىشمەكچى ئىكەن.» مىرىيام رېۋېرانىڭ قارىشىچە بىزنىڭ ئومۇملۇقنى كۆزلەپ، مادارا قىلىپ تۇرۇشىمىز ئانچە ئاقىلانىلىك ئەمەس. بۇنىڭدىن باشقا، بىز بىلەن ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ قىممىتى نەچچە مىليارد دوللارلىق سودىنى سېلىشتۇرغاندا، Yahoo ئېلىپ كېلىدىغان نەچچە يۈز مىليون دولار ئۇلار ئېرىشمەكچى بولغان نەپنى تولۇقلىيالمايدۇ.

ئەڭ ئاخىرىدا، ئومىد بىلەن Yahoo دىكى ئۇدى مانىېر ياخشى دوستلاردىن بولۇپ قالدى، لارى بىلەن سېرگېي Yahoo نىڭ ئارتۇقچىلىقىغا ئېرىشىش ئويى ئۈستۈنلۈكنى ئىگىلىدى. سودا قىلغاندا دوست-بۇرادەرلەر بىلەن يېقىن مۇناسىۋەتنى ساقلاپ قېلىش كېرەك، ئەمما ئىستراتېگىيە نۇقتىسىدىن ئېيتقاندا، دۇشمەنلەر بىلەن تېخىمۇ يېقىن مۇناسىۋەتنى ساقلاش كېرەك. بىز Yahoo ئوتتۇرىغا قويغان شەرتنى قوبۇل قىلدۇق. شۇ ۋاقىتتىن باشلاپ، بىز ھەر قانداق يېڭى ئىقتىدارنى چىقىرىشتىن ئىلگىرى چوقۇم Yahoo غا ئۇقتۇرۇش قىلىشىمىز كېرەك ئىدى. مىرىيام رېۋېرا دەم ئېلىۋاتقاندا، يېنىدا توختامنى بىللە ئېلىپ، ئەتىگەندىن كەچ بولغۇچە تېلېفون ئۇرۇپ مەھسۇلاتنى ئاشكارىلاش ھەققىدىكى مەسىلىلەرنى مۇزاكىرە قىلدى. Google نىڭ

[43] ياپونىيەنىڭ بۇرۇنقى زاماندىكى ساموراىلىرى كىمونو (جانبازلار كىيىمى) نى يېشىپ ئۆزىنىڭ قورال يوشۇرمىغانلىقىنى بىلدۈرەتتى، بىراق «كىمونونى ئېچىش» (Open the Kimono) تىن ئىبارەت بۇ ئىبارە بۈگۈنكى كۈندە سودا ساھەسىدە، ئېلىپ ساتقۇچى ئىككى تەرەپ قارشى تەرەپكە ئۆزىنىڭ ئىچكى تىجارەت ئۇچۇرلىرىنى ئاشكارىلاشقا ئوخشىتىلىدۇ. ــتەرجىماندىن

جەريانىدىن بىزار بولىدىغانلىقى سەۋەبىدىن، بۈگۈنكى كۈندە يېڭى تېخنىكىنى تەتقىق قىلىشتىن ئىلگىرى رىقابەتچىلىمىز بىلەن كېڭىشىشكە مەجبۇر بولىمىز، بۇ ھەممە ئادەمگە نىسبەتەن ئاۋارىچىلىك.

بۇ خىل مۇناسىۋەتنىڭ قۇرۇلۇشىنىڭ ئاساسى ئانچە پۇختا ئەمەس، بىر خىل پايدا زىيان مۇناسىۋىتىدىكى بىرلىشىش، ئۇ شېرىكلىك مۇناسىۋىتىدىكى ئىككى كىشىنى بىرگە باغلايدۇ، بۇنداق بولغاندا ھېچكىم ھېچكىمنىڭ ئالدىغا ئۆتۈپ كېتەلمەيدۇ، بۇ مەزگىلدىكى «مۇھەببەت» لەشكەن ئىككى تەرەپ، بىرى زاۋال تېپىۋاتقان بولسا، يەنە بىرى تەدرىجىي ئۆرلەۋاتقان كەلگۈسىدىكى چولپان بولسا، ئىككىيلەن چوقۇم ئاخىردا ھەر كىم ئۆزى خالىغان يولغا ماڭىدۇ، بىر ئايدىن كېيىن، Yahoo بىزنىڭ رىقابەتچىمىز Inktomi نى سېتىۋالدى، Google نىڭ ئىزدەش نەتىجىسىنى مەڭگۈلۈك ئالماشتۇرۇشقا باشلىدى. بىز بىلەن Yahoo نىڭ گۈزەل دوستلۇقى پات ئاردا ئاخىرلىشىدۇ.

يىگىرمە ئىككىنچى باب
بىر مىليارد دوللارلىق يەنە بىر يېڭىلىق يارىتىش

«ئاۋۇ يەردىكىسى مېنىڭ ماشىنام. » سىندى ماشنا توختىتىش مەيدانىنى كۆرسىتىپ تۇرۇپ، جوناسان روسېنبېرگقا دېدى. خۇددى ئۇنىڭ دېگىنىدەك، ئۇزارتىلغان خاممىر ئاپتوموبىل ماشىنا توختىتىش مەيدانىنىڭ بۇلۇڭىغا توختىتىلغان بولۇپ، ماشنا گەۋدىسىنىڭ چوڭلۇقى ئادەمنى ھەيران قالدۇراتتى. بۇ ماشىنا ئەسلىدە ئاق رەڭلىك ئىدى، بىراق ھازىر ماشنا لەمپىسىدىن تارتىپ ماشنا گەۋدىسىگىچە ھەممە يەر لاي بىلەن توشۇپ كەتكەن ئىدى. بۇ سىندىنىڭ تەلىپى بويىچە قىستۇرۇلغان ئەڭ ئاخىرقى بىر كەلىمە، ئۇ مېنىڭ خىزمىتىمدىن ئىنتايىن مىننەتدار، ماشنا ھازىر ئىنتايىن ۋەيرانە ئىدى. جوناسان ھاڭ-تاڭ بولۇپ تۇرۇپ قالدى، ئاندىن قاقاقلاپ كۈلۈپ كېتىپ، قولىغا بىر چىلەك ۋە بىر پارچە بۇلۇت ئېلىپ، لاي چاپلىشىپ كەتكەن ماشىنا ئەينەكلىرىنى كۆچەپ سۈرتۈشكە باشلىدى. دەل شۇ چاغدا، بىز ئۇنىڭغا لىق سۇ تولدۇرۇلغان شارنى ئاتتۇق.

جوناسان روسېنبېرگ Google غا كەلدى، مەقسىتى شىركەتنىڭ مەھسۇلات باشقۇرۇش خىزمىتىنى قۇرۇلمىلاشتۇرۇش ئىدى. ئۇ ھەقىقەتەن بالدۇراق كەلسە بوپتىكەن. 2002-يىلى ئەتىيازدا، ئاشۇ مەھسۇلات دىرېكتورلىرى مېنى غەزەپلەندۇرۇپ ساراڭ قىلىۋەتتى. ئەتىگەندىن كەچكىچە، مەن ھەر كۈنى ئۆزەمنى مەھسۇلات دىرېكتورلىرى بىلەن قۇرۇلۇش بۆلۈمى، مەھسۇلات دىرېكتورى بىلەن ئېلان قوللاش قوشۇنى، مەھسۇلات دىرېكتورى بىلەن مەھسۇلات دىرېكتورى ئارىسىدىكى تالاش-تارتىشى ئىچىدە تۇرغانىدەك ھېس قىلىمەن. ئۇزلۇكسىز زورىيىۋاتقان ھەر قايسى قوشۇنلار ئارىسىدىكى ئالاقە بارغانسېرى قىينلىشىپ كەتتى، ئۇنىڭ ئۈستىگە بىزنىڭ بازارچىلىق خىزمىتىمزنى ئاقستىپ بارغانسېرى خارابلاشتۇردى.

جوناسان روسېنبېرگ دۇچ كەلگەن ۋەزىيىگە ھەقىقەتەن ھەۋەس قىلغۇچىلىكى يوق، يېڭى خىزمەتچىلەرنى تۇپلاپلا قالماي يەنە سۈسان، سالار ۋە ماربىسىاغا ئوخشاش پىشقەدەم زاتلارغا رەھبەرلىك قىلىدۇ، ئۇلار ھەممىسى قارىماققا جوناسان روسېنبېرگقا خىزمەت دوكلات قىلغانىدەك تۇرسىمۇ، بىراق ئەمەلىيەتتە ھەمىشە قائىدە بويىچە ئىش قىلىۋەرمەيدۇ. پىشقەدەم زاتلار يېڭى قائىدىگە بويسۇنۇشنى رەت قىلىدۇ، بۇ دەسلەپكى ئىگىلىك تىكلىگەن شىركەتلەر ھەقىقي چوڭ شىركەتكە ئايلىنىش جەريانىدا كۆرۈلىدىغان تىپىك يىغىندا كېسەللىك ئالامتى. قۇرۇلۇش بۆلۈمى ۋە مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمىدىكى ھەر بىر خىزمەتچىنىڭ ھەممىسى رىئايە قىلىشقا تېگىشلىك قائىدىلەرنىڭ ئىچىدە مۇنداق بىر ماددا بار: ئۇششاق-چۈششەك خىزمەت ۋەزىپىلىرى ۋاقتىدا ئارخىپلاشتۇرۇلىدۇ، قولىدىكى تۇرنىڭ نۆۋەتتىكى ئەھۋالى شۇنداقلا ئالدىنقى ھەپتىدىن بۇيان قولغا كەلتۈرگەن ئىلگىرىلەشنى ھەپتىلىك دوكلات شەكلىدە يېزىپ چىقىدۇ. ئۇششاق-چۈششەك خىزمەت ۋەزىپىلىرىنىڭ دوكلاتىنىڭ ھەممىسىنى يۇمشاق دېتال ئۆزلۇكىدىن تەھرىرلەيدۇ ۋە تارقىتىپ بېرىدۇ، بۇ يۇمشاق دېتالدا ياخشى ئارخىپلاشتۇرمىغان خىزمەتچىلەرگە نىسبەتەن كەم سۈندۈرۈش باھاسى قىستۇرغىلى بولىدۇ.

جوناسان مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمىنىڭ ئىتائەتچانلىقىنى ئۆستۈرمەكچى، ھەم ئۇلارنىڭ ئىنتايىن كۆچلۈك رىقابەت كۈچى بولۇشىنى ئارزۇ قىلىدۇ. خىزمەتچىلەرنى ئىلھاملاندۇرۇش ۋە ئىنتىپاقلاشتۇرۇشنىڭ ئەڭ ياخشى ئۇسۇلى، ئۇلارنىڭ سىندى ۋە ئۇ باشچىلىق قىلغان بازارچىلىق قوشۇنى بىلەن جەڭ ئېلان قىلىش مۇسابىقىسى ئېلىپ بېرىش. پەسل ئاخىرىدا، ئۇششاق-چۈششەك ئىشلارنى ئاخىپلاشتۇرۇش نىسبىتى تۆۋەنرەك بولغان ئاشۇ بىر گۇرۇپپىنىڭ مەسئۇلى چوقۇم قارشى تەرەپ بۆلۈمنىڭ باشلىقىنىڭ ماشىنىسىنى يۇيىدۇ،

غەلىبىگە ئېرىشكەن تەرەپ سۇ شارى بىلەن ئۇتتۇرغان تەرەپكە ھۇجۇم قىلسا بولىدۇ. بىز شىركەتتە بىرىنچى بولۇپ %100 تاماملاشنى ئىشقا ئاشۇرغان بۆلۈم بولۇشنى ئىشقا ئاشۇردۇق، بۇ نەتىجىنى ئارخىپلاشتۇرۇش سىستېمىسىنى يازغان سۈممېر پەرەز قىلالمىغان ئىدى.

ھېسابلىشىدىغان ئۇ كۈن كەلدى، بىز تەييارلىق بىلەن كەلگەن، ئالاھىدە سۇ تاپانچىسى، مارگارىت ھارىقى تەڭشەيدىغان ئارىلاشتۇرغۇچ، يەنە ماشىنا يۇيۇۋاتقاندا باش تېما نەغمىسىنى قويىدىغان يۇقىرى قۇۋۋەتلىك ياڭراتقۇنى ئېلىۋالغان ئىدۇق. جوناسان روسېنبېرگنىڭ بەدىنى بىر دەمدىلا ھۆل بۇلۇپ، ماشىننى سۈرتەلمەي قالدى. ئۆزىنىڭ قوشۇنىدىكى ئەزالارمۇ ئۇنىڭغا ھۇجۇم قىلىدىغانلارنىڭ قاتارىغا قوشۇلغاندىن كېيىن، بۇ ئويۇن-چاقچاق تېخىمۇ قىزىقارلىق بولۇپ كەتتى. سىندى ئىشنىڭ سەل چەكتىن ئېشىپ تىزگىنلىگىلى بولماي قالغانلىقىنى ھېس قىلىپ، دەرھال سەپكە قوشۇلۇپ، بىر پارچە بۇلۇتنى تۇتۇپ، بۇ بىر مەيدان «سەل ئاپىتى» نى ئاخىرلاشتۇردى.

بىز بۇرۇنلا جوناسان روسېنبېرگنىڭ ئازابىمزنى ھېس قىلىپ بېقىشنى ئويلىغان. ئۇ قوللانغان قۇرۇلمىلاشقان مەھسۇلات باشقۇرۇش ئۇسۇلى سەۋەبىدىن، ھەممەيلەننىڭ تۇرمۇشى ئۆزگىرىپ كەتكەن. 2002-يىلى 7-ئايدا، جوناسان روسېنبېرگ قايتىدىن بۆلۈملەرنى ئايرىپ، قوشۇمچە مەھسۇلات باشقۇرغۇچىسى (APM) ۋە مەھسۇلات بازارچىلىق باشقۇرغۇچىسى (PMM) دىن ئىبارەت ئىككى خىزمەت ئورنىنى ئېلىپ كىردى[44]، ھەمدە دەرھال ئادەم ئېلىشتا تۇتۇش قىلدى. توساتتىنلا، كۆزنى يۇمۇپ ئاچقۇچە ھەر خىل ئالاھىدىلىككە ئىگە مەھسۇلات باشقۇرغۇچىلىرى كۆپەيدى، ھالبۇكى ئۇلارنىڭ ھەممىسى مەن ۋە بازارچىلىق قوشۇنۇمدىن تېخىمۇ كۆپ نەرسىلەرنى ئېلىشتا ئېھتىياجلىق. ئۇلار ئوتتۇرىغا قويغان خىلمۇ-خىل ئېھتىياجلارغا نسبەتەن ئادەم پەقەت بەرداشلىق بېرەلمەيدۇ، ئۇلار ئۆزىدە نېمە مەسىلە بارلىقىنى ئويلاشماي، ئەلۋەتتە بىزنىڭ خىزمىتىمىزنى ياخشى پلانلانمىغان دەپ قارايدۇ، بۇ خىل قىلمىشنى ئېنىقلا جوناسان روسېنبېرگ كەلتۈرۈپ چىقارغان.

ئۇ يىلى 5-ئايدا بىز بىرىنچى قېتىم پەسىل ئوتتۇرىسىدىكى تىجارەت خۇلاسە يىغىنى ئاچتۇق، ئېرىك شىمىت يىغىندا شىركەتنىڭ تەرەققىيات تىزىسىنى جەزملىدى، يۇقىرىقى ئۆزگىرىش تىزىستا تىزىلغان چوڭ ئۆزگىرىشلەرنىڭ بىر قىسمى. ئۇ قېتىملىق يىغىن شەھەرگە يېقىن جايدىكى گولف توپ مەيدانىنىڭ ئەتراپىدىكى بىر ئاشخانىدا ئېلىپ بېرىلدى، توپ مەيدانى يول بويىدىلا ئىدى. چۈشلۈك تاماقتا قاتلىما كاۋاپ (lasagna) يېدۇق. 40 نەپەر ئوتتۇرا قاتلام باشقۇرغۇچى ۋە باشقۇرۇش خادىملىرى ھەم كونا ھەم ۋەيرانە بىر يىغىن زالىغا يىغىلدۇق، يىغىن زالى ھەم ئاپتاپ ھەم ئىسسىق ئىدى. گەرچە توپ تۆشۈكى رايوندىكى ئۆدەكلەرنىڭ يۈگرەپ كىرىشى مۇمكىن بولسىمۇ، سىرتتا گولف توپ مەيدانىدىكى ماشىنىنىڭ توت-توتلىغان ئاۋازى ئىزچىل ئاڭلىنىپ تۇرسىمۇ، بىز ئىشكنى ياپماي ئىزچىل ئېچىپ قويدۇق. سېرگېي ئالدىدا ئولتۇرغان بولۇپ، ئۇچىسىغا ۋېلسىپىت ھەيدىگەندە كىيىدىغان مەخسۇس ئىلاستىك مايكا ۋە كالتە شىم كەيگەن. ھەر بىر قانچە مىنۇتتا، ئۇ يېنىدا ئېلىۋالغان مىكرو تېپتىكى تىزگىنەكلىك ئۇچار تەخسىنى قويۇپ بېرىپ، ئۇنى ئۆينىڭ ئىچىدە ئۇيانداندىن بۇيانغا ئۇچۇرۇپ يۈرەتتى ياكى ئۇ لاررىنىڭ بىشىنىڭ ئۈستىگە چۆگىلىتىشنى سىنايتتى. سۇسان يىغىنىڭ ماسلاشتۇرۇش خىزمىتىگە مەسئۇل، ئۇ ھەر قېتىملىق سۆز قىلىش ۋاقتىنى تىزگىنلەپ، يىغىنىڭ كۈنتەرتىپ بويىچە داۋاملىششىغا كاپالەتلىك قىلدۇ.[45]

ئېرىك ئالدى بىلەن سۆز قىلىپ، «چوڭ Google نىڭ 5 چوڭ ۋەزىپىسى» نى ئوتتۇرىغا قويدى، مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا بىز چوڭ شىركەت بولۇش ئۈچۈن تۇغرا بىر تەرەپ قىلىشقا تېگىشلىك ھەر قايسى

[44] مەھسۇلات بازارچىلىق باشقۇرغۇچىسىنىڭ مەركىزى ۋەزىپىسى بىزگە كىرىم ئېلىپ كېلىدىغان مەھسۇلاتلارنى تەۋسىيە قىلىپ سېتىش ھەمدە خېرىدارنى قولغا كەلتۈرۈش، بازار تەھلىلى قىلىش، يېپىشقاقلىقنى ساقلاش ۋە سادىقلىق تەرەپلەردىكى خىزمەتلەر بىلەن شۇغۇللىنىدۇ، قوشۇمچە مەھسۇلات باشقۇرغۇچىسى ئادەتتە تەربىيەلەپ مەھسۇلات باشقۇرغۇچىسى قىلماقچى بولغان ئەمدىلا مەكتەپ پۈتتۈرگەن ئوقۇغۇچىلار.

[45] بۇ قېتىملىق يىغىندىن كېيىن، Google ئاچقان بارلىق مۇھىم يىغىنلارنىڭ ھەممىسىدە بىر رەقەملىك سائەت تەييارلىنىدۇ، ئۇستىدە نۆتۆق سۆزلىگۈچىنىڭ قېپ قالغان ۋاقتى كۆرۈنۈپ تۇرىدۇ.

تەرەپلەر: دۇنياۋى سېتىش، كۆچلۈك ماركا شۇنداقلا بۇ قېتىمقى يىغىندا بىۋاسىتە چوڭ تەدبىر مۇھىم تەدبىر شەكىللەندۈرمىدى، ئەمما خۇددى ئېرىكنىڭ دېگىنىدەك، ئۇ «بىزنىڭ تەدرىجىي تەرەققىياتىمىزدىكى باسقۇچ ئۆزگەرتىش» كە ۋەكىللىك قىلىدۇ. بىز مەقسەتلىك ھالدا ئىگىلىك تىكلەشنىڭ دەسلەپكى مەزگىلىدىكى ئاشۇ ۋاقىتلارنى ئارقىمىزغا چۆرۈۋېتىپ، چوڭ بىر شىركەتكە ئايلىنىۋاتىمىز، بىز پىلان تۈزۈپ، ئاندىن پىلاننى مۇھىم باشقۇرغۇچىلارغا يەتكۈزۈپ، ئاندىن ئالدىن بەلگىلەنگەن كۈنتەرتىپ بويىچە خۇلاسىنى تەكشۈرىدۇ. ئېرىك بۆلۈمنىڭ ئاساسلىق باشقۇرغۇچىسى ۋە مۇئاۋىن باشلىقلارغا «مۇھىم شەخسلەر» ئاتلىق ئېلخەت تىزىمىدىن بىرنى قۇرۇپ، بىزنىڭ ھەر ۋاقىت ئەھۋاللارنى ئىگىلەپ، خىزمەت تەكلىپىنى ئوتتۇرىغا قويۇشىمىزغا قولايلىق يارىتتى. ئۇ ئۆزىمۇ بىر قانچە كۆرسەتمە تارقاتتى.

«بېرىپ بەدەن ساغلاملىقىڭىزنى تەكشۈرتۈڭ. » بۇ ئۇنىڭ داۋىد دراممۇندغا بەرگەن كۆرسەتمىسى. ئۇ تېخى يېڭىلا دوختۇرغا كۆرۈنگەن، ئېرىك بىزنىڭ ھەر بىرىمىزنىڭ ساغلام بەدەن بىلەن دۇچ كېلىۋاتقان خىرىسنى كۆتۈۋېلىشىمىزغا كاپالەتلىك قىلىشى كېرەك.

«كەڭ بەلباغلىق تور بار ئۆيدىن بىرنى سېتىۋېلىپ، سىلەر ھەممىڭلار ADSL (غەيرىي سىممېتىرىيەلىك رەقەملىك ئىشلەتكۈچى ھالقا يولى، بىر خىل يېڭى تېپتىكى سانلىق مەلۇمات يوللاش ئۇسۇلى) يېكى كابىل بىلەن ئۇلاڭلار.» بۇ بارت ۋويتوۋىز (Bart Woytowicz) غا بەرگەن كۆرسەتمىسى. بارت ۋويتوۋىز ئىلگىرى ئۆيىدىكى تور سۈرئىتىنىڭ ئاستىلىقىدىن ئاغرىنغان.

«ئايال ئىنژېنېر تەكلىپ قىلىشتىن تارتىپ ئېلان خېرىدارلىرىنىڭ ئۆزگىرىش نىسبىتىگىچە، بارلىق ئىشلارنىڭ ھەممىسگە تېخمۇ يۇقىرى ئۆلچەم تۈرغۈزۇلىدۇ. ھەر ۋاقىت پاتېنت ئىلتىماس قىلىشنى ئەستە تۇتۇش كېرەك. » بۇ ئۇنىڭ ھەر بىرىمىزگە قارىتا ئەسكەرتىشى.

يىغىن مەيدانىدىن ئايرىلغان ۋاقىتتا، بازارچىلىق بۆلۈمنىڭ تىرىشىش نىشانىنى ئۇزۇل-كېسىل رەتلەش ھەققىدە قەتئىي نىيەتكە كەلدىم ھەمدە خىزمەتلەرنى تېخمۇ سىستېمىلاشتۇرۇشنى ئويلىدىم. مېنىڭ مەركىزى خىزمىتىم—شىركەتنىڭ ھەر خىل پايدا پائالىيىتىنى قوللاش بىلەن تەمىنلەش، يەنە بىزنىڭ خەلقئارادا كۆرۈلۈش نىسبىتىمىزنى ئۆستۈرۈش شۇنداقلا ماركا مۇھىم نۇقتىلىرىنىڭ يارقىن نۇقتىلىرىنى تاۋلاش. مەن بۇ ئۇچ جەھەتنىڭ ھەممىسىدە نۇرغۇن خىزمەتلەرنى ئىشلىدىم ئەمما ھەقىقىي ئۇنۇم كۆرۈلگىنى ئەڭ ئاخىرىدىكى بىرى. رەسمىي شەكلىنى ئۆزگەرتىش ھەربىتى ئېلىپ بېرىشتىن بىر كۈن ئىلگىرى، مەن باشقۇرغۇچىلارغا بىر پارچە ئېلخەت يوللىدىم، Google نىڭ بارلىق ئالاقە پىكىر ئالماشتۇرۇش مەسلىسى ھەققىدە 5 تۈرلۈك ئاساسىي پىكرىنى ئوتتۇرىغا قويدۇم، بۇ ئالدىنقى 6 ئايدا مەن باش بولغان «بېرگېر كىچىك قوزام» گۇرۇپپىسىدىكى كۆپچىلىكنىڭ ئەقىل-پاراسىتىنى جارى قىلدۇرۇپ توپلىغان جەۋھەر مەزمۇنلار. بىزنىڭ مۇنازىرىمىز بىر سۆز تېپىپ «دەرۋازا تورتۇرا» نىڭ ئورنىنى ئالىدىغان بىر سۆز ئىزدەپ كەسىپمىزنى چۈشەندۈرۈشتىن باشلىنىپ، بىزنىڭ بىر ئورگاننىڭ يادروسى بولۇش سالاھىيىتىمىزنى بېكىتىشىنى چوڭقۇر تەتقىق قىلىش بىلەن ئاخىرلاشتى.

«Google سىزنىڭ تېخمۇ ياخشى قارار چىقىرىشىڭىزغا يارەملىشەلەيدۇ، Google تېخمۇ دەل ئىزدەش نەتىجىسى بىلەن تەمىنلىيەلەيدۇ، ئىشلىتىش تېخمۇ قولايلىق. Google ھەممىلا يەردە بار، Google ئۇچۇر بازىرىنى يارىتتى، Google پاك-پاكىز بىر ئۇچۇر يولى. » دەپ يازغان ئىدىم. بۇرچنى تەسۋىرلەشتىن تارتىپ شەخسىيەت سىياسىتىگىچە، بىز ھەممىسىنى قىستا چۈشەندۈردۇق، ھەر بىر مۇھىم نۇقتىسى بىلەن كارخانىنىڭ يادرولۇق ئېلېمېنتلىرىنىڭ قانداق ئالاقىسى بارلىقىنى چۈشەندۈردۇق. مېنىڭ تەكلىپىم، بىزنىڭ مەسىلە ھەل قىلىش ئۇسۇلىمىزنى Google نىڭ «لوگىكا» سى (Google Logic) نى يارىتىش، بۇ Google نىڭ بارلىق بىردىنبىر خاسلىقىنىڭ ئومۇملاشتۇرۇلۇشىنىڭ بەلگىسى—بىز ئىشنى قانداق قىلىمىز، بىز نېمە ئۈچۈن مۇشۇنداق قىلىمىز، بۇ مەسىلىلەرنىڭ ھەممىسگە بۇ سۆز ئارقىلىق جاۋاب بەرگىلى بولىدۇ.

مەن ماركىنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرگە نسبەتەن چوڭقۇر قىممىتى (تېخنىكا ياخشى قارار چىقارغىلى بولىدۇ) بارلىقىنى جەزملىگەنلىكىمگە ئىشىنىمەن، مەن ئوتتۇرىغا قويغان «Google لوگىكىسى» سىرتقا يېتەرلىك كېڭىيەلەيدۇ، ئىلغار تېخنىكىدىن تارتىپ خادىم تەكلىپ قىلىش تەرتىپىگىچە، ھەممە تەرەپلەرنى ئۆز ئىچىگە ئالالايدۇ. بۇنداق دېيىش لازىرنىڭ رەتكە تۇرغۇزۇش ھېسابلاش ئۇسۇلى ئەڭ دەسلەپتە ئىشلەتكەن ئىسىم «PageRank» (تور بەت قاتارى) دىن زىيادە ئېشىپ كەتتۇق. PageRank پەقەت Google ئىزدەش موتورىغلا ماس كېلىدۇ، ۋاقتىنىڭ ئۆتۈشىگە ئەگىشىپ، گەرچە بۇ تەرەپتىنمۇ، مەزكۇر سۆزلىنىڭمۇ ئورنىنى ئالدى. Google «لوگىكا» سى مەھسۇلات ۋە مۇلازىمىتىمىزگە تېخنىكا پائالىيەت دائىرىسى بىلەن تەمىنلەيدۇ. ئۇنىڭ ئۇستىگە «g» ۋە «l» ئىككى ھەرپ ئالدى كەينى ماسلىشىپ كېلىشى، خۇددى «Google» ۋە «logic» نىڭ ئوخشاش بىر سۆزدىن شەكىللەنگەن تەسۋىرگە ئوخشايدۇ.

جوناسان روسېنبېرگ، سۇسان ۋە سىندىمۇ ئاكتىپ ئىنكاس قايتۇردى، بىراق لارى ۋە سېرگېي ھېچقانداق ئىپادە بىلدۈرمىدى. بىر قانچە كۈندىن كېيىن، مەن ئۇلارنى ئالدىرىتىپ قويدۇم، بىراق يەنىلا ئىنكاس يوق. ئىككى ئايدىن كېيىن، مەن ئاخىرى سېرگېينى پىكىر بېرىشكە ئالدىراتقاندا، مەن «ھەر قانداق قىلىپ بولسىمۇ بىر نەرسىگە ئېرىشىش» پوزىتسىيەسىدە ئۇنىڭدىن سورىغان: مېنىڭ پەرىزىمگە ئاساسلانغاندا، پۈتكۈل شىركەت دائىرىسىدە مەن تىزغان 5 ماددىلىق باش تېمىنىڭ ئوڭۇشلۇق ھالدا رويابقا چىقىدىغان ئىش ئىدى، بىرەر كىشى قارشى تۇرسا ئۇ باشقا گەپ.

«مەن قارشى، مېنىڭچە يەنە ئويلىنىپ بېقىش كېرەك دەپ قارايمەن. » سېرگېي مەن كۈتكىلى ئۇزۇن بولغان جاۋابنى بەردى. ئۇ مۇشۇ جۈملىنى دەپلا ئاخىرلاشتۇردى. مەن ئىلگىرىمۇ مۇشۇنداق ئەھۋالغا يولۇققان، شۇڭا ئۇنى ئىشخاندا توسۇۋېلىپ، ئۇنى ماڭغۇزمىدىم، ئۇنىڭدىن تېخىمۇ كونكرېت يېتەكچى پىكىر بېرىشنى تەلەپ قىلدىم.

«دوگلاس، مېنىڭچە سەن يەنىلا ئىلگىرىكى چوڭ شىركەتتىكى كونا يولنى مېڭىۋاتسەن. مەن سېنىڭ نېمە ئۈچۈن مۇشۇنداق قىلىدىغانلىقىڭنى بىلمەيمەن، بىراق مېنىڭچە قىلچە ئەھمىيىتى يوق. بىز نېمە ئۈچۈن مۇشۇنداق نەرسىگە ئېھتىياجلىق؟»

ھەم، روشەنكى ئۇ 6 ئايدىن بۇيان «بېرگېر كىچىك قوزام» گۇرۇپپىمىز ئىزچىل ئۇنىڭغا يوللاۋاتقان ئاشۇ يېڭىلانغان ماتېرىياللار ئېسىدە يوق.

مەن ئۆزەمگە نەسىھەت قىلىپ: «سېرگېينى ئەدەپلىگىلى بولمايدۇ! سېرگېينى ئەدەپلىگىلى بولمايدۇ!» مەن ئۇنىڭغا تاراتقۇ ۋە ئىشلەتكۈچىلەر ئۈچۈن تۈزىگەن بىرلىككە كەلگەن ئۇچۇر يەتكۈزۈش تەدبىرىنىڭ مەشغۇلات تەرتىپى ۋە قوللىنىش ئەمەلىي مىسالىنى كۆرۈپ تۇگەتتىم. مەن مانا مۇشۇنداق بىر ماركىنى كېڭەيتىشنى ئىشقا ئاشۇرىدىغان سۇپا ئېلىپ كېلىدىغان پايدىلارنى چۈشەندۈردۈم. ئۇ تۇغرا تاپمىدى، مەقسىتىمنىمۇ چۈشىنەلمىدى، بىراق ئەگەر مەن ئىپادىلىمەكچى بولغان نەرسە مەن ئۈچۈن ئىنتايىن مۇھىم بولسا، ئۇنىڭ چۈشىنىش چۈشەنمەسلىكى بەربىر. مەن بۇ مەزمۇنلارنى شىركەتنىڭ ئىچكى تورىنىڭ بازارچىلىق بېتىگە چاپلاپ قويۇپ، بىر ھەپتە ئىلگىرى «كومپيۇتېر بازارچىلىقى» (Marketing Computers) ژۇرنىلىنىڭ «يىللىق بازارچىلىق ئەربابى» بولغان كىشىنىڭ قىزغىن قوللىشىغا ئېرىشتىم.

ئەلۋەتتە، ئەمەلىيەت سېرگېينىڭ مۇئەييەن ئاساسى بارلىقىنى ئىسپاتلىدى. مەن ئەسلىدە ئىنژېنېرلارنىڭ Google لوگىكىسىدىن ئىبارەت بۇ ئۇقۇمنى ياقتۇرىدىغانلىقىغا ئىشىنەتتىم، بىراق ئۇنداق بولمىدى. قارىغاندا بۇ ئىسىم ئانچە جەلپكار ئەمەستەك قىلىدۇ. ئۇلار GoogleMagic نى ئىشلىتىشنى تەۋسىيە قىلىدى! (Google سېھرى!)

ئۇلارنىڭ دېيىشىچە، كىشىلەرنىڭ دىققىتىنى جەلپ قىلىش كېرەك ئىكەن، ئۇنداقتا تېخنىكا جەلپ

قىلارلىقىنى قوللىنايلى.

ئاممىۋى مۇناسىۋەتكە مەسئۇل خىزمەتداشتىن سىرت، شىركەتتە بىرمۇ ئادەم مېنىڭ ئۆچۈر يەتكۈزۈش ئىستراتېگىيەمگە قانچىلىك دەخلەت قىلغانلىقىنى بىلدۈرمىدى. مۇشۇ ۋاقىتقىچە، ئىزچىل يوق. مەھسۇلات ئېچىشقا دەققىتىنى مەركەزلەشتۈرگەن ئاشۇ كىشىلەرگە نىسبەتەن، بۇ خىل ئىشلار ئانچە مۇھىم ئەمەس. ھەتتا 2002-يىلى 9-ئايدا مەھسۇلات ئىجاد قىلىشقا كۆڭۈل بۆلدىغان كىشىلەرگە نىسبەتەن ئېيتقاندىمۇ، بۇ خىل ئىش ئۇنچە مۇھىم ئەمەس. بىراق، بۇ مەسىلىگە ھەقىقىي كۆڭۈل بۆلدىغان ئادەم يوق دېيەرلىك.

مەن بۇ ئىشنى بىر يانغا قايرىپ قويۇپ، زېھنىمنى مەركەزلەشتۈرۈپ تېخىمۇ كۆپ ئېلان خېرىدارلىرىنى قولغا كەلتۈرۈشكە يىغدىم، مەھسۇلات ئىنژېنېرلىرىغا يارەملىشىپ بازارغا چىقماقچى بولغان مەھسۇلاتنىڭ تەييارلىق خىزمەتلىرىنى ئىشلىدىم، تىم ئارمستروڭ ۋە ئۇنىڭ قول ئاستىدىكى سېتىش خادىملىرى بىزنىڭ قىلغان ھەر قانداق ئىشمىزدىن ھەمىشە مىننەتدار بولاتتى، بىراق جوناسان روسېنبېرگنىڭ قوشۇنى توختىماي ئېلىشىنلا بىلدۇ. كىم نېمە ئىش قىلىشى كېرەك، قايسى ئارزۇلار مۇۋاپىق، جوناسان روسېنبېرگ بىلەن ئىككىمىز بۇ مەسىلىلەر ئۈستىدە ئىزچىل تالاش-تارتىش ئۇزۇلمىدى، بۇنىڭدىن جوناسان روسېنبېرگ ئىنتايىن بىزارلىق ھېس قىلدى. مەن خېرىدارلارنىڭ قىسقىچە تونۇشتۇرۇش ئۇچۇرلىرىنى كىم يېزىشى جەزمىلەش ھەققىدىكى ئېلخەتنى ئۇنىڭغا كۆچۈرۈپ يوللىغاندا، ئۇ توساتتىنلا غەزەپتىن يېرىلغۇدەك بولۇپ قاپتۇ.

ئۇ قوشۇندىكىلەرگە ۋارقىراپ-جارقىراپ: «مەن ئېلخەت بىلەن قايسى ئىشلار سىنىڭ قايسى ئىشلار مېنىڭ دەيدىغان بۇ خىل مەسىلىلەرگە پېتىپ قالغۇم يوق، مەن ھەر ئايدا مەسئۇلىيەت دائىرىسىنى ئايرىش ھەققىدە باشقىلار بىلەن تالاشقۇم يوق.» بۇ ئىشقا نىسبەتەن ئېيتقاندا، ھېچقانداق تالاش-تارتىش يوق، پەقەتلا مەسئۇلىيەت دائىرىسىنى قايتا تەكتىلەشلا خالاس. جوناسان روسېنبېرگ ئانچە بىلىپ كەتمەسلىكى مۇمكىن، بازارچىلىق خىزمىتى يېزىقچە ھۆججەت شەكىللەندۈرۈشى، قوشۇن ئەزالىرىنىڭ نەتىجە ئۇنۇم باھالاش مەسلىسى بولۇشى كېرەك، ئۇ ئېلخەت مۇشۇ مەسىلە ھەققىدە ئېيتىلغان. جوناسان روسېنبېرگنىڭ مۇئاۋىن باش لىدىر ئىكەنلىكىنى ئويلاشقاندا، خاراكتېرى كۈنسېرى كۈچەيدى، مەن ئەسلىدە ئۇنىڭغا تىز چۆكۈرۈپ خوشامەت قىلىپ، ئۆزەم ھېس قىلغان خاتالىقلىرىم ھەققىدە ئۇنىڭدىن كەچۈرۈم سورىشىم كېرەك ئىدى. بىراق، مەنمۇ باشقىلارغا باش ئېگىدىغان ئادەم ئەمەسلىكىمنى دېگەن.

«ۋاقىتلىق توختا» دەپ ئالدى بىلەن ئىنكاس قايتۈردۇم. ئاندىن جوناسان روسېنبېرگغا، ئۇنىڭ ئاشۇ ئېلخەتنىڭ ئەسلى مەنسىنى خاتا چۈشىنۈالغانلىقى، ئۇنىڭ ئۈستىگە پەقەت ئۇلا بۇنى بىر مەيدان مۇنازىرە دەپ ھېس قىلغانلىقىنى ئېيتتىم. ئەگەر ئۇ مەسئۇلىيەت دائىرىسىنى ئېنىقلاشنى كېچىكتۈرۈش ۋەزىپىنى ئىجرا قىلىشنى ئاستىلىتىش دەپ قارىغان بولسا، ئۇنداقتا مەن ئۇ ئېلخەتتىن يېنىۋالمەن دەپ ئىپادە بىلدۈردۇم. جوناسان روسېنبېرگ يول قويدى، گەرچە كەچۈرۈڭ دېمىگەن بولسىمۇ ئەمما ئۇ ئامالنىڭ بارىچە كەچۈرۈم سورايدىغانلىقىنى ئىپادىلىدى. ئۇ ئايرىم چۈشەندۈرۈپ، يېڭى قوشۇن يەنىلا ماسلىشىش باسقۇچىدا، ئۇنىڭ ئۈستىگە ماسلىششقا ئىشلەتكەن ۋاقىت ھەقىقىي كېرەكلىك ۋاقىتتىنمۇ ئۇزۇن، بۇ ئەھۋال ئۇنى ئۈمىدسىزلەندۈرۈپتۇ.

بۇ ئىشتىن كېيىن، مەن بىلەن جوناسان روسېنبېرگ سەگەكلىك بىلەن بىر بىرىمىزنى قەدىرلەشكە باشلىدۇق. ئۇ ئۆزىنىڭ خىزمەتچىلىرىگە مۇئامىلە قىلغاندا ۋارقىراپ-جارقىراپ، جاھىللىق بىلەن ئۆز پىكرىدە چىڭ تۇرۇۋېلىپ، يولسىزلىق قىلىدىغانلىقى، ھەتتا ئۇلار ئۇنىڭ خۇشاللىق غەزەپ-نەپرىتىنىڭ نورمالسىزلىقىغا ئېھتىيات بىلەن مۇئامىلە قىلىدىغانلىقى خۇددى نېپىز مۇزدەك. بىراق، ئۇ ماڭا نىسبەتەن خۇددى كۆيۈمچان ئاتىغا ئوخشاش (گەرچە مەن ئۇنىڭدىن 3 ياش چوڭ بولساممۇ)، ھەتتا كۆڭلىدە ھۆرمەتلىمۇ مەۋجۇت—بەلكىم مېنىڭ چىش چاققانلىقىمدىن بولۇشى مۇمكىن.

شۇڭا، جوناسان روسېنبېرگ قول ئاستىدىكى يېڭى خىزمەتچىلەردىن تەشكىللەنگەن «كىشىنلەنگەن

ئەمگەك بىلەن ئۆزگەرتىش قوشۇنى» نى قوزۇپ چىققاندا، ئۇ خىزمەتچىلىرىنىڭ بىزنىڭ بۆلۈمىمىزگە كېلىپ قېينىلىق دەرىجىسى ئانچە چوڭ بولمىغان خىزمەتلەرنى قىلىشنى ئوتتۇرىغا قويدى، ھەمكارلاشقۇچى شىركىلەرنىڭ تورتۇراسىدا Google تۇغىنى ئىشلىتىشنىڭ مۇڭاپىق يولى ئەمەسلىكىگە ئوخشاش ئىشلارنى دەللىلەپ تەكشۈرۈش، مەن بار تاۋىقىم يان تاۋىقىم دېگەندەك، چوڭ ئوغلۇم ئادامنى ئۇنىڭغا ئەگىشىپ مەھسۇلات باشقۇرۇشقا ئائىت خىزمەتلەرنى قىلدۇردۇم. ئادام ئەينى ۋاقىتتا 14 ياش بولۇپ، يازلىق تەتىلدە ئازراق ئىش تېپىپ قىلىپ، كۈندە ئۆيدە ئولتۇرۇشنىڭ ئالدىنى ئالغان ئىدى. جوناسان ئادامغا ئۇ قىلالايدىغان بىر قىسىم ئىشلارنى تەقسىملەپ بەردى. گەرچە يېشى كىچىك بولغاچقا مائاش بېرىشكە مۇمكىن بولمىسىمۇ، ئەمما ئۇ خىزمەتنى تاماملىغاندا، جوناسان روسىنبېرگ ئۇنىڭغا يېپىيېڭى iPod (ئالماش شىركىتى ئىلان قىلغان MP3 قويغۇچ) تىن بىرنى سوۋغا قىلدى.

مەن جوناسان روسىنبېرگنىڭ ئوچۇق قوللۇقىغا كۆپ رەھمەت ئېيتىمەن، ئۇنىڭ غەلىتىلىكىدىن ئانچە ھەيران قالمىدىم. «قاراڭ! مەن تىيلىش ماشىنىسى ئويناۋاتىمەن!» ئۇ شۇنداق دېگىنىچە سىرگىپى ۋە ئۇنى زىيارەت قىلۋاتقان بىر مۇخبىرنىڭ يېنىدىن ئۆتۈپ كەتتى. ئۇنىڭ كېيىن ماڭا دەپ بېرىشىچە، ئۇ ئاشۇ مۇخبىرنىڭ Google خىزمەتچىلىرىنىڭ ئادەتتىگە ئوخشىمايدىغان ھەرىكەت ئۇسۇلىنى يېزىشى لازىملىقىنى ئويلىغان—ئەمما بۇ سىندىنىڭ ئاممىۋى مۇناسىۋىتە پىلانىدا تىزىلغان ھالقىلىق ئاساسىي مەقسىتىدە يوق ئىدى.

«قاراڭ! مەن قاڭقىش شەكلىدىكى ئادەم بەدىنى ئېلانى!» ئۇ ۋارقىرىغان ھالدا مېنىڭ ئالدىمدىن ئۆتۈپ كەتتى، ئەينى چاغدا مەن ۋارتون ئىنستىتۇتىنىڭ بىر توپ MBA ئوقۇش ئالدىدىكى كاندىداتلىرىغا نۇتۇق سۆزلەۋاتاتتىم.

ئۇ چوڭ زالنى بويلاپ چوڭ قەدەملەر بىلەن شاپاشلاپ ئۆتۈپ كەتكەنده، مەن بوش ئاۋازدا: «خانىملار، ئەپەندىلەر، ئۇ مەھسۇلات باشقۇرۇشقا مەسئۇل مۇئاۋىن باش لىدېرىمىز. » دېدىم، نەق مەيدانىدىكى ھەممەيلەن قەتئىي ئىشەنمىگەنلىك نەزەرلىرى بىلەن ئۇنىڭ ئارقىسىدىن قاراپ قېلىشتى.

جوناسان روسىنبېرگنىڭ Google دا تېخىمۇ زور نەتىجىنى قولغا كەلتۈرۈش ئىستىكىدىن، سىندى بىلەن ئۇنىڭ ئارىسىدا جىددىي مۇناسىۋەت بارلىقىنى شەكسىز جەزملەشتۈردۇم. ئۇ ئىمپېرىيەسىنى كېڭەيتىشنى ئويلىسا، ئالدى بىلەن ئويلىشىدىغان ئامال سىندىنىڭ قولىدىكى كىچىككىنە بازارچىلىق بۆلۈمىنى قوشۇۋېلىش. سىندى ئوچۇق قىلىپ، سىندىنىڭ ئىشىغا ئارىلىشىشتىن ئاۋۋال، ئۇنىڭ دىققىتىنى يېغىپ ئۆزىنىڭ ئىشلىرىنى ياخشى بىر تەرەپ قىلىشنى بىلدۈردى. جوناسان روسىنبېرگ Google ئىزدەش مۇلازىمېتىرىنىڭ باھا بېكىتىش مەسلىسىنى ھەل قىلىشقا ياردەم بېرىشنى ئوتتۇرىغا قويغاندا، سىندى كەسكىن ھالدا مۇنداق دېدى: «مەن سىزنىڭ كېيىنكى قەدەمدىكى پىلانىڭىزنى ماڭا ئېيتىشىڭىزنى ئۈمىد قىلىمەن، مەھسۇلات باشقۇرغۇچىلىرىڭىز بىلەن سۆھبەتلىشەمسىز؟ ياكى ھەل قىلغۇچ رول ئوينايدىغان ھەرىكەت قوللىنامسىز؟» بەزىدە، سىندى دېگەن گەپلەر بۇنىڭدىنمۇ قىستا، قوپال ئىدى. ئۇ، «بازارچىلىق» خىزمەت ئورنىغا تەكلىپ قىلىندىغان ھەر قانداق بىر خىزمەت ئىزدىگۈچىنى شەخسەن ئۆزى يۈز تۇرانە ئىمتىھان ئېلىشتا چىڭ تۇراتتى. ئۇلارنىڭ ئوتتۇرىسىدىكى جىددىي مۇناسىۋەت شىركەتنىڭ ئىچكى قىسمىدىكى ئومۇمىي بېسىمنىڭ ئۆزگىرىشىگە ئەگىشىپ ھېلى كۆتىرىلىپ ھېلى پەسىيىپ تۇراتتى. سىندى بىلەن جوناسان روسىنبېرگ بۈگۈن رەقىبلەر بولغان بولسا، ئەتىسى ئەڭ يېقىن ئىشداشلاردىن بولۇپ كېتىشى مۇمكىن.

مەن بىلەن جوناسان روسىنبېرگنىڭ قوشۇنى ئارىسىدىكى مەسىلە ۋاقىتنىچە پەسكويغا چۈشۈپ قالدى، مەن مۇشۇ ھالەتنىڭ داۋاملىشىشنى ئارزۇ قىلاتتىم. مەن قوشۇنۇمدىكىلەرنى ئاگاھلاندۇرۇپ، مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمىگە چېتىلىدىغان مەسىلىلەردە، كۆڭلۈڭلاردا «بىز ۋە ئۇلارنىڭ نىسپىي ئورنى» دېگەننى ھەمىشە ئويلۇۋالماڭلار دېدىم.» مەن ئۆزەمنىڭ جوناسان روسىنبېرگ قوشۇنىنى ئالۋاستىلاشتۇرۇش مەسلىسىدە مەسئۇلىيىتىم بارلىقىنى ئېتىراپ قىلىمەن، مەن كۆپچىلىككە دىققىتىنى ئىشنى ياخشى قىلىشقا

مەركەزلەشتۈرۈشنى، يولدا توغرىسىغا تۈرۈۋالغان پۈتلىكاشاڭلارغا پىسەنت قىلماسلىقنى تەۋسىيە قىلىمەن. كۆپچىلىككە شۇنى دەپ قويايلى، ئەگەر قول ئاستىمدىكىلەر مەلۇم بىر ئىشدىشمىنىڭ قىلمىشى يېكى تەلىپىدىن قاخشىسا، مەن ئالدى بىلەن ئۇلاردىن بۈاستە شۇ ئىش ئىگىسى بىلەن بىر نىيەتتە مەسىلىنى ھەل قىلغان قىلمىغانلىقىنى سورايمەن، يەنە بىرسى ئۇلارنىڭ ھەل قىلىش لايىھەسىگە قانداق ئويى بارلىقى.

شۇنداقتىمۇ، بۇ قائىدە مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمىگە ماس كەلمەيدۇ. ماربسسا بازارچىلىق بۆلۈمىنىڭ Google ئىزدەش مۇلازىمېتىرىغا سالغان مەبلىغىنىڭ كۆپ ئىكەنلىكى ئۈنىڭ Google.com لايىھەسىگە پەرۋا قىلمىغاندەك ھېس قىلغاندا، ئۇ بۈاستە بېرىپ سىندىنى ئىزدىدى. ئۇنىڭ ھېس قىلىشچە، بىز ئوتتۇرىغا قويماقچى بولغان Google خەۋەر مۇلازىمتى ئۇنى خاتىرجەمسىزلەندۈرۈپتۇ، بىراق بۇ مەھسۇلات خېلى يامان ئەمەس پايدا ئېلىپ كەلدى. بۇنىڭ بىلەن بىرگە، Google ئىزدەش مۇلازىمتىنىڭ گەرچە كىرىمى تۆۋەن بولسىمۇ ئەمما بۇ قوشۇن بىزنى كۆندە دېگۈدەك تېخىمۇ كۆپ بازار پۈرسىتى ئىزدەشنى سۈيلەيدۇ. ئوخشاش بولمىغان ئىككى مەھسۇلات گۇرۇپپىسىنىڭ ئېھتىياجنى تىرىشىپ تەڭپۇڭلاشتۇرۇش جەريانىدا، مەن ئىككىلا تەرپنى رازى قىلالمىدىم. مەن سىندىغا، بۇندىن كېيىن تېخىمۇ كۆپ زېھنىمنى Google.com نىڭ خېرىدار بازارچىلىق خىزمىتىگە قارىتىغانلىقىم، پۈل خەجلىمەي ئېلان بېرىپ نىشانىنى ئىشقا ئاشۇرىدىغان ھەر خىل ئامالالار توغرىسىدا ئويلىنىشقا باشلايدىغانلىقىمنى ئۆقتۇردۇم.

گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، جوناسان روسېنبېرگنىڭ مەھسۇلات باشقۇرۇش قۇرۇلۇشى ئۈچۈن ھەم كۈچلۈك ھەم ئىنتىزامچان تەشكىلي قۇرۇلمىنى تىرىشىپ قۇرۇپ چىقىۋاتقانلىقىنى ئىنكار قىلمايمەن. ئۇ شىركەت باشلىقلىرىنىڭ سانلىق مەلۇماتقا ئاساسەن قارار چىقىرىدىغان تەپەككۇر ئۇسۇلىنى ناھايىتى چۈشىنەتتى، ئۇلار تەستىقلىغان تۇرنى قانداق ئالغا سىلجىتىش مەسلىسىدە، بىزگە مۇۋاپىق ئىشەنچلىك يېتەكلەش بىلەن تەمىنلىدى. بىز پىرويېكسىيە ئورگىنالى تەييارلاپ، تېخىمۇ كۆپ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ Google قورال يۈمشاق دېتالىنى چۈشۈرگۈزۈشنى چۈشەندۈرگەندە، ئۇ بىزگە: «مۇدىيەت ئەزالىرىنىڭ ئېرىشمەكچى بولغىنى خىلمۇ-خىل پەرەزلەرنىڭ تىزمىسى ئەمەس، ئۇلار پەقەت بىزنىڭ نېمە ئىش قىلىدىغانلىقىمزنى، قايسى ۋاقىتتا قىلىشنى باشلايدىغانلىقىمزنى بىلىشنى ئويلايدۇ. » ئۇ پىرويېكسىيە ئورگىنالىنى قايتا-قايتا كەينىگە ياندۇرۇپ، تېخىمۇ كۆپ سانلىق مەلۇمات تەمىنلەشنى تەلەپ قىلىپ، ئىچى سانلىق مەلۇمات ۋە گىرافىكلار بىلەن تولۇپ نەتىجىسىنى بىر قاراپلا بىلگىلى بولىدىغان بولغاندىلا ئاندىن بولدى قىلاتتى.

ئۇنىڭ سۆزىنى ئاڭلاپ، نۇرغۇن نەرسىلەرنى ئۆگىنىۋالدىم. بىراق، مەن ئۆيىدىن بازۇكا چوڭلۇقىدىكى سۇ تاپانچىسىنى ئېلىپ كەلدىم، ئاندىن ئۇ سىندىغا ماشىنا يۇيۇپ بېرىۋاتقان ۋاقىتتا ئۇنىڭغا سۇ چاچتىم.

مەھسۇلات باشقۇرغۇچى، مۇئاۋىن مەھسۇلات باشقۇرغۇچى شۇنداقلا مەھسۇلات بازارچىلىق باشقۇرغۇچىسى ئارقا-ئارقىدىن جوناسان روسېنبېرگنىڭ تەشكىلي قۇرۇلما خەرىتىسىدىن ئورۇن ئېلىشقا باشلىدى، شۇ ئارقىلىق Google شىركىتىنىڭ سەرخىللار باشقۇرۇش مەدەنىيىتىنى كۈچەيتتى. زور كۆپچىلىك كىشى ئىنتايىن ياش بولۇپ، ھەممىسىنىڭ ناھايىتى يۇقىرى ئوقۇش تارىخى ئارقا كۆرۈنۈشى بار ئىدى. جوناسان روسېنبېرگ خادىم تەكلىپ قىلىش تەلىپىگە يېتەلمىگەن قىسقىچە تەرجىمھاللارنى كۆپچىلىككە تارقىتىپ بېرىپ، مۇشۇ ئارقىلىق ھەممەيلەننىڭ ئۆز تىكلىگەن ئۆلچەمنىڭ قانچىلىك يۇقىرى ئىكەنلىكىنى بىلىشىگە كاپالەتلىك قىلاتتى. ئۇ قول ئاستىدىكى خىزمەتچىلەرنىڭ ئۆزىنى سەرخىللار ئىكەنلىكىنى ھېس قىلدۇرسا، يەنە ئېرىكىنى خاتىرجەم قىلاتتى، ئۇ ئۆتكەلنى چاڭ تۈتسا، بولۇمسىزلارنى قەتئىي تەكلىپ قىلمايدۇ. ئىنتايىن تالانتلىق بۇ يېڭى كىشىلەرنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك ئالىي مەكتەپ قوينىدىن چىقىپ جەمئىيەتكە قەدەم بېسىپ، ئاندىن بىزنىڭ بۇ خىزمەت مەيدانىمىزدا تالانتىنى نامايان قىلدۇ، ئۇلار مېنى ھەم زوقلاندۇرىدۇ، ھەم مېنى خاتىرجەمسىزلەندۈرىدۇ. مەن جوناسان روسېنبېرگنىڭ توغرىكەن دېگەن خۇلاسىگە ئېرىشتىم. ھېچ بولمىغاندا يۈزە قارىغاندا، خىزمەتچىنىڭ ساپاسى ئۆسۈۋاتىدۇ. بىلىشىمچە، ئەگەر چوقۇم Google نىڭ يېڭى تۈزىتىلگەن خادىم تەكلىپ قىلىش ئۆلچىمنى قانداقلاشتۇرۇش ئۈچۈن، مېنىڭ ئالىي مەكتەپتىكى ئانچە قالتىس بولمىغان ئوتتۇرىچە نەتىجەم شۇنداقلا باكالاۋۇرلۇق ئۇنۋانىم ئۆلچەمگە يەتمەيدۇ.

مەن نىكخىل باتلا بىلەن بىللە لارى بىلەن سېرگېينىكنىڭ ئىشخانىسىدا ئېچىلغان مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىنىغا قاتناشقان ۋاقىتتىكى مەنزىرە ھازىرمۇ ئېسىمدە، نىكخىل باتلا ئەينى ۋاقىتتا مۇئاۋىن مەھسۇلات باشقۇرغۇچى ئىدى، ئۇ ئەمدىلا ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنى پۈتتۈرگەن بولۇپ، ھەتتا دېپلومىدىكى سىياھمۇ تېخى قۇرۇمىغان ئىدى. يىغىن ئاخىرلاشقاندا، مەن ئىزچىل سېرگېيغا ئەگىشىپ، ئۇ ئىزچىل ئۆزىنى قاچۇرۇۋاتقان بازارچىلىق مەسلىسىگە جاۋاب بېرىشكە قىستىدىم. بۇ خىل پۇرسەت ئىنتايىن ئاز ئۇچرايدۇ، چۈنكى بۇ ئۇلارنىڭ تورتۇرانىڭ تىجارىتىگە ئانچە مۇھىم بولمىغان ئادەتتىكىدەك قارار چىقارغۇزۇشنىڭ بىردىنبىر يولى ئىدى.

باشقىلار بىردىن-بىردىن تىزلىپ چىقىۋاتقاندا، مەن سېرگېيغا مەسلەمنى ئوتتۇرىغا قويۇشقا باشلىدىم، 5 مىنۇتقا يېقىن پاراڭلىشىش جەريانىدا ئۇنى سۆزلەپ قايىل قىلىشنى ئارزۇ قىلدىم. ئۇنىڭ نەزىرى ئارقامدىكى نىكخىل باتلاغا ئاغدۇرۇلغاندا، مەن ئىنتايىن ھەيران قالدىم، ئەسلىدە نىكخىل قىزىقسىنىپ تېخى ئايرىلمىغان ئىكەن، سېرگېي «بۇ قاراشقا قانداق قارايسەن؟» دەپ نىكخىلدىن سورىدى، ئاندىن ئۇنىڭ جاۋابىنى ئەستايىدىللىق بىلەن ئاڭلىدى. نىكخىل باتلانىڭ جاۋابى ئويۇمنىڭ رەسۋاسىنى چىقىرىۋەتتى، ئەمما دەلىللىرى يېتەرلىك، كىشىنى قايىل قىلاتتى.

ئۆزىنى جاھاندا بىر دەپ ئويلايدىغان بۇ ئەبلەخنىڭ Google دا ئىشلەش جەھەتتە ھېچقانداق تەجرىبىسى يوق ئىدى، بىراق ئۇ يەردە مېنىڭ تەكلىپىمدىن قۇسۇر تاپتى، راستىنى ئېيتقاندا، بۇ مېنى بىئارام قىلدى. ئەجبا ئۇ ئۆزىنىڭ پەقەتلا ئادەتتىكى خىزمەتچى ئىكەنلىكىنى بىلمەمدىغاندۇ، تېخى شىركەتكە كەلگىلى ئۆزۈن بولمايلا بۇنداق ھەممە ئىشنى مۇنازىرە قىلسا قانداق بولىدۇ؟ بۇ خىل ئەھۋال «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» گە ئوخشاش نوپۇزلۇق چوڭ شىركەتلەردە ھەرگىز يۈز بەرمەيدۇ، ئۇ يەردە يۇقىرى تۆۋەنلىك مۇناسىۋەتتىگە قاتتىق رىئايە قىلىنىدۇ، شىركەتنىڭ ئەڭ يۇقىرى دەرىجىلىك باشقۇرغۇچىلىرىنىڭ ئالدىدا بىر باشقۇرغۇچىنى ئاشكارا ئەيىپلەش، قارامىلق بىلەن يېنكلىك قىلىش، قائىدە-يوسۇنغا ماس كەلمەيدىغان بولۇپ، ئۆزىنىڭ كەسپىي ھاياتىغمۇ خەۋپ يەتكۈزىدۇ.

مەن شىركەت بىناسىنىڭ ئالدى-كەينى بولۇپ بىر قانچە قېتىم چۆگىلەپ چىقىپ، ئۆزەمنى تىنچلاندۇردۇم، ئاندىن كېيىن نىكخىلنىڭ سۆزلىرىنىڭ يوللۇق ئىكەنلىكىنى ھېس قىلدىم. ئۆزەمنىڭمۇ ھەيران قالماسلىقىم كېرەكلىكىنى ھېس قىلدىم. ئۇ Google غا كېلىپ ئىشلىگەن ۋاقتى ئىنتايىن قىسقا، بۇ ئانچە مۇھىم ئەمەس. ئۇ ئىنتايىن ئەقىللىق بۇرادەر، ئۇ مېنىڭ لايىھەمنى مۇۋاپىق تەھلىل قىلدى، بۇ ئۇنچە تەس ئىشمۇ ئەمەس.

بۇ ئىشنىڭ ماڭا قالدۇرغان ساۋقى مەڭگۈ ئىسمىدىن چىقمايدۇ، بۇنى بىر يىلدىن كېيىن مەن چوڭ بىر تېخنىكا شىركىتىنىڭ ئالىي باشقۇرغۇچىسى بىلەن سۆھبەت ئۆتكۈزگەندىكى ئىپادەمدىن كۆرۈۋالغىلى بولىدۇ. مەن ئۇ شىركەتنىڭ Google ئىزدەش رامكا توپچىسىنى ئۇلارنىڭ تور بەت ياسايدىغان يۇمشاق دېتالىنىڭ ئىچىگە سىڭدۈرۈشى ھەققىدە سۆھبەتلەشمەكچى ئىدىم. مەن كەسپىي ئىجادىيەت بۆلۈمىگە يېڭىدىن تەكلىپ قىلىنغان پرىتى چىنايىنى باشلاپ سۆھبەتكە قاتناشتىم. قارشى تەرەپ شىركەتنىڭ ئالىي دەرىجىلىك باشقۇرغۇچىسى مېنى يېنىغا تارتىپ مۇنداق دېدى، گەرچە مەقسەتلىك ھالدا چىشىغا تېگىش دېگىلى بولمىسىمۇ، ئەمما پرىتى چىناي ئۇنىڭغا نىسبەتەن خىزمەت ۋەزىپىسى ئىنتايىن تۆۋەن، ئۇنىڭ بىلەن سۆھبەتلىشىش ۋاقىت ئىسراپ قىلغانلىق. ئۇ پەقەت مۇئاۋىن لىدىر دەرىجىلىك قارار چىقارغۇچىلار بىلەن ئالاقە قىلىدىكەن.

مەن ئۇنىڭغا مۇنداق دېدىم: «چىشىغا تېگىش دەيدىغان گەپ مەۋجۇت ئەمەس، ئەمما سىز Google نىڭ قانداق يۈرۈشىدىغانلىقىنى چۈشىنىشكە ئېھتىياجلىق. بىزدە نوپۇزلۇق مۇئاۋىن لىدىر يوق، شىركەت قۇرغۇچىلىرىمىز بىلەن بارلىق ئىشچى-خىزمەتچىلەرنىڭ ھەممىسى باپ-باراۋەر. بىزنىڭ مۇئاۋىن لىدىرلىرىمىزنىڭ ھەممىسى قۇرۇلۇش تۈرلىرىنى ئەمەلىي ئىلگىرى سۈرىدىغان فۇنكسىيە رولىنى ئالىدۇ، مەن

سىزنىڭ ئەمەلدارلىق دەرىجە پەرقى ھەققىدىكى ئارزۇيۇڭىزنى چۈشىنىمەن. بىراق، ناۋادا پرىتى چىناي بۇ سودىنى قىلىش تەكلىپىنى ئوتتۇرىغا قويسا، ئۇنداقتا ئېرىك، لارى ۋە سېرگېي ئىمزا قويۇپ تەستىقلايدۇ. ئەگەر ئۇ قىلماسلىق تەكلىپىنى بەرسە، بۇ سودا يوق بولىدۇ. ئەگەر ئۇ تېخىمۇ كۆپ ئەھۋاللارنى بىلىشكە ئېھتىياجلىق بولسا، كىمنى ئىزدەشنى تامامەن بىلىدۇ. » مېنىڭ بەكلا ئاچچىقىم كەلدى، ئۇ قاراپ تۇرۇپ قارىسىغلا، 15 مىنۇت تەييارلىق قىلغاندىن كېيىن، قوشۇنىمىزدا ئىشنى قارار قىلالايدىغان بىرمۇ ئادەم يوقكەن دەپ قاراپتۇ.

بىزنىڭ خىزمىتىمىزدە نۇرغۇن خەتەر ۋە پۇرسەتلەر مەۋجۇت، دائىم بىيۇرۇكرات ئورگانلارنىڭ ئوشۇقچە قائىدە-يوسۇنلىرى تۇپەيلىدىن بايلىق مەنبەلىرى ئىسراپ بولىدۇ. 2002-يىلى يازدا، ئارقىمۇ-ئارقا بۇلاڭچىلىق ئادەم ئۆلتۈرۈشلەرگە يولۇقتۇق.

بىز «Google سوۋغىسى» (Google Grants) نامىلق پىلاننى تۈزدۇق، پايدا تاپمايدىغان ئورگانلارغا ھەقسىز AdWords مۇلازىمىتى تەمىنلىدۇق. مەن بىر قانچە ئاي ئىلگىرى ئاددىيلا بىر جامائەت پاراۋانلىقى ئېلان پىلانىنى ئوتتۇرىغا قويدۇم، يەنە ئىشلەتكۈچى كۆرۈنۈشىگە ئازراق ۋاقىت سەرپ قىلدىم. لېكىن ئاخىرىدا بۇ ئويىنى شېرىل ساندبېرگ جەزملەپ ئىشقا ئاشۇردى.

بىر شىركەتنىڭ تور دۇكىنى بىزنىڭ ئىسىمىزنى ئىشلىتىپتۇ، بىز مۇشۇ سەۋەبتىن ئۇلار بىلەن بىر مەيدان ماركا سوتىغا چۈشتۇق. مەن سوتقا چىقىپ ئىسپات بەردىم. ئىلگىرى سوتقا چىقىپ ئىسپات بېرىش كەچمىشىم بولمىغانلىقتىن، مەن چوقۇم قانداق تاقابىل تۇرۇشنى ئۆگىنىشىم كېرەك ئىدى. مەن بىر قانچە كۈن سەرپ قىلىپ ئىلگىرى سوراملىغان مەسىلىگە جاۋاب بېرىشتىن قانداق ساقلىنىش، مەنسىي مۇجمەل ماددىلارنى قانداق ئېنىقلۇبلىشنى ئۆگەنىدىم. ئويلىمىغان يەردىن، مەن تېلېكامېرانىڭ ئالدىدا تەرگە چۈمۈپ قارشى تەرەپ ئادۋوكاتى بىلەن مۇنازىرىلەشكەن 4 سائەتتىن ناھايىتى ھۇزۇرلاندىم.

«سۆزۈڭلار بۇ مەسىلىگە چېتىلغانمۇ؟» دەپ سورىدى ئۇ.

سەل تۇرۇۋېلىپ، ئويلىنىۋالغاندىن كېيىن. «سىز دېگەن ‹سۆز› دېگەننىڭ نېمە مەنىسى بارلىقىغا ئېنىقلىما بېرىپ باقامسىز؟»

«سۆز! سىز چۈشىنىسىز! سىز ئۇنىڭ بىلەن سۆزلەشكەنمۇ؟» ئۇ ئادۋوكاتىنىڭ مەغلۇبىيەت تۇيغۇسىنمۇ ئاڭلاپ بىلگىلى بولاتتى.

«بولىدۇ، » مەن سەل تۇرۇۋېلىپ، «مېنىڭ ‹سۆز› گە بولغان چۈشەنچەم ‹سۆز بىلەن ئىپادىلەش›. مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا يازما ھالەتتىكى بولسىمۇ، ئېغىزاكى بولسىمۇ بولىدۇ. » مەن يەنە بىر توختۇۋېلىپ، «سىزنىڭ كۆزدە تۇتۇۋاتقىنىڭىز ‹ئېغىزاكى› مۇ؟»

بىز بۇ بىر مەيدان دەۋادا ئۇتتۇق، ئادۋوكات كۆلپرېت مېنىڭ ئىپادەمدىن ئىنتايىن مەمنۇن بولدى، شۇنىڭ بىلەن مېنى «سىرتتىن قاتناشقۇچى مۇكاپاتى» (peer bonus) غا تەۋسىيە قىلىدى—Google خىزمەتچىلىرى باشقا بۆلۈملەر يارىدەمگە ئېھتىياجلىق بولغاندا يارىدەم قولىنى سۇنسا، 1000 دوللار مۇكاپاتقا ئېرىشەلەيدۇ.

بىزنىڭ بىرلەشمە ئېلان تارقىتىش تورىمىزنىڭ ئۆزلۈكسىز زورىيىشىغا ئەگىشىپ، دەسلەپكى Earthlink، ئامېرىكا لىنىيەسىدىن تەرەققىي قىلىپ Ask Jeeves ۋە «نيۇيورك ۋاقىت گېزىتى» مۇ ئىچىگە كىردى، بىزنىڭ ماركا قوللانمىمز بولۇشى، يېڭىدىن قوشۇلغان ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزگە، بىزنىڭ ئىزدەش نەتىجىمز ۋە تارقاتقان ئېلانىمىزنى قانداق كۆرسىتىش، شىركىتىمىزنىڭ تۇغىنى نەگە قويۇشنى بىلدۇرۇشىمىز كېرەك. قوللانمىنى تۈزۈش ئىنتايىن مۇرەككەپ ۋاقىت كۆپ كېتىدۇ، بولۇپمۇ بىز Overture نىڭ قولىدىن

InfoSpace (تـوردىكى ئـزدەش شـركىتى) نـى قولغـا كەلتۈرگەنـدىن كېـيىن، تېخمـۇ شـۆنداق بولـدى. InfoSpace بىر قانچە مېتا ئىزدەش[46] تورتۈرالىرىنى يۈرۈشتۈرىدۇ، ئۇنـڭ ئىچىـدە Google ۋە باشقا بـر قانچە ئىزدەش موتورىنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىنى ئۆز ئىچىگە ئالىـدۇ. گەرچە بـۇ سـودا Overture نـڭ ئېلان كـرىمىدىن چوڭ بىر پارچە گۆشنى تارتـۋالغان بولسىمۇ، ئەمـا بـز ئۆزىمىزنـڭ ماركسـىنڭ پەقەتـلا ئـزدەش نەتىجىسىدىكى داشقاينـاقنڭ ئىچىدىكى ئادەتتىكى بىر ئەزاسى بولۇشنى خالىمايمىز. InfoSpace ئۇلار بىلەن Overture نـڭ ئېلان توختامىدىكى مەخسۇس تىجارەت ھوقـۇقى ماددىسـغا خىلاپلـق قىلـپ زور سـوممىلق جەرىمـانە تۆلىگەنـدىن كېـيىن[47]، مەن ئۇلارنـڭ ئـزدەش نەتىجسـىدە بىزنـڭ تـۇغمىزنى باشـقا ئـزدەش موتورلىرى بىلەن بىرگە قويۇشقا يەنىلا يول قويمىدىم. شىركەتنڭ سېتىش قوشۇنى مېنى قوللىدى ئەمـا مېنى «بـۇ خېرىـدار» بـىلەن بىلـە كەچلـىك تامـاق يەپ، InfoSpace نـڭ ماڭـا قەيەردە خاتالاشقانلىقىمنى دەپ بېرىشكە ئاسانلىق يارىتتى. مەن تاماق ئۈستىلىدە تامـاقنى ئـانچە كـۆپ يىمـىدىم، قوبـۇل قىلغـنىم تېخمـۇ ئـاز بولدى.

بىراق، ئۇ يازدا سېرگېي دىققەتىنى مەركەزلەشـتۈرۈپ كۆڭـۈل بـۆلگىنى قانـداق قىلغانـدا 1 مىلىـارد دوللار غەمـلەش ئـىدى. CPC ئاساسـىدىكى AdWords ئېلان كەسپى گەرچە مۇڭۇپىيەتلىـك بولغـان بولسـىمۇ، ئەمما پايدا يەنىلا يېتەرلىك ئەمەس ئىدى. نۇرغۇن ئالامەتلەردىن مەلۇم بولۇشچە، بۇ خىل مـۇلازىمەت نۇرغـۇن يىللاردىن كېيىن ئاندىن پايدا ئېلىپ كېلىـدىكەن. سېرگېي بۇنـڭ ئۈچـۈن تەشۋىشلىنىۋاتاتتى. بەزىـلەر چوقـۇم بـىرەر جايـدا بىزنـڭ نەق پـۇل ئېقىمىزنـى كۆزىتىۋاتـىدۇ، تېخمـۇ ياخشـى مەھسـۇلاتنى ئوتتۇرىغـا چىقىرىـپ، بىزنىڭ ئىزدەش ئېلانىمىزنى رەھىمسـىزلىك بىـلەن بـراك قىلمـاقچى بولۇۋاتـىدۇ. ئەگەر مۇشـۇنداق ئەھـۋال يـۈز بەرسە، Google ئاخىرىدا ئىنتېرنېت ئىقتىسادىدا پەقەت كىچىك روللا ئالىدۇ خـالاس. سېرگېينىڭ قارىشـچە، بىز يەنە بىر تۈرلۈك بىر مىلىـارد دوللارلىـق سـودىدا يېڭىلىـق يارىتىشـتىن بىرنـى تېپىشـقا ئېھتىيـاجلىق بولـۇپ، ئۇنـڭ ئۇسـتىگە تېـز سـۈرئەتتە شـەكلىنى ئۆزگەرتـىپ ئەمەلـگە ئاشۇرۇشـمىز كېـرەك ئـىدى. لارى بـۇ ئويغـا پۈتـۈنلەي قوشـۇلاتتى، ئۇنـڭ جـاھىللىقى بـۇ ئورتـاق شـركەت قۇرغـۇچى بـىلەن سېلىشـتۈرغاندا ئـازراقمۇ قېلىشمايتتى.

پائۇل بۇچېت ئۇلارغا نىشاننى كۆرسىتىپ بەردى.

پاراڭلىششقا رايى يوق

پائۇل بۇچېت پىروگراممـا بىلەن ھەپىلىششكە ئامراق. ئۇ ئىشـتىن سـىرتقى ۋاقىتلىرىـدىن پايـدىلىنىپ، ئـۇ «كـارىبو» (Caribou) دەپ ئاتـۋالغـان ئېلېكترونلـۇق ئېلىخەت سىستېمىسـىدىن بىرنـى ياسـاپتۇ—بـۇ ئەمەل سەھنىسىدىكى داڭلىق كارتون ئوبرازى «Dilbert» نىڭ ئانچە ياخشى باشقۇرمىغان تۇرىنـڭ ئىسـمى. كېيىن بـز بـۇ سسـتېمىنى Gmail دەپ ئاتـدۇق. ئـۆتكەن بـر قـانچە يىلـدا، پـائۇل بۇچېـت ئىزچـل كـارىبۇ بـىلەن ھەپىلەشتى. گەرچە لارى ۋە سېرگېينى ئۆز ئىچىگە ئالغان نۇرغـۇن Google خىزمەتچىلىرىنـڭ ھەممىسى بـۇ سسـتېمىنى ئىشلىتىۋاتقان بولسىمۇ ئەمما مەيلى شىركەتتىكى كىم بىلەن سۆزلەشسە، ھېچكىم Google نـڭ ئامـمىغـا ئېلىخەت تەمىنلەيـدىغان سـودىگەر بولۇشـنى ياقتۇرمايـدىكەن. بەزىلەرنـڭ قارشـى تۇرۇشـى تېخنىكـا نۇقتىسى تەرەپتىن ئويلاشقان، يەنە بەزىلەر سودا نۇقتىسـىدىن چىقىـش قىلغـان. بـراق بـر ئـش بـار، ئۇلارنـڭ قارىشى تامامەن ئوخشاش: بىر ئېلېكترونلۇق ئېلىخەت سىستېمىسى ھەرگىزمـۇ ئـۇ يـوللاپ قوبۇللىغـان مەزمـۇن

[46] Metasearch مېتا ئىزدەش دېگىنىمىز سانلىق مەلۇمات باشقا ئىزدەش موتورىدىن كېلىـدىغان ئـزدەش، ئىزدەشـنى توپلاشـتۇرۇش ئارقىلىق مەلۇم ئىقتىدارلارنى تەمىنلەيدۇ. —تەرجىماندىن

[47] Overture شۇنىڭدىن كېيىنلا InfoSpace نى ئەرز قىلدى، بۇ قىلمىش Overture نىڭ باشقا يوشـۇرۇن خېرىـدارلىرىغا ئىنتـايىن سەلبى ئۈچۈر تارقاتتى.

ئاساسدا ئېلان كۆرسىتىشكە بولمايدۇ. مەھسۇلات نۇقتىسىدىن ئويلاشقاندا، بۇنداق ئېلاننى تېخنىكا جەھەتتىن يۇرگۈزگىلى بولمايدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە قارشى ئېلىنمايدۇ.

پائۇل بۇچېتنىڭ ماڭا ئېيتىپ بېرىشىچە: «مەن قول سېلىپ كاربۇنى ئىجاد قىلىشتىن ئىلگىرى، ئۇدى مانبېر[48] مەن بىلەن سۆھبەتلەشتى، مەن ئۇنىڭدىن مۇنداق سورىغانلىقىم ئېسىمدە، ‹سېنىڭچە بولغاندا ئېلېكترونلۇق ئېلخەتتە مەزمۇننى يېتەكچى قىلغان ئېلان قىستۇرامسەن؟› ھە، ياق، ياق، بىز مەڭگۈ ئۇنداق قىلمايمىز. مەيلى قانداق قارىمايلى، بۇنىڭ ھەممىسى ئوپ-ئوچۇق قائىدىگە خىلاپ ھەرىكەت. بۇ مۇنداقچە ئېيتقاندا، پەقەت مەزكۇر مەسىلىنى مۇنداقلا سوراپ قويسىڭىزمۇ، سىز ئىشتىن بوشتىلىشىڭىز كېرەك دېگەن گەپ. »

پائۇل بۇچېتغا ئايانكى، ئەگەر ئۇنىڭ ئېلخەت سىستېمىسى ئاخىرىدا تەننەرخنى قايتۇرۇۋالالمسا، ئۇنداقتا مەڭگۈ بازارغا كېڭەيتكىلى بولمايدۇ. ئۇ ھەقلىق مۇلازىمەت ئۇسۇلى قوللىنىشنى ئويلاشقان، 6 ئاي ھەقسىز ئىشلىتىش مۇلازىمىتى تەمىنلەشنىمۇ ئويلىغان. بىراق، ئۇنىڭغا ئايان بولغىنى، بۇ خىل ئەندىزىلەر كىشىلەرنىڭ بۇ ئېلخەت مۇلازىمىتىنى كەڭ كۆلەمدە ئىشلىتىشىگە توسقۇنلۇق قىلىدۇ. ئۇنىڭغا يارەملىشىپ كود يېزىشىپ بەرگەن ئىشداشلاردىن سانجېۋ سىنگ ئىزچىل ھالدا مەزمۇننى يېتەكچى قىلغان ئېلانغا قىيالمىغان ئىدى.

ئوڭ كەلگىنى، پائۇل بۇچېت پروگراممىا بىلەن ھەپىلىشىشكە ئامراق.

بىر كۈنى كەچقۇرۇن، ئۇ سانجېۋ بىلەن قوبۇللاش ساندۇقىدىكى ئېلېكترونلۇق ئېلخەتلەرنى بىرمۇ-بىر تەكشۈردى، قولدا تەكشۈرۈش ئۇسۇلىدا ھەر بىر ئېلخەت بىلەن سىستېمىدا مەۋجۇت ئېلان بىلەن ماسلاشتۇردى. بۇ خىزمەت ئانچە تەس ئەمەس، شۇڭلاشقا پائۇل بۇچېت ئۆزى ئاپتوماتىك ھالدا مەزمۇن بىلەن ماسلىشالايدىغان ئاددىي بولغان دەسلەپكى مودېلنى ئىجاد قىلىشنى قارار قىلدى. ئۇ ئۆزىنىڭ كود ھۆججەتلىرىنى ئاختۇرۇپ، تۈرگە ئايرىش قورالىدىن بىرنى تېپىپ—مۇناسىۋەتلىك مەزمۇننى تونۇپ بىر گۇرۇپپىغا جۇغلايدىغان يۇمشاق دېتال. ئۇ ئىلگىرى يازغان بۇ پروگراممىا ماتېرىياللىرىنى سۈزگۈچ تۈرىنىڭ بىر قىسمى ئىدى، ئۇنىڭغا لازىملىق ئىقتىدارغا نسبەتەن ئېيتقاندا، بۇ نەرسىدىن ياخشىسى يوق. ئۇ تۈرگە ئايرىغۇچنى قايتىدىن سەپلەپ، ئېلان بىلەن ئېلخەت مەزمۇننى ماسلاشتۇردى، شۇنىڭ بىلەن ئەتىگەن سائەت 3:00 تە كاربۇنىڭ ھەممە ئىشلەتكۈچىلىرىگە بۇ ئىقتىدارنى ئېچىۋەتتى، ئاندىن ئۆيگە قايتتى.

ئىككىنچى كۈنى، كاربۇنى ئىشلەتكەن ھەممە ئىنژېنېرلار قوبۇللاش ساندۇقىدىكى ئېلخەت مەزمۇنغا مۇناسىۋەتلىك ئېلاننى كۆردى، ئۇلار ئىنتايىن خاپا بولدى. پائۇل بۇچېتنىڭ ئەسلەپ بېرىشىچە، ئۇنىڭ بىلەن بىر ئىشخاندا تۇرىدىغان ماربسسا بۇنىڭ ئۈچۈن قاتتىق غەزەپلەندى.

«بىز بۇنداق قىلىشقا قوشۇلمىغان. ئەمما سىزنىڭ كارىڭىز بولماپتۇ، يەنە قېپسىز. » دەپ تەكتىلدى ئۇ.

«مېنىڭ ماقۇل دېگەنلىكىم ئېسىمدە يوق، بەلكىم سىز قىلماسلىقنى دېگەن بولۇشىڭىز مۇمكىن، ئەمما مەن ھەرگىزمۇ ماقۇل دېمىگەن. مېنىڭمۇ ئۆزەمنىڭ ئويلىغىنى بار، مەن قىلمايمەن دېمىگەن. » دېدى پائۇل بۇچېت.

لارى بىلەن سېرگېي قاتتىق تېرىكىپ كەتمىدى، ئەمما سەل ئىككىلىنىپ قالدى. ئېلخەت مەزمۇنغا ئاساسەن ئېلان تارقىتىشتىن ئىبارەت بۇ ئۇقۇم ئوتتۇرىغا قويۇلغىنى خېلى ئۇزۇن بولغان، بىراق ئىزچىل ھالدا نەزەرىيە جەھەتتىكى ئۇقۇم ئىدى. بۇ نىشان ھەتتا قۇرۇلۇش بۆلۈمنىڭ قۇرۇلۇش تىزىمىدا بار ئىدى، بىراق

[48] Yahoo شىركىتىنىڭ ئىزدەش تېخنىكىسى باش ئەمەلدارى.

بەش دەرىجىلىك ئالدىنلىق تەرتىپىدە بىرىنچى دەرىجىگە ئورۇنلاشتۇرۇلغان، يەنى ئەڭ تۆۋەن ئالدىنلىق دەرىجىسى. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى بۇ سىستېمنى قوزۇپ چىقىش تەس، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئىنتايىل دەل بولۇپ كەتمەيدۇ دەپ قارىغان ئىدى. بىراق، پائۇل بۇچبت پەقەت بىر قانچە سائەت ۋاقىت سەرپ قىلىپ، ئىلگىرى باشقا بىر تۈر ئۇچۇن يازغان ئۆزى «قارىغۇلارچە تەلۇتلىك قىلىش» دەپ ئاتىۋالغان پىروگراممىا ئاساسىدا، ئىشلەتكىلى بولىدىغان دەسلەپكى قوزۇلمىسىنى تاماملىدى.

پائۇل بۇچبتنىڭ سۆزىگە ئاساسلانغاندا، شىركەتنىڭ دەسلەپكى ئىككى قوزغۇچىسى «شىركەتتىكى زور كۆپچىلىك كىشىلەردىنمۇ ئوچۇق-يورۇق.» ئۇلار شۇ ھامان يېتەكلەش خاراكتېرىدىكى ئېلانناڭ غايەت زور يوشۇرۇن كۈچىنى كۆردى، ئېلخەت بىلەنلا چەكلەنمەستىن بەلكى ھەر قانداق تېكىستنى ئۆز ئىچىگە ئالغان تور بەت مەزمۇنىمۇ بار. 2002-يىلى 9-ئايدا، ئۇلار بىر تۈركۈم ئادەملەرنى توپلاپ، تېخنىكۇلۇك بولغان يېتەكلەش خاراكتېرىدىكى سىستېمنى قوزۇشقا باشلىدى، سىستېما ۋاكالەت نومۇرى conehead، بىر ئايدىن كېيىن، Google نىڭ مەزمۇن يېتەكلەش خاراكتېرىدىكى ئېلان Google گۇرۇھى قوشۇۋالغان ئەسلىدىكى Deja News تور بېتىدىكى يازمىلارنىڭ ئەتراپىدا كۆرۈنۈشكە باشلىدى. يەنە بىر ئاي ئۆتكەندىن كېيىن، بىز Wunderground.com غا ئوخشاش ئىزچىل گىپىمىزنى يەيدىغان كىچىك تېپتىكى سىناق خاراكتېرىدىكى تورتۇرادا بىر قىسىم ئەرزان باھالىق ئېلان بوشلۇقى سېتىلىشقا باشلاندى—بۇ بوشلۇقلار سېتىلمىغانلىقتىن ئەمەس بەلكى ئەسلىدە ئۆيى-مۇلۇك ئېلانى تارقىتىلىشى كېرەك ئىدى—بىز ئېلاندىن ئېرىشكەن كىرىم بۇ ئېلانىنى تارقاتقان تورتۇرالارغا بەرگەن چىقىم خراجىتىدىن ئېشىپ كېتەمدۇ يوق شۇنى كۆرۈپ بېقىش ئىدى. 2003-يىلى 3-ئايدا، Google نىڭ مەزمۇن يېتەكچىلىك خاراكتېرىدىكى ئېلانى ئاشكارا يولغا قويۇلدى، بىزنىڭ يوشۇرۇن ئېلان ساھەيىمىز شۇنىڭدىن كېيىن كېڭەيدى، ئىنتېرنېتتىكى بارلىق تور بەتلەرنىڭ ھەممىسىنى دېگۈدەك ئۆز ئىچىگە ئالدى. Google بىلەن ئېلانىمىزنى تارقىتىدىغان تورتۇرا (بىز ئۇلارنى تارقاتقۇچى دەپ ئاتايمىز) لار ئېلان كىرىمىنى ئورتاقلىشىمىز. بۇنداق بولغاندا، ئېلان سېتىشتىن غەم قىلمۇاتقان كىچىك كارخانا، بىلوگ تور بەتلەر ھەتتا بىر قىسىم چوڭ مەزمۇن تەمىنلەش سودىگەرلىرى، پەقەت Google نىڭ بىر قانچە قۇر پىروگراممىا كودىنى قوشۇپ قويسىلا، بايلىق توختىماستىن كېلىدۇ. 2003-يىلى 6-ئايدا، بىز ھەتتا تارقاتقۇچىلارغا ئۆز ئالدىغا مۇلازىمەت قىلىدىغان توختام ئىمزالاش تەرتىپى (خۇددى ئېلان خېرىدارلىرى Adwords ئىشلەتكەنگە ئوخشاش) ئىجاد قىلدى، ھەمدە بۇ خىل يېڭى مۇلازىمەت «AdSense» دەپ ئاتالدى. [49]

AdSense ئارقىلىق Google تورىدىكى مەزمۇننىڭ سانى تېخنىكۇ كۆپىيىشىگە مايىل بولدى. ئىنتېرنېتتىكى ئۇچۇر مەزمۇنى قانچە كۆپ بولغانسېرى، Google نىڭ يوشۇرۇن كىرىمى شۇنچە چوڭ بولىدۇ. توساتتىنلا، بارلىق باسما ماتېرىياللارنى رەقەملەشتۈرۈش ئويىنىڭ ئالدىنلىق دەرىجىسى بىردەمدىلا خېلىلا يۇقىرى كۆتۈرۈلدى. 2002-يىلىنىڭ ئاخىرىقى مەزگىللىرى، «ئوكيان قوزۇلۇشى» (Project Ocean) نىڭ تەشەببۇسى باشلىنىپ، ئەمەلىي تۈرمۇشتىكى ئۇچۇرلار «ئوكيان» دەك تورغا چىقىرىلىشقا باشلاندى. بۇ قوزۇلۇشنىڭ دەسلەپتە قىلماقچى بولغىنى Google نىڭ خىزمەتچىسى كارى سېپۇاكىنى سۈمۈرۈغ شەھىرىگە ئەۋەتىپ زور مىقداردا نىمكەش كىتاب سېتىۋالدى. ئۇ شۇ جايدىن 1200 خىل كىتاب سېتىۋېلىپ، ئىجارىگە ئالغان يۇك ماشىنىسىغا بېسىپ، ئاندىن مائۇنتېن ۋىيۇ (Mountain View) شەھىرىگە توشۇپ كېلىپ شوللىدى. تېزلا، Google يەنە ئۇنۇۋېرسىتېتنىڭ كۇتۇپخانىسى بىلەن توختام ئىمزالاپ، ئۇلارنىڭ باسما كىتاب ماتېرىياللىرىنى شوللىدى، ئۇنىڭدىن باشقا نەشرىيات سودىگەرلىرى ۋە يازغۇچىلار بىلەن نەشر ھوقۇقى مەسلىسى سەۋەبىدىن سوتقا چۈشتى. ئۇنىڭدىن باشقا، Google يەنە Pyra Labs نى سېتىۋالدى، بۇ كىچىك شىركەت ئۆزىنىڭ blogger.com دېگەن تورتۇراسىدا بىلوگ يازىدىغانلارنى ئىجادىيەت قورالى بىلەن تەمىنلىدى. [50]

[49] يەنە بەزى جايلارنى ياخشىلاش زۆرۈر. «ۋاشىنگتون پوچتا گېزىتى» بىر پارچە خەۋەر ئېلان قىلىپ، بىر قاتاللىق دېلوسىدا زىيانكەشلىككە ئۇچرىغۇچى پارچىلىنىپ جەستى بىر چامادانىنىڭ ئىچىدىن بايقالغانلىقى تىلغا ئېلىنىدۇ، بۇ ۋاقىتتا AdSense يېنىدا چامادانىنىڭ بىر پارچە ئېلانىنى كۆرىستىدۇ.

[50] Pyra نىڭ قۇرغۇچىسى ئېۋان ۋىللىيامس، ئۇ Google دىن ئايرىلىپ، يەنە بىر ئىگىلىك تىكىلەش كارخانىسى قۇردى، ئۇ شىركەت كېيىن تەرەققي قىلىپ ئىجتىمائي ئالاقە تور شىركىتى تىۋىتتېر (Twitter) غا ئايلاندى.

Google نىڭ ئىككىنچى بىر مىليارىدلىق يېڭىلىق يارىتىشىنى بىرىنچىسىگە قارىغاندا ئەمەلىيلەشتۈرمەك تېخىمۇ ئوڭاي.

پائۇل بۇچېتقا نىسبەتەن ئېيتقاندا، بۇ قېتىمقى تەجرىبە ئەمەلىي ھەرىكەت ئارقىلىق مەسىلىنى چۈشەندۈرۈش نەزەريىە جەھەتتىن مۇنازىرە قىلغاندىن تېخىمۇ تېز بولىدىغانلىقىنى ئىسپاتلىدى. ئۇ ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «ئولتۇرۇۋېلىپ سۆزلىگەندىن ھەرىكەت قىلغانىنىڭ ئۈنۈمى تېخىمۇ ياخشى. مەن مەزمۇن يېتەكچىلىك خاراكتېرىدىكى ئېلاننى راستلا كارغا كېلىدۇ دەپ قارىمايمەن، ئەمما بۇ چوقۇم قىزىقارلىق دەپ ئويلىدىم. مەن بىر قانچە سائەت ۋاقىت سەرپ قىلىپ دەسلەپكى ئەندىزىنى قىلدىم، مېنىڭ بۇنىڭغا ئۈنچە كۆچلۈك ئىشەنچىم بولغانلىقتىن بولماستىن بەلكى ئىشقا ئاشۇرۇش ئىنتايىن ئاسان بولغانلىقتىنلا خالاس. » كىشىلەر دەسلەپكى نۇسخىسىنىڭ ئەمەلىي ئىجرا بولغانلىقىنى كۆرسىلا، ئۇلار پائۇل بۇچېتنىڭ ئىشقا ئاشۇرغان ئامالىنى ياقتۇرۇش ياقتۇرماسلىقتىن قەتئىينەزەر، ھەممەيلەن مەزمۇن يېتەكچىلىك خاراكتېرىدىكى بۇ ئويۇنى ئىشقا ئاشۇرغىلى بولىدىغانلىقىنى ھېس قىلدۇ.

Google مۇ بۇنىڭدىن بىر ساۋاقتا ئېرىشتى. پائۇل بۇچېت ئىلگىرى ئۇ ئۆزى مەسئۇل بولغان تۈرنىڭ مەخسۇس تەلىپى بويىچە بۇ دەسلەپكى نۇسخىنى ئىجاد قىلمىغان، ئۇنىڭ بۇنداق قىلىشى پەقەتلا قىزىقارلىق ھېس قىلغانلىقتىن بولغان. ئۇ ئۆزىنىڭ ئاسانلا «دىققىتى چېچىلىپ» كېتىپ، دائىم پىلاننىڭ رېلىسىدىن چىقىپ كېتىدىغانلىقىنى ئېتىراپ قىلدۇ، بىراق كۆپىنچە ئەھۋالدا ئۇنىڭ باشقۇرغۇچىسى ئۇنى تارتىپ ئەكىلىدۇ. ئۇ ئۆزىگە ياسغان ئىزدەش مەھسۇلاتىغا ئاددىي بولغان ئىملا تەكشۈرگۈچ قوشقاندا، ئۇرس ئۇنىڭ قوشۇمچە تۈرلىرى بەك كۆپ كۆڭۈل قويۇپ بىر ئىش قىلمايدۇ دەپ ئۇنىڭغا ئاگاھلاندۇرۇش بەرگەن. پائۇل بۇچېت مەزمۇن يېتەكچىلىك خاراكتېرىدىكى دەسلەپكى نۇسخا سىستېمىنى ئىجاد قىلغاندىن كېيىن، بۇ خىل پوزىتسىيەمۇ مۇشۇنىڭغا ئەگىشىپ ئۆزگەردى. ئۆزگەرگىنى پائۇل بۇچېتقا بولغان پوزىتسىيەلا بولۇپ قالماستىن بەلكى پۈتكۈل شىركەتكە بولغان پوزىتسىيە.

پائۇل بۇچېتنىڭ ماڭا دەپ بېرىشچە: «مېنىڭچە ‹20% ۋاقىت› دېگەن بۇ ئۇقۇم دەل مۇشۇ ئىش تۈپەيلىدىن ئوتتۇرىغا قويۇلغان. ھېس قىلىشىمچە بۇ ئۇقۇم مەخسۇس بايان قىلىنمىغان ئەمما مېنىڭ مۇشۇ ئىشىمدىن كېيىن، تېخىمۇ زور دەرىجىدە رەسمىي ئېتىراپ قىلىندى». «20% ۋاقىت» بىر يولىيورۇق، قۇرۇلۇش بۆلۈمىدىكى ھەر بىر كىشى ھەر ھەپتىدە بىر ۋاقىت چىقىرىپ، تەقسىملەنگەن ۋەزىپىنىڭ سىرتىدىكى ئىشلارنى ئويلىنىدۇ. ئېلخەتتىكى مەزمۇن يېتەكچىلىك تېپىدىكى ئېلاندىن ئىبارەت بۇ ۋەزىپە ھېچقانداق ئادەمگە تەقسىم قىلىنمىغان، بۇ چارىنى ئاڭلىغان ئادەمنىڭ زور كۆپچىلىكى كەسكىن قارشى تۇرغان. نېمىلا بولمىسۇن، پائۇل بۇچېت ئۇنى قىلالىدى، نەتىجىدە بىر كېچىدە شىركەتنىڭ تەپەككۇر قىلىش ئۇسۇلىنى ئۆزگەرتتى. باشقا ئىنژېنېرلارمۇ قارىماققا كەلگۈسى ئىستىقبالى خېلى ياماں ئەمەس قوشۇمچە تۇرلەرنى قىلدى، مەسىلەن، كىرىشنانىڭ Google خەۋەر مەھسۇلاتى. لارى بىلەن سېرگېي بۇ خىل ھەرىكەتنى رىغبەتلەندۈرىدۇ.

پائۇل بۇچېتنىڭ كۆزىتىپ بايقىشىچە، ئاشۇ قوشۇمچە مەھسۇلات ئىنژېنېرلىرى دەسلىپىدە ئىنتايىن يۇكسەك ئىرادە بىلەن باشلاپ، بۇ 20% ۋاقىتنى تەشكىللەپ تولۇق پايدىلانماقچى بولىدۇ. پائۇل بۇچېت كېيىن دەپ بېرىشچە: «بۇ خىل ئوي-پىكىر پۈتۈنلەي خاتا. ۋوي، بۇ ئىنژېنېرلار ھېچقانداق نىشانسىز بىر ئىشلارنى قىلىدۇ. بىز بۇنى ماسلاشتۇرۇپ ۋە باشقۇرۇشىمىز كېرەك. بىراق، ھەقىقىي قىممىتى ھەممەيلەن ۋاقىت ئىسراپ قىلۋاتىدۇ دەپ قاراۋاتقان ئىشنى كىشىلەرنىڭ قىلىشنى خالىشىدا، ئەڭ چوڭ پۇرسەت دەل مۇشۇ يەردە. پۇرسەت شۇنىڭ ئۈچۈن پۇرسەتكە ئايلىنىدۇكى، باشقىلارنىڭ ھەممىسى ئۇنى كۆرمىگەنلىكتىن. » Google نىڭ ئۆزى بىر تىپىك مىسال. باشقا شىركەتلەرنىڭ ھەممىسى ئىلگىرى ئىزدەشنى ئانچە مۇھىم ئەمەس دەپ قارىغان. ئەگەر ئۇلار ئىزدەشنى مۇھىم دەپ قارىغان بولسا، ئۇنداقتا مىكروسوفت ۋە Yahoo بۇ خىل تېخنىكىغا چوقۇم غايەت زور مەبلەغ سالغان بولاتتى، ئۇ چاغدا Google ھەرگىزمۇ بۇنچە ئەۋزەللىكى بار پۇرسەتكە ئېرىشەلمەيتتى.

Overture بىزنىڭ مەزمۇن بېتەكچىلىك خاراكتېرىدىكى كەسىپ جەھەتتە قىلغان سىنىقىمىزغا دىققەت قىلدى. ئۇلار بىزگە يېڭىدىن گۇللىنىۋاتقان بازاردا ئالدىن ماڭغۇچىلارنىڭ ئەۋزەللىكىنى قالدۇرۇشنى خالىمىدى، شۇڭلاشقا 2003-يىلى 2-ئايدا ھەرىكەت قوللىنىپ، ئۇلارنىڭ ناھايىتى تېزلا «تىل مۇھىتى ئېلانى» مۇلازىمىتىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىدىغانلىقىنى جاكارلىدى، خۇددى ئالدىنقى قېتىملىق مۇناسىۋەتلىك ئىزدەش ئېلانى ساھەسىگە ئوخشاش، بىزگە يەنە بىر قېتىم ئالدىن قول سالدى. بىر ھەپتىدىن كېيىن، مۇلازىمىتىمىز سىرتقا ئاشكارلىنىپ، سودا ھەرىكىتىگە قەدەم قويۇشقا تەييارلانىدى. خۇددى WebmasterWorld تورتۇراسىدىكى كەسكىنلىك ھېس قىلدۇرىدىغان يازمىدا دېيىلگەنىدەك: «Overture ئالدىدا جاكارلىدى، Google ئالدىدا ئېلان قىلدى.» ئازراق ۋەدە بېرىپ، كۆپرەك نەقلەشتۇرۇش. كىشىلەر بۇ نۇقتىغا دىققەت قىلدى، مەن ئىنتايىن ھۆزۈرلاندىم. Google بۇ قېتىملىق رىقابەتتە يەنە بىر قېتىم ئالدىدا تۇردى، لېكىن لارى بىلەن سېرگېي بۇ ئورۇننى ساقلاپ قالماقچى ئىدى.

Overture نىڭ Content Match (مەزمۇن ماسلاشتۇرۇش) مۇلازىمىتى 6-ئاينىڭ ئاخىرىدا ئاندىن دۇنياغا كەلدى. سانتا مونكا شەھىرىدە Applied Semantics دەيدىغان بىر كىچىك شىركەت بولۇپ، Overture ئەسلىدە مەزكۇر شىركەتنىڭ مەزمۇن بېتەكچىلىك خاراكتېرىدىكى يۇمشاق دېتالى ئاساسىدا ئۆزىنىڭ تېخنىكىسىنى ئىشقا ئاشۇرماقچى ئىدى، بۇ بەلكىم ئۇلارنىڭ مۇلازىمەتنى كېچىكتۈرگەنلىكىنىڭ بىر سەۋەبى بولۇشى مۇمكىن. شۇ يىلى 4-ئايدا، Google بۇ شىركەتنى سېتىۋالدى، ئۆزىنىڭ كۈچىنى زورايتىش بىلەن بىللە يەنە رىقابەتچىسىگە سوغۇق سۇ سەپتى، ئۇلار ئامالسىز باشقا جايدىن تېخنىكا ئىزدەشكە مەجبۇر بولدى، ئۇنداق بولمىسا بىزگە ئوخشاش ئۆزى ئىجاد قىلىشى كېرەك.

بۇ Google نىڭ ھازىرغا كەلگۈچە بولغان ئەڭ چوڭ بىر قېتىملىق سېتىۋېلىشى، بىز جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىندا پىۋا ۋە ئوسۇشى نازۇ-نېمەتلەر بىلەن جەنۇبىي كالىفورنىيەدىن كەلگەن يېڭى ئىشداشلىرىمىزنى قارشى ئالدۇق. پىۋا بىلەن ئوسۇشى نازۇ-نېمەتلەرنىڭ ھەممىسى دولقۇن تىيلىش تاختىسىدا ئېلىپ كېلىنگەن بولۇپ، ئۇستىگە «Google سانتا مونكا» دەپ يېزىلغان ئىدى. بۇ بىر خىل ئەپچىل يوشۇرۇن مەنا، مەزمۇن بېتەكچىلىك خاراكتېرىدىكى ئېلان كېيىنكى تور كىرىمىنىڭ دولقۇنى، بىز يول بويى بوران-چاپقۇن دولقۇنلارنى يېرىپ، ئۇنى مۇۋەپپەقىيەتلىك قارشى قىرغاقتا يەتكۈچە تىزگىلەيتتۇق.

يېگىرمە ئۈچىنچى باب
Froogle سۈركىلىشلىرى

مەن Google غا كېلىپ ئىشلىگىلى تۇرغان 3 يىل ئۆتۈپ كېتىش ئالدىدا تۇراتتى. شىركەت ئىگىلىك تىكلەش شىركىتىدىن ئەمەلىي كۈچى كۈچلۈك دۇنياۋى شىركەتكە ئايلاندى، ھەممە نەرسە شۇنىڭغا ئەگىشىپ ئۆزگەردى. يېڭى ھالەت ۋە يېڭى قائىدە بارا-بارا شەكىللەندى، شۇنىڭدىن كېيىن ئاندىن مۇقىملىشىپ، قايتا ئۆزگەرمەيدىغاندەك قىلاتتى.

2002-يىلى 10-ئايدا، بىزنىڭ بۆلۈمىمىز ۋە AdWords قوشۇنى Saladoplex بىناسىغا كۆچتۇق، بۇ مەن Google غا كەلگەندىن كېيىن يەتتىنچى قېتىم (بەلكىم سەككىزىنچى قېتىم؟) ئۆيۈ كۆچۈشىمىز. ھازىر مېنىڭ كىچىك ئىشخانامدىن بىرى بار بولدى، ئۇنى ئاق تاختىدا توسۇپ چىقارغان، يەنە ئېگىزدىن بالكونغا قارايدىغان دەرىزىسى بار ئىدى. 20 ئىنگلىز چىسى سىرتىدا مىكرو تېپلىق ئاشخانىدىن بىرى بار بولۇپ، چېنىقىش ساربىيى ئەگىيدىغان دوقمۇشتا ئىدى، ئۇنى سوۋۇتۇش ھاۋا تەڭشىگۈچ ئۈسكۈنىسى قوراشتۇرۇلغان كومپيۇتېرخانىنى ئۆزگەرتىپ ياسىغان. مەن ئۆزەمنىڭ تار بۆلۈڭدا مۇكچيىپ ئولتۇرۇپ، ھازىر شۇنچە كۆپ Google لۇقنىڭ بارلىقىنى ئويلاپ قالتىس ھېس قىلاتتىم. (يېنىمدا يەنە چۈمۈلىمۇ بار ئىدى. ئۇلار دەرىزىدىكى كىچىك بىر تۆشۈكنى بايقاپ، مېنىڭ Google سېغىز كەمپۈت تارقاتقۇچۇمغا ئۆمىلەپ كىردى.) Google خىزمەتچىلىرى ئىنتايىن كۆپ بولغانلىقتىن، بىز ئامالسىزلىقتىن يېڭى كەلگەن خىزمەتچىلەرنىڭ قەرەللىك ھوقۇقى سېتىۋېلىشىنى توختاتتۇق ياكى كەينىگە سۈردۇق. ھۆكۈمەتنىڭ بەلگىلىمىسى شۇكى، ئەگەر بىزنىڭ 500 نەپەر پايچىمىز بولسا، خۇددى پاي چېكىنى بازارغا سالغان شىركەتكە ئوخشاش مالىيە ھېساباتىمىزنى ئاشكارىلىشىمىز كېرەك ئىدى. بىز ئىزچىل خادىم قوبۇل قىلۋاتاتتۇق، ئەمما ئەمدى پاي چېكى ھەدىيە قىلمىدۇق. ئاكسىيە سودا كومىتېتىنىڭ بىزنىڭ قاچان تۇنجى قېتىم ئاشكارا پاي توپلايدىغانلىقىمىز ھەققىدە بىر قىسىم گۇمانلىرى بولۇشىدىن ساقلانغىلى بولمايدۇ.

مەن تۇر باشقۇرغۇچىلىرى بىلەن بىرلىكتە 2003-يىلىدىكى پىلان لايىھەسىگە خامچوت تۇزدۇق، بۇ ۋەزىپىنى ئورۇنلاش ئۈنچە ئوڭاي ئەمەس. بىزنىڭ مالىيە باش نازارەتچىمىزدىن بىرى بار، ئۇ بارلىق تەپسىلاتلارنى يېپىدىن-يېڭىنسىغچە بىلىدۇ، ھەتتا ئېرىكمۇ غۇدۇراپ: «ئۆلگۈر، بىز ئەڭ ياخشىسى ئەستايىدىل مۇئامىلە قىلايلى. بىز پات ئاردا 1 مىليارد قىممىتى بار شىركەتكە ئايلىنىمىز. » ئۇنىڭ چاقچاق قىلىپ دېيىشچە، بىز ئەڭ ياخشىسى مۇپەتتىش ئىز قوغلاش قاتارلىق ئىشلارنى بۇزۇپ قويمايلى، بولمىسا ئۇ تۇرمىدە ياتىدۇ، ئېنرون شىركىتى (Enron Corporation) ۋەيران بولغاندىن كېيىن، نۇرغۇن شىركەتنىڭ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارلىرى مۇشۇنداق قىسمەتكە دۇچار بولدى. ئۇ دائىم مۇشۇنداق دەيتتى، مەن بۇ ئىشنىڭ چاقچاق ئەمەسلىكىنى ھېس قىلىشقا باشلىدىم.

مەن يېتەكلەۋاتقان قوشۇن راۋاجلىنىپ زوربىيپ كەتتى، تەدرىجىي پارچىلاش باسقۇچىغا كېلىپ قالدى. خېرىدارلار مۇلازىمىتىنى شېرىل ساندبېرگ باشقۇرىدىغان AdWords قوشۇنىغا قوشۇۋەتتى، بازارچىلىق تەرەپتىكى سىرت بىلەن بولغان ئالاقە جوناسان روسېنبېرگ باشقۇرىدىغان مەھسۇلات ساھەسىگە تاپشۇرۇلدى، بۇ بۆلەكتىكى كەسپىلەرگە كىرىستوفېر ئېسچېر مەسئۇل ئىدى، ئېسچېرنىڭ قوشۇنى مەخسۇس بىزنىڭ كىرىم يارىتىش لايىھەمىزنى قوللاش بىلەن تەمىنلەپ، بىزنى سېتىشقا مۇناسىۋەتلىك ماتېرىياللارنى تەييارلاش ۋە تارقىتىش يىغىنىغا تەييارلىق قىلىشقا ئوخشاش مۇشۇنداق جاپالىق ئىشلاردىن ئازات قىلاتتى،

هەقىقەتەن خۇداغا شۈكرى. مېنىڭ يېڭى رولۇم پۈتۈن كۈچۈم بىلەن ئىشلەتكۈچىلەر بىۋاستە ئۇچرىشىدىغان مەھسۇلات ۋە مۇلازىمەتلەرنى ياخشى قىلىش ئىدى، شۇڭلاشقا سىندى مېنىڭ ئەمىلىمنى خېرىدارلارغا سېتىش ۋە ماركا باشقۇرۇش مۇدىرىغا ئۆزگەرتتى.

Google فونكسىيە مۇناسىۋىتىنىڭ ۋىئېن گرافىكىدىن قارىغاندا، مېنىڭ مەسئۇلىيەت دائىرەم بىلەن مارىسسانىڭ پۈتۈنلەي دېگۈدەك جېپسلىشپ كېتىدۇ. ئۇ بازارغا چىقىرىدىغان يېڭى مۇلازىمەتنى باشقۇرۇشقا مەسئۇل، مەن بۇ مۇلازىمەتلەر ئۈچۈن ماركا ئورنىنى بەلگىلەيمەن. شۇنداقتىمۇ، ماركا ئورنىنى بەلگىلەش مەھسۇلات ۋە ئۇ ئۆز ئىچىگە ئالغان يازما مەزمۇنلاردىن كېلىدۇ. ئۇنداقتا بۇ يازما مەزمۇنلارنى قانداق يېزىشنى ئەڭ ئاخىرىدا كىم قارار قىلىدۇ؟ مەھسۇلات باشقۇرغۇچىمۇ ياكى ماركا باشقۇرغۇچىمۇ؟ زىددىيەت مۇشۇنىڭدىن پەيدا بولدى.

مارىسسا ماڭا مۇنداق دېدى، ئۇ مېنى Google تورتۇراسىنىڭ مەھسۇلات بازارچىلىق باشقۇرغۇچىسى دەپ قارايدىكەن. شىركەتنىڭ يېڭى قۇرۇلمىسىدا، مېنىڭ فونكسىيەلىك رولۇمنىڭ ئېنىق ئورنى بار، بۇنىڭدىن مەن ئىنتايىن رازى؛ بىراق مەن شۇنى تونۇپ يەتتىمكى، ئۇنىڭ لوگىكىسى بويىچە، مەن جوناسان روسېنبېرگنىڭ قول ئاستىدىكى مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمىگە تەۋە ئىكەنمەن، سىندى مەسئۇل بولۇۋاتقان شىركەت بازارچىلىق قوشۇننىڭ بىر ئەزاسى ئەمەس ئىكەنمەن، شۇنىڭدىن كېيىن سەل چۈشكۈنلىشىپ كەتتىم. مېنىڭ جوناسان روسېنبېرگغا ھېچقانداق پىكرىم يوق، بىراق سىندى ئۈچۈن ئىشلەش خۇددى كۆلمى ئانچە چوڭ بولمىغان ئورنى ئىنتايىن يۇقىرى بولغان بىر ئىجتىمائىي پەن ئىنستىتۇتىدا ئوقۇۋاتقاندەك تۇيۇلىدۇ، جوناسان روسېنبېرگ ئۈچۈن ئىشلەش خۇددى ماساچۇسېتىس سانائەت پەنلەر ئىنستىتۇتىغا قوبۇل قىلىنغاندەك تۇيۇلىدۇ.

مېنىڭ ماساچۇسېتىس سانائەت پەنلەر ئىنستىتۇتىنى ئوقۇغۇم يوق.

2002-يىلى 9-ئايدا، Google «خەۋەر» رەسمىي ئېلان قىلىندى، نەتىجىدە ئېرىشكەنلىرىمۇ يوقاتقانلىرىمۇ بار، مارىسسا بىلەن مېنىڭ ئىشلەتكۈچى كۆرۈنۈش مەسلىسىدىكى تالاش-تارتىشىمىزمۇ شۇنىڭدىن كېيىن بارا-بارا پەسەيدى. Google خەۋەردىن مارىسسا ئىنتايىن پەخىرلەندى، ئۇ ئۆزلۈكىدىن مىڭلىغان خەۋەر مەنبەسىنى تاراپ، ئىچىدىن ئەڭ مۇھىم مەزمۇنلارنى ئاجرىتىپ چىقاتتى. كرىشنا بارات دەسلەپتە ئۇنى قوشۇمچە تۈر سۈپىتىدە قىلغان، «9.11» تېررورلۇق ھۇجۇم ۋەقەسىدىن كېيىن، ئۇ ئىنتايىن ئەستايىدىللىق بىلەن ئىجادىيەتنى داۋاملاشتۇردى. مارىسسانىڭ غەمخورلۇقىدا، Google خەۋەر ئەركە بالىدەك، مەيلى Google قانداق ياخشى نەرسىنى تەقسىم قىلماقچى بولسۇن، Google خەۋەر ھەر ۋاقىت ئەڭ ئالدىغان تىزىلىدۇ. Google.com باش بېتىدىكى ئىزدەش رامكىسىنىڭ ئۈستىدە Google خەۋەرنىڭ بەلگىسىدىن بىرى قويۇلغانلىقى ناھايىتى ياخشى مسال بولالايدۇ. ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنى بىزنىڭ نېمە ئۈچۈن بۇ مۇھىم ئۆزگىرىشنى تەھلىل قىلمىغانلىقىمىز توغرىسىدا گۇمانىنى سورىغاندا، مارىسسا ئىزچىل مۇشۇنداق پىلانلانغان دېدى.

ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇندا، يۇزە قارىغاندا ھەممەيلەننىڭ باراۋەر پىكىر بايان قىلىش ھوقۇقى بارەدەك كۆرۈنىدۇ، بىراق مەھسۇلات قوشۇندا، مارىسسانىڭ دېگىنى ھېساب، قارار قىلىش ھوقۇقى ئالدىنقىلاردىن كېيىنكىلەرگە يۆتكىلىشىدىن ساقلىنىش ئىنتايىن تەس.

مارىسسا بىلەن بىرلىكتە تورتۇرادا Google خەۋەرنى قانداق تەسۋىرلەش ھەققىدە مۇلاھىزە قىلغاندا، مەن ئۆز كۆزۈم بىلەن بۇ خىل يۆتكىلىشنى كۆردۈم. مەھسۇلات ئېلان قىلىنىشىنىڭ ئالدىنقى كېچىسى، يەنىلا ئەڭ ئاخىرقى سۆز جۈملىلەرگە قاراپ چىقىۋاتاتتۇق، بۇ بارا-بارا كۆزگە سىڭىپ قالغان ئىش ئىدى. مارىسسا Google خەۋەرنىڭ ئاپتوماتلىشىش خاراكتېرىنى تەكىتلەش ئۈچۈن، مۇنداق يېزىش تەكلىپىنى بەردى: «بۇ تورىبەتنى قۇرۇش، ھېچقانداق كىشىگە زەرەر يەتكۈزمەيدۇ، ھەتتا پەقەت ئادەم كەتمەيدۇ. » بۇ جۈملىنى

ئىنتايىن غەلىتە ھېس قىلدىم، تېخىمۇ ياماڭ بولغىنى، بۇ خۇددى قەستەنلىك بىلەن ئاشۇ مۇخبىر ۋە مۇھەررىرلەرنى زاڭلىق قىلغاندەك تۇيۇلاتتى، بىز كېيىن يەنە ئۇلار يېزىپ تەھرىرلىگەن خەۋەرلەرنى بىر يەرگە توپلايتتۇق. مەن مۇنداق دېگەندەك ھېس قىلدىم: «قاراڭ! بىز بىر ماشىنا ياسىدۇق، ئۇ سىلەرنىڭ خىزمىتىڭلارنى قىلالايدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە سىلەردىنمۇ ياخشى قىلىدۇ! ھازىر خەۋەر يېزىشقا سىلەرنى كېرەك قىلمايمىز، ھەممەيلەن چەتكە ئۆتۈپ سايىداپ كېلىڭلار!»

مارىسسا ئەلۋەتتە بۇنداق چۈشەنمىگەن. مەن ئۇنىڭغا ئەسكەرتىپ، بىر پارچە گېزىتنى بېسىشمۇ كىشىلەرگە زەرەر يەتكۈزمەيدۇ، ئەمما ئۇنىڭغا بۇ خىل ھايۋانات تەجرىبىسىنى بىرلەشتۈرۈپ ئويلاش قارىشى ئىنتايىن يۇمۇرلۇق تۇيۇلۇپتۇ. «بەك كۈلكىلىك»، گەرچە مەن ھەقىقەتەن ئۇنداق قارىمىسامۇ، ئەمما مەن يول قويدۇم، «بۇ خىل يۇمۇر ناھايىتى تېزلا جەلپ قىلىش كۈچىدىن قالىدۇ، نۇرغۇن كىشىلەر ئۇنىڭ مەنىسىنى پەقەت چۈشەنمەيدۇ. »

بىراق ئاخىرىدا بىز يەنىلا مادارا قىلدۇق، چۈنكى مارىسسامۇ مېنىڭ Google خەۋەردە كۆپ كۆرۈلىدىغان مەسىلىرگە جاۋابقا يازغان مەزمۇننى ياقتۇرمايتتى: «Google خەۋەر ئالاھىدە ئەھمىيەتلىك، چۈنكى ئۇ پەقەت كومپيۇتېر ھېسابلاش ئۇسۇلىغلا ئېھتىياجلىق بولغان، ئادەمنىڭ ئارىلىششىنىڭ ھاجىتى بولمىغان خەۋەر تەھرىرلەش مۇلازىمىتى بىلەن تەمىنلەيدۇ. Google مۇھەررىر، مۇدىر مۇھەررىر، باش مۇھەررىر لازىم ئەمەس، پۈتۈن بەدىنى سىياھ بولۇپ كەتكەن پالاكەتمۇ يوق. »

«پۈتۈن بەدىنى سىياھ بولۇپ كەتكەن پالاكەت» دېيىش، گېزىتخاندا ئىشلىگەن 7 يىللىق كەچمىشىمدىن كەلگەن، ئاخبارات ساھەسىدىكىلەر مۇشۇنداق دېيىشنى ياقتۇرىدۇ. مارىسسا كۆرگەندىن كېيىن پەرۋايىغىمۇ ئالمىدى. مەن ئۆزەمگە ئىنتايىن ئىشەنگەن ھالدا مارىسساغا مۇنداق دېدىم: «بۇ بىر شەرەپ ئۇردېنى، ئاخباراتچى شەخسلەرگە بولغان ھۆرمەتنى بىلدۈرىدۇ، بىزنىڭ ئۇلار تەرەپتە تۇرىدىغانلىقىمىزنى بىلدۈرىدۇ. »

ئۇ خەۋەر كەسپىگە مەسئۇل قۇرۇلۇش ئەترىتىگە تەڭشەش ئېلىپ باردى، نەتىجىدە ئۇلارنىڭ ھەممىسى بۇ جۈملىنى ياقتۇرمىدى.

يۇرۇشتۇرۇش ۋە ئاسراشقا مەسئۇل سۈممېر يېنىدا گۈپپاڭچىلىق قىلىۋاتاتتى، ئۇنىڭ قارىشىچە بۇ خىل ئاتاش ئۇسۇلىنىڭ ھاقارەت خاراكتېرى بار ئىكەن. ئىككىنچى كۈنى چۈشتىن بۇرۇن، Google خەۋەر تۈنجى قېتىم ئېلان قىلىندى، «پۈتۈن بەدىنى سىياھ بولۇپ كەتكەن پالاكەت» تاللانمىدى، «ھېچكىم يارىلانمايدۇ» ئۇتتى.

«ھېچكىم يارىلانمايدۇ» دېگەن بۇ جۈملە تاراتقۇلارنىڭ ئالاھىدە دىققىتىنى تارتتى، ئىجابىي تەرەپتىكى، يەنە سەلبىي تەرەپتىكىسىمۇ بار. مەن كۆرگەن بارلىق خەۋەرلەرنىڭ ھەممىسىدە دېگۈدەك بۇ جۈملىنى ئۆزىنى ئۆزى ماختاش دەپ خۇلاسلاپتۇ، بەزى گېزىتلەر خىزمىتى تەھدىتكە ئۇچرىغان «پۈتۈن بەدىنى سىياھ بولۇپ كەتكەن پالاكەت» لەرنىڭ قايغۇسىنىمۇ تىلغا ئاپتۇ. گەرچە نۇرغۇن يىللار ئۆتكەن بولسىمۇ، بىر قانچە ھەپتىلا ئىشلىتىلگەن بۇ جۈملە يەنىلا ئاخبارات خىزمىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغانلارنىڭ ھازىرقىدەكلا ئېسىدە. 2010-يىلى 6-ئايدا، Google خەۋەر ئادەم تەھرىرلەش سىنىقىنى ئېلىپ بېرىشقا باشلىغاندا، «سان فرانسىسكو خاتىرە گېزىتى» دىكى فىل برونستېننىڭ بىلدۈرۈشچە، بىزنىڭ ئاشۇ «ھېچكىم يارىلانمايدۇ» غان دېگەن سۆزىمىز، بىزگە ئوخشاش مۇشۇنداق ئىنسان تەھرىرلەرنىڭ ھەممىسىنى دېگۈدەك بىئارام قىلىدىغانلىقىنى ئېيتتى.

لىلا گەپ قىلغاندا، مېنىڭ نەشرىم سىرتتىكىلەرنىڭ ئىجابىي باھاسىغا ئېرىشىدۇ دەپمۇ ئېيتالمايمەن، بەلكىم ئەھۋال بۇنىڭدىنمۇ چاتاق بولۇشىمۇ مۇمكىن. ئۆزلۈكىدىن خەۋەر تاللاش ئۇقۇمى ھەر خىل ئاخبارات خىزمەتچىلىرىنى بىر تەرەپكە قىستاپ قويىدى، گەرچە بىز ھېچنېمە دېمىسەكمۇ، ئەھۋال مۇشۇنداق ئىدى.

شۇنداقتىمۇ، مېنى قىيىن ئەھۋالغا چۈشۈرۈپ قويغىنى، كۆز قارىشىمنى مارىسسانىڭ ئېتىراپ قىلىشىغا قايىل قىلالمايتتىم، مەيلى قايسى ۋاقىتتا ئىختىلاپ كۆرۈلسۇن، مارىسسانىڭ كۆز قارىشى دائىم ئۈستۈنلۈكنى ئىگىلەيتتى.

ئىسىم ماجىراسى

Google خەۋەر بىز ئوتتۇرىغا چىقارغان بىردىنبىر يېڭى مەھسۇلات ئەمەس. بىزنىڭ يەنە بىر پىلانىمىز بولۇپ 2002-يىلى يىل ئاخىرىدىن ئىلگىرى ئوتتۇرىغا چىقىرىدىغان مەھسۇلات ئىزدەش مۇلازىمىتى، مەھسۇلات قوشۇنديكىلەر ئۇنىڭغا «Frooggle» دەپ كود ئىسمى قويدى.

2002-يىلى 8-ئاينىڭ ئاخىرى، يېڭى مەھسۇلات تەتقىقاتىغا مەسئۇل باشقۇرغۇچى پېئارل رېناكېر ماڭا مۇنداق دېدى: «بىزگە ياردەملىشىپ Froogle نى ئېلان قىلغاندا ئىشلىتىدىغان ماركا شوئارى ئويلىشىپ بېرىشىڭىزنى ئۈمىد قىلىمەن. »

مەن ئۇنىڭغا مۇنداق دېدىم: «بولىدۇ، چاتاق يوق. » كۆڭلۈمدە ئويلىنىپ: «ھە، چاتاق!» دەپ ھېس قىلدىم، ئۆزەم تېخى كۆپچىلىك بىلەن ئەگەر Froggle توردا ئېلان قىلىنسا، ئۇنىڭ ئورنىنى ئالىدىغان رەسمىي ئىسىم نېمە بولۇشى كېرەكلىكى ھەققىدە ئەزەلدىن سۆھبەتلەشمىگەن. مەن توساتتىن شۇنى ھېس قىلدىمكى، ئۇلار Froogle نى رەسمىي ئىسىم سۈپىتىدە ئىشلەتمەكچى بولغاندەك تۇرىدۇ. پېئارل رېناكېرنىڭ سۆزى بۇ نۇقتىنى دەللىلىدى.

«بىز ‹Froogle › نى ماركا ئىسمى قىلماقچى، بىراق ئۇنى Google ماركىسىنىڭ راۋاجى قىلماقچى. » مەھسۇلاتنى ئوتتۇرىغا چىقىرىشقا يەنە بىر قانچە ئاي ۋاقىت بار، ئۇلارنى بۇ ئىسمىنى ئىشلىتىشتىن ۋاز كېچىشكە قايىل قىلىشقا ۋاقىت خېلى يېتەرلىك.

مەن يېڭى مەھسۇلاتنى «Froogle» دەپ ئاتاشقا قارشى، ئۇ ھەم سالار بىلەن مەن بىكىتكەن مەھسۇلات قۇرۇلمىسىغا ماس كەلمەيدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە Google نىڭ «ئازراق ۋەدە بېرىپ، كۆپرەك نەقلەشتۇرۇش» تەك ئىزچىل ئەنئەنىسىگە خىلاپ. 2000-يىلى بىز «Google مۇنەۋەرىجە» مۇلازىمىتىنى ئېلان قىلغان ۋاقىتتا، سالار بىلەن مەن بىردەك قوشۇلۇپ مەھسۇلاتلارنىڭ ھەممىسى چوقۇم «Google» نامىنىڭ ئاستىدا بولۇشى كېرەك دېيىشكەن، پەقەت ئاخىرىغا چۈشەندۇرۇش خاراكتېرىدىكى ئىسىم قوشۇدىغان بولغان، مەسىلەن: Google مۇنەۋەرىجە، Google رەسىم ئىزدەش، Google خەۋەر. Froogle بۇ خىل ئەندىزىنى بۇزۇۋەتكەن تۇنجى مەھسۇلات، ئۇ مۇستەقىل بىر ماركا ياراتتى. ماھىيىتىدىن ئېلىپ ئېيتقاندا، بۇ Google نىڭ ھەر خىل ئىزدەشلەرنى ئۆزىگە توپلىمايدىغانلىقىنى بىلدۈرىدۇ، ئىشلەتكۈچىلەر چوقۇم ھەر خىل ماركىلار ئارىسىدىن تاللايدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ كەلگۈسىدە ماركا كۆپەيتىشتە ناچار ئۇلگىدىن بىرنى تىكلەيدۇ. بىز ھازىردىن باشلاپ يېڭىدىن تەتقىق قىلغان ھەر بىر مۇلازىمەتكە يېڭى ئاتتىن بىرنى قويامدۇق؟

مۇستەقىل ماركىدىن بىرنى يارىتىپ، سودىغا مۇناسىۋەتلىك مەخسۇس مۇلازىمەتنى تەمىنلەشتەك بۇنداق ئۇسۇلنىڭ ياخشى تەرىپىنى مەنمۇ بىلىمەن. ئەگەر Froogle ئامازوننىڭ رىقابەتچىسى دەپ بەلگىلەنسە، ئۇستىدە مال سېتىۋېلىش ھارۋىسى، سېتىۋالغۇچىلارنىڭ باھاسى بولىدۇ، بىر كۇنۇپكىلىق تېخنىكا قوللىنىپ، Google نىڭ ئېچىدىن مۇستەقىل ماركا ئوبرازى يارىتىشنىڭ ئەھمىيىتى بار. ئەمما، Froolge نى تەتقىق قىلىشنىڭ دەسلەپكى مۇددىئاسى بۇنداق ئەمەس.

مەن Froogle نى سىناپ ئىشلىتىپ باققان، ئۇ تىوردا سېتىلىدىغان مەھسۇلاتلارنى ئىزدەپ تېپىپ، «ئالاقىدارلىق پىرىنسىپى» بويىچە ئۇلارنى رەتكە تۇرغۇزىدۇ. ئەمما ئەگەر سىز ئوپمۇ-ئوخشاش تۇخۇم پوشكىلى قاقلاش تۆمۈر جاھازىسىدىن 30 نى تاپقان بولسىڭىز، ئۇلارنىڭ باھاسىمۇ ئوپمۇ-ئوخشاش بولسا، ئۇ چاغدا يۇقىرىقى ئىزدەشنىڭ ئانچە كۆپ ئەھمىيىتى بولمايدۇ. بىزنىڭ ئارتۇقچىلىقىمىز دەل «ئوبيېكتىپلىق» تا. ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزدىن Yahoo نىڭ مەھسۇلات ئىزدەش نەتىجىسىگە كىرمەكچى بولغان سودىگەرلەرنىڭ كۆپ قىسمىدىن ھەق ئالىدۇ، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئۇلارنىڭ ئىزدەش نەتىجىسى ئىشلەتكۈچىلەرنى Yahoo نىڭ دۇكىنغا ئېلىپ بارىدۇ، ھەرگىزمۇ سودىگەرنىڭ تورتۇراسىغا بۇاستە ئۇلاپ بەرمەيدۇ. Yahoo نىڭ مەشغۇلاتىنى ئادەم بېجىرىدۇ، ئەمما بىزنىڭ ئىشلەتكىنىمىز پۈتۈنلەي ئاپتوماتىك بولغان بىر سىستېما، شۇڭلاشقا مۇنداقچە ئېيتقاندا «تېخنىۋ ساپ»، ئىزدەش نەتىجىمىز سودىگەر ھەق تاپشۇرغانلىقى ياكى تاپشۇرمىغانلىقى سەۋەبىدىن تەسىرگە ئۇچرىمايدۇ.

يۇقىرىقىسى Froogle نىڭ قىسقىچە ئەھۋالى.

ئەگەر Froogle تورتۇراسىدىن ئايرىلمىسا، ئۇستىدە نەرسە سېتىۋالالىشى ھەرگىز مۇمكىن ئەمەس. ئۇنىڭدا مەھسۇلاتنىڭ باھا سۆزى يوق، سودىگەرنىڭ رەت تەرتىپى يوق. سىز دۇكان، ماركا ياكى باھاسىغا ئاساسەن تۇرگە ئايرىيالمايسىز. ئۇلانمىنى چېكىپ باشقا تورتۇراغا يۆتكىلىشتىن باشقا، سىز Froogle دا ھېچنېمە قىلالمايسىز. Froogle مەھسۇلات ئىزدەيدىغان ئىزدەش قورالى، يەنى مەھسۇلات ئىزدەش. مېنىڭچە بىز ئۇنى مۇنداق ئاتىشىمىز كېرەك يەنى: Google مەھسۇلات ئىزدەش. Froogle دەپ ئاتالسا، كىشىگە نىسبەتەن يەككە بىرلا ئىقتىدارى بولماستىن بەلكى ئۇنىۋېرسال پىشقان مۇلازىمەت تەمىنلەيدىغانىدەك تەسىر بېرىدۇ. كىشىلەر ئىلگىرى ئىشلەتكەن Google مەھسۇلاتلىرىغا ئوخشاش ئارزۇدا كىرىپ، Froogle نىڭ تۇنجى زىيارەت تۇيغۇسىنى باشلايدۇ. ئۇلارنىڭ ئارزۇ قىلىدىغىنى «Google سودا»، بىراق ئېرىشكىنى پەقەتلا مەھسۇلات ئىزدەش.

مەن سالار ۋە ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنىدىكىلەرنى ئىزدەپ سۆھبەتلىشىپ، ئۇلارنىڭ ئويى بىلەن مېنىڭ ئويۇم بىردەك ياكى ئەمەسلىكىنى ئېنىقلىماقچى بولدۇم. ئۇلار ھەقىقەتەن ماڭا ئوخشاش ئويلاپتۇ. سالار بۇ ئىسمىنى ياقتۇرمايدىكەن، چۈنكى Froogle) frugal) بىلەن ئاھاڭداش، مەنىسى پۇل تېجەش، تېجەشلىك) بۇ قوش مەنىلىك سۆزنى خەلقئارالاشتۇرۇپ تەرجىمە قىلغىلى بولمايدۇ. بەلكىم ئىنگلىزچە سۆزلەيدىغان بەزى كىشىلەرمۇ ئۇنىڭ مەنىسىنى چۈشەنمەسلىكى مۇمكىن. ھازىر، مەن مەھسۇلات ئېلان قىلىنىشتىن ئىلگىرى، بۇ ئىسمىنى ئىشلەتمەسلىككە كۆپچىلىكنى قايىل قىلىشىم كېرەك. مەن Froogle نىڭ مەھسۇلات تەدبىرى ھەققىدىكى سۆھبەت يىغىندا قائىدە بويىچە مۇنازىرىلىششىم كېرەك.

ھەر بىر مۇھىم مەھسۇلاتنىڭ مەخسۇس سۆھبەت يىغىنى بولىدۇ. بۇ سۆھبەت يىغىننىڭ باشقىچە ئىسمى «Google Product Strategy) «GPS؛ يەنى Google مەھسۇلات ئىستراتېگىيەسى) يىغىنى، يىغىنغا قاتناشقۇچىلار مەھسۇلاتنى ئىجاد قىلىش جەريانىدا مەھسۇلاتنى ئېلان قىلىش ۋاقتى، ئىجادىيەت پىلانىنى تەڭشىيەلەيدىغان ياكى مەھسۇلاتنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە نىشانىنى پۈتۈنلەي ئۆزگەرتەلەيدىغان ئالىي دەرىجىلىك باشقۇرغۇچىلاردۇر. لارى، سېرگېي، ئېرىكمۇ كەلدى، يەنە جوناسان روسېنبېرگ، سالار، سۇسان ۋە ماريسسا بار.

ماڭا سۆزلەش نۆۋىتى كەلگەندە، ئۆزەمنىڭ قارشى تۇرۇش سەۋەبىمنى بايان قىلدىم. پىشقان بىر مەھسۇلاتقا نىسبەتەن ئېيتقاندا، كىشىنىڭ ئېسىدىن چىقمايدىغان ئىسىم بىر خىل ئەۋزەللىك ئىكەنلىكىنى ئېتىراپ قىلدىم ئەمما مەھسۇلات ئىزدەش مۇلازىمىتىمىز تېخى ئەمدىلا ئېلان قىلىندى خالاس دەپ ئوتتۇرىغا قويدۇم. مەن Froogle دەپ ئاتاشقا بولمايدىغانلىقى ھەققىدىكى بارلىق سەۋەبلەرنى تىزىپ چىقتىم، سۆزلەر قىسقا كۆچلۈك ئىدى. سۆزلەش ئاخىرلاشقاندا، Froogle نى زاپاس ئىسىم قىلىش تەكلىپى بەردىم، «Google مەھسۇلات ئىزدەش» ھەقىقەتەن ئۆزىنىڭ ماركىسى بولۇشقا تېگىشلىك بولغانىدا، ئاندىن ئىشلىتىشنى ئوتتۇرىغا قويدۇم. مەن ھازىر ئەڭ ياخشىسى ئازراق ۋەدە بېرىپ، كۆپرەك نەقلەشتۇرەيلى دەپ

تەكلىپ بەردىم. سۆزلەپ بولغاندىن كېيىن، ئورنۇمغا قايتىپ ئولتۇردۇم، ئىشىنمەنكى داڭقى چىققان نوپۇزلۇق ئادۋوكات كىلارېنس داررۇۋمۇ بۇنىڭدىنمۇ قايىل قىلارلىق ئاقلاشنى قىلىپ باقمىغان بولغيتى.

سېرگېي ئەتراپقا قارىۋېتىپ، مۇنداق دېدى: «مەن Froogle نى ياقتۇرىمەن. بۇ ئىسىم ھەم مودا ھەم ئالاھىدە، مېنىڭچە بەك ئوماقكەن. »

ئىش تېخى ئاخىرلاشمىدى. ئېرىك، سالار، سۈسان ۋە مەندىن كېيىنكى قېتىملىق Google مەھسۇلات ئىستراتېگىيە يىغىندا Froogle نىڭ ئورنىغا دەسسىتىدىغان ئىسىمدىن بىرنى تېپىشنى تەلەپ قىلدى. بىز «Google مەھسۇلات ئىزدەش» دەپ ئاتايلى دەپ ئوتتۇرىغا قويۇپ، سەۋەبىنى چۈشەندۈردۇق، نەتىجىدە رەت قىلىندى.

ئىش ئاخىرلاشتى، ھېچ بولمىسا ئىسمىنىڭ مەسلىسى ئاخىرلاشتى. بىراق، ماركا شوئارىنىڭ مەسلىسى ئارقىدىن ئۇلىشىپلا كەلدى.

Google نىڭ باشقا مەھسۇلاتلىرى ياكى مۇلازىمەتلىرىنىڭ ھەممىسىنىڭ ماركا شوئارى يوق— كىشىلەرنى مەلۇم بىر مەھسۇلاتنى ئىشلىتىشكە چاقىرىدىغان بازارچىلىق شوئارى. بىزنىڭ بارلىق Google مۇلازىمىتىمىزنىڭ باش بەتتە قىسقا چۈشىنىشلىك يېزىقچە چۈشەندۈرۈشى بار، ئەمەلىي ئىقتىدارى چۈشەندۈرۈلگەن. مەسىلەن، «توردىكى ئەڭ ئومۇميۈزلۈك رەسىم ئىزدەش» ياكى «ئۇزلۇكسىز يېڭىلىنىدىغان 4000 خەۋەر مەنبەسىدىن ئىزدەش ۋە زىيارەت قىلىش»، بەلكىم Froogle دىن ئىبارەت بۇ مەھسۇلات سودا پائالىيىتىگە چېتىلغاچقىمكىن، توساتتىن كىشىلەرنىڭ قىزغىنلىقىنى قوزغاپ، ھەقىقىي بازارچىلىق شوئارىدىن بىرنى ئىجاد قىلىشنى ئويلىدى.

مۇدىرىيەت بازارچىلىق بۆلۈمگە يارەدەم قىلىپ ئىجاد قىلىش ئاۋارىچىلىكىدىن قۇتۇلدۇردى. ئېرىك 9-ئايدىكى Google مەھسۇلات ئىستراتېگىيەسى يىغىندا، «مۇدىرىيەت ‹پۈتكۈل دۇنيادىكى مەھسۇلاتلارنى بىر يەرگە توپلاش› دېگەن بۇ شوئارنى بەك ياقتۇردى دەپ جاكارلىدى. » ئۇلار بىزدىن بۇ بىر جۈملە شوئارنى پۈتكۈل تورتۇراغا چاپلىماقچى ئىدى. شوئار ئىنتايىن قالتىس ئىكەن، بىراق ئېنىقلا مۇبالىغىلەشتۇرۇۋېتىلگەن. مەن يەنە كۆپچىلىكنى ئۇنى ئىشلەتمەسلىككە قايىل قىلىشنى ئويلىدىم.

تەلىيىمگە، ماركىسا بىلەن ئىككىمىز مۇدىرىيەتنىڭ ئىشلەتكەن سۆزى پۈ ئاتلىق بولىدۇ دەپ قارىدۇق. بەختكە قارشى، يېڭى شوئار ئالاقىدارلىق پىرىنسىپى (ماركىسانىڭ كۆز قارىشى) نى تەكتلىشى كېرەكمۇ ياكى ئوبيېكتىپلىق (مېنىڭ كۆز قارىشىم) نى تەكتلىشى كېرەكمۇ دېگەن مەسىلىدە پىكرىمىز بىر يەردىن چىقمىدى، بىز خۇددى كەسپىي تىك-تاك توپ تەنھەرىكەتچىسىگە ئوخشاش، ئېلىخەت ئارقىلىق تەكرار مۇنازىرىلەشتۇق. مۇنازىرە بىر قانچە ھەپتە داۋاملاشتى، ئاخىرى لارى «ئوبيېكتىپلىق» نى تاللاشتىن قالدۇرۇۋەتكەنگە قەدەر داۋاملاشتى، مېنىڭچە، بەلكىم «ئوبيېكتىپلىق» دېگەن بۇ سۆز Yahoo غا يۇز-خاتىرە قىلمىغانلىقتەك ئويلىدىم، نېمىلا دېگەن بىلەن ئۇ بىزنىڭ ھەمكارلاشقۇچى شېرىكىمىز ئەمەسمۇ.

نارازىلىقىمنى ئىپادىلەش ئۇچۇن، مەن جاۋاب شوئاردىن بىرنى يازدىم: «پۈتكۈل تورغا تارقالغان سېتىلىدىغان مەھسۇلاتلارنى ئىزدەش!» بۇ ساپ چۈشەندۈرۈش خاراكتېرىدىكى بايان ئىدى، ئىخچام ئاددىي-ساددا، ھەمدە ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزنىڭ چىشىغمۇ تېگىشتىن ساقلىنالايمىز. مۇلازىمەت ئېلان قىلىنىشقا 5 كۈن قالغۇچە، ھېچكىم بۇ شوئارغا قارشى تۇرمىدى. پېئارلىنىڭ ماڭا دېيىشچە، تورتۇرا مېنىڭ شوئارىمنى ئىشلىتىشقا تەييارلىق قىلمۇاتقانلىقى، چۈنكى بۇ شوئاردا تالاش-تارتىش ئەڭ ئاز ئىكەن. مەن Froogle جېڭىدە يېڭىلدىم ئەمما بازارچىلىق شوئارى جېڭىدە غەلىبە قىلدىم، گەرچە كىچىككىنە تەسەللى بولسىمۇ، بىراق كۆپ نەپ ئالغاندەك ھېس قىلدىم.

ئىككىنچى كۈنى، شىركەتنىڭ باشقۇرۇش قاتلىمى Froogle باش بېتىدىكى شوئارنى يەنە «پۈتكۈل دۇنيادىكى مەھسۇلاتلارنى بىر يەرگە توپلاش» دەپ ئۆزگەرتىپ ئەسلىگە قايتۇردى. ئېيتىشلارغا قارىغاندا لارى بىلەن مۇدىرىيەت ئەزاسى جون دوئېر (John Doerr) ھەر ئىككىيلەن بۇ شوئارنى ياقتۇرمىدىكەن—ياق، ئۇلار بۇ جۈملىگە ئۆلۈپ بېرىدىكەن. مەن بىردىنلا ئۈمىدسىزلىنىپ كەتتىم.

2002-يىلى 12-ئاينىڭ 11-كۈنى، Froogle كەمتەرلىك بىلەن ئېلان قىلىندى، بىز مۇشۇنداق ھېچقانداق شەپسىز ھالدا بازارغا سالدۇق، سەۋەبى Yahoo ۋە ئامېرىكا لىنىيەسى بىزنى ئۇلار بىلەن رىقابەتلىشىدىغان ساھەگە كىردى دەپ دىققەت قىلىپ قالماسلىقىدىن ئېھتىيات قىلىش ئىدى. شۇنداقتىمۇ، ئەگەر ئازراق داغدۇغا پەيدا قىلمىسا، Google نىڭ يېڭى بىر مەھسۇلاتى ئاساسىي بازارغا قىستىلىپ كىرەلمەيدۇ. ناھايىتى تېزلا، Froogle پۈتكۈل دۇنيا تاراتقۇلىرىنىڭ دىققەت مەركىزىگە ئايلاندى: Google يېڭىدىن ئېلان قىلغان مال سېتىۋېلىش تورتۇراسىغا تايىنىپ، ئېلېكترونلۇق سودا ساھەسىدىكى ئاساسلىق رىقابەتچىلىرىگە جەڭ ئېلان قىلۋاتىدۇ. بىزنىڭ ئېلان قىلغىنىمىز تېخى ئىقتىدارى مۇكەممەل بولغان سودا تورتۇراسىمۇ ئەمەس، گەرچە بۇ نۇقتا كۆرۈنۈپلا تۇرسىمۇ ئەمما تاراتقۇلار بىزنى Yahoo، ئامېرىكا لىنىيەسى ۋە ئامازون بىلەن بىللە تىلغا ئالدى. Froogle تورتۇراسىنىڭ زىيارەت مىقدارى ناھايىتى تېزلا چوققا نۇقتىغا يەتتى، ئاندىن كېيىن بارا-بارا چۈشتى، روزدېستۇۋالىق مال سېتىۋېلىش پەسلىدىن كېيىن، ئۇشتۇمتۇت 65% چۈشۈپ كەتتى.

توساتتىن چۈشۈپ كەتكەندىن يەنە بىزنىڭ ئاشۇ ماركا شوئارىمىزغا بولغان قىزغىنلىقىمۇ بار. سىندى تاراتقۇلار تەرەپتىن ئىنكاسقا ئېرىشتى، ئۇلارنىڭ دېيىشىچە بىزنىڭ ماختىنىشىمىز ئىزچىل داۋاملاشتۇرۇۋاتقان كەمتەرلىك بىلەن ئىش قىلىش ئۇسۇلىمىزدىن چەتنەپ كەتكەن بولۇپ، كىشىنى بىزار قىلىدىكەن. بىر مۇخبىرنىڭ ئۇنىڭغا دېيىشىچە: «مەن بۇ شوئارنى ياقتۇرمايمەن، مېنىڭ قارىشىمچە Google ئىزدەش مۇلازىمىتى تەمىنلىگۈچى سودىگەر بولۇش سۈپىتى بىلەن ئەزەلدىن پو ئېتىپ باقمىغان، ئۇزۇنى دۇنيادىكى ئالدىنقى قاتاردا تۇرىدىغان دېگەن سۆزلەرنىمۇ ئىشلىتىپ باقمىغان. ‹ئازراق ۋەدە بېرىپ، كۆپرەك نەقلەشتۇرۇش› كە ئوخشاش ناھايىتى ئېھتىياتچانلىق پوزىتسىيەسى مېنى ئىشەندۈرۈپ، Google كىشىنى مۇتلەق خاتىرجەم قىلاتتى، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ھەر بىر ئىشەنچىسىگە تولۇق يۈز كېلەلەيتتى. » بىزنىڭ بۇ يېڭى مەھسۇلات شوئارىمىز بۇ پىرىنسىپقا خىلاپلىق قىلىپ، ئۇنى «ھەم كىشىنى ئانچە خاتىرجەم قىلمايدىغان، ھەم ئۇنچە ئىشىنىپ كېتىشكە بولمايدىغان» مەھسۇلاتقا ئايلاندۇرۇپ قويۇپتۇ.

بۇنداق بولسا چاتاق بوپتۇ! مۇخبىر سىزگە بازارچىلىق پىكرى بېرىشكە باشلىغاندا، چوڭ قالايمىقانچىلىق چىقىدۇ. سىندىنىڭ دەسلەپتە مېنىڭ تەكلىپىمنى قەتئىي قوللىمىغانلىقى سەۋەبىدىن ئىنتايىن پۇشايمان قىپتۇ، شىركەتنىڭ يۇقىرى قاتلىمىدىكىلەرمۇ «پۈتكۈل دۇنيادىكى مەھسۇلات» دېيىش سەل چەكتىن ئېشىپ كەتكەنلىكىنى ئېتىراپ قىلدى. پېئارل مېنى بىر تام تەسۈر تەييارلاشقا بۇيرۇپ، نېمە ئۈچۈن ئۇ جۈملە شوئاردا مەسىلە بارلىقىنى چۈشەندۈرۈشنى ئېيتتى. ئىلگىرى تىزغان ھەمىمە سەۋەبتىن سىرت، مەن يەنە بىر تۈرنى قوشتۇم: «مەيلى قانداق قارىمايلى، يەنىلا ئەمەلىي پاكىتتىن كېيىن تۇرىدۇ، ئۇ يەنىلا تۇغرا ئەمەس. » 2003-يىلى 1-ئايدا، Google مەھسۇلات ئىستراتېگىيەسى يىغىندا، باشقۇرۇش قاتلىمى مەن ئوتتۇرىغا قويغان ماركا شوئارىنى ئىشلىتىشكە قوشۇلدى. ئېرىك ھەتتا Froogle دېگەن ئىسمنى ئىشلەتمەسلىكنى ئويلىشىپ، ئۇنى بۇ ئاستە Google.com نىڭ ئىزدەش نەتىجىسىگە قوشۇۋېتىشنى ئوتتۇرىغا قويدى. [51]

بۇ خىل ئۆزگىرىشكە مەن سەل كۆنەلمەيۋاتقاندەك قىلاتتىم. لارى، سېرگېي ۋە ئېرىك بىلەن بولغان بۇ قېتىملىق مۇنازىرىدە، مېنىڭ تۇغرا ئىدى. بەزىدە، پەقەت تەلەي ئوڭ كېلىپ قالدۇ خالاس. بىراق، مېنىڭ ئىشەنچىم ھەسسىلەپ ئاشقاندەك ھېس قىلدىم، مېنىڭ مەھسۇلاتلىرىمىزغا بولغان بۇ ئاستە تۇيغۇم باشتىن-ئاخىر توغرا ئىدى. بەلكىم بۇ ئىشتىن باشلاپ، كۆپچىلىك بازارچىلىقىنىڭ ئەھمىيىتىگە تېخىمۇ دىققەت قىلىپ، مەھسۇلاتنى تەتقىق قىلىشنىڭ دەسلەپكى باسقۇچىدىلا مېننى ئارىلاشتۇرۇشى مۇمكىن. بۇنداق بولغاندا، بىز

[51] 2007-يىلى 4-ئايدا، Google شىركىتى Froogle نىڭ ئىسمىنى «Google مەھسۇلات ئىزدەش» كە ئۆزگەرتتى.

ئەڭ ئاخىرقى ھالقىلىق باسقۇچقا كەلگەندە قالايمىقانچىلىقتا پېتىپ قېلىشتىن ساقلىنالايمىز ھەمدە مەھسۇلات ئىقتىدارىنى ئۆستۈرگەنگە ئوخشاش، كۆپچىلىكنىڭ ئەقىل-پاراسىتىنى يېغىپ ماركا قۇرۇلۇشىنى ياخشىلىيالايمىز. بەلكىم، مەھسۇلات باشقۇرۇش قوشۇنى بىلەن مېنىڭ خېرىدار بازارچىلىق بۆلۈمى ئارىسىدىكى جىددىي مۇناسىۋەت شۇنىڭدىن كېيىن پەسەيشى مۇمكىن.

مەن 2003-يىلى بۆلۈملەر ئارىسىدىكى ھەمكارلىق ساھەلىرىنى ئىزدىنىپ بېقىشنى ئارزۇ قىلىمەن، بىراق دەمالىلىققا تېخى پۇرسەت يوق. سىندى مېنى توكيوغا بېرىشىمنى تەلەپ قىلدى، بىز 11-ئايدا Yahoo نىڭ ياپونىدىكى ئىزدەش كەسپىنى قولغا ئالغان ئىدۇق، يەنە بىر قەدەم ئىلگىرىلىگەن ھالدا ئۇ جايدا مەھسۇلاتىمىزنى قانداق كېڭەيتىش توغرىسىدا چۈشىنىشكە ئېھتىياجلىق ئىدۇق. مەن شىبۇياكۇدىكى يېڭى ئىشخانىدا ئىشلەيدىكەنمەن، خىزمەت ئىزدەپ كەلگەن بىر قانچەيلەندىن يۇز تۇرانە ئىمتىھان ئالدىكەنمەن، ئېلان ۋاكالەتچىسى Dentsu بىلەن سۆھبەتلىشىدىكەنمەن، يەنە ئىلگىرى بىز ئۇچۇن ئىشلىگەن بازارچىلىق قوشۇنى بىلەن كۆرۈشىدىكەنمەن. بۇلارنىڭ ھەممىسى تەس ئىش ئەمەس.

مەن ماڭغاندىن كېيىن كىرىستېننىڭ ئۆيىدىكى ئۇچ بالىنىڭ ھالىدىن خەۋەر ئېلىش، ئۇنىڭغا ئانچە ئاسانغا توختىمايدۇ، گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، مەن بۇ قېتىملىق ياپونىيە سەپىرىگە ۋاقىت چىقىرىدىغانلىقىمنى ئېيتتىم، ياپونىيە ماڭا نىسبەتەن ناتونۇش ئەمەس: ئالىي مەكتەپنى پۈتتۈرگەندىن كېيىن، مەن ناگويادا روتارىيە ئىلىم ئەھلى سۈپىتىدە بىر يىل تۇرغان.[52] لېكىن، تۇنجى قېتىم خەلقئارا سودا ئىشلىرى ساياھىتىنى ئويلىسام، يوشۇرۇنچە ھاياجانلىنىپ كېتىمەن. 44 كە كىرگەن بۇ يېشىمدا، يەنە بىر قېتىم ئوتتۇرا مەكتەپكە كىرگەن تۇنجى كۈندىكىدەك ھاياجانلىنىشنى باشتىن كەچۈردۈم. شىركەتتىكى ئورنۇم يۇقىرى كۆتۈرۈلدى، چۈنكى شىركەت قىممىتىم بار دەپ قارىدى، تولۇق ئىشەنچ بىلەن 5000 ئىنگلىز مىلى يىراقلىققا خىزمەتلەرنى قانات يايدۇرۇشقا ئەۋەتتى.

مەن ياپونىيەدىن قايتىپ كەلگەندىن كېيىنكى بىر قانچە ھەپتە، سىندى مېنى يەنە بىر جايغا بېرىشىمنى ئېيتتى، ئويلاپ بېقىڭلار مەن نەقەدەر خۇشال ھە. بۇ قېتىم سېرگېيغا يارەملىشىپ خەلقئارا ئاممىۋى مۇناسىۋەت قوشۇنىدىكىلەر بىلەن بىللە ملاندا يېڭى ئىش بېجىرىش ئورنى قۇرىمىز. ملانغا بارغاندىن كېيىن، بىز ئاخبارات ئېلان قىلىش يىغىنى ئاچتۇق ھەمدە يېڭى پوسۇندىكى كېچىلىك كۇلۇبتا كۆڭۈل ئېچىش پائالىيىتى ئۆتكۈزدۇق، بىر ۋاقىلىق تامىقمىغا 12 خىل ئوخشاش بولمىغان ئىرىمچىك يېدىم، ئۇستۈمدىكى Macy's تۈرلى مالالار دۇكىنىدىن سېتىۋالغان كاستۇم-بۇرۇلكا، كابۇچچىنو (Cappuccino) قەھۋەسىنى دەملەپ توشۇيدىغان كىشىنىڭ كىيىۋالغىنىدىنمۇ كونا مودىدىن قالغانلىقىنى بايقىدىم. كابۇچچىنو (Cappuccino) بىلەن مەن ستارباكس (Starbucks) تا ئىچكەندىن تۇيتىن پەرقلىنەتتى، ئىچكەندە كۆپۈكلىرى كۆپۈپ تۇراتتى، خۇددى قەھۋە قوشۇلغان مەززىلىك ئىچىملىككە ئوخشايتتى. مەن ئۇستۈرا بىلەن لوندون تۇمانى مارکىلىق پىلاشىنىڭ مۇرىسىدىكى پاگونىنى كېسىۋەتتىم، چۈنكى ئىتالىيەدە ھېچكىم پاگونى بار كىيىم كىيمەيدىكەن، يەنە ھېلىقى ئۆلگۈر ئاستى تۇز ئايىغ، ئايىغنىڭ ئاستى بەك سىلىق، يامغۇر سۈيى ھۆل قىلىۋەتكەن كوچىدا مەن بىمالال ئۆرىمۇ تۇرالمىدىم. مەن يېلى يوق چېنىقىش توپىنى قۇچاقلاپ شەھەرنىڭ يېرىمىنى دېگۈدەك ئايلىنىپ چىقتىم، مەقسىتىم ناسۇس بار جايدىن بىرنى تېپىپ، توپقا يەل ئۇرۇپ بىز قاتناشماقچى بولغان كۆڭۈل ئېچىشتا ئىشلىتىش ئىدى. بۇلارنىڭ ھەممىسى ھەقىقەتەن مەنىلىك ئىدى. مەن ئۆيگە قايتىپ كەلگەن ۋاقتىمدا، ئۆزۈمنى قايىل قىلىپ، پۈتۈن كۈچۈم بىلەن خەلقئارالىق مارکىمىزنى يارىتىشقا بەل باغلىدىم، يۈك-تاقالىرىمنى ئىش ئۇستىلىمنىڭ ئاستىغا قويۇپ، ھەر ۋاقىت تېزلىكتە يولغا چىقىشقا قولايلىق ياراتتىم.

مەن كىرىستېنغا ئىتالىيەدىكى كىيىم-كېچەك ۋە قايماقلىق تاتلىق-تۇرۇم توغرىسىدىكى قىزىقارلىق ھېكايىنى سۆزلەپ بەردىم ئۇ ئىنتايىن ھەۋەسلىنىپ، بىر تەرەپتىن كوينكىمگە دەزمال سالغاچ، يەنە بىر

[52] روتارىيە فوندى جەمئىيىتى دۇنيادىكى داڭلىق ئالىي مەكتەپلەر بىلەن ھەمكارلىشىش ئارقىلىق، كۆپلىگەن روتارىيە خەلقئارا تەتقىقات مەركىزى تەسىس قىلغان، روتارىيە ئىلىم ئەھللىرى بۇ ئورگاننىڭ ئوقۇغۇچىلىرى. ــتەرجىماندىن

تەرەپتىن تەكلىپ بەردى: «بەلكىم كېينكى قېتىم مېنى بىرگە ئېلىۋالارسىز. »

مەن ئويلانماستىنلا، قوپال قىزىق دەزمالدا كىيىمنىڭ ياقىسىغا دەزمال سېلىۋاتقان كىرىستېنغا: «ھوي، مەن پۇتۇن كۈن يىغىن ئاچىمەن. سىز ئۆزىڭىز مىلاندا نېمە ئىش قىلىسىز؟ سىز كۆڭۈلسىزلىك ھېس قىلىشىڭىز مۇمكىن. »

گەرچە مەن شۇنداق دېگەن بولساممۇ، ئەمما كىرىستېن يەنىلا ئىنتايىن قىزىقىان ھالدا مېنىڭ ئاجايىپ-غارايىپ ھېكايەمنى ئاڭلاۋاتاتتى، غەزەپلىنىپ مېنى ئۆلتۈرۈۋېتىشنى ئويلىمىغان ئىدى.

مەن Google ئۇچۇن ياپونىيەگە قايتىمەن، يەنە جۇڭگوغىمۇ بارىمەن. بىراق، ئۇزلۇكسىز داۋاملىشىۋاتقان خەلقئارالىق ئۇچۇشنىڭ ئەمەلگە ئېشىشىغا ئەگىشىپ، مەن مائۇنتېن ۋىيۇ (Mountain View) شەھىرىدە نۇرغۇن ئىشلارنى قىلىشىم كېرەك. مەن يېڭى ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلەرگە ماركا قۇرۇلۇشى يېتەكچى پىرىنسىپىنى بېكىتىشىم كېرەك، يېڭى مەھسۇلات، بېكەت دەرسى شۇنداقلا قىستا خەۋەرلەرگە قەلەم تەۋرىتىشىم كېرەك. مەن Froogle تۇرىدە ئېرىشكەن ئىناۋىتىمدىن ئوبدان پايدىلىنىشنى ئويلىدىم. ئالدى بىلەن بىز قۇرۇۋاتقان ئىشلەتكۈچى ماركىسى ۋە ماركا قۇرۇلۇشى ئۇسۇلىغا قارىتا ئىدىيەمنى كېڭەيتىشنى قارار قىلدىم.

يېگىرمە تۆتىنچى باب
بازارچىلىقنى ئىتتىرىپ ماڭمايلى

«توغرا ئەمەس، دادا»، دادامنىڭ كومپيۇتېرىنىڭ ئېكرانىنىڭ ھەممە يېرىدە دېگۈدەك قاڭقىش شەكلىدىكى ئېلانىنىڭ Google باش بېتىنى توسۇۋالاي دەپ قالغانلىقىنى كۆرۈپ، دادامغا: «Google ھەرگىز بۇنداق قىلمايدۇ، سەن چوقۇم چۈشۈرۈشكە تېگىشلىك بولمىغان نەرسىنى چۈشۈرۈپسەن.» ئاندىن مەن دەم ئالغان ۋاقتىمدا ئىككى سائەت ۋاقىت سەرپ قىلىپ ئۇنىڭ كومپيۇتېرىدىكى پارازىت پروگراممىلارنى تازىلىدىم.

يۇزى قېلىن يۈمشاق دېتال يەنە قايتىپ كەلدى. بۇ خىل مىڭلارچە قاڭقىش شەكلىدىكى ئېلانىنى قويغىلى بولمىدىغان زەھەرخەندە يۈمشاق دېتالنى ئەزەلدىن تۇپ يىلتىزىدىن تۈگەتكىلى بولمايدۇ، ئەمما 2003-يىلىدىن باشلاپ، ئىنتېرنېتنىڭ ھەممىلا يېرىدە يېڭى تېپتىكى يۇزى قېلىن يۈمشاق دېتاللارنىڭ بارلىقىنى كۆردۈق، بۇ Google نى تەشۋىشلەندۈردى. ماتت كاتتىس ھەر كۈنى بۇ خىل تور قارا سېھرىگە تاقابىل تۇراتتى، ئۇنىڭ بىلەن شەھۋانى ئېلان ۋە ئەخلەت ئېلخەتنىڭ جېڭى ئەۋجىگە چىققان ئىدى. بىر قېتىم، ماتت كاتتىس ئوماخا شەھرىگە بېرىپ، پۈتۈن بىر كۈن ۋاقىت سەرپ قىلىپ قېيىن ئانسىنىڭ كومپيۇتېرىدىكى يۇزى قېلىن يۈمشاق دېتالنى تازىلىغان. قايتقاندىن كېيىن، ئۇنىڭ ئۆزىنىڭ كومپيۇتېرىمۇ ۋىرۇسلاندى. ئەڭ يىرگىنچلىكى، ئۇنىڭغا ۋىرۇس تارقاتقىنى Google يېڭىدىن قۇرغان ئېلانىنى بىرلىشىپ تارقىتىش تور مەركىزىدىكى بىر ھەمكارلاشقۇچى شېرىك شىركەت ئىكەنلىكى كېيىن بايقالغان بولۇپ، ئۇنى ھېچكىمۇ ئويلاپ باقمىغان. بىز ئۇلارغا ئېلان تارقىتمىز، ئۇلارنىڭ تورتۇراسىدا كۆرۈنىدۇ، كىشىلەر بىر قېتىم چەكسە، بىز ئۇلارغا بىر قېتىم ھەق بېرىمىز. ئەسلىدە بىز پۇل چىقىرىپ ئۇلارنى لۇكچەكلىك قىلدۇرۇپتۇق. مەن ۋە ماتت كاتتسلا ئەمەس، يەنە نۇرغۇن كىشى بۇنىڭدىن غەزەپلەندى.

ماتت كاتتسنىڭ ئەسلىشچە، لارري يۇزى قېلىن يۈمشاق دېتاللارنى ياسايدىغانلارنى تىلغا ئالغاندا مۇنداق دەپتۇ: «مەن ئۇلارنى راستىنلا سوتقا ئەرز قىلىپ، پوپوزا قىلىپ قويماي دەيمەن. » ماتت كاتتس Google.com دا ئۇزۇن ئەسكەرتىش ماقالىسىدىن بىرنى ئېلان قىلىشنى ئوتتۇرىغا قويدى، خۇددى ئىلگىرى قاڭقىش خاراكتېرىدىكى ئېلانغا ئۇقتۇرۇش چىقارغاندەك، ئەمما مەركىزى نۇقتىسى يۇزى قېلىن يۈمشاق دېتاللارنى قانداق تونۇش ۋە ئۆچۈرۈش. بۇ قېتىم، مەن پۈتۈنلەي قوشۇلدۇم، بىراق باشقىلارنىڭ تەشۋىشى بار ئىدى: ئالدى بىلەن، بىز بىلەن يۇزى قېلىن يۈمشاق دېتال تورتۇرالىرىنىڭ كەسىپي مۇناسىۋىتى بار، بۇنداق بولغاچقا ئادىل بولماق تەس. يەنە بىر قەدەم ئىلگىرىلەپ ھەربىكەت ئېلىپ بېرىشتىن بۇرۇن، بىز ئۇلار بىلەن بولغان ھەمكارلىق مۇناسىۋىتىمىزنى ئاخىرلاشتۇرۇشىمىز كېرەك. ئىككىنچى، دۇشمەن يوشۇرۇن بىز ئاشكارا بولغانلىقتىن، بىر قانچە ئىنژېنېر Google نىڭ ھۇجۇمغا ئۇچرىشىدىن ئەنسىرەيتتى.

ماربسسا ئوتتۇرھال لايىھەدىن بىرنى ئوتتۇرىغا قويدى. بىر ئىككى ئاي ئىچىدە، بىز Google قورال بالداقتا قاڭقىش شەكلىدىكى ئېلان توسقۇچتىن بىرنى ئېلان قىلالايمىز، ئۇ قاڭقىش شەكلىدىكى ئېلانىنىڭ چىقىشىنى چەكلەيدۇ، ئەمما ئېلان تارقىتىدىغان پروگراممىنى چىقىرىۋەتمەيدۇ. ئۇنداقتا بىز ماتت كاتتس يۇزى قېلىن يۈمشاق دېتالنى ئەيىپلەپ يازغان ماقالىنى چىقىرىپ، بۇ يېڭى ئىقتىدارنى تونۇشتۇرامدۇق؟ ماربسسا بۇنىڭغا قوشۇلمىدى، ئۇنىڭ قارىشچە، ئەگەر ئىنتايىن كەمتەرلىك بىلەن يۇزى قېلىن يۈمشاق دېتاللارغا قارشى تۇرىدىغان مەيدانىمىزنى ئىپادىلىسەك، ئۇ تورتۇرالار ئۆزلىرىگە قارىتىپ دەۋاتىدۇ دەپ قارىمايدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە بىزنىڭ پەقەت ئاشۇ پروگراممىلار گۇرۇگە ئېلىۋالغان باشقا تورتۇرالارنىڭ كىرىمىغا زىيان سالماسلىق

ئۇچۇن دەپ قارىشى مۇمكىن.

مېنىڭ مادارا قىلغۇم يوق. يۇزى قېلىن يۇمشاق دېتاللارنىڭ پەيدا قىلغىنى كىرىم مەسلىسى ئەمەس بەلكى شەخسىيەت مەسلىسى. مېنىڭ پارازىت يۇمشاق دېتاللارنىڭ زەھەرخەندە قىلمىشىغا قارىتا ئۆز بېشىمدىن ئۆتكەن كەچمىشىم بار، مەن دادامنىڭ كومپيۇتېرىنى پارازىت يۇمشاق دېتال پالەچ ھالەتكە كەلتۈرۈپ قويغاچقا ئۇ ئىپادىلىگەن مەغلۇبىيەت تايانچسىزلىق تۇيغۇسىنى ئۆز كۆزۈم بىلەن كۆردۈم. ئۇ ئىش مېنى غەزەپتىن يېرىلغۇدەك قىلۇەتتى، بەلكىم ئەمدى مېنى تەمكىن قىلالماسلىقى مۇمكىن. مەن ماتىت كاتتىستا، مەن چوقۇم ئاشۇ باش جىنايەتچىلەرنىڭ ئەسلى-ۋەسلىنى قويمان يوقتىمەن دېدىم. ھېچ بولمىغاندا كەسكىن جاكارلايمىزكى: Google ھەرگىز ئۇنداق پەسكەش قىلمىشلار ئارقىلىق ئىشلەتكۈچىلەرگە كاشىلا قىلمايدۇ. Google نىڭ يۇرۇش-تۇرۇشى توغرا، مەن پۈتكۈل دۇنياغا Google نىڭ «مەخپىگۇ خېرىدارلىرىنى ئالدىمايدىغانلىقى» نى بىلدۈرىمەن.

ماتىت كاتتىستىڭ دېيىشىچە Google نى «ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ جاكارچىسى» دەپ بېكىتىشنى قوللايدىكەن، بىزگە بۇ ئاستە تەسىرى بولمىغان مەسىلىلەر بولغان تەقدىردىمۇ، بىز ئىشلەتكۈچىلەر ئۇچۇن كۈرەش قىلىمىز. بۇ مېنى ئىنتايىن ئىلھاملاندۇردى، ئويلىغانسېرى «ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ جاكارچىسى» غا تېخىمۇ ئىشەنچەم ئېشىپ، Google ماركىسىنىڭ كېيىنكى باسقۇچتىكى تەرەققىيات ئۇرنىغا ئايلىنىدۇ. بىز پات ئارىدا ئىزدەشتىن باشقا يېڭى ساھەلەرگە يۈرۈش قىلىمىز، بۇ ئاجايىپ يېڭى دۇنيادا، بىز ئۇچۇر مەنبەسىلا بولۇپلا قالماي بەلكى يەنە بۇ جايغا كېلىپ جاۋابىنى ئىزدەيدىغان ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئىتتىپاقدىشى ۋە قوغدىغۇچىسى. بىز «تېز، دەل، ئىشلىتىش ئوڭاي» بولۇپلا قالماي يەنە ئىشىنىشكە بولىدىغان دوست.

Google ئۆزىنىڭ شەخسىيەت سىياسىتى نېمە؟ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئىزدەشلىرىدىن توپلىغان ئۇچۇرلارنى بىز قانداق بىر تەرەپ قىلىمىز؟ 2003-يىلى 1-ئايدا، بىز يۇقىرىقى مەسىلىلەر ھەققىدە مۇھاكىمە قىلىشقا باشلىدۇق. شۇ چاغدا، ماڭا ئىلھام كەلدى. «بىز تولۇق ئۆزلەشتۈرۈشكە ئېھتىياجلىق. » دەپ ئويلىدىم. يۇزى قېلىن يۇمشاق دېتال، ئىشلەتكۈچى شەخسىيتى، Google قورال بالداق، بۇلارنىڭ ھەممىسى مۇناسىۋەتلىك. «پاھ»، بىردىنلا كۆڭلۈم پاللىدە يورۇپ كەتتى.

بىز ئالدىنقى قېتىم تارقاتقان «ئوخشىمىغان يادا يادا» دېگەن بۇ ئۇچۇر، ئىشلەتكۈچىلەرنى Google قورال بالداقنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ تۇردىكى پائالىيىتىنى ئىز قوغلايدىغانلىقىدىن خەۋەردار قىلىپ، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ قالايمىقانچىلىق پەيدا قىلىشنىڭ ئالدىنى ئالغان. ھازىر، بىز بۇ تەدبىرنى قايتا ئىشلەتسەك بولىدۇ، بۇنداق بولغاندا ئىشلەتكۈچىنىڭ شەخسىيتىگە مۇناسىۋەتلىك ئاممىۋى مۇناسىۋەت چوڭ ئاپىتىدىن ساقلانغىلى بولىدۇ، شۇنىڭ بىلەن بىللە يۇزى قېلىن يۇمشاق دېتاللارغا تاقابىل تۇرغىلى بولىدۇ. بىلىشىمچە بىر مەيدان بوران-چاپقۇن كېلىش ئالدىدا، بىزنىڭ شەخسىيەت سىياستىمىز چوقۇم ئوخشاش بولمىغان دەرىجىدە گۇمان قوزغايدۇ. كۇندىلىك خاتىرە ھۆججىتىمىزدە ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئەڭ يوشۇرۇن ئىدىيەلىرىنىڭ مەزمۇنى بار، كۆپ ئۆتمەي كىشىلەر بۇ نۇقتىنى ھېس قىلىدۇ. بىز كىمنىڭ نېمە مەزمۇن ئىزدىگەنلىكىنى بىلمەيمىز، ئەمما «9.11» تېررورلۇق ھۇجۇم ۋەقەسىدىن كېيىن شۇنى كۆرۈپ يەتتۇقكى، پەقەت قىلىشنى ئويلىسىلا، ئۇ ئۇچۇرلارنى ئاجرىتىپ ئېلىشقا ئامال بار.

Google ئىزدەش ئۆزى مۇشۇنداق پۇرسەتنى ياراتتى. ھەممە ئادەم دېگۈدەك ئۆزىنىڭ ئىسمىنى ئىزدەپ باققان، بۇ چاغدا، Google سىزنىڭ IP ئادرېسىڭىزنى كۆرەلەيدۇ، بۇ كومپيۇتېر ئىنتېرنېتتا ئۇلىنىش نۇقتىسىنىڭ ماس كېلىدىغان رەقەملىك كودى، ئەگەر سودا خاراكتېرىدىكى چوڭ تېپتىكى ئىنتېرنېت مۇلازىمەت تەمىنلىگۈچى سودىگەرلەر ئىنتېرنېتتا ئۇلىغان بولسا، نەزەريە جەھەتتىن ھەر قېتىم تورغا چىققاندا بىر يېڭى IP ئادرېسىنى تەقسىملەپ بېرىدۇ، كومپيۇتېرنى تاقۇۋەتكەندىن كېيىن، بۇ ئادرېس قايتىدىن باشقىلارنىڭ ئىشلىتىشى ئۇچۇن تەقسىملەپ بېرىلىدۇ.

ئەگەر سىز ئىلگىرى Google نى ئىشلەتكەن بولسىڭىز، كومپيۇتېرىڭىزدا Google نىڭ cookie سى بولۇشى مۇمكىن، بۇ Google كومپيۇتېرغا قالدۇرۇپ قويغان بىردىنبىر رەقەملىك ھەرپ تىزمىسى، سىز Google نى قايتا ئىشلەتكەندە، ئۇ سىزنىڭ مايىللىقىڭىز (مەسىلەن، «بىخەتەر ئىزدەش سۆزگۈچى ئىشلىتىش» ياكى «نەتىجىنى قايسى تىلدا كۆرسىتىش») قاتارلىقلارنى ئەسىتە تۇتالايدۇ. ئەگەر ئىنتېرنېت مۇلازىمەت تەمىنلىگۈچى سودىگەر سىز تۇرۇشلۇق جۇغراپىيەلىك دائىرىگە كوچا نومۇرىنى تەقسىملىگەن بولسا، ئۇنداقتا سىزنىڭ IP ئادرېسىڭىز سىز تۇرۇشلۇق شەھەرنى ئاشكارىلاپ قويىدۇ، ئەمما Google سىزنىڭ ئىسىم-فامىلىڭىز ۋە ھەقىقىي ئورنىڭىزنى بىلمەيدۇ.

cookie ساقلانغان كومپيۇتېرنىڭ بىر مەزگىل ۋاقىتتا بىر IP ئادرېس ئارقىلىق ئېلىپ بېرىلغان بارلىق ئىزدەشلەرنى كۆرگىلى بولىدۇ، ئىزدەش موتورى ئىشلەتكۈچىگە ئائىت قىلمىش سانلىق مەلۇماتلىرىغا ئېرىشەلەيدۇ، بۇ ئۇچۇرلار ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ مۇناسىۋەتلىكلىكى ۋە ئېلان تارقىتىشنىڭ قاراتمىلىقى ئۈچۈن مۆلچەرلىگىلى بولمايدىغان قىممەتكە ئىگە.

نېمە ئۈچۈن بۇ ئۇچۇرلار ئىنتايىن پايدىلىق دېيىلىدۇ؟ مىسال قىلىپ ئېيتقاندا 24 سائەتلىك ۋاقىت بۆلىكىدە، بىر cookie/IP ئادرېس بېرىكمىسى كىرگۈزگەن ئىزدەش شەرتىنىڭ ھەممىسىنى بىر ساقلاش بۆلىكىگە ساقلاپ، ئاندىن ئۇنى تەھلىل قىلىپ سېلىشتۇرۇپ، ئۇلارنىڭ ئارىسىدىكى باغلىنىشچانلىقنى قۇرۇپ چىقىدۇ. ئاندىن بۇ باغلىنىشچانلىق بىلەن باشقا cookie بار كومپيۇتېردا ئېلىپ بېرىلغان ئىزدەشنى سېلىشتۇرۇپ، مۇشۇ ئارقىلىق مودېل شەكىللىنىدۇ. شۇڭلاشقا، ئەگەر «تەملىك ئوسۇشى نازۇ-نېمەتلەر تاماقخانىسى» دېگەن بۇ ئىزدەش شەرتى دائىم «مائۇنتېن ۋيېۋ (Mountain View) شەھىرىدىكى ئەڭ ياخشى ئوسۇشى نازۇ-نېمەتلەر» دېگەن ئىزدەش شەرتىدىن كېيىن كېلىدىغانلىقىنى بايقىسا، ئۇنداقتا تەملىك ئوسۇشى نازۇ-نېمەتلەر بىلەن مائۇنتېن ۋيېۋ (Mountain View) شەھىرىدىكى ئەڭ ياخشى ئوسۇشى نازۇ-نېمەتلەرنى باغلايدۇ. چوڭ تېپتىكى ئىزدەش موتورى نەچچە ئون مىليونلىغان ساقلاش بۆلىكىنى سېلىشتۇرۇپ ئىزدەش شەرتلىرى ئارىسىدىكى مۇناسىۋەتچانلىقنى جەزملەيدۇ. بۇنچە كۆپ سانلىق مەلۇمات بولغاندىن كېيىن، بىر قىسىم ئاساسەن جەزملەشتۈرەلەيدىغان تەھلىل قىلىش نەتىجىسگە ئېرىشەلەيسىز.

شۇنداقتىمۇ، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ سانلىق مەلۇماتىنى ئىشلىتىش جەھەتتە تۇپ نىگىزىدىن ئالغاندا تەڭلىكتە قالماقتا. ئىزدەش موتورىنىڭ ئۇنۇمىنى ياخشىلاش ئۈچۈن سانلىق مەلۇماتلارنىڭ ئەڭ يۇقىرى قىممەتنى ساقلاپ قېلىش كېرەك، شۇنىڭ بىلەن بىللە يەنە ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ شەخسىيىتىنى قوغداش كېرەك، قانداق قىلغاندا ھەر ئىككى تەرەپكە تەڭ ئېتىبار بەرگىلى بولىدۇ؟ Google بۇ چوڭ مەسىلىنى نىكخىل باتلانىڭ ھەل قىلىشغا تاپشۇردى. نىكخىل باتلا ئالدى بىلەن ئوتتۇرىغا قويغان بىر مەسىلە شۇكى بىر بۆلەك ۋاقىتتىكى cookie سۈرۈشتۈرۈش ئېقىمىدىن مۇنتىزىم ھالدا قانداق قىلىپ مەلۇم ئىشلەتكۈچىنى پەرق ئېتىش. ئۇ ئىنژېنېر جىق دىئانىڭ قىزىقارلىق بىر ئىشىنى سۆزلىدى. جىق ئىزچىل ئىشلەتكۈچىنىڭ ئىزدەش سانلىق مەلۇماتلىرىنىڭ كۈندىلىق خاتىرىسىنى خاتىرىلەيدىغان سىستېمىنىڭ ئىشىنى قىلۋاتىدۇ، ئۇ بىر cookie ئىزچىل ھالدا تېخنىكىلىق تېمىلارغا ئىنتايىن قىزىقارلىق بولغان سىستېمىلىق سۈرۈشتۈرۈش ئېلىپ بېرىۋاتىدۇ، ئىشلەتكەن ئىزدەش تېخنىكىسى ئىنتايىن مۇرەككەپ، ئۇ ئىزدىگۈچىنىڭ زېرەكلىكى ئۇنىڭدا ئىنتايىن چوڭقۇر تەسىر قالدۇرۇپتۇ. سانلىق مەلۇماتقا يەنە بىر قەدەم ئىلگىرىلىگەن ھالدا تەتقىقات ئېلىپ بارغاندىن كېيىن، كۆرۈۋاتقان سۈرۈشتۈرۈش ئېقىمىنىڭ ئەسلىدە ئۆزىنىڭ كومپيۇتېرىدىن كېلىۋاتقانلىقىنى ئاندىن ھېس قىپتۇ.

نىكخىل باتلانىڭ مەسلىسى Google دا بىر قانچە ھەپتە شەخسىيەت مەسلىسىگە ئائىت چوڭ مۇنازىرىنى پەيدا قىلدى. ھېچكىمنىڭ ئىشلەتكۈچىنى تونۇش ياكى ئىزدەپ توپلىغان ئۇچۇرلاردىن قالايمىغان پايدىلىنىش ئويى يوق. بىراق، كۈندىلىك خاتىرە سانلىق مەلۇماتلىرىمىزنى كۆرەلەيدىغانلار پەقەت بىز ئۆزىمىزلا ئەمەسلىكىنى بىلمىز. ئۇ 2003-يىلى ئىدى، «ئامېرىكا ۋەتەنپەرۋەرلەر تەكلىپى» ماقۇللانغانلىقىغا بىر يىلدىن ئاشقاندىن كېيىن، قانۇن ھۆكۈمەتنىڭ ئېلىخەت ۋە باشقا ئېلېكترونلۇق ئالاقە خاتىرىلىرىنى كۆرۈش چەكلىمىسىنى بوشاشتۇردى. ئەدلىيە مىنىستىرلىقى Google دىن سانلىق مەلۇمات تەمىنلەشنى تەلەپ

قىلالايدۇ، بىراق قانۇنغا ئاساسەن بىز ئىشلەتكۈچىلەرگە ئۇلارنىڭ ئۇچۇرلىرىنى ئەدلىيە ئورۇنلىرىغا تەمىنلەپ بەرگەنلىكىمىزنى دېيىشكە بولمايدۇ. بەلكىم ئەدلىيە مىنىستىرلىقىنىڭ مىنىستىرى جون ئاشكروفت ناھايىتى تېزلا ئىشكىمىزگە ئىزدەپ كېلىشى مۇمكىن.

بۇ تالىشۋاتقان پىكىرلەر ئىنتايىن مۇرەككەپ، تېخنىكىلىق خاراكتېرىمۇ كۈچلۈك بۇ جايدا بىرمۇ-بىر تەپسىلىي چۈشەندۈرۈپ بولغىلى بولمايدۇ.[53] بىراق، بىر قانچە مۇھىم مەسىلە بار ئۇنىڭدىن ئۆزىمىزنى قاچۇرالمايمىز: Google خىزمەتچىلىرىنىڭ كۈندىلىك خاتىرىنى زىيارەت قىلىش ھوقۇقىنى تىزگىنلەش، Google نىڭ ئىشلەتكۈچى سانلىق مەلۇمات ھۆججىتىنى ساقلاشنىڭ ۋاقىت ئارىلىقى، ئىشلەتكۈچىنىڭ ئىزدەش ئۇچۇرلىرىنى ساقلىغاندا ئىشلەتكۈچىنى خەۋەرلەندۈرەمدۇق يوق، بىز توپلىغان سانلىق مەلۇماتنى ئىشلەتكۈچىگە ئۆچۈرۈش ھوقۇقى بېرىش قاتارلىق. بۇ مەسىلىلەرنىڭ ئىچىدە، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ شەخسىيىتىگە قانچە مادارا قىلغانسېرى Google نىڭ كۈندىلىك خاتىرە سانلىق مەلۇماتلىرىنى قېزىش، شۇنىڭ بىلەن ئىشلەتكۈچىلەرگە تېخىمۇ ياخشى مەھسۇلاتلارنى تەتقىق قىلىش ئىقتىدارىنى ئاجىزلىتىدۇ.

ئىشداشلىرىم سانلىق مەلۇمات زىيارەت قىلىش ۋە ساقلاپ قېلىش مەسىلىسىدە ئاقىلانە، ئەخلاقىقا ئۇيغۇن قارار چىقىرىدىغانلىقىغا ئىشىنىمەن. مەن ئەڭ كۆڭۈل بۆلىدىغان مەسىلە ئىشلەتكۈچىلەرگە قانداق بىلدۈرۈش. مەن شەخسىيەت مۇنازىرىسىنى قانداق يېتەكلەش، ساھە ئۆلچىمىنى قانداق بېكىتىش ھەققىدە بىر نۇسخا تەكلىپنامە يازدىم، يېغىنچاقلاپ بىز قىلالايدىغان، قىلىشقا تېگىشلىك بولغان ھەممە ئىشلارنى تىزىپ چىقتىم. ئىشلەتكۈچى سانلىق مەلۇماتلىرىنى يىغىشتىن كېلىپ چىققان مەسىلىگە تۇغرا قاراشنى، ئەكسىچە ئۆزىنى قاچۇرماسلىقنى تەشەببۇس قىلدىم. بىزنىڭ يوشۇرىدىغان ھېچقانداق نەرسىمىز يوق، بىز سىرتقى شەخسىيەتنى تەشەببۇس قىلىدىغان مەسىلىنى تېخنىكا گۇرۇپپىسى قۇرساق بولىدۇ، Google دا گۇرۇپپىلارغا بۆلۈنگەن مۇنبەردە ئاممىۋى مۇنازىرە گۇرۇپپىسىدىن بىرنى تەسىس قىلىشقا بولىدۇ، تورتۇرايىمىزدا سانلىق مەلۇمات يىغىنىڭ چۈشەندۈرۈشنى چىقارساق بولىدۇ، cookie نى قانداق ئۆچۈرۈش ئىز قوغلاشتىن قانداق ساقلىنىش ھەققىدە يېتەكچى خاراكتېرىدىكى چۈشەندۈرۈش بەرسەك بولىدۇ.

ماتىت كاتتىس بىلەن ئىنژېنېرلار مۇئاۋىن باش لىدېرى ۋاينى روسىڭ بۇ پىلانىنى زور كۈچ بىلەن قوللايدىغانلىقىنى بىلدۈردى. مەن دەسلەپتە تورتۇرايىمىزدا ئىشلەتكۈچىلەر ھوقۇقىنى قوغداش رايونىدىن بىرنى ئېچىشنى ئويلاشقان. كېيىن سىندى ماڭا ئايرىم جايدا، ماربىسانىڭ مېنىڭ تەكلىپىمدىن خاپا بولغانلىقىنى دەپ بەردى. سىندىنىڭ دېيىشىچە، ماربىسانىڭ جاكارلىشىچە مەسىلىمەتچىلىك گۇرۇپپىسى ھەققىدىكى تەدبىرنى ئۇ ئويلاپ تاپقان بولۇپ، مەن ئۇنىڭغا تۆھپە يازماپتىمەن. بۇنداق دېيىشنى ئانچە پەرۋايىمغا ئېلىپ كەتمىدىم. مەسىلىمەتچىلىك گۇرۇپپىسى قۇرۇش تەكلىپى بېرىشىمنىڭ سەۋەبى، بىز «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» دە مۇشۇنداق گۇرۇپپىدىن بىرى بار ئىدى، مەن ئەزەلدىن ماربىسا مەسىلىمەتچىلىك گۇرۇپپىسى قۇرۇش تەكلىپى بەرگەن يىغىنغا قاتنىشىپ باقمىغان، ھەم ئۇنىڭ بۇنداق تەكلىپ بەرگەنلىكى ئېسىمدە يوق.

مەن ئېلىخەتتىن بىرنى يوللاپ رەددىيە بېرىشنى ئويلىغان بولسامۇ، ئەمما بىر قانچە ھەپتە ئىلگىرى نەتىجە ئۇنۇم باھالاش يىغىندا، سىندى مەندىن ئايىغى چىقمايدىغان بۇنداق ئېلىخەت ئۇرۇشىنى توختىتىشنى تەلەپ قىلدى. شۇڭلاشقا، تۇردا ماربىساغا رەددىيە بەرمەستىن بەلكى يۈز تۇرانە سۆزلىشىشقا تەييارلىق قىلدىم. بىر ھەپتە كۈتكەندىن كېيىن، ئاندىن ئۇ مەن بىلەن كۆرۈشۈشنى ئورۇنلاشتۇردى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ۋاقتى كەچلىك تاماقتىن كېيىن. قاراڭغۇ چۈشكەندە، ماربىسا بىلەن مەن شىركەتنىڭ يېقىن ئەتراپىدىكى بىر پارچە بوش يەردە ماڭغاچ پاراڭلىشىپ، ئۇقۇشماسلىقلارنى ئايدىڭلاشتۇرۇشنى سىنىدۇق.

[53] مەسىلەن: ئەگەر بىر ئىشلەتكۈچى Google كۈندىلىك خاتىرە ھۆججىتىدىكى ئۇ شەكىللەندۈرگەن ھەممە سانلىق مەلۇماتنى چىقىرىۋەتمەكچى بولسا، بۇ سانلىق مەلۇماتلارغا ئۇنىڭ مەشغۇلات قىلغانلىقىنى قانداق ئىسپاتلىيالايمىز؟ ئۇنىڭ IP ئادرېسى بىرلا بولماسلىقى مۇمكىن، ئائىلە ئەزالىرى ئۇنىڭ بىلەن بىر كومپيۇتېرنى ئورتاق ئىشلىتىشى مۇمكىن، مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا ئائىلە ئەزالىرىنىڭ ئىزدىگەن سانلىق مەلۇماتلىرى ئوخشاش بىر cookie دا ساقلىنىدۇ.

ماربسسا ماڭا جەزملىگەن هالدا، مەن ئۇ ياراتقان يېڭىلىقنى ئۆزىنىڭ قىلىۋالغان بىردىنبىر كىشى ئەمەس ئىكەنمەن، پەقەت يېقىنقى بىرسى ئىكەنمەن. ئۇنىڭدىن باشقا، ئۇ يەنە نېمە ئۈچۈن باش بەتتىكى تەشۋىقات سۆزىگە قوشقان تۆھپىسىنى ماختىمىغانلىقى، ئەمەلىيەتتە بۇ ھېچ بولمىسا ئۇنىڭ مەسئۇلىيىتى ئىكەنلىكى، بازارچىلىق بۆلۈمىنىڭ ئەمەسلىكىنى بىلىشنى خالايدىغانلىقى ئېيتتى.

مەن ھەقىقەتەن Google.com باش بېتىدىكى بىر قۇر خەتنىڭ ماختىغىدەك قانداق يېرى بارلىقىنى بىلمەيدىكەنمەن، شىركەتتە يەنە كىم بۇنىڭغا پەرۋا قىلىدىغانلىقىنى بىلمەيدىكەنمەن. بىراق، مەن يەنىلا مەيلى قاچان بولسۇن، ئۇنىڭ تۆھپىسى بولسىلا، ئاشكارا رەھمىتمىنى بىلدۈرىمەن. شۇنداقتىمۇ، مەن باش بەتتىكى مەزمۇنلارغا بولغان تىزگىنلەش ھوقۇقىنى ئۆتۈنۈپ بەرگۈم يوق. Google باش بېتىدىكى تېكست مەزمۇنى بىزنىڭ ئەڭ قىممەتلىك تەشۋىقات ۋاستىمىز، ئاممىغا كېڭىيش سانى مىليونغا يېتىدۇ. چۈنكى تەشۋىقات كېڭەيتىش بازارچىلىق بۆلۈمىنىڭ مەسئۇلىيىتى، مەھسۇلات باشقۇرۇش كاتېگورىيەسىگە تەۋە ئەمەس، شۇڭلاشقا بۇنىڭغا بازارچىلىق قوشۇنى بۇ تۈردىكى خىزمەتلەرگە مەسئۇل بولۇشتا چىڭ تۇرىمەن.

بىز شىركەت بىناسىغا قايتىپ كەلگەندە، مەن سەممىيلىك بىلەن ماربسساغا، ئۇنىڭ قابىلىيىتى، كۆز قارىشى شۇنداقلا ئۇنىڭ Google ئۈچۈن چىقارغان غايەت زور تۆھپىسىگە ھۆرمەت قىلىدىغانلىقىمنى دېدىم. بۇندىن كېيىنكى خىزمەتلەردە، مەن ئۇنى ئۆزەمنىڭ مۇھىم ھەمكارلاشقۇچى شېرىكىم دەپ قارايمەن. ئۇنى ئەسكەرتىپ، مەن Google نىڭ تەرەققىياتى ۋە ئالغا ئىلگىرىلىتىش يولىدا 3 يىلدىن كۆپرەك ئىشلىدىم. گەرچە ئىلگىرى بىزنىڭ ئارىمىزدا ئىختىلاپ بولسىمۇ—بەلكىم كەلگۈسىدە يەنە بولۇشى مۇمكىن—ئەمما بىز باشتىن ئاخىرى بۈاستە پىكىر ئالماشتۇرالايمىز، بۇ ھەممىدىن مۇھىم. مەن ئۇنى بۇندىن كېيىن كۆرۈلگەن مەسىلىنى ماڭا ئېيتىشقا ئىلھاملاندۇردۇم، ئۇنىڭ ئۈستىگە مەنمۇ شۇنداق قىلىدىغانلىقىمغا كاپالەت بەردىم.

شۇ ئىشتىن كېيىن مەن سىندىغا، ماربسسا بىلەن بولغان سۆھبتىم ئارىمىزدىكى ئىختىلاپنىڭ بېسىققانلىقىنى ئېيتتىم. بىراق مەن تولۇقلاپ، مۇشۇنىڭغا ئوخشاش سۆھبەت بەلكىم يەنە يۈز بېرىشى مۇمكىن.

بۇنىڭ بىلەن بىللە، شەخسىيەت مەسلىسى ھەققىدىكى تالاش-تارتىش ئاۋۇپ، بىر يەرگە كېلەلمەي، ئىنژېنېرلار ۋە مەھسۇلات قوشۇنىنىڭ كۆپ ۋاقتى ۋە زېھنىنى ئىسراپ قىلدى. بىزنىڭ نىشانىمىز Google نى دۇنيادىكى ئەڭ ئىشەنچلىك تەشكىلاتقا ئايلاندۇرۇش؟ ياكى دۇنيادىكى ئەڭ ياخشى ئىزدەش موتورى؟ ئىككى نىشاننىڭ ھەممىسىدە ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ مەنپەئەتى ئەڭ ئۈستۈن، ئەمما بۇ ئىككى نىشان بىر بىرىنى چەتكە قاقىدۇ.

ماتت كاتتس «قۇرغۇيچىلار» ۋە «كەپتەرچىلەر» دەپ بۇ بىر مەيدان شەخسىيەت جېڭىدىكى ئىككى تەرەپنى سۈپەتلىدى، قۇرغۇيچىلار ئامالنىڭ بارىچە بىز توپلىيالايدىغان ئىشلەتكۈچىلەر ئۈچۈرىنى ساقلاپ قېلىشنى ئويلىدى، بىراق كەپتەرچىلەر بىزنىڭ ئامالنىڭ بارىچە تېز سۈرئەتتە ئىزدىگەن سانلىق مەلۇماتنى ئۆچۈرۈۋېتىشنى ئۈمىد قىلدى. لارى بىلەن سېرگېي قۇرغۇيچى ئىدى، ماتت كاتتس ئۆزىنىمۇ قۇرغۇيچى دەپ قارايتتى.

ماتت كاتتس چۈشەندۈرۈپ: «بۇ سانلىق مەلۇماتلارنىڭ ئىشلىتىلىشى چەكسىز. ئۇ بۇ دۇنيادىكى ئوي-پىكىرلەرنىڭ ئىنكاسى، شۇڭلاشقا قانداقسىگە كېرەكلى بولمايدۇ؟» ماتت كاتتس Google ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ سۈپىتىنى ياخشىلاشقا كۈچ چىقىرىدىغان خادىم بولۇش سۈپىتى بىلەن، چەكسىز ئېھتىماللىقنى كۆردى. مەسىلەن، «چۈشەنمەيدىغان تىل بولغان تەقدىردىمۇ، ئۇنىڭدىن يېزىش ۋە تۇزىتىشنى ئۆگىنەلەيسىز. سىز ئىشلەتكۈچىنىڭ مەسىلە سۈرۈشتۈرگەن ۋاقىتتىكى ھەرىكىتىنى كۆرۈپ بېقىڭ، يەنە مەسىلەن، ئەگەر سىز بىرسىنىڭ X نى كىرگۈزگەنلىكىنى كۆرگەن بولسىڭىز، ئىملا قائىدىسى بويىچە ئۇنى Y غا تۇزىتەلەيسىز.»

بەزى ئىنژېنېرلار مۇنداق سورىدى، بىز نېمە ئۈچۈن ئىشلەتكۈچىلەرگە ئېيتمايمىز، بىزنىڭ cookie

ئارقىلىق سانلىق مەلۇمات توپلىشىمىز مەھسۇلاتىمىزنى ياخشىلاش ئۈچۈن ئەمەسمۇ؟ بىز ماتت كاتتسنىڭ ئىملا تەكشۈرگۈچ ھەققىدىكى مىسالى ئارقىلىق چۈشەندۈرسەك بولىدۇ، خۇددى «Britney Spears» (بىرىتنېي سىپېرس) غا ئوخشاش دائىم ئىملا خاتالىقى يۈز بېرىدىغان ئىسىملارغا نىسبەتەن، ئىملا تەكشۈرگۈچمۇ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ سانلىق مەلۇماتلىرىغا تايىنىپ تۇزىتىش پىكرىنى تەمىنلەيدۇ.

لارىرنىڭ چۈشەندۈرۈشىچە، بىزنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرگە دېمەسلىكىمىزنىڭ سەۋەبى، بىزنىڭ ئىملا تەكشۈرگۈچىمىزنىڭ قانداق ئىشلەيدىغانلىقىنى رىقابەتچىلىرىمىزگە بىلدۈرمەسلىك. تېخنىكىلىق مەخپىيەتلىكىنى ئاشكارىلايدىغان ياكى شەخسىيەت مەسلىسىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىپ سانلىق مەلۇمات توپلاش ئىقتىدارىمىزنى ئاجىزلىتىدىغان ئۇسۇلنىڭ ھەممىسىگە لارى قارشى تۇرىدۇ. كىشىلەر بىزنىڭ قانچىلىك سانلىق مەلۇمات توپلىغانلىقىمىزنى بىلمەيدۇ ئەمما بىز ئۇنىڭدىن پايدىلىنىپ ھېچقانداق يامان ئىش قىلمىدۇق، ئۇنداقتا، بىز نېمە ئۈچۈن يەنە سايىمىزدىن قورقىمىز، كۆپچىلىكنىڭ گۇمانى ۋە غەم-قايغۇسىنى كۆپەيتىمىز؟ ئىشلەتكۈچىلەر چۈشەنمىگەنلىكتىن قايغۇرىدۇ، ئاندىن سانلىق مەلۇمات توپلىشىمىزنى بىراقلا رەت قىلىدۇ. بۇ Google غا نىسبەتەن بىر مەيدان ئاپەت، چۈنكى بىزنىڭ بايقاش ئىقتىدارىمىز تۈيۈقسىز ئاجىزلايدۇ، نېمىنىڭ كېرەكلىك، نېمىنىڭ كېرەكسىز ئىكەنلىكىنى كۆرەلمەيمىز. توغرا ئىشقا نىسبەتەن، قىلىپلا دېمىگەن ياخشى.

ماتت كاتتس لارىرنىڭ مەيدانىنى چۈشىنىدۇ. بەزى Google خىزمەتداشلار ئوتتۇرھال ئامال قوللىنىپ، سانلىق مەلۇماتلارغا نىسبەتەن ئاتىسزلاشتۇرۇپ بىر تەرەپ قىلىشنى ياكى كۈندىلىك خاتىرە ھۆججىتىنى شىفىرلاپ، ئاندىن ھەر ئايدا شىفىرلىق ئاچقۇچنى يېڭىلاشنى ئوتتۇرىغا قويىدى، ماتت كاتتسمۇ قوشۇلدىغانلىقىنى بىلدۈردى. مۇشۇنداق بولغاندا، بىر قىسىم ئۇچۇرلارنى ئىزچىل زىيارەت قىلغىلى بولىدۇ ئەمما بىردىنبىر بەلگە يوقالغان.

ماتت كاتتس مۇشۇنداق قىلىشقا قوشۇلغان، لېكىن بۇنىڭ كۆپچىلىكنىڭ قايغۇسىنى يوقتىشقا قانداق ياردىمى بارلىقىنى ھېس قىلالمىغان. مەن ئۇنىڭغا مۇنداق دېدىم: «بۇ شۇنىڭ ئۈچۈن مەسىلە بولىدىكى، قىسمەن سەۋەبى بىزنىڭ ئۇنى قانداق چۈشەندۈرۈشىمىز. پەقەت سىمېترىك شىفىرلاش ۋە ئايلانما شىفىرلىق ئاچقۇچ تىلغا ئېلىنسىلا، كىشىلەر ئۇنىڭ بىلەن كارى بولمايدۇ. » بۇ ئىش بەك مۇرەككەپ، ئاددىي يۇرگۈزگىلى بولىدىغان ھەل قىلىش ئۇسۇلىدىن بىرنى تاپقىلى بولمايدۇ. بىز سانلىق مەلۇماتنى ئۆچۈرۈۋېتىشكە قوشۇلغان تەقدىردىمۇ، ھەممىسنى ئۆچۈرۈۋېتىشكە كاپالەت بېرەلمەيمىز، چۈنكى ئېلان سودىگەرلىرىدىن پۇل ئالمىز ياكى مالىيە مۇپەتتىشىنى ئىز قوغلايمىز، ئۆزلۈكىدىن زاپاسلايدىغان سانلىق مەلۇماتلار نۇرغۇن جايلارغا ساقلىنىدۇ. ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن مۇزاكىرە قىلمىغاندىمۇ كۆپچىلىك ئىككىلىنىۋاتسا، مەن ھازىردىن باشلاپ چۈشەندىم.

ئەگەر بىز cookie نى قوبۇل قىلىش قىلماسلىقنى ئىشلەتكۈچىنىڭ تاللىشىغا قالدۇرساق، ئەھۋال قانداق بولار؟ مېنىڭچە بۇ ئىدىيە يامان ئەمەس، ئەمما ماربىسسا قىزىقارلىق ئىدىيەدىن بىرنى ئوتتۇرىغا قويىدى. ئېنىقكى، بىز «Google نىڭ cookie سىنى قوبۇل قىلىش» نى كۆڭۈلدىكى تاللانما قىلىپ تەڭشەيمىز. شۇغىنىسى، ئەگەر بىز بۇنداق قىلىشنىڭ نېمىدىن دېرەك بېرىدىغانلىقىنى زور كۆپچىلىك ئىشلەتكۈچىگە چۈشەندۈرسەك، ئۇلار بەلكىم بىزنىڭ cookie نى رەت قىلىشقا مايىل بولۇشى مۇمكىن، ئۇنداقتا بىزنىڭ كۆڭۈلدىكى تەڭشىكىمىز ئىشلەتكۈچىنىڭ ئارزۇسىغا خىلاپ بولىدۇ. بەزىلەر بۇنى يامانلىق قىلىش دېيىشى مۇمكىن، يامانلىق قىلىش ماربىسانى خېلى بىئارام قىلىدى. نۆۋەتتە بىزنىڭ cookie تاللانمىسى كۆڭۈلدىكى ھالەتتە شۇنداق، ماربىسسا ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئەيىپلىشىدىن بەكلا ئەنسىرەيتتى. ئۇنىڭ قارىشىچە، ھېچ بولمىغاندا بىزنىڭ بىر بەتتە، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ كومپيۇتېردىكى cookie نى قانداق ئۆچۈرۈشنى مەخسۇس چۈشەندۈرۈش بولۇشى، مەيلى بۇ cookie نى Google ياكى باشقا تورتۇرا تەڭشىگەن بولۇشىدىن قەتئىينەزەر.

cookie نى قانداق ئۆچۈرۈش چۈشەندۈرۈشى، بۇ مەن ئىزچىل قىلىۋاتقان ماركا ئورنى تەھلىلى بىلەن

دەل ماس كېلىدۇ. مەن ماركا تەھلىلدە ئۆزەمنىڭ كۆز قارىشىنى ئوتتۇرىغا قويىدۇم، يەنى بىزنىڭ «ئىزدەشلا قىلىدىغان» سالاھىيەت ئورنىمىزنى بېكىتىشكە قارىتا تەڭشەش ئېلىپ بېرىپ، توردىكى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ھەر خىل مەسىلىلىرىنى ھەل قىلىدىغان تور باشلامچىسىغا ئۆزگەرتىش. مۆلچەرىمچە، ئىشلەتكۈچى شەخسىيەت مەسىلىسى، ئىزدەش ساھەسىدىكى مونوپوللۇق ئورنىغا ئېقىنلىشىش، شۇنداقلا چەت ئەل ھۆكۈمەتلىرى ئوتتۇرىغا قويغان تەكشۈرۈش تەلىپى كەلگۈسىدە بىز دۇچ كېلىدىغان ئۇچ سىناق. بىز سۇ كەلگۈچە توغان سېلىشمىز، كۆكرەك كېرىپ ئالدىغا چىقىشمىز، باتۇرلۇق بىلەن دەۋر دولقۇنىنى تىكلىشمىز كېرەك، ھەرگىزمۇ بۇ سىناقلار بىزنى يېقىتۇەتسە بولمايدۇ. ماريسسا مېنىڭ تەھلىلىمنى بەكلا ماختىدى، ئەمما مېنىڭ ئوتتۇرىغا قويغان تەكلىپىمگە قارىتا ئۆزىنىڭ پىكرىدە قالدىغانلىقىنى بىلدۈردى. خۇددى مەن «ياماناتلىق قىلماسلىق» نى ئۆتە ۋەدە دەپ قارىغاندەك، ئۇ ئاممىنىڭ مەيدانىدا تۇرۇپ ئەخلاق ئوبرازىنىڭ ئورنىنى بېكىتكەندە ئارزۇنىڭ بەكلا يۇقىرى بولۇپ كېتىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىشىدىن ئەنسىرىگەن، ئەگەر بىز ئاممىنىڭ مۆلچەرىگە يېتەلمىسەك، ئۇ چاغدا سەلبىي تەسىر شەكىللەندۈرىدۇ. مەن ئۇنىڭ كۆز قارىشىنى چۈشىنىمەن، ئەمما مېنىڭچە ئۆزىنى ئۇنچە ئەخلاقلىق دەپ تەشۋىق قىلىشنىڭ ھاجىتى يوق دەپ قارايمەن، بىز پەقەت ھەرىكىتىمىز ئارقىلىق بۇ نۇقتىنى ئىسپاتلىساقلا بولدى، ئىشلەتكۈچىلەر ئۆزلىرى ھۆكۈم چىقىرىدۇ.

سېرگېينىڭ مېنىڭ تەھلىل ۋە پىكرىمگە بولغان ئىنكاسى سۈسىراق بولدى. ئۇنىڭ ماڭا دېيىشىچە: «بۇنداق سۆزلەر كىشىنى ئەسىرىتىدىكەن، مەزمۇنى مۇجمەل ئېنىق ئەمەس، قانداق چۈشەنسە بولۇۋېرىدۇ، كىشى كونكرېت قايتۇرما ئىنكاس بېرىشكە ئامالسىز. » مەنلا ئۇنىڭ سۈكۈت قىلىشىنى خاتا چۈشىنىۋالغان بولۇشۇم مۇمكىن، ئۇ مەندىن تەپسىلىي پىلان باستۇچىنى ئېلىپ چىقىشنى تەلەپ قىلدى. ئەمەلىيەتتە، مەن كونكرېت پىلاننى يازغان، ئېنىقكى، ئۇ بىرىنچى بەتنى كۆرمەي ئاتلاپ ئۆتۈپ كېتىپتۇ. مەن مۇنداق ئويلاۋاتىمەن، ئەگەر مەن ئۇنى بىر تەرەپتىن پىيادە ماڭغاچ بىر تەرەپتىن پاراڭلىششقا تەكلىپ قىلسام، خۇددى ماريسسا بىلەن پاراڭلاشقانغا ئوخشاش، پىكىر ئالماشتۇرۇش ئۇنۇمى ياخشىراق بولارمۇ؟ بەلكىم ئورۇننى تاغ چوققىسىدىن دېڭىزغا قارايدىغان تىك قىيانى تاللىشىم كېرەكتۇ.

شۇنىڭ بىلەن بىللە، شەخسىيەت مەسىلىسى ھەققىدىكى مۇنازىرە قىزغىن كەيپىياتتا ئېلىپ بېرىلىۋاتاتتى، شىركەت بىر قېتىم يىغىن ئېچىشنى ئورۇنلاشتۇرۇپ مۇنازىرىگە مۇناسىۋەتلىك ھەممە سىياسەتلەرنى تەلتۆكۈس ھەل قىلىشنى قارار قىلدى، بۇ مەسىلىلەر خىزمەتچىلەرنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ سانلىق مەلۇماتىنى زىيارەت قىلىش، سانلىق مەلۇماتلارنىڭ ساقلىنىش ۋاقتى شۇنداقلا شەخسىيەت مەسىلىسىگە قارىتا ئىشلەتكۈچىلەرگە ئېلىپ بارىدىغان يېتەكلەش قاتارلىقلارغا چېتىلىدۇ.

ئۇ قېتىملىق يىغىندا يەنە نۇرغۇن باشقا مەسىلىلەر ئوتتۇرىغا قويۇلدى، بىراق بىرسىمۇ جاۋابقا ئېرىشەلمىدى. ئېرىك شىمت چاقچاق قىلغاندەك تەكلىپ بېرىپ، بىزنىڭ شەخسىيەت سىياسىتىمىز بېشىدىلا «ئامېرىكا ۋەتەنپەرۋەرلەر قانۇنى» نىڭ تولۇق تېكىستى بويىچە باشلىنىشى كېرەك ئىكەن. لاررىنىڭ پىكرىچە، بىز بارلىق سانلىق مەلۇماتلارنى ئۆچۈرۈۋېتىشىمىز زۆرۈر بولغانغا قەدەر ساقلىشىمىز كېرەك ئىكەن. ئەگەر بىز ھۆكۈمەتنىڭ ئارىلىششى بەك كۆپ بولۇپ كەتتى دەپ قارىساق، ھەممە سانلىق مەلۇماتنى شىفرلاپ، ئۇنى زىيارەت قىلغىلى بولمايدىغان قىلۋەتسەك بولىدۇ. ئۇنىڭدىن باشقا، Ashcroft ھەممىدىن بۇرۇن ئىنتېرنېت مۇلازىمەت تەمىنلىگۈچى سودىگەرلىرىنىڭ ئىزىدىن مېڭىشى مۇمكىن، چۈنكى ئۇلار ساقلىغان ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ توردىكى پائالىيەت سانلىق مەلۇماتى بىزنىڭكىدىن كۆپ ھەم مول.[54] يىغىن ئاخىرلاشتى بىراق مۇنازىرە يەنە بىر قانچە ئاي داۋاملاشتى.

مەن ئوتتۇرىغا قويغان ئىشلەتكۈچىلەرگە ئائىت شەخسىيەت چۈشەندۈرۈشى ھەققىدىكى كۆز قاراشنى لارى بىلەن سېرگېي پەقەتلا قوللىمىدى، شۇڭلاشقا ئەمەلىيلەشتۇرۇلمىدى. ئۇلارنىڭ دېيىشىچە، بۇنداق بولغاندا پاندورا سېھىر قۇتىسى ئېچىلىپ كېتىدىكەن، بەلكىم ئۇلارنىڭ توغرىدۇ. شەخسىيەت مەسىلىسى مەڭگۈلۈك

[54] گەرچە ئىنتېرنېت مۇلازىمىتى تەمىنلىگۈچى سودىگەرلەر Google توپلىغان تارىخىي سانلىق مەلۇماتلارنى ساقلاپ قالمىسمۇ، ئەمما ئۇلار ئىشلەتكۈچىلەر زىيارەت قىلغان ھەر بىر تورتۇرانى بىلدۈ يەنى Google نمۇ ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

مەسلە، قانچە چۈشەندۈرگەنسېرى شۇنچە قالايمقانلىشىدۇ. مەسلە ھەقىقىي كۆرۈلگەندە ئاندىن ئۇنى ھەل قىلغىنىمىز تېخىمۇ ياخشى. ئىشلەتكۈچى بىلەن بىز سانلىق مەلۇماتتىن ئورتاق بەھرلەنسەك قانچىلىك پايدا ئېلىپ كېلىدىغانلىقىنى تىلغا ئېلىشنى خالىمايمىز، چۈنكى بىز باشقىلارنىڭ سانلىق مەلۇماتتىن قانداق پايدىلىنىۋاتقانلىقىمىزنى بىلىشنى خالىمايمىز. شۇنداق ئىكەن، ئۇنداقتا ئەڭ ياخشىسى سۈكۈت قىلىش.

گەرچە شۇنداق بولسىمۇ، ھەر قېتىم يېڭى مەھسۇلات ئېلان قىلىنغاندا، مەن شەخسىيەت مەسىلىسى ھەققىدە ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن چوڭقۇر پىكىر ئالماشتۇرۇپ، ئۇلارنى خاتىرجەم قىلىمەن. مەن ئاڭلاشنى خالايدىغان Google خىزمەتچىلىرىگە تەكرار تەكرار قىلىپ «يادا يادا» نەڭ ھېكايىسىنى ئېيتىپ بېرىمەن، گەرچە ھېچكىمنىڭ كۆز قارىشىنى ئۆزگەرتمىگەنلىكىنى بايقىغان بولسامۇ، مېنىڭ پەرىزىم قوللاشقا ئۆزگەردى—ئىشلەتكۈچىلەر تولۇق خەۋەردار ئەھۋالدا بىز بىلەن سانلىق مەلۇماتلاردىن ئورتاق بەھرىمان بولۇش يېڭى بولماسلىق ھەققىدە قارار چىقىرىشى كېرەك. زور كۆپچىلىك ئىنژېنېرلار بۇ تەڭپۇڭلۇقنىڭ قىينلىق دەرىجىسى بەك چوڭ دەپ قارىدى. ئۇلارنىڭ قارىشىچە، ئەگەر ئىشلەتكۈچى Google دىن تور شەخسىيىتى ھەققىدىكى ئۇچۇرنى ئىزدىسە، ئۇنداقتا بىز ئىشلەتكۈچىگە ھەر قېتىملىق ئىزدەش تەمىنلىگەنگە ئوخشاش—ئۇلارنى باشقا تورتۇراغا باشلاپ ئاپىرىپ جاۋابنى ئىزدىتەمدۇق.

گۈزەل دەقىقىلەر دولقۇنلاپ ئالغا ئىلگىرىلىمەكتە

لارى ئىشلەتكۈچىلەرگە قارىتا cookie ۋە كۈندىلىك خاتىرە ھۆججىتى ھەققىدە بۇاستە تىلغا ئېلىشنى رەت قىلدى، ئاممىنىڭ قىزىقىپ قېلىشنى چەكلەشكە ئۇرۇندى، تەدبىر شۇكى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ بىز توپلىغان ئۇچۇرلار بىلەن ئۇچرىشىشنى ئامالنىڭ بارىچە ئازايتىش. بۇ ئامالمۇ دائىم كارغا كېلىۋەرمەيدۇ.

مەسىلەن، زالىمىزنىڭ ئالدى سەھنىسىنىڭ ئۈستىدە سىنلىق كۆزىتىش ئاپپاراتى بولۇپ، ئۈستىدە Google نىڭ «شۇئان» ئىزدەش سۈرۈشتۈرۈش ئەھۋالىنى دوملىتىپ كۆرسىتىپ تۇرىدۇ. بەزىدە، مەن قىزىل رەڭلىك كىرىسلودا ئولتۇرۇپ كۆزىتىمەن، كىشىلەرنىڭ نېمىلەرنى ئىزدەۋاتقانلىقىنى كۆرۈپ باقىمەن. ئىزدەش ھالقىلىق سۆزى دۇملىما ئېكرانىدا تۆۋەندىكىدەك ئۇچۇرلار كۆرۈندۇ، ئۇن-تىنسىز، ئۇزلۇكسىز:

مونتانا ئەڭ يېڭى خىزمەت ئىزدەش ئۇچۇرى

ئالدىن بەلگىلەنگەن پىرىسلاپ زاپاسلاش

ھەقسىز ئاتكىرىتكا

نىرۋا سىستېمىسى

لىنىرد سكىنىرد (Lynyrd Skynyrd) خور ئۆمىكى پىئانىنو نوتىسى سەيشەنبە

ئاق گۈللۈك ئىتياڭىغى

(تامرون لىنزا) Tamron lens 500mm

ئويۇنچۇق ھالىتى ئۆزىكى

ئادەم سۆڭىكى رەسىم جېپسلاش ئويۇنى

بويتاقلار سۆھبىتى

Google غا زىيارەتكە كەلگەن مۇخبىرلار چوڭ زالدا تۇرۇپ، دۇنيادىكى ھەرخىل روھىي ھالەتلەرنى كۆزىتىپ مەستخۇش بولۇپ قالدۇ، ئاندىن قايتىپ بېرىپ شائىرانە تىل بىلەن Google نىڭ خەلقئارا تەسىرى شۇنداقلا ئىزدەشنىڭ تۈرمۇشىمىزنىڭ ھەممە تەرەپلىرىگە چوڭقۇرلاپ سىڭىپ كىرىۋاتقانلىق رولىنى گەۋدىلەندۇرۇپ تەسۋىرلەيدۇ. شۇڭلاشقا، زىيارەتچىلەر ھېيىققان ھالدا، ۋاقتلىق تىزىملاش كارتىسىنى ئالغاندا، بېشىنى كۆتۈرۈپ ئۇ ئېكرانغا قارايدۇ، ئۇلار قوشۇلغان قاتتىق مەخپىيەتلىك كېلىشىمىنى ئوقۇشقىمۇ ئۇلگۈرەلمەيدۇ.

شىركەتنىڭ ياخشى ئوبرازىنى قوغداش ئۈچۈن، ئېكراندا دۇملاپ كۆرسىتىدىغان ئىزدەش ھالقىلىق سۆزلىرىنىڭ ھەممىسى ئىنچىكە سۈزۈلگەن.[55] ئەلۋەتتە، سەت تۇرىدىغان ئىزدەش تۈرلىرىنىڭ ھەممىسى ئىنگلىزچە يېزىلغان. ئېسىمدە قېلىشچە بىر توپ ياپونىيەلىك زىيارەتچىلەر ئېكراندىن ئۆتۈۋاتقان بىر قىسىم كاتاكانا ھەرپلىرىنى كۆرسىتىپ، باشقا بىر جايغا كېلىپ قالغاندەك كۈلۈشۈۋاتقانلىقىنى كۆرگەن. چەتئەل تىلدىكى شەھۋانى مەزمۇنلارنى تونۇيالماسلىق بىزنىڭ زور كۆلەمدە ئىزدەش سۈرۈشتۈرۈش ئېكرانى ئارقىلىق تەشۋىقات ئېلىپ بارماسلىقىمىزنىڭ سەۋەبلىرىدىن بىرى، گەرچە ئۇ چوڭقۇر تېخنىكىنى باشقىلارنىڭ شەخسىيىتىنى كۆرۈۋېلىشتەك ئارزۇسىنى قاندۇرىدىغان كۆڭۈل ئېچىش پائالىيىتىگە ئايلاندۇرالىغان تەقدىردىمۇ.

لارى ئەزەلدىن سۈرۈشتۈرۈش دۇملىما ئېكرانغا كۆڭۈل بۆلمەيدۇ. ئۇ ئىزچىل ئاممىنىڭ ئۇچۇرنىڭ ئاشكارىلىنىشىغا بولغان ئىنكاسى ۋە تەسەۋۋۇرىغا دىققەت قىلىدۇ، سۈرۈشتۈرۈشنى دوملىتىپ كۆرسىتىش ئۇنىڭ ھۇشيارلىقىنى جەلپ قىلدى. ئۇ كۆرسىتىش ئېكرانىنىڭ مەقسەتسىزلا شەخسىي ئۇچۇرنى ئاشكارىلاپ قويىدىغانلىقىنى ھېس قىلدى، چۈنكى سۈرۈشتۈرۈش مەزمۇنىدا ئىسىم-تەگئات ياكى ئىشلەتكۈچىلەر ئاشكارىلاشنى خالمايدىغان ئۇچۇر (مەسىلەن، «جون شىمىس ھاراق ئىچىپ ئاپتوموبىل ھەيدەپ سېرىڭفلدتا قولغا ئېلىندى»، «ماري جونسنىڭ ئىشتىن سىرتقى شەھۋانى فىلملىرى»). ئۇنىڭدىن باشقا، كۆرسىتىش ئېكرانى كىشىلەرنى ئۆزىنىڭ سۈرۈشتۈرۈش مەزمۇنىغا نىسبەتەن ھەددىدىن زىيادە ئويلاپ كېتىشى تۈپەيلىدىن، ئۇلار ھەر قېتىم ئىزدىگەن ئۇچۇرى تارقاتقان ئۇچۇرغا نىسبەتەن چۈشىنىكسىز ھالدا تەشۋىشلىنىدۇ.

لارى Google zeitgeist (Google دەۋر خىيالى) نى توختىتىۋەتمەكچى بولغان. Zeitgeist يىل ئاخىرىدا ئىشلىتىدىغان ئىقتىدار پىروگراممىسى، ئاممىۋى مۇناسىۋەت قوشۇنىنىڭ بىر يىلدىن بۇيان ئىزدەلگەن تۈرلەرنىڭ ئومۇمىي ۋەزىيىتىگە بولغان قىسقىچە خۇلاسىسى. تاراتقۇ ساھەسىدىكىلەرنىڭ Zeitgeist غا ئالاھىدە قىزىقىشى بار، چۈنكى ئۇلار بۇ ئارقىلىق باشقىچە بىر خىل ئۇسۇلدا يىللىق خۇلاسە چىقىرالايدۇ. بىراق، لارىنىڭ قارىشىچە، Zeigeist ئاممىنىڭ كۆپلىگەن گۇمانلىرىنى قوزغايدۇ: Google ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئىزدەش ئەھۋالىنى قانچىلىك بىلىدۇ؟ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ سانلىق مەلۇماتىنى قانچىلىك ۋاقىت ساقلايدۇ؟ چۈنكى Zeitgeist يەنە Google.com دا ئېلان قىلىنىدۇ، شۇڭلاشقا سىندى مېنى بۇ ئەنئەنىنى ساقلاپ قېلىشنىڭ سەۋەب تىزىملىكىدىن بىرنى رەتلەپ چىقىشنى تەلەپ قىلدى، كۈچلۈك ئىسپاتلارنى تىزىپ چىقىپ، لارىنىڭ ئۇ خەتەرلەرنى قوبۇل قىلغىلى بولىدىغانلىقىغا ئىشەندۈرىدىكەنمىز.

---

[55] دەسلەپتە، لارى جىم رىستىن سۆزگۈچنى ئېلىۋېتىشنى تەلەپ قىلغان جىم رەت قىلغان، بىراق لارى مۇشۇنداق قىلىشتا چىڭ تۇرغان. چىقىرىۋەتكەندىن كېيىن، Google نىڭ ئەينى چاغدىكى 24 خىزمەتچىسى ئەسلى سۈرۈشتۈرۈش ئېتىمنى كۆرۈپ ئاغزى ئېچىلىپلا قالغان، نۇرغۇن سۆزلەر شەھۋانى مەزمۇنلارغا چېتىلىدۇ، بۇلارنىڭ ئىچىدىكى بىر خىزمەتچىنىڭ دېيىشىچە: «ۋوي، نېمە كارامەت بۇ، كىشىلەر Google نى ئىشلىتىپ مۇشۇ ئىشنى قىلىدىكەن ھە؟» 15 مىنۇتتىن كېيىن، لارى سۆزگۈچنى قايتىدىن قوزغىتىشنى ئوتتۇرىغا قويىدى، مانا مۇشۇنداق، سۆزگۈچ ئاخىرى ساقلاپ قېلىندى.

ئىشلەتكۈچىلەرگە قانداق ئۇچۇرنى بىلدۈرۈش دېگەن بۇ مەسىلىدە ئىزچىل بەس-مۇنازىرە قىلىشتۇق، ئۇنىڭ ئۈستىگە بىزنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ سانلىق مەلۇماتىنى قېزىپ چىقىش ئىقتىدارىمىز بارغانسېرى كۈچىيىۋاتاتتى. ئامىت پاتېل تۇنجى ئاساسىي تەھلىل سىستېمىسىنى قۇرۇپ چىقىپ، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ Google تورتۇراسىدىكى پائالىيەت ئەھۋالىنىڭ كۈندىلىك خاتىرىسىنى تەھلىل قىلدى، بۇ ئۇنىڭ Google دا تاماملىغان تۇنجى چوڭ تۇرى ئىدى. كىنايىلىك يېرى شۇكى، دەل مۇشۇ ئىنژېنېر، Google دا «يامانلىق قىلماسلىق» ئىدىيەسىنى زور كۈچ بىلەن تەشۋىق قىلىدۇ، شۇغىنىسى ھازىر يامانلىق قىلىش شۇبھىسى بار سىستېما ئۈچۈن كۈچ چىقىرىۋاتىدۇ.

ئامىت ئىجاد قىلغان سىستېما ۋاقتلىق لايىھە بولۇپ، ئەپسانىۋى پىروگراممىر روب پايىك (Rob Pike) يېتەكلەۋاتقان بىر Google قوشۇنى 3 يىل ۋاقىت ۋە زېھىن سەرپ قىلىپ بۇ تېخنىكىنى مۇكەممەللەشتۈردى. بۇ سىستېمىنىڭ بىر تەرەپ قىلىدىغىنى كۈندىلىك خاتىرە ھۆججىتى بولغانلىقتىن، بۇ تېخنىكا «ياغاچ ھەربىدەش ماشىنىسى»[56] دەپ ئاتالدى. 2003-يىلى، «ياغاچ ھەربىدەش ماشىنىسى» ئىشلەشكە باشلىغاندا، ئۇنىڭ كۈچلۈك ئىقتىدارى Google غا ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ قىلمىشىنى چۈشىنىش ئىمكانىيىتى ياراتتى، ئەكسىچە قىلىپ ئېيتقاندا ئىنژېنېرلار Yahoo دىنمۇ ئۇنۇملۇك ھالدا ئېلان ئۈچۈن مۇلازىمەت قوللاش بىلەن تەمىنلىدى: ئىزدەش ھالقىلىق سۆزنىى تونۇپ ۋە توسىدىغان ماشىنا ئادەم يۈمشاق دېتالى، كىرىم ئەھۋالىنى دەل تۇغرا دوكلات قىلىدىغان ھەمدە قايسى ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى ئىقتىدار ئالاھىدىلىكى تورتۇرانىڭ ئۇنۇمىنى ئۆستۈرگەنلىكىنى جەزملەيدىغان، قايسىلارنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرنى قايمۇقتۇرىدىغانلىقىنى بىلەلەيدۇ. ئەگەر «ياغاچ ھەربىدەش ماشىنىسى» پەيدا بولۇشتىن ئىلگىرى، ئىنژېنېرلار كۈندىلىك خاتىرە ھۆججىتىنى ئۆچۈرۈۋېتىشكە ئازراقلا قىيمىغان بولسا، «ياغاچ ھەربىدەش ماشىنىسى» بولغاندىن كېيىن، ئۇلار بۇ سانلىق مەلۇماتلارنى ساقلاپ قېلىشتا قەتئىي چىڭ تۇردى.

لارى ئاممىنىڭ شەخسىيەت سۆھبىتىگە قاتنىششىنى رەت قىلىدى، بۇ نۇقتا ئىزچىل قورسىقىمنى كۆپتۈردى، مەن باشتىن-ئاخىر شۇنىڭغا ئىشىنەتتىمكى، باشلانغان ۋاقىتتا، بىز ئازراق ئاساسىي ئۇچۇرلارنى تەمىنلەپ، ئاندىن بىر ئۇچۇر مەركىزى قۇرۇپ، كىشىلەر Google ياكى باشقا ئىزدەش موتورىدا سۈرۈشتۈرۈش مەسىلىسىنى كىرگۈزگەندە، ئېنىق، بىۋاستە ھالدا ئۆزى بىرىنى تاللىۋالاتتى، نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ ھەممە بەتنى تولۇق كۆرۈپ چىقمايدىغانلىقى، ئۈستىدە كونكرېت نېمە يېزىلغانلىقىغا ئانچە دىققەت قىلىپ كەتمەيدىغانلىقىغا ئىشىنەتتىم. ئەمەلىيەتتە، مەنمۇ كىشىلەرنىڭ تولۇق كۆرۈپ بولۇشىنى ئۈمىد قىلمايتتىم. شۇغىنىسى، بىزنىڭ چۈشەندۈرۈشىمىز كىشىلەرنىڭ ئەندىشىسىنى يېنىكلىتەتتى، ھەقىقىي كۆڭۈل بۆلىدىغان ئاشۇ كىشىلەر بىزنىڭ ئوچۇق-ئاشكارا ئېنىق ئىكەنلىكىمىزنى كۆرەلەيتتى. ئەگەر ئۇلار باشقا جايدا ئىزدىسە، رىقابەتچىلىرىمىزنىڭ قىلغىنى بىزگە يەتمەيدىغانلىقىنى بايقايتتى.

لارىنىڭ قارىشىچە، بۇنىڭ خەتىرى بەك چوڭ ئىكەن. چىش پاستىسى سېتىپ چىقىرىلغاندىن كېيىن، ئۇنى قايتۇرۇپ كىرگۈزۈۋېتىشنى ئويلىغىلى بولمايدۇ.

بۇنداق قىلساق بىز بەدەل تۆلەيمىز، ۋاينى روسىڭ ئېيتقانىدەك «گۈزەل ئەمما ئورننى باسقىلى بولمايدىغان» ئىشلەتكۈچى سانلىق مەلۇماتلىرىنىڭ زىيارەت ھوقۇقىدىن تەلتۆكۈس ئايرىلىپ قالمىز، لارى مەڭگۈ بۇنداق خەتەرگە تەۋەككۈل قىلمايدۇ.

[56] ئىنگلىز تىلىدا، كۈندىلىك خاتىرە بىلەن ياغاچنى ئىپادىلەيدىغان سۆز ئوخشاشلا log بولۇپ، بۇ جايدا قوش مەنىسىنى ئىشلىتىپ، «ياغاچ ھەربىدەش ماشىنىسى» دەپ ئىشلەتكەن—تەرجىماندىن

ئەجەبا بىز تىنچلىقتا بىللە تۇرالماسمىزمۇ؟

قاراس-قۇرۇس، قاراس-قۇرۇس. 2003-يىلى قېيقالغان ۋاقىتتا، جوناسان روسېنبېرگ يېتەكچىلىك قىلغان مەھسۇلات تەتقىقات گۇرۇپپىسى بىلەن قۇرۇلۇش بۆلۈمى بىرلىكتە ھەمكارلىشىپ، بىر يۇرۇش ئىقتىدار، مۇلازىمەت ۋە ئاساسىي قۇرۇلمىلارنىڭ يېڭىلىنىشىنى چىقىرىۋەتتى.

قاراس-قۇرۇس، قاراس-قۇرۇس. قورال بالداق تەقسىملەش ۋە ئېلان ھەمكارلىقى تەرەپتە، كەسىپي تەتقىقات گۇرۇپپىسى ئارقىمۇ-ئارقا بىر قانچە ھەمكارلىق كەسپىنى قولغا كەلتۈردى.

مەنمۇ بار كۈچۈم بىلەن تىرىشتىم. مەھسۇلات ئېلان قىلىش ۋە تەشۋىقات پائالىيىتى ئۈچۈن ماقالە يېزىش مېنىڭ ئەڭ مۇھىم ۋەزىپەم، بىراق ۋەزىپە تىزىمدا يەنە باشقا تۈرلەرمۇ بار، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ تىزىم مەڭگۈ ئۆزلۈكسىز كېڭىيىدۇ.

ئىجازەت ئالمىغان ئەھۋالدا بىزنىڭ تۇغمىزنى ئىشلىتىشكە ئۇرۇنغان ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىزگە ماركا ئورنىنى بېكىتىش قوللانمىسى تۈزۈش.

سىڭدۈرمە مەھسۇلات ئېلانى ئورۇنلاشتۇرۇش. مەسىلەن، مەن Google دىن پايدىلىنىپ گېرمانىيە تورتۇراسىدىن ئامېرىكا تېلېۋىزىيە تېياتىرى «ئارزۇ پايتەختى» نىڭ قورال-جابدۇق مەسئۇلىنىڭ ئېلخەت ئادرېسىنى تاپتىم، يەنە ئامېرىكا تېلېۋىزىيە تېياتىرى «ئاق ساراي بوران-چاپقۇنلىرى» نىڭ فىلىم ئىشلىگۈچىسىنىڭ لوس ئانژېلىستىكى بىر قېرىندىشىنى تاپتىم. نەتىجىدە بىر سېنتمۇ خەجلىمەي، Google ئىككى تېلېۋىزىيە تېياتىرىدا كۆرۈندى.

ماركا ھەمكارلىقى سۆھبىتى. بۇ ھەمكارلىق مۇناسىۋەتلىرى: مەن ئەنگلىيە DK كىتابچىلىق شىركىتى بىلەن ھەمكارلىشىپ بىر يۇرۇش Google ماركىسسىدىكى باللار قورال كىتابلارنى تارقاتتۇق، «دەۋر» ژۇرنىلى بىلەن ھەمكارلىشىپ دەرسخانىدا ئىنتېرنېتتا ئىزدەش يېتەكچىلىك پائالىيىتى ئېلىپ باردۇق ھەمدە دۇنيا سۈرەت جېپسلاش بىرلەشمىسى بىلەن ھەمكارلىشىپ، ئۇلار ئۆتكۈزگەن خەلقئارا لەۋھە تالىشىش مۇسابىقىسىنى ياردەم بىلەن تەمىنلىدۇق.

مەھسۇلات بەلگىسى ئىجاد قىلىش. بىزنىڭ AdSense ئېلان كەسپىمىز ئۈچۈن ماركا تىكلەش ئۈچۈن، مەن «GOOOOOOOGLE قوللايدىغان ئېلان» نى تەشۋىقات سۆزى سۈپىتىدە ئوتتۇرىغا قويدۇم، بۇ كۆز قاراش دەسلەپتە قارشىلىققا ئۇچرىغان، ئىككىنچى يىلى ئىشقا ئاشۇرۇلدى.

شۇنداقتىمۇ، خىزمەت ئۇنۇمۇم قانچە يۇقىرى، خىزمەت نەتىجىسى قانچە ياخشى بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، بىر ئىش ئارقىغا سۆرەۋاتقاندەك ھېس قىلاتتىم. گەرچە مېنىڭ مەھسۇلات باشقۇرۇش گۇرۇپپىسىدىكى باشقا كىشىلەر بىلەن بولغان ئالاقەم راۋان بولسىمۇ بىراق ھەر قېتىم بىر يېڭى مەھسۇلات چىقارغاندا، مېنىڭ ماربىسا بىلەن بولغان مۇناسىۋىتىم تېخىمۇ جىددىيلىشىپ كېتەتتى. ئۇنىڭ ئۈستىگە بىزنىڭ بىرلىكتە قىلىدىغان تۈرلىرىمىز بارغانسېرى كۆپىيىۋاتاتتى.

«Google خەۋەر» ۋېبىي مۇكاپاتى (Webby Award) غا ئېرىشتى، قانداق تەشۋىقات قىلىش كېرەك، بۇ مەسىلە ئۈستىدە ئىككىمىزنىڭ پىكرى بىر يەردىن چىقمىدى. مېنىڭچە بۇ مۇكاپاتقا ئېرىشكىنىمىز

قالتىس، ئەمما باشقا 4 مەھسۇلاتنىڭ ئېرىشكەن ۋېببى مۇكاپاتىغا سېلىشتۇرغاندا ئانچە ئالاھىدە ئەمەس، ئۇنىڭ ئۈستىگە بىز ئۇ 4 ۋېببى مۇكاپاتىغا نسبەت ئاشكارا رەھمەت ئېيتىپ باقمىغان. مارىسسا ئالاھىدە تۆغدىن بىرنى لايىھەلەپ، مەخسۇس رەھمەت ئېيتىدىغان تور بەتتىن بىرنى تەسىس قىلىپ، قوشۇندىكىلەرنىڭ رەسمىنى تورتۇراغا قويۇپ قويماقچى بولدى، ئاخىرىدا ئۇ ئارزۇسىغا يەتتى. سىندى بىلەن مېنىڭ پىكرىم بىردەك ئىدى، ئۇنىڭ ۋېببى مۇكاپاتىنى كۆپ كۆرۈلدىغان مەسىلىرنىڭ تورىدىكى سوئال جاۋاب سەھىپىمزگە قويۇشىغا قوشۇلمىغان.

«مۇساپە پىلانى» (Project Miles) دىمۇ پىكىر ئىختىلاپمىز كۆرۈلدى. ئۇ مارىسسانىڭ بازارچىلىق خراجىتى يوق ئەھۋالدا ئىجاد قىلغان كۆپ ئىشلىتىلىدىغان ئىشلەتكۈچىلەر ئىزدەش تۈرلىرى بولۇپ، ئۇنىڭ دېيىشىچە لارىي ھەر قانداق مەنبەنى بۇ تۈرگە ئىشلىتىشكە قوشۇلماپتۇ. سىناپ ئىشلىتىش جەريانىدا، بۇ پىروگراممىا قىسمەن ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئىزدەش رامكىسىنىڭ ئاستىغا بىر سانغۇچ قويۇلدى، ئۇ ئىشلەتكۈچىلەر ھەر قېتىم Google ئىزدەشنى ئىشلەتكەندە، سانغۇچتىكى سان كۆپىيىدۇ، بۇ پىروگراممىا ئېلان قىلىنغاندا، شەخسىيەت ھوقۇقى تەشكىلاتى EPIC تىن كەلگەن بىر كىشى «نىيۇيورك ۋاقىت گېزىتى» نىڭ مۇخبىرىدىن مۇنداق سوراپتۇ: «ئىشلەتكۈچىلەر Google نىڭ ئۇلارنىڭ شەخسىيىتىنى تىڭ تىڭلاۋاتقانلىقىنى بىلەمدۇ؟» لارىرنىڭ دائىملىق خېرىدارلار ئۇچۇش مۇساپە جۇغلاش پىلانىنى ياقتۇرماسلىقى تۈپەيلىدىن، ھەم بۇنداق قىلغاندا كىشىلەرنىڭ شەخسىيەت مەسىلىسىگە بولغان ئەندىشىسنى پەيدا قىلدىغانلىقى سەۋەبىدىن، بۇ سىناق پىروگراممىا ناھايىتى تېزلا توردىن چۈشۈرۈۋېتىلدى.

مەن ئۇنىڭ ئىشچى-خىزمەتچىلەرنىڭ توكيونىڭ چوڭ كوچىلىرىدا 5000 دانە Google قەلەمى سۇۋغا قىلىش پىلانىغا باشقىچە پىكرىمنى بەردىم، يىاپونىيەدىكى تارماق شىركەت ۋە ئۇنىڭ قوشۇنىدىكى ئەزالارمۇ قوللىمىدى. لېكىن، بۇ تەشۋىقات پائالىيىتى يەنىلا ئېلىپ بېرىلدى. نەتىجىدە، ئىنتايىن ئاز ساندىكى ناتونۇش كىشىلەرنىڭ سوۋغىسىنى قوبۇل قىلىشنى خالايدىغان ئايالالاردىن سىرت، زور كۆپ قىسىم پىيادىلەر Google خىزمەتچىلىرى بىلەن كارى بولمىدى.

مېنىڭ قاتناشتۇرغان پىكرىم يا ئېتىبارغا ئېلىنمىدى، يا قوپاللىق بىلەن رەت قىلىندى، بۇ قىلمىشلارنىڭ ھەممىسى مېنىڭ بازارچىلىقتىكى قارار چىقىرىش نوپۇزۇمنى ئاجىزلىتۇاتاتتى. تېخىمۇ يامىنى شۇكى، مەن ھېچكىم ئىشەنمەيدىغان ئالدىن بىلگۈچى بولۇپ قالدىم—مەن مەسىلىنى ئالدىن كۆرەلىدىم، ئەمما ھېچكىم ماڭا ئىشەنمىدى، Froogle ئىشى مەغلۇپ بولغاندىن كېيىن، مېنىڭ ئىناۋەتىم ئۆسمەستىن ئەكسىچە تۆۋەنلىدى. ئاخىرى مەن لارىرنى ئىزدەپ، بىز قانداق قىلساق ئاندىن ماركا باشقۇرۇش خىزمىتى شىركەتنىڭ نىشانىغا تېخىمۇ يېقىنلىشىدىغانلىقىنى سوردىم. ئۇنىڭ ماڭا بەرگەن تەكلىپى، مەھسۇلات باشقۇرۇش قوشۇنى بىلەن تېخىمۇ زىچ ھەمكارلىشىش بولدى. مەن ئۇنىڭغا، تېخىمۇ تىرىشىپ، ئۇنىڭ دېگىنىدەك قىلىدىغانلىقىمغا كاپالەت بەردىم.

ئىككى ھەپتىدىن كېيىن، مارىسسا مەن پايدىلىنالايدىغان ئەڭ ياخشى كۆزنەكنى يايتى، ئەسلىدە مەن بۇ كۆزنەك ئارقىلىق لارىي، سېرگېي بىلەن ئۇچرىشىپ، ئۇلارنىڭ مەھسۇلات ئىستراتېگىيەسى ۋە تەتقىق قىلىنۇاتقان مەھسۇلاتلار ھەققىدىكى ئويلىرىنى بىلەلەيتتىم. ئۇنىڭ جاكارلىشچە، بۇنىدىن كېيىن لارىي ھەر ھەپتە ئاچىدىغان مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىنىغا پەقەت لارىي بىلەن مەھسۇلات تەتقىقات گۇرۇپپىسىنىڭ ئەزالىرىلا قاتنىشىدىكەن.

مەن مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىندىن شەكىللىنۇاتقان چوڭ تەدبىرلەرنى بىلەلەيتتىم، خۇددى تەيفىڭ بورىنى قۇرۇقلۇقتا چىقىشتىن ئىلگىرى تىنچ ئوكيانىدا شەكىللەنگەن كۈچ توپلاۋاتقان ئىسسىق بەلباغ ھاۋا قاينىمىغا ئوخشاش. تەكشۈرۈش يىغىنىدا، ماركا ئورنى خىزمىتىنىڭ نىشانىنى قايتىدىن تەڭشەشنىڭ ئازراق ئۇنۇمى بولۇشى مۇمكىن. بىراق بۇگۈنكى كۈندە، مەن مەھسۇلاتقا پەقەت ئارىلىشالمايمەن، پات ئارىدا يېتىپ كېلىدىغان تەيفىڭ بورىنغا نسبەتەن، ياغاچ بىلەن دېرىزىنى توسۇشتىن باشقا يوتقىنمدا تۇگۈلۇپ، ئەھۋالنىڭ

تېخىمۇ يامان بولۇپ كەتمەسلىكى ئۈچۈن دۈگا قىلىشتىن باشقا ھېچقانداق ئامال قالمىغاندەك قىلاتتى.

ماررىسسانىكۆ مېنى زۆرۈرىيىتى بولمىغان يىغىنغا قاتنىشىشتىن ساقلاپ قالغانلىقىغا رەھمەت ئېيتىمەن، ئەممىا ئۇنىڭغا جەزمەلەپ شۇنداق دېيەلەيمەنكى، مەن يەنىلا مەھسۇلات تەتقىقات يىغىنىنىكۆ ئەمەلىي ئەھۋالىدىن خەۋەردار بولۇشنى ئارزۇ قىلىمەن. سىندى ماررىسسانى ئەسكەرتىپ، مەھسۇلات بازارچىلىق پائالىيىتىنىكۆ سۈپىسى بولغانلىقتىن، بازارچىلىق بۆلۈمى مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىندىكى مۇزاكىرىگە قاتنىشىش لازىملىقىنى ئېيتتى. تالاش-تارتىش ئۈدا بىر ئايدىن كۆپرەك داۋاملاشتى، لېكىن پايدىسى بولمىدى، بازارچىلىق بۆلۈمى ئاخىرى سىرتتا قالدۇرۇلدى.

ماررىسسانىكۆ ماڭا دېيىشچە، ئەمەلىيەتتە لارى بىلەن جوناسان روسېنبېرگ مەھسۇلات تەكشۈرۈش يىغىنىنى مەھسۇلات قوشۇنى دائىرىسىدە چەكلەش تەكلىپىنى بېرىپتۇ. ئۇنىكۆ دېگىنى بەلكىم توغرىدۇ، ئەممىا بۇ باشتىن-ئاخىرى پەقەت ئۇنىڭلا سۆزى، ئەمەلىي ئەھۋالىنىكۆ زادى قانداق ئىكەنلىكىگە ھۆكۈم قىلىش قىيىن. لارى ئادەمنىكۆ كۆپ بولۇشنى ياقتۇرمايدىغانلىقىنى بىلىمەن، بىراق ھازىر مەھسۇلات قوشۇنى بىلەن قۇرۇلۇش قوشۇنى بىللە ئىشلىگەچكە، بەلكىم ئۇ مارکا باشقۇرۇش بۆلۈمنىكۆ قاتنىششى ھاجەتسىز دەپ قارىغان بولۇشى مۇمكىن. مەيلى كىمنىكۆ قارارى بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، ھەممىسى خىزمىتىمنىكۆ قىيىنلىق دەرىجىسىنى ئاشۇرۇۋېتىدۇ، مېنىكۆ ماررىسسا بىلەن بولغان خىزمەت مۇناسىۋىتىمنى ياخشىلاشقا قىلچىلىك يارىدىمى بولمايدۇ. 2003-يىلى 7-ئاينىكۆ ئوتتۇرىدا، ماررىسسا خېرىدارلار تور مەھسۇلاتى باش نازارەتچىلىكىگە ئۆستۈرۈلدى، مەن ئۇنى تەبرىكلىدىم ھەمدە ئىككى تەرەپنىكۆ خىزمەتلىرىنى ماسلاشتۇرۇشقا قولايلىق يارىتىش ئۈچۈن، قەرەللىك ھالدا ئۈچرىشىش يىغىنى ئېچىش تەكلىپىنى بەردىم، بىراق بۇنداق يىغىن ئەزەلدىن ئېچىلىپ باقمىغان.

ئەكسىچە، بىزنىكۆ پىكىر ئالماشتۇرۇش يولىمىز بارغانسېرى خارابلاشتى. بىر كۈنى، مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمىدىكى بىرەيلەندىن ئاڭلىشىمچە سېرگېي بازارچىلىق بۆلۈمنىكۆ خىزمەتلىرىدىن پەقەت رازى بولماپتۇ، ئۇنىكۆ قارىشچە بىز Google يېڭى قورالنىكۆ تارقىتىلىشىغا پۈتلىكاشاكۆ بولۇۋېتىپتىمىز، بۇ قورال بالداقتا ئىشلەتكۈچى ئىزدەش تارىخىنى ئۆچۈرەلىگەنگە قەدەر ئاندىن ئۇنى ئېلان قىلىدىكەن. بىز ئىشلەتكۈچىلەردىن تاپشۇرۇۋالغان ئەكۆ كۆپ كۆرۈلىدىغان مەسىلىرنىكۆ بىرى، مىكروسوفتنىكۆ IE تورکۆرگۈسىدىن ئىلگىرىكى ئىزدەش سۈرۈشتۇرۇشنى قانداق تازىلاش، بۇ مەسىلنىكۆ ئوتتۇرىغا چىقىشنىكۆ سەۋەبى، ئىشلەتكۈچى ئىزدەش شەرتىنى كىرگۈزۈۋاتقانىدا ئىلگىرى سۈرۈشتۇرگەن ئىزدەش شەرتلىرنىكۆ ھەممىسى ئېكرانىنىكۆ ئاستىدا كۆرۈنىدۇ. ئىشلەتكۈچىلەر بۇ ئۆچۈرلارنى كۆرۈشنى خالىمايدۇ. گەرچە IE تورکۆرگۈ بۇ ئۆچۈرلارنى ساقلىغان بولسىمۇ، ئەممىا قورال بالداقتا مەسئۇل ئىنژېنېرلارنىكۆ قارىشىچە ئۇلار بۇ مەسىلنى ھەل قىلىپ، ئىلگىرى ئىزدىگەن شەرتلەر قايتا كۆرۈنمەيدىغان قىلالايدىغانلىقىنى ئېيتتى.

مەن بۇنى ياخشى ئىش دەپ قارىدىم ئەمما مەيلى مەن ياكى بازارچىلىق بۆلۈمىدىكى باشقىلار بولسۇن، بۇ ئىقتىدارنى ئۆز ئىچىگە ئېلىشنى تەلەپ قىلمىغان. قورال بالداقنى تەتقىق قىلىشقا مەسئۇل ئىنژېنېر بۇ ئوي-پىكىرنى ئىنتايىن ياقتۇردى، پۈتكۈل ھەپتە ئاخىرىدا كود يېزىلدى، بەزىلەرنىكۆ سېرگېيغا دېيىشچە، بازارچىلىق بۆلۈمىمىز تارىخ خاتىرىسىنى تازىلاش ئىقتىدارىنى قوشۇش ئۈچۈن مەھسۇلاتنى ئېلان قىلىشقا توسقۇنلۇق قىلىپلا قالماي يەنە بۇ يېڭى مەھسۇلاتتا Google نىكۆ cookie سىنمۇ ئۆچۈرۈۋېتىشتە چىكۆ تۇرۇپتۇق.

«نېمە ئىش قىلغىنىڭلار بۇ، مەھسۇلات تەتقىقات بۆلۈمۈڭلارنى نېمە ئۈچۈن بازارچىلىق بۆلۈمى بۇرنۇڭلاردىن يىتىلەپ ماڭىدۇ؟» سېرگېي مۇئاۋىن مەھسۇلات باشقۇرغۇچىدىن سوراپتۇ. يېرىم كېچە 12:30 گىچە بۇ باشقۇرغۇچى ئامال قىلىپ ئۇنى تىنچلاندۇرۇش ئۈچۈن تىرىشىپتۇ ھەمدە ئۇنىڭغا ئەمەلىي ئەھۋالنى چۈشەندۈرۈپتۇ.

مۇئاۋىن مەھسۇلات باشقۇرغۇچى شۇ ئىشتىن كېيىن ئەپسۇسلانغان ھالدا ماڭا دېيىشچە، «ئۇ چاغدا،

Google دا پەقەت 3 لا كىشى قالدى، لارى، سېرگېي يەنە سىز بىلمىدىغان شۇ كىشى. ئۇ ئەھۋالنىڭ ھەقىقىتىنى بايقىدى، ئاندىن جىددىلىشىپ ئالەمنى مالەم قىلىۋەتتى. »

ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنمۇ مەسئۇلات تەتقىقات جەريانىغا قاتنىشىش ھوقۇقىنى ساقلاپ قېلىشقا تىرىشقان، بىراق ئۇلارمۇ چەتكە قېقىلغانلىقىنى بايقىغان، Google خەۋەرنىڭ لايىھەلەش مەسلىسىدىمۇ ئەھۋال يۇقىرىقىدەك. Google خەۋەرنى مارىسسا تولۇق تىزگىنلىدى. مارىسسانىڭ قول ئاستىدىكى بىر مۇئاۋىن مەسئۇلات باشلىقى خەۋەر ئىزدەش نەتىجىسى ھەققىدە زادىلا ئوخشىمايدىغان لايىھە پىكرىنى ئوتتۇرىغا قويىدى ھەمدە ئىشلەتكۈچى ئارايۈزى قوشۇنى كود توڭلىتىلىش (ئادەتتە كود توڭلىتىلغاندىن كېيىن، پىروگراممىلار يېڭى لايىھەنى ئەمەلگە ئاشۇرىدۇ) تىن ئىلگىرى 48 سائەت ئىچىدە قايتۇرما ئىنكاس بېرىدۇ. ئادەتتىكى ئەھۋالدا، بۇنداق چوڭ ئۆزگىرىش بىر قانچە ھەپتىلىك باھالاش ۋە سىناقتىن ئۆتىدۇ. ئەمما مارىسسانىڭ بىزگە دېيىشىچە، لارى قۇرۇلۇش سۈرئىتىنى ئارقىدا قالدى دەپتۇ، شۇڭلاشقا ئۇ زەربىدارلار ئەترىتىدىن بىرنى تەشكىللەپ قۇرۇلۇشنى ئالغا سلجىتىدىكەن.

ماڭا نىسبەتەن، سەبىر تاقىتىمنىڭ ئەڭ ئاخىرقى چېكىنى بۆسۈپ ئۆتىدىغىنى ئۇنداق چوڭ ئۆزگەرتىشلەر ئەمەس، بەلكى بىر كىچىك ئۆزگەرتىشنى بىر تەرەپ قىلىش ئۈسۈلى. 2003-يىلى 9-ئايدا، Google قۇرۇلغىنىغا 5 يىل توشىدۇ، مارىسسا Google نىڭ يىللىق تەبرىكلەش بەلگىسىدىكى سۆزلەرنى قايتا يازدى— دېننىس ئىجاد قىلغان باش بەتتىكى بەدئىي سىنبەلگىنىڭ ئۈستىگە چاشقىنەكنى دوملاتقاندا، بىر جۈملە سۆز كۆرۈنىدۇ. مەن ئىلگىرى «Google نىڭ 5 ياشقا كىرگەن تۇغۇلغان كۈنىنى تەبرىكلەيمىز» دەپ يېزىپ، ئۈستىگە زىننەت قىلىنغان تورت ۋە ئولتۇرۇش شەپكىسىگە ماسلاشتۇرغان. مارىسسانىڭ يازماقچى بولغىنى: «5 ياشقا تولغان كۈنۈڭ مۇبارەك، Google!»، مېنىڭ قارىشىمچە، ئۆزىنىڭ تۇغۇلغان كۈنىنى ئۆزى مۇبارەكلەش سەل غەلىتە، شۇڭلاشقا مەن دېننىستا ئۆزگەرتىمەسلىكنى ئېيتتىم. يېرىم كېچە بولغاندا، مارىسسا پىكرىمنى رەت قىلدى، ئۇنىڭ يازغان ئۇ جۈملىسىنى شىركەت ئىلگىرى ئىزچىل ئىشلىتىۋاتقان ئىكەن. ئەمەلىيەتتە، مېنىڭ يازغىنىم شۇنداق ئىدى.

ئىككىنچى كۈنى، مەن ئېلخەتتىن بىر پارچە يېزىپ، لارىرىدىن Google.com دىكى تېكىستلەرنىڭ مەزمۇنىغا كىم قارار خاراكتېرلىك ئۆرۈنلاشتۇرۇش ئېلىپ بارىدىغانلىقىنى ئايدىڭلاشتۇرۇشنى تەلەپ قىلدىم. ئۇ ئىلگىرى ماڭا ئايرىم كاپالەت بەرگەن، سۆز ئىشلىتىش جەھەتتىكى مەسئۇلىيەت مەندە ئىدى، ئەمما ھازىر ئۇنىڭ بۇ كاپالىتىنى يازما ھۆججەت شەكلىدە قارارلاشتۇرۇشنى ئويلىدىم. سىندى مېنى ئۇ ئېلخەتنى يوللىماسلىققا ئۇندىدى، مەن ئۇنىڭ ئاقىلانە نەسىھىتىگە بويسۇندۇم. مەن سىندىنىڭ لارىرىغا بىرەر ئىشنى دېگەن ياكى دېمىگەنلىكىنى بىلمەيمەن، ئەمما شۇنىڭدىن كېيىن بۇنداق ئىش يۈز بەرمىدى.

مارىسسا بىلەن مېنىڭ ئوتتۇرامدا بەزى سورۇنلاردا خەت مەسلىسى تۇپەيلىدىن پىكرىمىز بىر يەردىن چىقمايدۇ، بىراق ھېچ بولمىغاندا قىستا مۇددەت ئىچىدە، بىز مەلۇم خىل شەكىلدە، دوستانە ھالدا ئىختىلاپلارنى ھەل قىلىش ئۈسۈلىنى تاپالايمىز. بەلكىم، مارىسسا ئۆزىنىڭ ھەقىقەتەن چېگرادىن ئۆتۈپ كەتكەنلىكىنى ھېس قىلغاندۇ، بەلكىم مەن مەسئۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمنىڭ ماركا قۇرۇلۇش خىزمىتىگە قاتنىششىغا ماسلاشقاندىمەن. ياكى تېخىمۇ مۇمكىن بولغان سەۋەب، مەڭگۈ قىلىپ تۈگىتەلمەيدىغان تۇرلەر بىزنى ئۈستىدىكى خەتلەر ھەققىدىكى خىزمەت مەسلىسىگە زېھنىمىزنى ئىسراپ قىلمايدىغان قىلۇەتكەندۇ. 2003-يىلى يىل ئاخىرىغا بارغاندا، خىزمەت نەتىجەم ئىلگىرى قىلغان ھەر قانداق بىر خىزمەتلىرىمدىنمۇ كۆپ بولۇپ، ئۇنىڭ ئۈستىگە ھەم تېز ھەم يۇقىرى ئۇنۇملۇك.

مىكروسوفت ئويغاندى

مېنىڭ يېڭى مەسئۇلىيىتىمنىڭ بىرى ھەر ھەپتىدە بىر قېتىم ئېلىپ بېرىلىدىغان جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنغا رىياسەتچىلىك قىلىش. 2003-يىلى 4-ئايغا بارغاندا، ئىشچى-خىزمەتچىلىرىمىز 1000 دىن ئاشتى، جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىن چوڭ تېپتىكى يىغىلىش بولۇپ كەتتى، ئادەتتە Saladoplex نىڭ يېنىدىكى بىر بىنانىڭ بىرىنچى قەۋىتىدە ئېلىپ بېرىلىدۇ. ھەر جۈمە كۈنى، مايكول لوپېز ئىسىملىك توختاملىق خىزمەتچى ماڭا ياردەملىشىپ Apple Keynote تام تەسۋىر ھۆججىتى تەييارلاپ بېرىدۇ، ئۇنى يېڭى كەلگەن خىزمەتچىلەرنى تونۇشتۇرۇش، بۆلۈملەر قولغا كەلتۈرگەن نەتىجىلەرنى تەقدىرلەش، يەنە مالىيە ئەھۋالىمىزنى چوڭقۇر تەھلىل قىلىش قاتارلىقلارغا ئىشلىتىمىز.

لارى بىلەن سېرگېي مەن يازغان ئارگىنالنى ئېلىپ، شۇنداقلا بىر كۆز يۈگۈرتۈپ، ئاندىن دۆلدۈل سامادا ئۆزگەندەك، بىر ھەپتىدە يۈز بەرگەن ئىشلارنى يۈمۈرلۇق قىلىپ بىر قېتىم تىلغا ئالىدۇ. سېرگېي قەستەن كۆزىنى قىسىپ ئومىدنىڭ ئېلېكترونلۇق جەدۋەلنىڭ تام تەسۋىردە كۆرۈنگەن كىرىم سانلىق مەلۇماتىغا قاراپ قويۇپ: «مەن ئېنىق كۆرەلمەيۋاتىمەن يا، بىراق قارىماققا كىچىك سان ئەمەستەك قىلىدۇ، چۈنكى ئۇزۇن تۇرمامدۇ. » دەيدۇ. مەن ئۇنىڭ ئارقىسىدىكى تام شوللىغۇچقا سۈس قوش مەنىلىك سۆزلەر، ياشلار كارتون فىلىمى شۇنداقلا كۈلكىلىك رەسىملەرنى چىقىرىپ، كۆپچىلىكنى خۇشال قىلىمەن، ئۇلار سۆزلەۋاتقاندا، كۆپچىلىكنى ئىسقىرتقۇزۇپ ۋە كۈلدۈرىمەن.

چۈنكى پۈتكۈل چۈشتىن كېيىنلىك قەرەللىك يىغىندا يەتكۈزۈلىدىغىنى شىركەتنىڭ ھەممە تەرەپلىرىدىكى ئۇچۇرلار، شۇڭلاشقا تەييارلىق خىزمەتلىرىگە توپتوغرا بىر كۈن كېتىدۇ، ئۇ مېنىڭ بىر ھەپتىدىكى 20% خىزمەت ۋاقتىم. مەن كۈچۈمنىڭ بارىچە، بۇ قەرەللىك يىغىننىڭ باشتىن-ئاخىرى قىزىقارلىق كۆڭۈللۈك ئېچىلىشىغا كاپالەتلىك قىلىمەن، كۆپچىلىك چوڭ ئاشپەز چارلى تەييارلىغان تاتلىق تۇرۇملەرنى يەۋاتقاندا، مودا مۇزىكىلارنى قويىمەن، يېڭى خىزمەتچىلەرگە بېنى شەپكىسى تارقىتىپ، خادىم تەۋسىيە قىلىش يىغىنىدىن كېيىنكى ئىجتىمائىي يىغىلىش سورۇنىدا ئۇلارنى تېخىمۇ ئاكتىپ تەشەببۇسكار بولۇشقا رىغبەتلەندۈرىمەن. بىر قانچە ھەپتە، بىز كۈلدۈرگە ئىپادىسى ئورۇنلاشتۇردۇق، مەسىلەن، چۈشەندۈرۈش ئۇسسۇلى (بىر خىل مەنىلىك ئۇسۇل)، يىپنىچا ئارتقان خاسىيەتلىك ئادەم شۇنداقلا مۇبالىغىلەشتۇرۇۋېتىلگەن خاتىرە كومپيۇتېر قاتارلىقلار، بۇلار قەرەللىك يىغىلىشىمىزنى تېخىمۇ ئالاھىدە قىلىدۇ.

قەرەللىك يىغىنغا قاتنىشىدىغان كونا خىزمەتچىلەر بارغانسېرى ئازلاپ كەتتى. ئىنژېنېرلار ئۇلار بىلىشكە تېگىشلىك نەرسىلەرنى بىلىپ بولىدى، شۇ سەۋەبتىن ئۇلار ئۈچۈن جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىن ۋاقىت ئىسراپ قىلغانلىق. قەرەللىك يىغىن ئۇلارنى يېتەرلىك جەلپ قىلالمىدى، بۇ لارى بىلەن سېرگېينىڭ دىققىتىنى تارتتى. جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىنىڭ مەقسىتى پۈتكۈل شىركەتنىڭ تېخىمۇ ئىتتىپاقلىشىپ ھەمكارلىششى ئۈچۈن، بىراق شىركەتنىڭ مەدەنىيىتى ئەكسىچە چارلى پىشۇرغان تورتقا ئوخشاش، بىر قەۋەت بىر قەۋەت ھالدا ئۆز ئالدىغا باشباشتاقلىق قىلماقتا.

ئىككى قۇرغۇچى نوپۇزلۇق ئىنژېنېرلارنىڭ قەرەللىك يىغىنغا قاتنىششى ئۈچۈن ئۇلارغا خوشامەت قىلمىدى. ھەر يىلى 12-ئايدا، لارى بىلەن سېرگېي جۈمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىلىشتا بارلىق ئىشچى-خىزمەتچىلەرنى «ھەيران» قالدۇرىدۇ، ھەر بىرەيلەنگە 1000 دولار يىللىق نەق پۇل مۇكاپات تارقىتىدۇ. 2003-يىلى مۇكاپات تارقىتىشتىن 3 كۈن ئىلگىرى، لارى بىلەن سېرگېي مەندىن قانداق ياخشى ئامالىم بارلىقىنى سورىدى. مەن ئامېرىكا زەيتۇن تۇپ «دەرىجىدىن تاشقىرى لوڭقىسى» مۇسابىقىسىنىڭ تېلېۋىزىيە

ئېلان فىلمى ئىشلەش تەكلىپىنى بەردىم، ئەلۋەتتە ساختا، بىز ئەلۋەتتە بۇنداق قىممەت ئېلاننى بەرمەيمىز. بىز دائىم تور شىركەتلىرىنىڭ بەتخەجلىك قىلمىشلىرى شۇنداقلا ئۇلارنىڭ ئامما‌ۋى ئېلانلىرىنى مەسخىرە قىلىدىغانلىقىمىزنى ئويلاشقاندا، بۇ ئېلانغا ئىشىنىدىغان كىشىلەر ئانچە كۆپ بولماسلىقى مۇمكىن، بىراق كۆپچىلىكنىڭ ئىنكاسىنى كۆرۈپ باقساقمۇ بولىدۇ.

مەن ئېلان فىلمىنىڭ سەھنە ئەسىرىدىن بىرنى يېزىپ، ئۇنى بازارچىلىق بۆلۈمىدىكى بىر خىزمەتدىشىم دېلىشىيا خېيۇدۇقا تاپشۇرۇپ بېرىپ، ئۇنى ئىشلەشكە مەسئۇل قىلدىم. 48 سائەتتىن كېيىن، ئۇ پۈتتۈرگەن ئېلان فىلمىنى ئېلىپ كەلدى، بىز ئىككىنچى كۈنلا ئىشلىتەتتۇق. بىر ئابزاس قىسقا دوملىما خەتلىك چۈشەندۈرۈشتىن كېيىن، مۇدىرىيەت ئەزالىرىنىڭ ئىسمى كۆرۈندى، ئاندىن ئال گور (Al Gore) سەھنىگە چىقىدۇ، چىرايى سەمىيمىلىك بىلەن تولغان بولۇپ، قۇتراتقۇلۇق بىلەن مۇنداق سورىدى: «سىز جاۋابنى ئىزدەۋاتامسىز؟ Google.com سىزگە يارەملىشىپ تېپىپ بېرىدۇ. » سەل تۇرۇۋالغاندىن كېيىن، گور يەنە مۇنداق سورىدى: «بۇ بەكلا كۆپتۈرۈۋەتكەنلىكمۇ؟» باشقا Google خىزمەتچىلىرى پەردا‌ز بىلەن سەھنىگە چىقتى، ئۇلارنىڭ ئارىسىدا ئاشپەز ئۇستام چارلى ۋە كىشىنى جەلپ قىلىدىغان ئالدى سۈپا مۇلازىمەتچىسى مېگانمۇ بار. مېگان ئالدىغا سەل ئىگىلىپ، بوش ئاۋازدا: «سىز بىرەر نەرسە ئىزدەۋاتامسىز؟ ياخشى ئىزدىگۈچ لازىممۇ؟» ئۇچىسىغا Pets.com نىڭ جىلىتكىسىنى كىيگەن يەنە بىر مېھمانمۇ بىرلىكتە سەھنىگە چىقتى. سىن قويۇلغاندا، Google خىزمەتچىلىرى كۈلۈپ تېلېفىپ كەتتى. قويۇپ بولغاندىن كېيىن، سېرگېي بىز قارار قىلىپ بولدۇق، تېلېۋىزىيە ئېلانى ئۇچۇن پۇل خەجلىمەيمىز لېكىن Google خىزمەتچىلىرىنىڭ ئارىسىدا پۇل تارقىتىمىز دەپ جاكارلىدى. بۇ گەپ چىققاندىن كېيىن، تۇيۇقسىز ئاخىرىدا، كۆپچىلىككە تارقىتىدىغان نەق پۇل بەك كۆپ بولۇپ كەتكەنلىكتىن، بىرونېۋىنك ۋە تولۇق قورالانغان ساقچىلار توشۇش ۋە قوغداشقا يارەملىشىپ، تارقىتىپ بولغۇچە تۇردى.

2003-يىلى، مالىيە نەتىجىسىدە خۇش خەۋەرلەر ئۇزۇلمىدى. جۇمە كۈنىدىكى قەرەللىك يىغىندا شىركەتنىڭ مالىيە ئەھۋالىنى نامايان قىلىدىغان تام تەسۋىرده، ھەر تۈرلۈك كۆرسەتكۈچلەر ئۇدا ئۆرلىدى. 6-ئايدا، ھەر بىر پاي باھاسى 10 دوللارغا يەتكەندە، مۇدىرىيەت پاي تارقىتىشنى قارار قىلدى.

ئەلۋەتتە، بىز يەنلا رىقابەتكە دۇچ كېلىمىز، ئەمما بىزنىڭ يېتەرلىك غەيرىتىمىز بار. گەرچە Overture 2-ئايدا ئىزدەش موتورى شىركىتى FAST نى سېتىۋېلىپ بىز بىلەن رىقابەتلەشكەن بولسىمۇ، ئەمما ئۇلار يەنلا بىر قەدەم كەينىدە قالدى. Yahoo شىركىتى 7-ئايدا 1.3 مىليارد ئامېرىكا دوللىرى باھا بىلەن Overture نى سېتىۋالدى، گەرچە بىز ئانچە خۇشال بولمىساقمۇ، ئەمما ئانچە تاسادىپىيلىق ھېس قىلمىدۇق. Overture ئىلگىرى بىزنى ئېلان تارقىتىش پاتېنتىغا دەخلى-تەرۇز قىلدى دەپ ئەرز قىلغان پاتېنت ھوقۇقى Yahoo غا تەۋە بولدى، بۇ ئۇزۇن ئۆتمەي ئەڭ چوڭ خېرىدارىمىزدىن بىرى بىلەن سوتتا كۆرۈشىدىغانلىقىمىزدىن دېرەك بېرىدۇ. ئىشلارنىڭ ئەھۋالى بارغانسېرى ئېنىقلاشتى، Google تەرەققىي قىلىپ بەكلا زورىيىپ كەتتى، تەھدىت كۈچى بەكلا زور، Yahoo نىڭ تەمىنلەش سودىگىرى بولۇشنى داۋاملاشتۇرالمايدۇ. ئۇلار چوقۇم بىز بىلەن رىقابەتلىشىدۇ، رىقابەتلىششىتە، ئۇلارنىڭ ئۆزىنىڭ ئىزدەش تېخنىكىسى بولۇشى كېرەك.

ئادەمنى تېخىمۇ ئەنسىرىتىدىغىنى، مىكروسوفت ئىزدەشنىڭ كۈچىنى تونۇپ يەتتى. 2003-يىلى 2-ئايدا، مىكروسوفت Windows بۆلۈمىنىڭ مۇئاۋىن لىدېرى جىم ئالچىن «سىياتىل ۋاقىت گېزىتى» نىڭ زىيارىتىنى قوبۇل قىلغاندا دېيىشچە:

«Google ئىنتايىن قالتىس بىر سستېما، ئەمما بىزنىڭ تەسەۋۋۇرىمىز بىلەن سېلىشتۇرغاندا، ئۇنى تىلغا ئېلىشقا ئەرزىمەيدۇ. »

مكروسوفتنىڭ Google غا ئېلىپ كەلگەن تەھدىتى ھەقىقىي ئىدى. ئەگەر جىم ئالچىن يېقىندا ئېلان قىلىدىغان يېڭى نەشرىدىكى Windows سىستېمىسىدا ئىزدەش ئىقتىدارىنى سىڭدۈرۈۋەتسە، ئۇنداقتا كىشىلەر تورکۆرگۈدىكى Google دىن ئىزدىشى ھاجەتسىز. Wonfows ئىشلەتكۈچىلىرىنىڭ دۇنيانىڭ ھەممىلا يېرىگە تارقالغانلىقىنى ئويلاشقاندا، بىزنىڭ تور ئېقىمىمىز ناھايىتى تېزلا تۆۋەنلەپ كېتىدۇ. تور ئېقىمى بولمىسا، ئېلان سانى ئازلايدۇ، Google نىڭ كىرىمىمۇ تەھدىتكە ئۇچرايدۇ.

«بىز يا سىلەرنى سېتىۋالمىز، يا سىلەرنى يوقىتىۋېتىمىز!» بۇ مكروسوفتنىڭ ئۇلارغا تەھدىت شەكىللەندۈرگەن ئىگىلىك تىكلەش شىركەتلىرىگە تاقابىل تۇرىدىغان تەدبىرى. Google سېتىلمايدۇ، دۆتلىشىپ مكروسوفت بىلەن ھەمكارلىشىدىغان ھالغىمۇ چۈشۈپ قالمايدۇ، ئۇلار بىلەن ھەمكارلاشقانلىق تېخنىكىمىزنى ئاشكارىلاش بىلەن باراۋەر، ئاندىن ئۇلار تەييارغا ھەييار بولۇپ ئاخىرىدا بىزگە تاقابىل تۇرىدۇ.[57] كارخانا تەرەققىياتىغا مەسئۇل بىر خىزمەتدىشىمنىڭ ماڭا دەپ بېرىشىچە، مكروسوفتنىڭ ئادەتتىلەنگەن نەيرىڭى شۈكى، ئالدى بىلەن يېڭىدىن ئىگىلىك تىكلىگەن شىركەتلەرگە يېقىنلىشىپ، ئۇلارنىڭ يېغىنى سىقىدۇ ئاندىن بىر تەرەپكە تاشلۇۋېتىدۇ. ئۇلار بۇنداق ئىشلارنى قىلىشقا بەكلا پىشقان، ئالدى بىلەن ئەۋزەل شەرتلەرنى تەمىنلەپ بۇ شىركەتلەرنى تەرەققىي قىلدۇرىدۇ، ئەمما ئەمەلىيەتتە ئۇلار تىزگىنلىنىدىغان تەتقىقات مەركىزىگە ئايلىنىپ قالىدۇ. مكروسوفت ئاشۇ ئىگىلىك تىكلەۋاتقان شىركەتنىڭ ئەڭ چوڭ خېرىدارىغا ئايلىنىدۇ، شۇنىڭ بىلەن ئۇلارنىڭ تەرەققىيات يۆنىلىشىنى ئىگىلەيدۇ، بەلكىم يەنە غەيرى رەسمىي تېخنىكىلىق ياردەم بىلەن تەمىنلىشىمۇ مۇمكىن، ئاندىن ھەر ئىشنىڭ يولى بىلەن مەزكۇر شىركەرنىڭ بىلىم مۇلۇك ھوقۇقىغا ئىگە پىروگراممىا كودلىرىنى كۆرۈشنى تەلەپ قىلىدۇ.

مكروسوفت بىزگە كۆزىنى تىككەن ۋاقىتتا، لارى بىلەن سېرگېي مۇدىرىيەتتىكىلەر بىلەن سۆھبەتلىشىپ، ئاندىن ئاخىرىغچە تىركىشىدىغانلىقىنى قارار قىلغان. گەرچە بىز ئازراق ئەنسىرىسەكمۇ، ئەمما ھۆدۈقۇپ كەتمىدۇق. ھايات قېلىش ئۈچۈن، Intuit شىركىتى (مالىيە باشقۇرۇش يۇمشاق دېتالى تىجارىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان شىركەت)، ئامېرىكا لىنىيەسى ۋە ئورىكول (Oracle) شىركىتىگە ئوخشاش گىگانت ئادەم مكروسوفت بىلەن يۈزمۇ-يۈز تۇتۇشۇش ئۈچۈن، بىز يادرولۇق كۇچىمىزگە مەركەزلەشتۈرۈشىمىز كېرەك: ئىزدەش سۇپىتى، ئۇنىۋېرسال ئېلان تورى شۇنداقلا مەزمۇن يېتەكچىلىك خاراكتېرىدىكى تېخنىكا. بىراق بۇ تەدبىرنى ئەمەلىيلەشتۈرىدىغان ھالقىلىق ئامال، بىز ئىگىلىك تىكلىگەن دەسلەپكى مەزگىلدە ئىزچىل قوللىنىپ كېلىۋاتقان: داۋاملىق ئىنۋېنېرلارنى تەكلىپ قىلىپ قالتىس ۋەزىپىلەرنى تاماملاش.

ئالدى بىلەن، بىز مكروسوفتنىڭ ئۇلىمىزنى كولىشى، ئۇلارنىڭ بىز تاپقان مۇنەۋۋەر ئىختىساسلىقلارنى جەلپ قىلىپ كېتىشىدىن ساقلىنىشىمىز كېرەك. بۇ نۇقتىنى قىلىش سەل تەس، چۈنكى پاي چېكى قەرەللىك ھوقۇقىنى ئەڭ دەسلەپكى بىر تۈركۈم ئىنۋېنېرلارغا تارقىتىپ بەردۇق، ئۇنىڭ ئۈستىگە Google نىڭ ھازىرقى ئاپپاراتى بەك چوڭ، بىيۇرۇكرات تەرەپبازلىق گەۋدىلىك، بىراق، كىشىنى خاتىرجەم قىلىدىغىنى، زور كۆپچىلىك ئىنۋېنېرلار مكروسوفتقا بېرىپ ئىشلەشنىڭ ئۇنچە پايدىسى بار دەپ قارىمايدۇ. سىندى مەندىن قانداق قىلغاندا قۇرۇلۇش بۆلۈمىگە تېخىمۇ كۆپ ئىختىساسلىق خادىملارنى تەكلىپ قىلغىلى بولىدىغانلىقىنى سوردى، ئۇ بىزنىڭ ئىشلەتكۈچى ئوبرازىمىزنى يۇقىرى كۆتۈرۈش ئۈسۈلى ئارقىلىق تەكلىپ قىلالىشىمىز مۇمكىن دەپ ئويلاپتۇ. بىز ئىنۋېنېر قوبۇل قىلىدىغان ئېلاننى تارقاتتۇق، ئەمما ئىشلەتكۈچىلەر بۇ ئېلاننى كۆرەلەيدۇ، ئۇ ئىشلەتكۈچىلەر ئۆزىنىڭ باشقىلارنىڭ سۆزلىشىشىنى ئوغرىلىقچە ئاڭلاۋاتقانىدەك ھېس قىلىدۇ، ئەگەر ئىشلەتكۈچى ئۇزى Google نى بايقاش جەريانىدىن خۇشاللىق تاپسا، ئۇنداقتا بۇ خىل ۋاستىلىك قاتنىشىدىغان تۈيغۇنىڭ ماركىغا شەكىللەندۈرىدىغان تەسىر كۈچى بۇۋاستە ئىشلەتكۈچىگە قارىتىلغاندىن تېخىمۇ چوڭقۇر بولىدۇ. بۇ ئىدىيە قالتىس ئىكەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇنى كىمنى ئىزدەپ ئەمەلگە ئاشۇرۇشنى بىلمەن.

[57] لارى ئىلگىرى ماڭا ئاممۇى ئاڭلىتىشتا پاي چېكى سېتىۋېلىش بەلگىسىنى ئۆزگەرتىشنى دېگەن بولۇپ، ئۇ Google نى «تېخنىكا شىركىتى» دېمەسلىكنى ئەسكەرتكەن. ئۇ مكروسوفتقا بىزنىڭ ئىزدەشتىن باشقا تېخىمۇ ئۇلۇغۋار پىلانىمىزنىڭ بارلىقىنى ھېس قىلدۇرماسلىقنى ئويلىغان.

ئىنژېنېر قوبۇل قىلىدىغان يېڭى ئىدىيە

2002-يىلى يىل ئاخىرى، مەن ئېلخەتتە يوللانغان بىر تەشۋىقات ۋاريانتىنى تاپشۇرۇۋالدىم، ئۇنىڭدا ئېلان ۋە ئاممىۋى مۇناسىۋەت تەشۋىقاتى بىرلەشتۈرۈلگەن كەسمە رەسىم بولۇپ، مەقسىتى BMW شىركىتىنىڭ مىنى كۇپېر (mini cooper) ئاپتوموبىلىنى كۆچەپ سېتىش ئىكەن، بۇ تەشۋىقات ۋاريانتى ئىنتايىن يۇمۇرلۇق ئىشلەنگەن ئىكەن. مەن بۇ تەشۋىقات ۋاريانتىنى ئەۋەتكەن ئېلان ۋاكالەتچى شىركىتىگە بىر پارچە ئېلخەت يېزىپ، بىز ئاپتوموبىل سېتىۋالمايدىغانلىقىمىزنى، بىراق ئەگەر ئۇلار سان فرانسىسكونىڭ دېڭىز ساھىلى رايونىدا بولسا، مەن ئۇلار بىلەن سۆھبەتلىشىشنى خالايدىغانلىقىمنى ئېيتتىم. ئالاھەزەل ئىككى يىلدىن كېيىن، مەن لارري بىلەن سېرگېيىنى قايىل قىلىپ، بۇ ئېلان شىركىتى كىرىسپىن (Crispin Porter+Bogusky) نى Google غا كېلىپ مەخپىي پىلانىمنى ئىجرا قىلدۇرۇم، ئىنژېنېر قوبۇل قىلىش بايرىقى بىلەن ئىشلەتكۈچى ماركا قۇرۇلۇش پائالىيىتى ئېلىپ بارىدۇ. مەن لارري بىلەن سېرگېيغا مەخپىي پىلانىنىڭ مەزمۇنىنى ئاشكارىلىمىدىم، پەقەت ئۇلارغا بىر ئېلان شىركىتىنى تەكلىپ قىلىدىغانلىقىمنى ئېيتتىم، ئۇلار بىزگە ھەمكارلىشىپ تېخنىك ئىختىساس ئىگىسى تېپىشقا يارىدەملىشىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە بۇ دەل ئۇلارنىڭ ئىنتىزار بولۇۋاتقىنى ئىدى.

ئىنژېنېرلارغا قارىتا ئېلان ئىشلەش سەل قول تۇتىدىغان ئىش. ئۇلار ئۆزلىرىنى تەشۋىق قىلىشنى ياقتۇرمايدۇ، مەن كىرىسپىن شىركىتىدىكىلەرگە مۇنداق دېدىم، ھەر قانداق كىشى سىلەرنىڭ بىز ئۈچۈن ئىشلەۋاتقانلىقىڭلارنى بىلىسە بولمايدۇ، ھەمدە Google خىزمەتچىلىرىگە «ماركا قۇرۇلۇشى» دېگەن سۆزلەرنى تىلغا ئېلىشقا بولمايدۇ. لېكىن، مەن ئۇلارغا يەنە، ماڭا Google نىڭ دۇنيادىكى ئەڭ ياخشى ئىزدەش موتورلۇق ئورنىنى مۇستەھكەملەيدىغان پىلان كېرەكلىكى، چۈنكى بىزدە بۇ ساھەدىكى ئەڭ مۇنەۋۋەر ئىنژېنېرلار ئىجاد قىلغان ئەڭ ياخشى تېخنىكىمىز بارلىقىنى ئېيتتىم.

كىرىسپىن شىركىتى بىر كىچىك گۇرۇپپا ئەۋەتىپ، بىر كۈن ۋاقىت سەرپ قىلىپ شىركەتنىڭ ھويلىسىدا نوپۇزلۇق ئىنژېنېرلار بىلەن سۆھبەتلەشتى. بىر قانچە ھەپتىدىن كېيىن، ئۇلار قايتىپ كەلدى، بىز ئۈچۈن قالتىس ئىجادىي پىلان لايىھەسىدىن بىرنى كۆرسەتتى. ئۇلار ھەقىقىي Google بەلگە ئىزنىكى ياساپتۇ، ئالدى يۇزىدە Google ئىنژېنېرىنىڭ رەسمى، ئارقا يۇزىدە ھەل قىلىشنى كۈتۈپ تۇرغان كود قىسىنچىلىقى، ۋاقتى كەلگەندە بۇ ئىزناكلار تاپشۇرۇۋالغان تەرجىمھاللار بىلەن بىللە ئادەم كۆچى بايلىقى بۆلۈمگە يەتكۈزۈلىدۇ. ئۇلار ئەڭ ئالىي تەبىئىي پەن ئىنستىتۇتلىرىغا بۇ ئىزناكنى تارقىتىشنى پىلانلىغان.

ئۇلار يەنە Google نى «سىمپسون ئائىلىسى» دېگەن كارتون فىلىمدە چىقىرىشنى پىلانلاپتۇ.[58]

ئۇلار يەنە بىر ئېلان تاختىسى ياساپتۇ، ئۇستىدە پەقەت .com بىلەن ئاخىرلاشقان ماتېماتىكىلىق تەڭلىمە بار بولۇپ، تۇغ، بەلگە يوق. تەڭلىمىنىڭ جاۋابىنى يېشىپ، تور ئادرېسى سۈپىتىدە تورکۆرگۈگە كىرگۈزگەن كىشى يەنە بىر ئەقىل سىناشنى كۆرىدۇ، بۇ ئىش تاكى Google خادىم قوبۇل قىلىش بېتىگە كىرگۈچە داۋاملىشىدۇ.

[58] مەن «سىمپسون ئائىلىسى» نىڭ ئىجادىيەتچىسى بىلەن سۆھبەتلىشىپ لارري بىلەن سېرگېينىڭ فىلىمدىكى پېرسۇناژلارغا ئاۋاز بېرىش ئىشلىرىنى مەسلىھەتلەشتىم، بىراق ئۇ بۇنىڭدىن سەل ئەنسىرەپ قالدى. مىكروسوفتمۇ ئىلگىرى مۇشۇنىڭغا ئوخشاش تەلەپنى ئوتتۇرىغا قويغان، شۇنداقتىمۇ، بىل گەيتىس كارتون فىلىمدىكى ئەر باش قەھرىمانىنىڭ ئىگىلىك تىكىلەش ئارزۇسىنى دەپسەندە قىلغان قىلىپ تەسۋىرلەنسە ھەمدە «بىر دۆۋە چەك يېزىپ بەرگەن تەقدىردىمۇ مېنى باي قىلۇېتەلمەيدۇ» دەيدىغان پىرسوناژ بولسا، مىكروسوفت پەقەت خۇش بولمايدۇ.

ئۇلار بىر يۇرۇش باسما ئېلان ياساپ، ئۇستىگە ئوخشاش بولمىغان كىچىك رەسىمدىن Google شىركىتىنىڭ بىناسىنى شەكىللەندۈرۈپتۇ، ئۇ يەردە ئاپتوموبىل توختىتىش، فاكس تارقىتىش، ئاپتوماتىك نەرسە-كېرەك سېتىۋېلىش ماشىنىسىدىن ئىبارەت سېتىۋېلىش قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسىدە مۇرەككەپ ئەقلىي مەسىلىلەرنى ھەل قىلىدىكەن. ئۇلار ئېلانىنى كۆرگەن كىشىگە جاۋابى بىلەن قوشۇپ خىزمەت ئىزدەش ئىلتىماسىنى بىللە ئەۋەتىش تەكلىپىنى بېرىپتۇ.

ئۇلار «Google تەجرىبىخانىسى» نى خادىم قوبۇل قىلىش خىزمىتىمىزنىڭ يېڭى ماركىسى قىلىشنى پىلانلاپتۇ، مەقسىتى بىزنىڭ قىلۋاتقان ئىشىمىزنىڭ پەقەتلا ئىزدەش ئەمەسلىكىنى تەكىتلەش ئىكەن، چۈنكى بىزنىڭ نىشانلىق خېرىدارلىرىمىزدىن نۇرغۇن كىشى ئىزدەش تېخنىكىسى ئاللىبۇرۇن پىشىپ يېتىلدى دەپ قارايدىكەن. قارىماقتا تېخىمۇ گەۋدىلىك بولۇشى ئۈچۈن، ئۇلار قولدا يېزىلغان Labs نى كۆرسەتكۈچ قىلىپ، Google ئىزنىكىنىڭ ئوڭ ئۈستىگە جايلاشتۇرۇپتۇ.

ئۇلار تەكلىپ بېرىپ «Google تەجرىبخانىسى ئىقتىدار سىناش» (Google Labs Aptitude Test) نى «پەن-تېخنىكا»، «ماسسا چوستېس تەبىئىي پەنلەر ئىنستىتوتى تېخنىكا ئەسلىمىسى» قاتارلىق ئىلمىي ژۇرناللارغا قىستۇرۇش تەكلىپىنى بەردى.

لارى بىلەن سېرگېي قارشى تۇرمىدى. ئەمەلىيەتتە، ئۇلار ئىنتايىن قىزىقارلىق ھېس قىلدى. ئۇلار بىر قانچە لايىھەنى رەت قىلدى، ئۇنىڭ ئىچىدە بىر بۆلەك تەشۋىقات سىنى بار. بۇ سىننىڭ باش تېمىسى «ئارقىسىدىن قوغلاش» بولۇپ، Google نىڭ خادىم تەكلىپ قىلغۇچىلىرى نەيزە ۋە تور خالتىسىنى ئېلىپ توختىماي قوغلاپ قاتتىق يۈگرەپ، باشقا شىركەتلەردىن قۇرۇلۇش تېخنىكا خادىملىرىنى ئوۋلايدۇ. بۇ خىل ئوبراز ئانچە شەرەپلىك ئەمەس.

ئىككى ئىگىلىك تىكلىگۈچىنىڭ قايتۇرما ئىنكاسىنىڭ ئاساسىي مەقسىتى شۇكى: «بىز ئاخىرىدا تەكلىپ قىلمىغان كىشىلەرگە زەربە بولۇپ قالىدىغان ئىشلارغا دىققەت قىلىشىمىز كېرەك، ئەگەر ئۇلار ئەقىل سىناش سوئاللىرىنى يېشەلمىگەن بولسىمۇ، ئۇلارنى ھاقارەتلىسەك بولمايدۇ. » قېيقالغان قىسمىغا نىسبەتەن، لارى بىلەن سېرگېي مېنىڭ داۋاملاشتۇرۇشۇمغا قوشۇلدى، بۇ مېنى يوشۇرۇنچە خۇش قىلىۋەتتى، مەن مەملىكەتتىكى دەمىغى ئۈستۈن ئېلان سودىگىرى بىلەن ئېلىپ بارغان ماركا قۇرۇلۇش لايىھە پىلانىنى بارلىق بازارچىلىق پائالىيەتلىرىدىن بىزارلىق ھېس قىلدىغان ئىككى ئىگىلىك تىكلىگۈچىگە تەۋسىيە قىلدىم، ئەلۋەتتە بۇنىڭغا 4 يىل ۋاقىت سەرپ قىلدىم، ئەمما مەن ئاخىرى Google دا بازارچىلىقنى قانداق ئېلىپ بېرىش يولىنى تېپىۋالدىم.

پۈتكۈل لايىھەنىڭ ئەمەلىيلەشتۈرۈلۈشى ئاساسەن مۇكەممەل ئىدى، ئېلان شىركىتىدىكى كەسىپي خادىملار تېخنىكا بىلىمىنى چۈشەنمىگەچكە، بىز ئىشلەتكەن زور كۆپ قىسىم ئەقىل سىناش سوئاللىرىنىڭ ھەممىسىنى كۆرتىس چېن ۋە خۇاڭ ۋېيخۇا (黄炜华) (ئۇ دۇنيا سۈرەت جېسىلاش لەۋھە تالىشىش مۇسابىقىسىدا 4 قېتىم چېمپىيون بولغان) بۇ ئىككى Google ئىنژېنېرى يازغان. مەنمۇ بىر كىشىلىك كۆچ قوشتۇم.

«بىر كۈپلىت قىسقا شېئىر يېزىپ، ئىزدەش ئېقىمىنىڭ پەسىللىك ئۆزگىرىشىنى مۆلچەرلەشنىڭ مۇمكىن بولغان سەۋەبىنى تەسۋىرلەڭ. » بۇ مېنىڭ بىر تەكلىپىم.

«مەقسەتلىك قالدۇرۇلغان بوش ئورۇنلارنى نېمە ئارقىلىق گەۋدىلەندۈرۈش كېرەك. » بۇ مېنىڭ يەنە بىر تەكلىپىم.

خۇاڭ ۋېيخۇا ئوتتۇرىغا قويغان بىر مەسىلە: 3 خىل رەڭ ئارقىلىق 12 يۈزلۈك جىسىمغا رەڭ بەرگەندە، ھەر بىر يۈزىگە بىر خىل رەڭ ئىشلىتىلسە، جەمئىي قانچە خىل ئوخشىمىغان ئۇسۇل بار؟ مەن بۇ مەسىلىگە مۇنداق تولۇقلىدىم: «سىز قايسى رەڭنى تاللايسىز؟» ئۇنىڭدىن باشقا، مېنىڭ تەكلىپىم ئاشپەز چارلى، «يامانلىق قىلماسلىق» شۇنداقلا مېنىڭ كىچىك ۋاقتىمدا ئويناپ باققان بىر خىل كومپيۇتېر ئويۇنىغا چېتىلىدۇ، ئۇنىڭ ئىچىدە نۇرغۇن ئەگرى-بۈگرى يوللار بار.

2004-يىلى، بىز ئوتتۇرىغا چىقارغان بۇ يېڭى پىلان، تاراتقۇلارنىڭ زور قىزىقىشىنى قوزغىدى. ئامېرىكا دۆلەتلىك ئاممىۋى رادىيو ئىستانسىسى، ئامېرىكا رادىيو ئىستانسىسى، ئامېرىكا سىملىق خەۋەرلەر تورى، «ۋال كوچىسى گېزىتى»، «60 مىنۇت» خەۋەر پىروگراممىسى شۇنداقلا ئامېرىكا بىرلەشمە ئاگېنتلىقى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى بىزنى داغدۇغىلىق ھالدا ئىجابىي خەۋەر قىلىپ، بىزنىڭ تەسىر دائىرىمىزنى زور دەرىجىدە كېڭەيتتى. ھەتتا ئۆزىمىزنىڭ ئىنژېنېرلىرىمۇ خىزمىتىمىزنىڭ ئىنتايىن قىزىقارلىق ئىكەنلىكىنى ماختىدى، ئۇنىڭ ئۈستىگە Google نىڭ ئۇسلۇبىغا ئىگە، بىز تەسىس قىلغان مەخسۇس ئېلخەت ساندۇقى 4000 پارچىدىن ئارتۇق خادىم تەكلىپ قىلىش ئىلتىماسىنى تاپشۇرۇۋالدى. كىچىككىنە بىر تاسادىپىيلىقتىن سىرت، ھەممە ئىش ئارزۇيۇمىزدىكىدەك ئېلىپ بېرىلىۋاتاتتى.

بىز خادىم تەكلىپ قىلىش ئېلانى ئارقىلىق قوبۇل قىلغان ئىنژېنېر پەقەت بىر نەپەر.

قەغەزنى ۋاستە قىلىپ «Google تەجرىبخانىسى ئىقتىدار سىناش» جەدۋىلىنى تاپشۇرغان ئىلتىماس قىلغۇچىلارنىڭ سانىنى ئىز قوغلاشقا ئامالسىز، ئېلان جەلپ قىلىپ نورمال بولغان jobs@google.com يولى ئارقىلىق ئېلخەت يوللاپ خىزمەت ئىزدىگەنلەرنىمۇ بىلىشكە ئامالسىز. ئەڭ ئاخىرى تەكلىپ قىلىنغان ئادەم سانى ئەسلىدە تېخىمۇ كۆپ بولۇشى مۇمكىن، بىراق مەندە ئۇنى ئىسپاتلايدىغان سانلىق مەلۇمات يوق. ماركا قۇرۇلۇشى ئالاھىدە ئۇنۇملۇك بولدى، خادىم تەكلىپ قىلىش خىزمىتى ئانچە ياخشى ئىشلەنمىدى.

خادىم تەكلىپ قىلىش خىزمىتىگە مەسئۇل بولغان قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ باش نازارەتچىسى ئالان ئىئۇستاس ئانچە كۆڭلىگە ئېلىپ كەتمىدى، ئۇ ئىككىنچى يىلى يېڭىلانغان نەشرىدىكى پائالىيەتنى قانات يايدۇرۇشنى ئويلاپتۇ، ئۇرسىمۇ بۇ پىكىرنى ياخشى دەپ ھېس قىپتۇ. شۇغىنسىي، كارخانا تىجارىتىگە مەسئۇل يېڭى باشقۇرغۇچى بۇنداق قارىمىدى. خامچوت ئۇنىڭ بۆلۈمىدىن چىقىدۇ، بىراق ئۇ پەقەت پۈل چىقىرىشنى خالىمايدۇ. ئۇنىڭ نېمە ئۈچۈن «پۈتۈنلەي پۈل ئىسراپ قىلغانلىق» دەيدىغانلىقىنى چۈشىنىمەن، ئەمما شۇنداق دەپ ھېس قىلمايمەن.

ئۇ يىلى قېپقالغان ۋاقىتتا، گەرچە مەن ئىزچىل كىرىسپىن ئېلان شىركىتىنىڭ يەنە بىر قېتىم ماركا ئوبرازىمىزنى ئۆستۇرۇش ئىشىنى قىلسىكەن دەپ ئارزۇ قىلغان بولساممۇ ئەمما Google دا يەنە بىر قېتىم ئۆزگىرىش يۈز بەردى. بۈگۈنكى كۈندە، ئادەم بايلىقى بۆلۈمى كەسپىي خادىملارنى تەكلىپ قىلىشقا مەسئۇل، جوناسان روسېنبېرگنىڭ قول ئاستىدىكى مەھسۇلات بازارچىلىق باشقۇرغۇچىلىرى مەھسۇلاتنىڭ تەشۋىقات كېڭەيتىش ئىشلىرىغا مەسئۇل. مەن ماركا مەسلىسىدە تەكلىپ پىكىرنى ئوتتۇرىغا قويسام بولىدۇ ئەمما ئۇلار ئاخىرىدا ئەمەلىيلەشتۈرۈشكە مەسئۇل. مەھسۇلات بازارچىلىق باشقۇرغۇچىلىرى ئېلان ۋاكالەتچى سودىگەرلىرىنى تاللايدۇ، ئاساسلىقى خەلقئارا كەسىپلەرنى كېڭەيتىش ئۈچۈن، ئۇنىڭ ئۈستىگە خەلقئارا كەسىپ دەل كىرىسپىننىڭ ئاجىز تەرىپى.

جوناسان روسېنبېرگنىڭ قول ئاستىدىكى باشقۇرغۇچىلار ئەلۋەتتە، بىز توپلىغان ئىشلەتكۈچى سانلىق مەلۇماتلىرىمىزنى ئېلان ۋاكالەتچى سودىگەرلەرگە تەمىنلەپ ئالماشتۇرۇش سۈپىتىدە، ۋاكالەتچى سودىگەرلەر كۇنسېرى گۈللىنىۋاتقان ئىزدەش ئېلان بازىرىدىكى ئىچكى ئۈچۈرلارغا ئېرىشتى، بىراق بىز ئەرزان ئېلانغا ئېرىشتۇق، ھەتتا ئۆزئارا مەنپەئەت يەتكۈزۈپ ئورتاق پايدا ئېلىش دېيىشكىمۇ بولىدۇ.

مەن بۇ تەكلىپنى ئانچە ياخشى دەپ قارىمىدىم. مېنىڭ قارىشىمچە، ئىشلەتكۈچى سانلىق مەلۇماتلىرىنى

سېتىش ئارقىلىق تەننەرخنى تۆۋەنلىتىش ئاقىلانە تەدبىر ئەمەس، ئەمما ئەڭ كەسكىن قارشى تۇرغىنى مارىسسا. بۇ قېتىم مەن بىلەن مارىسسا ئىككىسىزنىڭ مەيداننىڭ بىر يەردىن چىقىشى كەمىدىن-كەم تېپىلىدۇ. ئىلگىرى، بىز ئۇسلۇب مەسلىسى سەۋەبىدىن گەپ تەگشىپ قىلىشىمىز ئۇزۇلمەيتتى، ئەمما بىزدە ئەزەلدىن ئىختىلاپ كۆرۈلمىگەن بىر نۇقتا، Google بىلەن ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ مۇناسىۋىتى مۇقەددەس بولۇپ دەخلى-تەرۇز قىلىشقا بولمايدۇ دەپ قارايتتۇق، ھەر قانداق ئىش ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ بىزگە بولغان ئىشەنچىسىگە زىيان يەتكۈزسە بولمايتتى. Google تەرەققىي قىلىش ئۈچۈن بىر تۈركۈم يېڭى باشقۇرغۇچىلارنى تەكلىپ قىلىشقا ئېھتىياجلىق، گەرچە ئۇلار ئەقىللىق بولسىمۇ بىراق بىزنىڭ يادرولۇق قىممەت قارىشىمىزنى ھەقىقىي قوبۇل قىلمىدى. مەھسۇلات باشقۇرغۇچىلارنى كاستىيۇمنى قاتۇرۇپ كىيۋالغان، نامى ئۇلۇغ خەلقئارا ۋاكالەتچى سودىگەرلەر جەلپ قىلىۋاپتۇ، ئەمما مەن ئۇنداق بولمايمەن. كىرىسپىن بىز ئۈچۈن سىناق خاراكتېرىدىكى بىر قىسىم پائالىيەتلەرنى قىلدى، بىراق خەلقئارا تەجرىبىسى يېتەرسىز بولغانلىقتىن ئاخىردا Google ئۇنى ئىشلەتمىدى. ئۇلار داۋاملىق ئالغا ئىلگىرىلەيدۇ[59]، مەنمۇ ئوخشاش.

[59] 2008-يىلى، كىرىسپىن شىركىتى مىكروسوفتنىڭ 300 مىليون ئامېرىكا دوللىرىلىق كەسپىنى قولغا كەلتۈردى، «مەن بىر كومپيۇتېر» دەيدىغان ئېلان پائالىيىتىنى پىلانلىدى.

يىگىرمە بەشىنچى باب
خاتالىق ئۆتكۈزۈش

2003-يىلى 10-ئايدا، سېرگېي مۇنداق جاكارلىدى: «نۆۋەتتە بىز دۇنيا دىققىتىنىڭ ئەڭ ئالدىدا تۇرۇۋاتىمىز، مۇنداقچە ئېيتقاندا ياخشى پۇرسەتلەر چەكسىز. بۇ ئەلۋەتتە كىشى ھەۋەس قىلىدىغان بىر ئورۇن، ئەمما غايەت زور بەدەل ۋە خەتەرمۇ ئۇنىڭغا سوڭدىشىپلا تۇرىدۇ. »

تەرەپ-تەرەپلەردىن كەلگەن تەلەپ ۋە مەسىلىلەرگە نىسبەتەن، بىزدە تاغ بېسىپ تۇرغانىدەك تۇيغۇ بولۇشى مۇمكىن، سېرگېي ئۆزىنىڭ بۇ قائىدىنى چۈشىنىدىغانلىقىنى بىزنىڭ چۈشىنىشىمىزنى ئويلايدۇ. ئۇ بىزنىڭ ھۆرۈن بولۇپ قالماسلىقىمىزنى، ئىزچىل ساقلاپ كېلىۋاتقان ئەۋزەللىك ئىقتىدارىمىزنى يوقىتىپ قويماسلىقىمىزنى ئويلايدۇ. ئۇ بىزگە مۇنداق دەيدۇ، ئىش قىلغانىدا ئىشنىڭ مۇھىملىق ۋە جىددىيلىك دەرىجىسى بويىچە ئايرىڭلار، تۈرنى ئېلىپ بارغاندا سۆرەلمىلىك قىلماڭلار، ئاقمايدىغان تۇرنى چوقۇم ئىنكار قىلىڭلار، باشقىلارنىڭ نەتىجىسىز ئىش قىلىشىدىن ساقلىنىڭلار، بىر قېتىم ئوقۇشقىمۇ ئەرزىمەيدىغان ئېلىخەت يوللىماڭلار. ئۇ يەنە ئۆزىمىزنىڭ سالامەتلىكى ۋە ئائىلىسىدىن ياخشى خەۋەر ئېلىشىمىزغا دەۋەت قىلىدۇ. ئۇ بىزگە كاپالەت بېرىپ، Google بىزنىڭ ھەم يۇقىرى ئۇنۇمدە ئىشلەش ھەم بەختلىك خۇشال بولۇشىمىزنى ئارزۇ قىلىدۇ.

11-ئاينىڭ ئاخىرى، مېنىڭ نامىمدىكى يېڭىدىن كۆپەيگەن پاي چېكىمنىڭ ھەممىسى ھېساباتىمغا كىردى، ئىنتايىن خۇشال بولدۇم. گەرچە مەن پەقەت تورداكى ھېساب خاتىرىلەش سىستېمىسىدىلا پاي چېكى سانىنىڭ قىممىتىدىن ھۆزۈرلانسامۇ، ئەمما ئۇلارنىڭ ماڭا تەۋە ئىكەنلىكىنى بىلەتتىم. ئاھ، خۇدا، بۇ راستىنلا چەكسىز ھۆزۈر! مېنىڭ Google دىن ئايرىلىش ئويۇم يوق، ئەمما ماڭا ئايانكى، ئەگەر ھەقسىزلا ئايرىلىدىغان تەقدىردىمۇ، ئوخشاشلا Google پاي بازىرىغا چىققاندىن كېيىن ئاز بولمىغان پايدىغا ئېرىشەلەيمەن، بۇ نۇقتا مەندە ئىزچىل بار بېسىمنى خېلىلا يېنىكلەتتى، ھەر كۈنى باغچە رايونىنى ئايلىنىپ پىيادە سەيلە قىلغاندا، خۇددى پۈتۈمنىڭ ئاستىغا پۈرژۈن ئورنىتۇالغاندەك قەدەملىرىم يېنىكلەپ قالدۇ.

مەن ئويلىنىۋاتىمەن: «ئەگەر ھەر بىر پاي 30 دوللارغا ئۆسسە، مېنىڭ بايلىقىم مانچە بولىدۇ، ئەگەر 40 دوللارغا ئۆسسە، ئۇنداقتا مانچە مانچە بولىدۇ. راستلا 50 دوللارغا ئۆسەرمۇ؟ Yahoo نىڭ پاي باھاسى نەچچە پۇلدۇ؟ ئاھ، خۇدا، ئەگەر بىر پاي 100 دوللارغا چىقسا، ئۇ چاغدا قانداق بولار؟ بىراق ئۇ مەڭگۈ يۈز بەرمەسلىكى مۇمكىن. » بۇ ئىنتايىن قىزىقارلىق بىر ئويۇن، ئىشخانىغا قايتىش يولىدا، مەن بار كۈچۈم بىلەن چىرايىمدىكى ئەخمەقلەرچە كۈلۈمسىرىگەن چىراي ئىپادىسىنى يوشۇردۇم، ئەمما تۇرۇپ-تۇرۇپ، ئۆزەمنى تۇتۇۋالالمىغان ھالدا چىرايىمدا ئاشۇ ھاڭۋاقتىلارچە تۇرقۇم كۆرۈنۈپ قالدۇ.

ئىشخانامۇ ئۆزگەردى. 2003-يىلى 7-ئايدا، Google نىڭ SGI شىركىتىنىڭ باش ئىشتابىنى سېتىۋېلىش ئىشىنىڭ تاماملانغانلىقى جاكارلىنىدۇ.

2004-يىلى 1-ئايدا، بازارچىلىق بۆلۈمى قۇرۇلۇش بۆلۈمىدىن كېيىن يېڭى بىناغا كۆچۈپ كىرىدۇ. جۇمە كۈنى نەرسە-كېرەكلىرىمنى يىغىشتۇرۇپ، دۇشەنبە كۈنى 41-نومۇرلۇق بىنادا ئىشقا چىقىمەن، 42-نومۇرلۇق بىنا قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ، ئەمما يېنىمىزدىكى ئاسما كۆۋرۈك ۋە پىيادىلار يولىدىن ئۆتسەكلا كىرگىلى بولىدۇ،

خۇددى ئامبار چاشقىنى ئۆيده ئۇياقتىن-بۇياقتا چېپىپ يۈرگەنگە ئوخشاش.

شىركەتنىڭ بازارچىلىق بۆلۈمىدىن تېخى كۆچمىگەن خادىملارمۇ ئانچە كۆپ ئەمەس. جوناسان روسېنبېرگنىڭ مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمى خەلقئارالاشتۇرۇش كەسپى گۇرۇپپىسى ۋە بازار تەكشۈرۈش گۇرۇپپىسىنى بىرلەشتۈردى، ئاللېگرا ۋە دىلان كەيسېي يەنىلا قول ئاستىمدا، ئاللېگرا ھازىر ئالاھىدە ھادىسىلەرنى ماسلاشتۇرغۇچى، دىلان ئىلگىرى ۋېلسپېتچى بولۇپ لەنس ئارمستروڭ بىلەن بىرلىكتە ئامېرىكا پوچتىسىغا ۋاكالەتەن مۇسابىقىگە قاتناشقان، ھازىر بىزنىڭ بازارچىلىق ماسلاشتۇرغۇچىمىز.

داۋىد كىرەيننىڭ ئاممىۋى مۇناسىۋەت گۇرۇپپىسىنىڭ كۆلىمى زورايدى، دۇنيانىڭ ھەر قايسى جايلىرىدىكى Google تارماق شىركەتلىرىنىڭ ھەممىسىدە ئۇلار ئەۋەتكەن ۋەكىللەر بار، تور باشقۇرغۇچى كارۇن ۋايتنىڭ قول ئاستىدىكى خادىملارنىڭ سانىمۇ ئىنتايىن كۆپ. ماركا قۇرۇلۇشى گۇرۇپپىسى تەرەققىيات قەدىمگە يېتىشەلەمدۇ يوق مەن ئانچە پىسەنت قىلىپ كەتمەيمەن، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئادەم باشقۇرۇش ئۆزى ئىش قىلغاندىن خېلىلا تەس. مەن قاراڭغۇ ئىشخانىدا ئولتۇرۇپ، تىڭشىغۇچنى تاقاپ، ماركامنى ئويلاشنى ياخشى كۆرىمەن، قانداق قىلغاندا ئۇنى تېخىمۇ كۆزنىڭ يېغنى يەيدىغان قىلشنى ئويلايمەن، مەھسۇلات باشقۇرۇش قوشۇنى تېز سۈرئەتتە مەھسۇلات بازارچىلىق باشقۇرغۇچىلىرىنى تولۇقلاۋاتىدۇ، ئۇلارنىڭ مەھسۇلات بۆلۈمىدە قىلىدىغان ئىشى بىلەن مېنىڭ ئىلگىرى قىلغان ئىشىم چوڭ جەھەتتىن ئوخشاش، مېنىڭ تەقدىرىممۇ ئوخشاش سۈرئەتتە ئۆزگىرىۋاتقانلىقىنى بىلىمەن، يا بۇ قوشۇنغا قوشۇلمەن، يا ئارتۇقلۇق سەۋەبىدىن قىسقارتىلىمەن، شىركەتنىڭ ھەر قايسى بۆلۈملىرى تەرەققىي قىلىۋاتىدۇ، ھەم ئۆزگىرىۋاتىدۇ، مېنىڭ ئارتۇقچە ئەندىشە قىلىشىم ھاجەتسىز، مەن ئۆزەمنىڭ خىزمىتىنى ياخشى كۆرىمەن، بىراق مېنىڭ قەرەللىك ھوقۇقۇم بار، ئۇنىڭ ئۈستىگە ھەممىسى ھېساباتىمغا كىردى.

يېڭى ئىشخانا رايوندا ئۈسكۇنىلەر تەل. مەن كىرگەن ۋاقىتتا، ئورۇندۇقتا «ئۆيگە قايتىپ كەلگىنىڭىزنى قارشى ئالىمىز» دەپ خەت يېزىلغان ياستۇق ھۆرمەت بىلەن كۇتۇپ تۇرغانلىقىنى كۆردۇم. بۇ يەردە قۇملۇق ۋالىبول مەيدانى، دوملىما توپ پائالىيەت رايونى، پاكىز كىيىم-كېچەك قويۇش ئۆيى، غايەت زور تاللا تاماقخانىسى، تاماقخانىنىڭ كۆلىمى جۈمە كۈنى قەرەللىك يېغىن ئېچىشقا ئىشلىتىدىغان يېغىن مەيدانىدىن ئىككى ھەسسە چوڭ، ئېچىدە زال ئىچى بالكونى ۋە سىرتتا كاۋاپ پىشۇرىدىغان ھويلىسى بار، ئۇنىڭدىن باشقا يەنە گۈللۈك بار، يان تەرەپتىكى چىملىقتا، ئۇچار تەخسە ئوينىغلى، پۇتبول تەپكىلى بولىدۇ ھەتتا يەنە سىرلىق بىر قەۋەت بىنا بار، ئۆگزىسى يانتۇ، دېرىزلىرىنىڭ شەكلى غەلىتە، بۇ ئۇ جايدىكى ئادۇوكات بۆلۈمىدىكى خىزمەتچىلەرنى زادى سىغىشالمىغانەك تەسىر بېرىدۇ. شۇڭلاشقا، ئۇلار دەرھال كۆچمە قاۋاقخانىدىن بىرنى ياسىدى، ھەمدە قەرەللىك ھالدا كوكتېل ھاربقى زىياپىتى ئېچىپ، كۆپچىلىكنىڭ دىققىتىنى بۇراپ تۇرىدۇ.

ھەر بىر قەۋەتتە تاتلىق-تۇرۇم ئۆيى، ئۈستەل ئۈستى پۇتبول تاختىسى، تىك-تاك توپ تاختىسى ۋە ئېلېكترونلۇق ئويۇنچۇقخانا بار. خىزمەتچىلەر قۇش قەپىزى ئېلىپ كەلدى ھەمدە نىقابلايدىغان توردا يېپىپ قويدى، eBay توردىن سېتىۋالغان ئەنئەنىۋى ئەنگلىيە ئۈسلۇبىدىكى قىزىل رەڭلىك تېلېفون بوتكىسىنى ئورناتتى، يەنە ئۇۋۇلاش ئورۇندۇقى، ئۇۋۇلاش ئۆيى ۋە توكىتا ئىسسىيدىغان ھاجەت ئورۇندۇقى، «ئالدى پىشاپنى يۇيۇش» ۋە ئىچىگە ئورنىتىلغان قۇرۇتۇش ئىقتىدارى بار يېپونىيە نۇسخىسىدىكى مىنمە ھاجەتخانا سەپلەندى. يېڭى بىنانىڭ ئېچىدە ھەمشە نۇرغۇن ئىككى چاقلىق توك ۋېلىسىپىت تىزىقلىق تۇرىدۇ، ئامىت پاتېل ياسىغان سىنمۇ قويۇلۇپ تۇرىدۇ: ئايلىنىۋاتقان يەرشارى، شۇئان سۈرۈشتۇرۇش رامكىسى يەرشارىدىن لەيلەپ چىقىدۇ، ھەر بىر سۈرۈشتۇرۇشنىڭ ھەممىسى كومپيۇتېر پىروگراممىا تۇزۇش تىلى ئارقىلىق ئوخشاش بولمىغان رەڭدە بەلگە قويۇلغان، بىز يەنە ناھايىتى چوڭ بىر ئاق دوسكا تەسىس قىلدۇق، ئاق دوسكىنىڭ ئالدىدىن ئۆتكەن ھەممە Google خىزمەتچىسى دۇنيانى تىزگىنلەيدىغان «Google مەخپىي پىلانى» نى يېڭىلىيالايدۇ، ئۇستىدىكىنىڭ ھەممىسى كوچا خەۋەرلىرى، ساختا مەھسۇلات، كارتون ھەجۈي رەسىم، قوش بىسلىق گەپلەر. مۇخبىرلار بەزىدە بۇ ئىشلارنىڭ راست ياكى يالغانلىقىنى سورايدۇ.

بۇ ھەقىقەتەن ئادەمنىڭ كۆلكىسىنى كەلتۈردۇ. ئەگەر ئۇ مەزمۇنلار راست بولسا، ئۇنداقتا بىز ھەرگىز ئۇلارغا كۆرسەتمەيمىز. بولۇپمۇ 2004-يىلى كىلەي دېگەندە، بىز پاي چېكىنى بازارغا سېلىشتا تەييارلىق قىلىۋاتقاندا. مەخپىيەتلىك شەخسىيەتكە بېرىلىپ كېتىش كىشىلەردە دائىم كۆرۈلۈپ تۇرىدۇ، بىز Google خىزمەتچىلىرىنىڭ سىرتىدىكى ھەر قانداق كىشىگە ئاشكارىلانمىغان ئىچكى ئىشلارنى تىلغا ئالمايمىز. راۋاجلىنىپ ئاخىرغا بارغاندا، ئىچكى خىزمەتچىلەرنىڭ ھەممىسى ھەتتا مەخپىيەتلىكى بار مەزمۇنلارنى سۆھبەتلەشمەيدۇ. قۇرۇلۇش بۆلۈمىنىڭ بىر قەۋىتىگە توساتتىنلا مەخسۇس ئىشىك كارتىسى بار كىشىلەرلا كىرەلەيدىغان قىلىپ قويۇلدى، خىزمەتچىلەر ھەزىل قىلىپ ئۇلار قېيىالمىغاچ ئىشلەيدۇ دەپ قويىدۇ. 2004-يىلغا بارغاندا، بارلىق ئۇچۇرلار ھەممە Google خىزمەتچىلىرىگە ئاشكارا بولىدىغان ئۇسۇل ئادەتتىكى ھالەت بولماي قالدى.

ئەسلىدە كۆپچىلىك ئەركىن زىيارەت قىلالايدىغان شىركەتنىڭ ئىچكى تورىنىمۇ چىڭ تۇتۇشقا باشلاش يۇزلىنىشى كۆرۈلدى. مۇلازىمېتىردا يۇز بەرگەن ئىشلارغا نىسبەتەن، ئىنژېنېرلار ھەمىشە ئىنتايىن قىزىققان ھالدا ئۇلار تاپالايدىغان ھەر قانداق پارچە-پۈرات ئۇچۇرلارنىمۇ يىغىدۇ، ئاندىن تەھلىل قىلىپ، «تەمىنى تەڭشەپ» مەززىلىك «كىچىك قورۇما» غا ئايلاندۇرۇپ، قايتىدىن شىركەتنىڭ ئىچكى تورىغا قويۇپ، بارلىق Google خىزمەتچىلىرىنىڭ ئىشلىتىشى ئۈچۈن تەمىنلەيدۇ. سانلىق مەلۇماتلارنىڭ ھەممىسى ئاتسىزلاشتۇرۇلۇپ بىر تەرەپ قىلىنىدۇ—مەسىلەن، يەككە سۈرۈشتۈرۈش نەتىجىسى ياكى IP ئادرېسىنى كۆرگىلى بولمايدۇ—ئەمما، ئىزدەش مىقدارى قانچىلىك، ئىزدەش مەنبەسى قايسى دۆلەت، ئەڭ قىزىق ئىزدەش تۈرى نېمە شۇنداقلا باشقا ھالقىلىق ئىستاتىستىكا سانلىق مەلۇماتلىرىنىڭ ھەممىسىنى كۆرگىلى بولىدۇ.

ئەڭ دەسلەپتە، شىركەت ئىچكى توربدا پۈتكۈل باش بەتنىڭ ھەممىسى ئىمىر-چىمىر ئىدى، ھەممىسى قالايمىقان سان ئىدى. بەتنىڭ ئوتتۇرىسىدا، چوڭ ئەگرى سىزىقلىق گىرافىك، گىرافىكتىكى سىزىقلارنىڭ ھەممىسى رەڭلىك بولۇپ، ياغاچ قونچاق تىياتىرىدىكى رولچىلارنىڭ ئىسمى بىلەن بەلگە قويۇلغان. ئەگرى سىزىقلىق گىرافىك ئوخشاش بولمىغان ئىزدەش موتورىنىڭ ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ سۈپىتىنى كۆرسىتىدۇ، ئەڭ يۇقىرى ئورۇندىكى سىزىق «چوڭ تەلۈە» Google دەپ بەلگە قويۇلغان، يەنە بىر سىزىق بىزگە يېقىنلىششقا باشلىغاندا، قۇلاققا خۇشياقمايدىغان بۇرغا ئاۋازى ئاڭلىدۇ، پۈتۈن كۈچ بىلەن ئاتلىنىپ، بىر نىيەت بىر مەقسەتتە ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ مۇناسىۋەتلىك بولۇشچانلىقىنى يۇقىرى كۆتۈرۈشنىڭ بۇيرۇقىنى بېرىدۇ. لارى بىلەن سېرگېيغا شۇنسى ئېنىقكى، ئىزدەش سۈپىتى بىزنى مۇڭەپپەقىيەت يولىغا باشلايدۇ، ئۇلار ئەزەلدىن باشقىلارنىڭ بىزدىن ئېشىپ كېتەلمەيدىغانلىقىنى ئويلاپ باقمىغان. مەسخىرىلىك يېرى شۇكى، شىركەت ئىچكى تورىدا دەسلەپتە ياخشى ئىزدەش ئۇسۇلى يوق ئىدى، ئىشلىتىشمۇ قولايسىز، ئاخىرىدا بىر ئىزدەش مۇلازىمېتىرىغا ئۇلانغاندىن كېيىن بۇ مەسىلە ھەل قىلىندى.

ماڭا نىسبەتەن ئېيتقاندا، شىركەت ئىچكى تورىنىڭ ئەڭ چوڭ ئىشلىتىش ئورنى تېلېفون دەپتەر، ئۇنىڭدا رويخەتتىكى ھەر بىر ئىشچى-خىزمەتچىنىڭ ۋەزىپىسى، ئېلخەت ئادرېسى شۇنداقلا رەسمى بار، مېنىڭ رەسىمىمۇ بار. مەن دەسلەپتە تاللىغان سۈرەتتە بەش ئەزا قىسمەن نۇرلىنىپ كەتكەن، شۇڭلاشقا ئالماشتۇرۇۋېتىپ، «X ئارخىپ» دېگەن كىنودىكى ۋاكالەتچى ئىدارە باشلىقى سكىننېرنىڭ ئاخبارات رەسىمگە يەڭگۈشلىۋەتكەن. ئارىمىزدىكى ئوخشاشلىق سەل غەلىتە، سكىننېرنىڭ سۈرىتى مېنىڭ سۈرىتىمدە كەم بولغان سالاپەت ۋە تەمكىنلىكنى يەتكۈزىدۇ. شىركەتنىڭ ئىچكى توربدا باشقا سۈرەتلەرنىمۇ كۆرگەزمە قىلغان، مەسىلەن، ياپونىيە ساموراىلىرى، نقاپلىق كىشى قاتارلىق. ئۇرسنىڭ ئاۋۇ لېئونبېرگېر (Leonberger) ئىتى Google نىڭ «بىرىنچى ئىتى» دېيىلىدۇ. تۇنجى قېتىم شىركەتنىڭ ئىچكى توربدىن مېنى كۆرگەن Google نىڭ يېڭى خىزمەتچىلىرى، ھەممىسى دېگۈدەك ماڭا ئېلخەت يوللايدۇ، مەندىن نېمە ئۈچۈن مەن بىلەن مۇدىنىڭ خوجايىنىنىڭ بۇنچە ئوخشايدىغانلىقىنى سورايدۇ. مەن ئەلۋەتتە ئۇلارغا ھەقىقي ئەھۋال شۇ يەردە تۇرمامدۇ دەيمەن.

ئەمەلىيەتتە، ھەقىقىي ئەھۋال شىركەتنىڭ ئىچكى تورىدا بار. مېنىڭچە، مەھسۇلات ئىجادىيەت ئەھۋالىدىن تارتىپ شىركەتنىڭ ھەر قانداق ۋاقىت نۇقتىسىدىكى خىزمەتچى سانى، Google غا مۇناسىۋەتلىك بارلىق ئۇچۇرلارنى شىركەتنىڭ ئىچكى توربەتلىرىدىن تاپقىلى بولىدۇ، ئۇ ئۇچۇردىن ئورتاقلىشىدىغان بۇلاق، شۇڭا Google خىزمەتچىلىرى بۇ يەردىن سۇ ئېلىپ، شۇ ئارقىلىق پەرەزلەرنى دەللىلەپ، ئەسلى قۇرۇلمىنى قۇرۇپ چىقىپ، مۇنازىرىدە غەلبە قىلىدۇ.

2003-يىلىدا، سۇسان شىركەتنىڭ ئىچكى تورىدىكى مەلۇم مەھسۇلات پىلانى ۋە تەدبىر ھۆججەتلىرىگە ئىم بەلگىلەپ قوغدىدى، ئۇ سېتىش بۆلۈمىدىكىلەرنىڭ مەقسەتسىز ھالدا خېرىدارلارغا بەك كۆپ ئۇچۇرنى ئاشكارىلىۋېتىشىدىن ئەنسىرەيدۇ. مەھسۇلات باشقۇرىدىغان مەسئۇل كشى بولۇش سۈپىتى بىلەن، جوناسان روسېنبېرگ ئۇنىڭغا مۇناداق دېدى، بۇ ھۆججەتلەرنى ئەركىن زىيارەت قىلىدىغان قىلىش كېرەك، چۈنكى Google خىزمەتچى خادىملار ئاربىسىدا ئۇچۇر ئالماشتۇرۇشقا ئىنتايىن ئەھمىيەت بېرىدۇ، ئەلۋەتتە نەتىجە ئۇنۇم باھالاش ۋە مائاش تەمناتى بۇنىڭ سرتىدا. ئېرىك شىمت دائىم ھەپتە ئاخىرىدىكى قەرەللىك يىغىندا بىزنى ئەسكەرتىپ: «بىر شىركەتكە نسبەتەن ئېيتقاندا، ئۇچۇرنى ئەركىن ئالماشتۇرۇش بىرەر مەسىلە چىقمىسلا، دائىم بولۇپ تۇرىدۇ، ئۇنداق بولمىغاندا بىز ئىزچىل مەخپىي ئۇچۇرنى ھەر بىر ئادەمگە بەرگەن بولىمىز. »

2003-يىلى 9-ئايدا، مەسىلە كۆرۈلدى. بىزنىڭ تىجارەت كىرىمىمىز ۋە لارري، سېرگېيېنىڭ پاي ئىگىلەش ئەھۋالى ھەققىدىكى ئۇچۇرلار تاراتقۇلاردا خەۋەر قىلىنىشقا باشلىدى. ئېرىك دەرھال چەكلىمە قويدى، ئومىد بىلەن مېنى ھەپتە ئاخىرىدىكى قەرەللىك يىغىندا كىرىم سانلىق مەلۇماتىنى ئېلان قىلماسلىقنى تەلەپ قىلدى، ھەمدە شىركەتنىڭ ئىچكى تورىغا شىفىر بەلگىلەشنى چەكلىمەيدىغان بولدى. ئېرىكنىڭ دېيىشىچە، بۇنداق ئەھۋال ئاخىرى Google دا يۈز بەردى، راستلا بىر خىل نومۇس. كېيىن دەللىلىنىشچە تۆۋەن قاتلامدىكى بىر مەمۇرىي خادىم ئۇچۇرنى سرتتىكى كىشىلەرگە ئاشكارىلىغان، شۇڭلاشقا ئۇ خىزمەتتىن بوشتىلدى.

2004-يىلى 1-ئايدا، گەرچە بىرىنچى قېتىملىق مەخپىيەتلىكنى ئاشكارىلاش يوچۇقنى ئەتكىلى خېلى ئۇزۇن ۋاقىت بولغان بولسىمۇ، ئەمما مەخپىيەتلىكنى ساقلاش تېمىمىزدا، تېخىمۇ چوڭ يېرىق پەيدا بولدى. دەل شۇ ئايدا، بىز تۇنجى بىخەتەرلىك باشقۇرغۇچىنى تەكلىپ قىلدۇق، بىراق «نيۇيورك ۋاقىت گېزىتى» دىكى جون ماركوف بىر يۈرۈش ماقالە ئېلان قىلدى، ئۇ ماقالىسىدە مەھسۇلات تەتقىقاتىنىڭ تەپسىلىي ئەھۋالى شۇنداقلا بىزنىڭ پاي چېكىنى بازارغا سېلىش ئۇچۇن تەييارلىق قىلىپ ئىچكى قىسمدا مۇپەتتىش ئېلىپ بارغانلىقىمىزنىڭ نەتىجىسىنى خەۋەر قىلدى. بۇ ئۇچۇرلار ئىزچىل ھالدا يۇقىرى دەرىجىدە مەخپىي تۇتۇلۇپ، ئاشكارىلىنىپ كېتىشنىڭ ئالدى ئېلىناتتى. ئەڭ ئاخىرى ئېنىقلىنىشچە، شەپە بېرىپ قويغىنى ماركوف بىلەن ئۇزۇن يىللىق تونۇشلاردىن بولغان بىر يۇقىرى دەرىجىلىك باشقۇرغۇچى ئىكەن.

شۇ ۋاقىتتىن باشلاپ، مەن خىزمەت سەۋەبىدىن تۇر ئۇچۇرىغا ئېھتىياجلىق بولسام، چوقۇم زىيارەت ھوقۇقى ئىلتماس قىلىدىغان بولدۇم. بۇ ئادەمگە غەلىتە تۇيۇلدۇ، خۇددى ئورنىتىلغان ھەر بىر قەۋەت قوغدىنىش، ھەر بىر ئىم بىلەن قوغدالغان تور ئۆتكىلىنىڭ ھەممىسى ئاز ئازدىن Google نىڭ ئەڭ دەسلەپكى شىركەت مەدەنىيىتىنى ئىشىك سرتىغا قۇلۇپلاپ قويۇۋاتقاندەك.

پاي چېكىنى بازارغا سېلىشقا ئاز قالغاندا، Google ئومۇمىيۈزلۈك چەكلەش يۈرگۈزدى. ئامېرىكا ئاكسىيە كومىتېتىنىڭ بەلگىلىمىسگە ئاساسلانغاندا، كەسىپ ئەھۋالىنىڭ مەخپىي ئۇچۇرلىرى بىلەن ئۇچراشقان ھەر بىر خىزمەتچى شىركەتنىڭ پاي چېكىنى ئەركىن ئېلىپ سېتىشقا بولمايدۇ. شۇڭا مەن ۋە زور كۆپ ساندىكى Google خىزمەتچىلىرىنىڭ ھەممىسى خالىغان ۋاقىتتا پاي چېكىنى نەقلەشتۇرۇشتەك بۇنداق ياخشى ئىشنى تاللىدۇق، بىراق ئۇنىڭ بەدىلى شىركەتنىڭ ئەڭ تۆۋەن چېكىگە نسبەتەن ھاڭۇېتىپ قالدۇق. سانلىق مەلۇمات گۇللۇكدە سەيلە قىلىدىغان رەزىللىكتىن خالىي ئاددىي كۇنلەرنىڭ رەسمىي ئاخىرلاشقانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ.

ئىجتىمائىي ئالاقىدە چولتا تور

2004-يىلى 2-ئايدا، Yahoo مۇ Google دىن ۋاز كەچتى، ئۇلار Inktomi نىڭ ئىزدەش نەتىجىسى ئاساسىدىكى ئۇچۇرلارنى ئىشلىتىشكە باشلىدى. بىز ئاساسەن بۇ ئىشقا ئانچە دىققەت قىلىپ كەتمىدۇق. بىز شىركەتنىڭ يېڭى باش ئىشتابىدا ئەمدىلا ئورۇنلىشىپ بولۇپ، ئۇنىڭ ئۇستىگە دەرىجىدىن تاشقىرى ئىشلەپچىقىرىش كۈچىگە ئىگە يېڭى يۇقىرى پەللىگە يەتتى، ھەممە نەرسە دەرھال تاماملىنىشى، ھەممە ئىش ئىنتايىن مۇھىم ئىدى. ھەر ھەپتىدە يېڭى ئادەملەر قوشۇلۇپ تۇراتتى، Google ئىلىپ بېرىۋاتقان تۇرلەرنى باشقۇرۇۋاتاتتى.

سىندى باشتىن-ئاخىرى بىزگە پايدىسىز ھەر قانداق بىر تاراتقۇ ئۇچۇرلىرىغا دىققەت قىلىپ تۇراتتى. ئۇ بىزنى ئاگاھلاندۇرۇپ، Google نىڭ پارلاپ چاقناۋاتقان ئاممىۋى مۇناسىۋەت ئوبرازىغا ھەر قانداق داغ تەككۈزمەسلىكنى تاپىلىدى. ئۇ بىر قانچە ئايدا بىر قېتىم بارلىق Google خىزمەتچىلىرىنى ئەسكەرتىدۇ، ئەگەر تاراتقۇلار تېلېفون ئۇرۇپ زىيارەت قىلىدىغان بولسا، ھەممىسىنى ئاممىۋى مۇناسىۋەت بۆلۈمىگە ئۆلاپ بېرىشنى جىكىلەيدۇ. ئۇ بىزنى ئاگاھلاندۇرۇپ: «ئاشكارا خەۋەر قىلنمايدۇ» دەيدىغان بۇنداق ئىش پەقەتلا مەۋجۇت ئەمەس، مۇخبىرلىقتىن ئىبارەت بۇ كەسپىتە رىقابەت كەسكىن، مۇستەقىل تاراتقۇ خەۋىرى ئۇچۇن، سىز نېمە ئاڭلاشنى خالىسىڭىز، سىزگە شۇنى دەيدۇ.» ئۇنىڭ ئەڭ كۆرۈشنى خالىمايدىغىنى شۇكى يېڭى مەھسۇلات ئېلان قىلىشتەك بۇنداق مۇھىم ئىشنى تاراتقۇلارنىڭ ئاشكارىلىۋېتىشى. شۇنداقتىمۇ، بەزىدە ئىشلار ئويلىغاندەك چىقمايدۇ.

2002-يىلى كۈزدە، ستانفوردنى پۈتتۈرگەن ئىنژېنېر ئۇركۇت بۈيۈككوكتېن Google غا كەلدى. ئۇ ستانفوردتىكى ۋاقتىتا ئۇ ئىجتىمائىي ئالاقە توربېتىكى يېڭىلىقتا بەكلا مەپتۇن بولۇپ قالغان، ئىجتىمائىي ئالاقە توري توربېتىكى دوستلار ۋە تونۇشلارنى باغلايدىغان بىر خىل ئۇسۇل. تېخى ئوقۇۋاتقان ۋاقتىتا، ئۇركۇت بىر سىنىپتىكى ساۋاقدىشى ئۇچۇن «ئالاقە كۇلۇبى» دەيدىغان تور پروگراممىسىدىن بىرنى يېزىپ بەرگەن، شۇڭلاشقا، Google غا جايلىشىۋالغاندىن كېيىن، ئۇ 20% ۋاقتىنى بۇ پروگراممىنىڭ يۈكسەلگەن نەشرىنى يېزىش ئۇچۇن سەرپ قىلىدىغانلىقىنى تەلەپ قىلدى. 2003-يىلى 12-ئايدا، ئۇركۇتنىڭ كود نامى «Eden» (ھەرەمبىغ، كېيىن ئىسمىنى «orkut»[60] قا ئۆزگەرتكەن) بولغان تۇرنى پۈتتۈردى، Google خىزمەتچىلىرىنىڭ سىرتىدىكى تېخىمۇ كەڭ ئاممىنىڭ ئارىسىدا سىناق قىلىشقا تەييارلىق قىلدى، شۇنىڭ بىلەن قىزىق ئويۇنمۇ شۇنىڭغا ئەگىشىپ باشلاندى.

ئۇركۇت ئۆز قولى بىلەن ئۆزىنىڭ ئىسمى بىلەن ئاتالغان مۇلازىمەت پروگراممىسىنى قۇرۇپ چىقتى، بۇ سانلىق مەلۇمات توپلايدىغان، ئۇچۇر ئاجرىتىپ ئالىدىغان، تەجرىبە قىلىدىغان پروگراممىنىڭ ئەسلى شەكلى ئىدى. ئۇ كودنى يېزىپ، ئىشلەتكۈچى ئارايۈزىنى لايىھەلەپ، ساندانىنى قۇردى. ئۇنىڭ ئۇنى پىشقان Google مەھسۇلاتى قىلىپ چىقىش ئويى يوق ئىدى، شۇڭلاشقا ئىجادىيەت سۈرئىتىنى تېزلىتىش ئۇچۇن ئىشلەتكىنى Google نىڭ سىرتىدىكى كۆپ ئىشلىتىلىدىغان قورال—مىكروسوفتنىڭ قورالى. ھەتتا orkut ئىجرا قىلىنىدىغان مۇلازىمېتىرمۇ Google سانلىق مەلۇمات مەركىزىدە ئەمەس، wunderground.com ھاۋارايى تورتۇراسىنىڭ باش بېتىدە. ئۇركۇت ئۆزىنىڭ سىستېمىسىنىڭ مەڭگۈ Google دەك ئۇنداق كۆلەمدىكى ئىشلەتكۈچى توپىغا بەرداشلىق بېرەلمەيدىغانلىقىنى بىلىدۇ، ئەمما يىگىرمە ئوتتۇز مىڭ ئىشلەتكۈچىگە تاقابىل تۇرۇشتا چاتاق يوق. orkut نىڭ ئەزالىق سالاھىيىتىگە تەكلىپ ئارقىلىق ئېرىشكىلى بولىدۇ، شۇڭلاشقا ئۇ سىستېما تارقىتىدىغان تەكلىپ سانىنى تىزگىنلەش ئارقىلىق تورتۇرانىڭ تەرەققىيات

[60] چۈنكى Eden.com دائىرە نامى سېتىلمىغانلىقتىن، ئىسمىنى orkut قا ئۆزگەرتكەن. ئۇنىڭ باش ھەرپىي مەقسەتلىك چوڭ يېزىلمىغان، مەقسىتى orkut مۇلازىمىتى بىلەن ئىنژېنېر Orkut نى پەرقلەندۈرۈش.

سۈرئىتىنى تەڭشىيەلەيدۇ.

ماربسسا خېربەدار مەھسۇلاتلىرىنى باشقۇرغۇچى، ئۇ orkut نى Google نىڭ ئىچكى قىسمىدا مۇستەقىل يۈرگۈزۈلىدىغان كىچىك تېپتكى ئىگىلىك تىكلەش تۈرى دەپ قارىدى، مۇشۇ ئارقىلىق Google نىڭ كۈنسېرى بېيۋېتىۋاتقان ئىجادىيەت تەرتىپىنىڭ كەينىگە سۆرەپ كېچىكىشىنىڭ تەسىرىگە ئۇچراش ھاجەتسىز ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلىماقچى بولدى، يېپىبچى ئىجادىيىتى بار ئىنژېنېرغا ئوخشاش يالغۇز ئۆزى بىر مەھسۇلاتنى قۇرۇپ سىناشقا باشلىدى، لارى بىلەن سېرگېي ئۇنى ئىلھاملاندۇرۇپ orkut نى مۇستەقىل كەسىپ سۈپىتىدە باشقۇرۇشنى ئېيتتى.

تورتۇرايمىزدا «Google تەجرىبخانىسى» دەيدىغان مەخسۇس رايون بولۇپ، ئۇنىڭدا ساپلا ئىنژېنېرلار يالغۇز ئىجاد قىلغان دەسلەپكى تۈرلەر ئىدى، ئەمما ماربسسا بۇ دائىرىگە تەۋە ئەمەس دەپ قارايتتى. ئۇ ئالاھىدە بىر مسال، Google ماركسى سىرتىدىكى مۇستەقىل ھالدا تېز سۈرئەتتە ئوتتۇرىغا چىقىرىلغان مەھسۇلات ئىدى. ئەگەر مەسلە بولغان تەقدىردىمۇ، ئانچە كۆپ ئادەم دىققەت قىلىپ كەتمەيدۇ، مۇشۇنداق بولغاندا بىر تەرەپ قىلىشقا ۋاقىت چىقىدۇ. ئەگەر بىرەرسى orkut نى Google نىڭ مەھسۇلاتىمۇ دەپ سوراپ قالسا، ئۇنداقتا بىز orkut بىلەن Google نىڭ مۇناسىۋىتىنى «ھەم ئېتىراپ قىلمايمىز، ھەم ئىنكار قىلمايمىز».

سىندى بۇنداق ئىشنى كۆرۈپ تۇرۇپ كۆرمەسكە سالسا بولمايدۇ، ئۇ كۆپ يىللاردىن بۇيان كۆڭۈل قويۇپ يۈرگۈزۈۋاتقان تاراتقۇ ئاممىۋى مۇناسىۋىتى بىلەن بۇنداق مۇجمەل گەپ قىلىدىغان ئويۇن ئويناشنى خالىمايدۇ. ئۇ شىركەت باشقۇرۇش قاتلىمىنى ئاگاھلاندۇرۇپ: «مۇخبىرلار يا كالۋا بولمىسا، بىز ئۇنداق دەيدىغان بولساق ئۆزىمىز كالۋا بولۇپ قالىمىز. » دېدى. توردىن ئىزدىسىلا تاپقىلى بولىدىغان مۇناسىۋەتنى تاراتقۇلار بايقىسىلا، مەيلى بىز ئېتىراپ قىلايلى ياكى ئېتىراپ قىلمايلى، orkut نى Google نىڭ مەھسۇلاتى دەپ قارايدۇ. مەن بىر ئامال ئويلىدىم، بىر پارچە بايانات نامە ئېلان قىلىپ، orkut نى Google دىكى بىر ئىنژېنېرنىڭ ئىجاد قىلغانلىقى ئەمما بۇ Google نىڭ رەسمىي تۈرى ئەمەسلىكى ئېيتايلى. ماربسسا بۇنداق ئوتتۇرھال ئامالنى قوبۇل قىلىشنى رەت قىلدى. ئۇ جاھىللىق بىلەن orkut تورتۇراسىنىڭ ئۆزىدە Google بىلەن مۇناسىۋىتى بارلىقى ھەققىدە ھېچقانداق ئېنىق ئۇچۇر كۆرۈنمەيدۇ.

سېرگېي، لارى، ئېرىك بىللە شۇئېتساريە داۋوس مۇنبىرىگە بېرىش ئۈچۈن يولغا چىقىشتىن ئىلگىرى ئارىمىزدىكى قاتمالللىقتا ئارىلاشتى. ئۇ مۇنداق دېدى: «بىز ئۇنى سىناق قىلىمىز. بىز سىرتتا تەشۋىق قىلغاندا بۇ كەسىپنىڭ Google غا تەۋە ئەمەسلىكىنى دەيمىز، ئارىسىدىكى مۇناسىۋەتنى ھەم جەزملىمەيمىز، ھەم ئىنكار قىلمايمىز. ئەگەر ئەھۋالنى تىزگىنلىگىلى بولمىسا، مەن بىلەن ئالاقىلىشىڭلار، بىز داۋوستا يېڭى لايىھەنى ئوتتۇرىغا چىقىرىمىز. بۇ خىل ئۇسۇلدا مەسلە بارمۇ؟»

ھە، راست. سىندىنىڭ قارىشىچە بۇنداق بولغاندا مەسلە بەك چوڭ. ئۇنىڭ سېرگېيغا دېيىشىچە، بۇ تەجرىبە Google نىڭ ماركا ئوبرازىنى ۋەيران قىلىپلا قالماي يەنە ئۇنىڭ كەسىپي ئىناۋتىنىمۇ ۋەيران قىلىدىكەن. سېرگېي يول قويۇپ، orkut نى Google ماركىسىدا تارقاتماسلىققا قوشۇلدى ئەمما ئەگەر باشقىلار سوراپ قالسا، بىز orkut نىڭ Google دا ئىجاد قىلىنغانلىقىنى ئېتىراپ قىلساق بولىدۇ.

2004-يىلى 1-ئاينىڭ 21-كۈنى، orkut ئېلان قىلىنىش بەلگىلەنگەن كۈندىن بىر كۈن ئىلگىرى، جونا سان روسىنبېرگ كېچىكتۈرۈپ ئېلان قىلىشنى تەلەپ قىلدى. ئۇ ئېرىك شىمتقا تەكلىپ بېرىپ، بىز Google يەرشارى سېتىش يىغىنى ۋە شىركەتنىڭ قار تېيلىش سايا ھتى ئايا غلاشقاندىن كېيىن orkut نى ئېلان قىلايلى، يەنى ئىككى ھەپتە كېچىكتۈرەيلى. سىندىنىڭ جونا سان روسىنبېرگقا دېيىشىچە، ئۇنىڭ تىرىشچانلىقىنى تەرىپلەشكە ئەرزىيدىكەن، بىراق تىلغا ئالغۇچىلىكى يوق ئىكەن، ئۇنىڭ ئۇستىگە كېچىكىپتۇ. بىز ھېلىمۇ بىر قانچە ھەپتىنى ئىسراپ قىلدۇق، بىر تەرەپتىن ماربسسا بەلگىلىگەن شەرت ئاستىدا جان

ساقلىساق، يەنە بىر تەرەپتىن بەزىلەر تاراتقۇلارغا يالغان سۆزلەشنىڭ خاتا ئىكەنلىكىنى توختىماي دەيتتى. orkut نىڭ مەھسۇلات باشقۇرۇشى بەلكىم بىرىنچى كۈندىن باشلاپلا يوچۇقلىرى كۆپ ئىدى.

بىزنىڭ «Google ئەگەشكۈچىلىرى» دىن ئۇرس ئېلان قىلىش ۋاقتىغا بولغان گۈمانىنى ئوتتۇرىغا قويدى. ئۇ پۈتۈن كۈن ئىنژېنېرلارنىڭ تېخى ھەل قىلىنمىغان مەسىللىرىنى دېيىشۈاتقانلىقىنى ئاڭلايتتى: orkut بىر كومپيۈتېردا مۇستەقىل ئىجرا قىلىنىدۇ، ئەپ كۆلىمىنى كېڭەيتىش بەك تەس، ئۇنىڭدا مۇڭاپىق يۈك سىنىقى يوق، بىخەتەرلىك تەكشۈرۈشى يوق، شەخسىيەت سىياسىتى كېلىشىمى يوق قاتارلىق. ئېنىقكى، ئۇچۇر سىرتقا ئاشكارىلىنىپ قىزىقارلىق خەۋەرلەر تورى slashdot[61] تا تارقالسا، orkut شىددەت بىلەن كەلگەن تور ئېقىمىغا بەرداشلىق بېرەلمەيدۇ، ئۇنىڭ ئۇستىگە بۇ جەريانغا پەقەت 15 مىنۇتلا كېتىدۇ. ئەڭ ياخشىسى بىر قانچە كۈن توختاپ تۇرايلى، يۇقىرى قاتلامدىكىلەرنىڭ شۆبۈتسارىيەدىن قايتىپ كېلىشىنى كۈتەيلى، ئېغىر خاتالىق ئۆتكۈزۈشتىن ساقلىنايلى.

جوناسان روسېنبېرگ باشقۇرغۇچىلار قاتلىمىدىكى زور كۆپچىلىك كىشى بىلەن تېلېفونىدا ئالاقلاشتى، ئۇلارنىڭ ھەممىسى ئۇرسنىڭ پىكرىگە قوشۇلدى، ھەممەيلەن orkut نى كېچىكتۈرۈپ يوللاش تېخىمۇ ياخشى بولۇشى مۇمكىن دەپ قارىدى، ئۇ بۇ ئۇچۇرنى دەللىلگەندىن كېيىن، كۆپچىلىك ھەممەيلەن ئارامغا چۈشتۇق.

يېڭى مەھسۇلاتنىڭ ئېلان قىلىش ۋاقتىنى تېزلىتىش ئويىنى ماختاشقا ئەرزىيدۇ، ئەمما ئەگەر ھەممەيلەن ھەر تەرەپتىن ئېلان قىلىش ياخشى ئەمەس دەپ ئاگاھلاندۇرسا، شامالغا قارشى ماڭغاندا، خەتەرگە بەكلا تەۋەككۈل قىلغان بولىدۇ. بىز قول سېلىپ orkut نى Microsft.Net مۇلازىمېتىرىدىن ئۆلچەملىك Google تېخنىكا سۈپىسىغا يۆتكەدۇق، بۇنداق بولغاندا كۆلىمىنى كېڭەيتىش تېخىمۇ ئوڭاي، ھەم «Google تەجرىبخانىسى» دا رەسمىي ئېلان قىلىنىش ئېھتىماللىقىمۇ يۇقىرى بولىدۇ. بۇ دەل مەن ئىلگىرى ئوتتۇرىغا قويغان تەكلىپ ئىدى. مېنىڭچە بۇ تەدبىر ئىشلەتكۈچىلەرنى مۇڭاپىق بولغان مۆلچەرگە ئېگە قىلىدۇ— تەجرىبخانىدىكى نەرسىنىڭ ئۆزىلا بىر تەجرىبە، زور ئۆزگىرىش بولۇش يېاكى تاقىلىپ قىلىش ئەھۋالى يۈز بېرىشتىن ساقلانغىلى بولمايدۇ. ماربسسانىڭ قارىشىچە Google تەجرىبخانىسىدا ئېلان قىلىنسا ئىشلەتكۈچىلەرنى غەزىپىنى كەلتۈرىدۇ، چۈنكى ئۇلار orkut نى كۆرەلەيدۇ، ئەمما ئەگەر ئەزا بولغانلارنىڭ تەكلىپىنى تاپشۇرۇپ ئالالمسا، ئۇلار ئىشلىتەلمەيدۇ. بۇنىڭغا سېلىشتۇرغاندا، بىز ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ Froogle غا ئوخشاش، تېخى پىشمىغان orkut نى Google نىڭ يېپىېڭى ئىنتېرنېت ساھەسىدىكى بايراقدار مەھسۇلاتى دەپ مۇئامىلە قىلىشىدىن تېخىمۇ ئەنسىرەيمىز.

جوناسان روسېنبېرگ ئۇلارنىڭ كېچىكتۈرۈپ ئېلان قىلىشقا قوشۇلغانلىقىنى جەزملىگەن ئىككىنچى كۈنى، سېرگېي داۋوستىن گەپ ئەۋەتىپتۇ، شۇ كۈنى چۈشتىن كېيىن orkut نى ئېلان قىلىشنى قارار قىپتۇ، مەن ئىزچىل orkut نىڭ كۆرۈنۈش بېتى، ئىشلەتكۈچى ئۇقتۇرۇش ۋە ئىجتىمائىي رايون چۈشەندۈرۈش ھەققىدىكى يېزىقچىلىق خىزمىتىنى ئۇزۇپ قويمىغان، شۇ سەۋەبتىن مەن تەييارلىنىپ بولدۇم. سېرگېي تۈرنىڭ تېز سۈرئەتتە ئەمەلىيلىششىنى قوللايدىغانلىقىغا ۋەدە بەرگەن، ئۇنىڭ مەيدانى ئۆزگەرگىنى يوق. بىز بۇ ئىشنى ئوتتۇرھال بىر تەرەپ قىلىپ، orkut.com تورتۇراسىغا بىر بەتكۈچ قوشۇپ، «Google غا تەۋە» دەپ يېزىلدى.

ئېلان قىلىشتىن 1 سائەت ئىلگىرى، مەن orkut.com باش بەتتىكى يېزىق پۈتۈكىنى ئورکۇتقا ئەۋەتتىم: «orkut تورىدىكى مەھەللە، دوستلار ئارىسىدىكى تور ئارقىلىق كىشىلەرنى ئۆزئارا باغلايدۇ. orkut قا قوشۇلۇپ ئىجتىمائىي ئالاقە چەمبىرىكىڭىزنى كېڭەيتىڭ!» مەن يەنە جاۋابكارلىقتىن كەچۈرۈم قىلىش بايانىاتىدىن بىرنى قوشتۇم: «ياخشى مۇناسۋەت ئىزچىل ھەقىقىي بولىدۇ، شۇڭلاشقا بىز كۆپچىلىككە شۇنى

[61] «slashdotting» كۆپچىلىك ھەممەيلەن بىلىدىغان بىر خىل تور ھادىسىسى: بىر تورتۇرانى slashdot.com تىلغا ئالسىلا، slashdot.com غا توپلانغان ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ھەممىسى شۇ تورتۇراغا يۆتكىلىدۇ، ئۇ يەرگە بىرىپ ئەھۋالنى دەللىلەيدۇ، شۇنىڭ بىلەن شۇ تورتۇرانىڭ مۇلازىمېتىرى توساتتىن كەلگەن تور ئېقىمى يۈكىگە بەرداشلىق بېرەلمەي پالەچ ھالغا چۈشۈپ قالىدۇ.

ئۇقتۇرۇمىزكى، orkut يەنىلا سىناق باسقۇچىدا تۇرۇۋاتىدۇ، دەسلەپتە ئانچە مۇقىم بولماسلىقى مۇمكىن، بىز بىر قىسىم مەسىلىلەرنى ھەل قىلىشقا ئازراق ۋاقىت كېتىدۇ. orkut تىرىشىپ ئۆزىنى مۇكەممەللەشتۈرۈۋاتقاندا، كۆپچىلىكنىڭ ئەپۇ قىلىشىنى، سەۋرىچانلىق بىلەن كۈتۈشىنى ئۈمىد قىلىمىز. قانداقلا بولمىسۇن، ياخشى دوستلارنىڭ ھەممىسى مۇشۇنداق قىلىدۇ. » چۈشتىن كېيىن سائەت 1 دە، بىرىنچى تۈركۈمدىكى 1200 نۇسخا orkut قا قوشۇلۇش تەكلىپى ئېلىخەت ئارقىلىق تارقىتىلدى.

ئورکۇت ئۆزىمۇ ستانفورد ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ ئىجتىمائىي ئالاقە تورىدا بولغانلىقىنى كۆزدە تۇتقاندا، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك تەربىيە كۆرگەن، ئۆزئارا ھۆرمەت قىلىشىپ، ئەدەبلىك ئۇتتۇرۇ. شۇنداقتىمۇ، orkut.com نىڭ ئىشلەتكۈچىلىرى ئۇنداق ئەمەس، ئۇلار ناھايىتى تېزلا سىستېمىغا ھۇجۇم قىلىپ كىرىدىغان ئۇسۇلنى ئىزدەشكە باشلىدى ھەمدە سېرىق مەزمۇن ۋە ئەخلەت ئېلىخەت بىلەن تولدۇرۇۋەتتى. ئۇلار ئارزۇيىغا يەتتى. سىستېمىدا ھەر بىر ئىشلەتكۈچىنى ئىزدەش ئىنتايىن ئوڭاي، ئاندىن ئىشلەتكۈچىگە نەچچە يۈز مېگابايتلىق قوشۇمچە ھۆججەتنى بار ئېلىخەت يوللاپ، ياكى قوليازما پروگراممىدىن بىرنى يېزىپ ھەر بىر ئىشلەتكۈچىنى دوستلار قاتارىغا قوشالايدۇ. سىستېما قۇرغۇچىسى ئورکۇت ئىلگىرى ئەزەلدىن مۇنداق مەسىلگە يولۇقۇپ باقمىغان، ئامالسىزلىقتىن تورتۇرانى دەرھال تاقاپ ئوڭشىماي مۇمكىن بولمىدى. مەن خاتالىق ئۇچۇرىدىن بىرنى تارقىتىپ، ياخشىلاۋاتىمىز دېدىم. قانداقلا بولمىسۇن، بۇ پەقەتلا بىر تەجرىبە.

Google ئىنژېنېرلىرى بۇنداق باھانىلارنى قوبۇل قىلالمايدۇ. ئۇلار غوزىدىن يىپ چىقارغاندەك، بىرمۇ-بىر تەھلىل قىلدى. ئورکۇت نېمە ئۈچۈن ئومۇمىيۈزلۈك بىخەتەرلىك تەكشۈرۈشنى قوبۇل قىلمايدۇ؟ نېمە ئۈچۈن بۇنچە ئالدىراپ ئۇنى ئېلان قىلىدۇ؟ بىزنىڭ مەھسۇلات ئېلان قىلىش ئېھتىياجىمىزنى ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ بىخەتەرلىكى ئۈستىگە قويىدۇ، ئەجىبا بۇ يامانلىق قىلىش ئەمەسمۇ؟ نېمە ئۈچۈن Google نىڭ قاتنىششىدىن يوشۇرىدۇ؟ گۇمان سادالىرى ئۇزلۇكسىز داۋاملاشتى. ماربىسسا «ئىگىلىك تىكلەۋاتقان شىركەتنىڭ ئىچىدىكى ئىگىلىك تىكلەش شىركىتى» دەيدىغان بۇ ئۈقۇمنى قوللىنىپ، داۋاملىق ئالغا ئىلگىرىلىتىش قارارىنى ئىزچىل قوغدىدى، مۇنداقچە قىلىپ ئېيتقاندا، خەتەرگە تەۋەككۈل قىلىش، داۋاملاشتۇرۇش جەريانىدا مۇكەممەللەشتۈرۈشنى ئىشقا ئاشۇرىدۇ. ئۇ يەنە دارىتىملاپ مۇنداق دېدى، ئەگەر ھازىرقى مۇشۇنداق ئۇسۇلنى قوللانمىغان بولسا، ئەڭ ئاخىرقى بىر مىنۇت قالغاندا orkut قا Google بەلگىسىنى چاپلىمىغان بولسا، ئۇنداقتا بارلىق ئىشلارنىڭ ھەممىسى ئوڭۇشلۇق ئېلىپ بېرىلاتتى.

ئىنژېنېر خۇۋارد گوبىئوف ماربىسسانىڭ سۆزىنى ئېتىراپ قىلمىدى. ئۇنىڭ دېيىشىچە، «يامانلىق قىلماسلىق» يادرولۇق قىممەت قارىشى، بىز ئۆزىمىز چىقارغان ھەر قانداق بىر مۇلازىمەتنىڭ ھەممىسىدە ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ شەخسىيىتىنى قوغدايدىغانلىقىمىزدىن دېرەك بېرىدۇ، ئىممىزنى ئىشلىتىش ئىشلەتمەسلىكىمىز بىلەن قىلچە مۇناسىۋىتى يوق. ئەگەر orkut ئىشلەتكۈچىلەرگە Google ئارقىسىدا تۇرۇپ ئۇلارنىڭ شەخسىي ئۇچۇرلىرىنى ئاشكارىلىۋېتىدىغان بۇ خىل مۇلازىمەتنى بىلدۈرمەسلىككە ئۇرۇنسا، ئەھۋال تېخىمۇ ناچارلىشىدۇ خالاس.

بىر بۆلۈك كىشىلەر ئالدى بىلەن دەسلەپكى شەكىلنى تەتقىق قىلىشنى ئىزچىل قوللايدۇ، ئاندىن كېيىن تېز سۈرئەتتە چىقىرىلغان قارار—ئالدى بىلەن تەجرىبە قىلىپ، ئاندىن ئۆزلۇكسىز ياخشىلاش. بىراق، ئۇلارنىڭ ئاۋازىنى ناھايىتى تېزلا غەزەپ-نەپرەت سادالىرى بېسىپ كەتتى: نېمە ئۈچۈن بۇنداق تېخنىكىسى تېخى پىشمىغان، ئەزەلدىن ھېچقانداق مەسىلىنى يوشۇرمايدىغان Google بىلەن ئازراقمۇ مۇناسىۋىتى بولمىغان orkut نى ئېلان قىلىدۇ؟ كىشىلەر چۈشەندۈرۈشنى تەلەپ قىلدى. تەنقىد ئورکۇت دېگەن بۇ ئىنژېنېرغا، ئۇلارنىڭ يېڭى نەرسىلەرنى سىناشتەك باتۇرانە ئارزۇسىغمۇ قارىتىلمىغان. غەزەپ-نەپرەت ئاساسلىقى تارقىتىش تەرتىپىگە مەركەزلەشتى. بىر قانچە ئىنژېنېرنىڭ ماڭا دەپ بېرىشچە، ئۇلار مېنىڭ «Google تەجرىبىخانىسى» دا orkut نى ئېلان قىلىش تەكلىپىنى قوللايدىكەن. ئۇلارنىڭ بۇنداق دېيىشىنى ئاڭلاپ، ئىنتايىن خۇشال بولدۇم، شۇغىنسى ئۇلارنىڭ جەزملىشى ماڭا غەلىتە بىر خىل تۇيغۇنى قالدۇردى.

مەن ئەمدىلا Google غا كەلگەندە، ئىشقا نىسبەتەن ئۇپئوچۇق تۇيغۇم بار ئىدى، ئەمما دائىم خاتا تۇيغۇ ئىدى. تەلىيىمگە لارى بىلەن سېرگېي مېنىڭ ئويۇمغا پەرۋا قىلمايتتى. مەن بۇ خىل كەچمىشتىن نۇرغۇن نەرسىلەرنى ئۆگەندىم. ئەمما ھازىر، ئىشىنىڭ تەرەققىياتىغا نىسبەتەن يەنىلا ئۇپئوچۇق تۇيغۇم بار، بىراق دائىم توغرا چىقىدۇ. بەختكە قارشى، ئويۇمنى يەنىلا ھېچكىم مۇھىم دەپ قارىمايدۇ. قايسى خىل تۇيغۇنىڭ تېخىمۇ ئازابلىق ئىكەنلىكىنى بىلمەيمەن ئەمما مېنىڭچە كېيىنكىسى دەپ ئويلايمەن.

گەرچە باشلىنىشى orkut قا پايدىسىز بولسىمۇ ئەمما ئىستونيە، ھىندىستان ۋە بىرازىلىيەدە چوڭ مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشتى.[62] ئورکۇتنىڭ ماڭا دەپ بېرىشچە، بولۇپمۇ بىرازىلىيەدىكى ئۇچتىن بىر قىسىم تورغا چىقىدىغان ئېقىم مىقدارى ئۇنىڭ ئىسمىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان تورتۇرانى زىيارەت قىلۇپتېتۇ. ئۇ رىئو دى ژانېرونى زىيارەت قىلغاندا، ئۇنى دەرھال تونۇۋالدى ھەمدە خۇددى تولغىما ئۇسسۇل ناخشا چولپىنغا ئوخشاش قاتمۇ-قات ئورۇۋالدى. بىرازىلىيەلىكلەرنىڭ كومپيۇتېر سېتىۋېلىشىنىڭ مەقسىتى باشقا نەرسە بولماستىن دەل ئورکۇت دېگەن بۇ مۇلازىمەتنى ئىشلىتىش.

بىراق ئامېرىكىدا، orkut ئارقىدا قالدى. ئۇ ئېلان قىلىنىپ ئىككىنچى ھەپتىدىن كېيىن، خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتىدىكى بىر ئوقۇغۇچى ساۋاقداشلىرى ئارىسىدا ئىجتىمائىي ئالاقە تورىدىن بىرنى قۇردى، ئۇنى Facebook دەپ ئاتىدى، شۇنىڭدىن كېيىنكى 6 يىل ۋاقىت ئىچىدە، Facebook نى ئىشلىتىدىغانلار 500 مىليونغا يەتتى، ئورکۇت داۋاملىق زارلىنىپ جان تالىشىپ، پۈت تىقتۇدەك بىر جايىنى ساقلاپ قېلىشقا تىرىشتى، مەن بىلەن پاراڭلاشقان زور كۆپ قىسىم ئىنژېنېرلارنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك، orkut نىڭ مەسىلىسى كۆلىمىنى كېڭەيتىش كۇچى يوق، Google نىڭ ئۇنداق كۆلەمدىكى ئىشلەتكۈچى تۇپى شەكىللەندۈرگەن بېسىق مەزگىلدىكى ئالاقە مىقدارىغا ئامال قىلالمايدۇ، بۇ ئۇنى لايىھەلەشتە ئەزەلدىن ئويلاپ باقمىغان مەسىلە دەپ قارىدى.

Gmail نىڭ قۇرغۇچىسى پائۇل بۇچېت بۇنداق دېيىشكە قوشۇلمايدۇ. پائۇل بۇچېتنىڭ دېيىشىچە، ھەقىقىي سەۋەب «Google تېخنىكا جەھەتتە ئۆزىگە تەمەننا قويۇشى ئۇنىڭ مۇۋەپپەقىيەت يولىغا توسالغۇ بولىدى»، orkut «قوزغىتىلدى، نۇرغۇن كىشىلەر قوشۇلدى، ئۇنىڭدىن كېيىن يۈگرەلمىدى». ئەمما باش ئىجتىمائىي ئالاقە تورلىرىمۇ بۇنداق مەسىلىگە يولۇققان، مەسىلەن MySpace، ھەتتا Facebook مۇ باشلىنىشتىلا بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارى مەسىلىسىگە يولۇققان. پائۇل بۇچېتنىڭ سۆزىگە ئاساسلانغاندا، پەرقى MySpace، Facebook ماڭغان يولىدىن قايتماي قىلىشنى داۋاملاشتۇردى، پەقەت تور يۈرۈشسىلا، نېمە قىلسا بولۇۋېرىدۇ. Facebook پەقەتلا بىر توپ ئالىي مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرىغا تاينىپ، ئۇلاردا جىق دېگۈدەك ياكى سانجاي گېماۋاتقا ئوخشاش پىروگراممىلار يوق؛ بىراق نەچچە يۈز مىليون ئىشلەتكۈچىگە ئىگە MySpace نىڭ ئەڭ ئاخىرقى قۇرۇلمىسىنمۇ orkut دەسلەپتە ئىشلەتكەندىكىدىن ئۇنچە كۆپ ئىلغار دەپ كەتكىلى بولمايدۇ.

پائۇل بۇچېتنىڭ دېيىشىچە، «ئەمما Google دا، ئىشنى بۇنداق قىلمايدۇ. » چۈنكى orkut نى مىكروسوفتنىڭ قوراللىرى يازغان، شۇڭلاشقا Google ئىنژېنېرلىرى ئۇنى «كېڭەيتكىلى بولمايدۇ» دەپ قارىدى. «ئىنژېنېرلار orkut قا دىمىغىنى قاقتى، ئۇنى ئۆتۈقى يوق دەپ قارىدى، ئۇلار orkut نىڭ يېقىلىشىنى كۆرمەكچى، شۇ چاغدا Google ئىنژېنېرلىرى قوبۇل قىلالايدىغان ئۇسۇلدا قايتىدىن پىروگراما تۈزمەكچى. بىرازىلىيەدىن باشقا جاينىڭ ھەممىسىدە orkut نىڭ بازىرى يوق. كىم بىلىدۇ، ناۋادا ئۇلار orkut نىڭ يۈرۈشۈشى ھەققىدە بىر قىسىم زۆرۈر خىزمەتلەرنى ئىشلىسە بەلكىم مۇۋەپپەقىيەت قازىنىشىمۇ مۇمكىن. »

پائۇل بۇچېتنىڭ قارىشىچە، داڭلىق بىر شىركەت ئىلگىرى كۆرۈلۈپ باقمىغان يېپىبچىي مەھسۇلاتتىن بىرنى

[62] فىنلاندىيەدە بىر مەزگىل قىزىغان، چۈنكى orkut فىن تىلىدىكى مەنىسى «كۆپ قارشىلىق يۇقىرى دولقۇن». دېگەن مەنىدە ئىكەن. ئەمما كىشىلەر بۇ تورتۇرانىڭ قىز ئوۋلاش ئورنى ئەمەسلىكىنى تونۇپ يەتكەندە، تور ئېقىمى تېز سۇرئەتتە تۆۋەنلەيدۇ.

ئوتتۇرىغا چىقارماقچى، بۇ مەھسۇلاتقا ئىشىنىدىغان ئادەم بولۇپلا قالماستىن يەنە بۇ ئادەم پۈتكۈل قوشۇننىڭ «توغرا ئىش قىلىشى» غا ئېھتىياجلىق. ئۇ orkut ئېلان قىلىنىپ ئىككى ئايدىن كېيىن شەخسەن ئۆزى بۇ ئىدىيەنى ئېغىر سىناقتا دۇچار قىلدى.

ئېلخەت يامان خەۋەر ئېلىپ كەلدى

ئېلخەت ئەزەلدىن ماڭا ھېچقانداق تەلەي ئېلىپ كەلمىگەن. مەسىلەن، مىكروسوفت Outlook نىڭ 2 G لىق ئۈچۈر ساقلاش چەكلىمىسى بارلىقىنى بىلمەيدىكەنمەن، تەبىئىيلا ئەگەر سىغمىدىن ئېشىپ كەتسە قوبۇللاش خەت ساندۇقىنىڭ يىمىرىلىپ كېتىدىغانلىقىنى بىلمەيمەن، ئاندىن 2 يىللىق خىزمەت نەتىجىسى مانا مۇشۇنداق بىكارغا كەتتى. لېكىن، 2002-يىلى ئاخىرى بىلدىم. كېيىن پائۇل بۇچېتنىڭ ماڭا دەپ بېرىشىچە ئۇ Web ئاساسىدىكى ئېلخەت سىستېمىسىنى ئىجاد قىلىۋاتقان بولۇپ، Outlook نىڭ ئورنىنى ئالىدىغان مەھسۇلات قىلغىلى بولىدىكەن، بۇ نەرسە Caribou دەپ ئاتىلىدىكەن، ئۇ مەندىن سىناپ ئىشلىتىشنى خالايدىغان يېكى خالىمايدىغانلىقىمنى سورىدى، مەن خۇشاللىق بىلەن قوبۇل قىلدىم. بىراق بۇ سىستېما بەكلا قالايمىقان ئىدى، خاتىرە كومپيۇتېردا كۆرگەندە مەسىلە كۆرۈلەتتى، مەن كونا يېڭى ئېلخەتلەرنى تەرتىپ بويىچە تىزالمايتتىم، بىر قېتىمدا ھەممە ئېلخەتنى تاللىيالمايتتىم. كىشىنىڭ ئىشەنگۈسى كەلمەيدىغىنى شۇكى، ھەتتا ئېلخەتلەرنى تۈرگە ئايرىيدىغان ھۆججەت قىستۇچلارمۇ يوق ئىدى، بىر قانچە ھەپتىدىن كېيىن، مەن پائۇل بۇچېتقا «ياخشى كۆڭلۈڭگە رەھمەت، مەن يەنىلا ئىشلەتمەي» دېدىم، ئاندىن يەنە مىكروسوفت Outlook نى داۋاملىق ئىشلەتتىم.

بىر يىلدىن كېيىن، مەن Caribou دا ئازراق ياخشىلىنىش بولغانلىقىنى ئاڭلىدىم، بىر قىسىم Google خىزمەتچىلىرى ئۇنى ئىشلىتۈېتىپتۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە خېلى ياخشى ئەمەس ھېس قىلىپتۇ، شۇڭلاشقا مەن قايتا بىر سىناپ بېقىشنى قارار قىلدىم. مەن ئۇنى Outlook بىلەن سېلىشتۇرۇپ ئىقتىدارىنىڭ ئازراق ناچارلىقىنى ھېس قىلدىم، ئەمما قوبۇل قىلىشقا بولىدىغان تەرەپلىرى بار ئىكەن. مەيلى قاچان بولسۇن، بارلىق ئېلخەتلەردىن لازىملىق نەرسىلەرنى ئىزدىيەلەيدىكەنمەن، ئۇنىڭ ئۈستىگە ئۇ بارلىق مۇناسىۋەتلىك ئېلخەتلەرنى بىربىرىگە باغلاپ، كۆرۈشنى ئاسانلاشتۇرىدىغان ئاساسىي لىنىيەدىن بىرنى شەكللەندۈرۈپتۇ. بۇ قېتىم، ئىشلىتىشنى داۋاملاشتۇردۇم، چۈنكى پائۇل بۇچېت ۋە بىر قانچە ئىنژېنېر Caribou نى Google نىڭ مەھسۇلاتى سۈپىتىدە بازارغا سېلىشقا تەييارلىق قىلۋاتىدۇ.

2004-يىلى يىل بېشىدا، Yahoo، ئامېرىكا لىنىيەسى ۋە مىكروسوفت تور ئالاقە ساھەسىدىكى ماگناتلار ئىدى. ئۇلار ئۆمىد قىممىتى نىسبەتەن تۆۋەن، ئېلخەتنى تاۋارلاشتۇرىدىغان تەڭپۇڭ ئېكولوگىيە سىستېمىسىدىن بىرنى قۇردى، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسگە ئايانكى، تور بەت تېپىدىكى ئېلېكترونلۇق ئېلخەتنىڭ نەچچە مېگابايت ساقلاش بوشلۇقى بار، قوبۇللاش ساندۇقىنىڭ ھەممىلا يېرىدە لەۋھە ئېلان، ئۇنىڭ ئۈستىگە يوللىغان ياكى قوبۇللىغان ئېلخەت 10 مىنۇتتىن ئېشىپ كەتسە تېپىش تەس. ئېلخەت ئادرېسىنى ئىشلىتىپ بولغاندىن كېيىنلا يوقاپ كېتىدۇ، نۇرغۇن ئىسملارنى باشقىلار ئىشلىتۈاتقان، مۇشۇنداق بولغاندا، يېڭى بىر ھېسابات قۇرۇش ئۈچۈن، ھەممىلا ئادەم دېگۈدەك ئۆزلىرىنىڭ ئىسمىنىڭ كەينىگە بىر تىزىق ھېچقانداق مەناسى يوق سانلارنى قوشىدۇ. چوڭ تەمىنلەش سودىگەرلىرى مۇشۇنداق ئۇسۇلنى ياقتۇرىدۇ، ئۇلار ھەر قانداق كىشىنىڭ ھازىرقى تەرتىپنى بۇزۇشىنى خالىمايدۇ. ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ توختامغا ئېرىشىش سۆھبىتى جەريانىدا، ئۇلار ئىلگىرى Google نىڭ ئېلېكترونلۇق ئېلخەت سىستېمىسى كەسپىگە كىرمەسلىكنى سودا قىلىش شەرتى سۈپىتىدە ئوتتۇرىغا قويغان. تېخى Google نىڭ بۇنداق قىلىش مەسلىسىنى ئوتتۇرىغا قويۇشنى كۈتمىگەن، ئامېرىكا لىنىيەسىنىڭ ئادۋوكاتلىرى ئۆزىنىڭ سۆھبەت قوشۇنىغا يەتكۈزگەن، بۇ خىل گەپ-سۆزلەر مونوپول قىلىش سىياسىتىگە خىلاپ، شۇڭلاشقا ئۇلار بۇ گېپىنى قايتۇرۇۋالغان.

پائۇل بۇچېتنىكڭ سۆزىگە ئاساسلانغاندا، يېپيېڭى ئېلېكترونلۇق ئېلخەت سستېمىسىدىن ۋەھىمە ھېس قىلدىغىنى Google باغچىسى سىرتىدىكى ئاشۇ ئادەملەرلا ئەمەس. مىكروسوفت Caribou غا يۈزلەنگەندە قانداق ئىنكاس قايتۇرىدۇ، بەزى Google خىزمەتچىلىرىمۇ بۇنىڭدىن تەشۋىشلىنىدۇ، ئۇلار مىكروسوفتنىكڭ سالاھىيەت دەللىلەش سستېمىسىنى بىزنىكڭ پىروگراممىغا سىڭدۈرۈش تەكلىپىنى بەردى. پائۇل بۇچېتنىكڭ ماڭا دېيىشچە: «باشقا ئىنژېنېرلارنىڭ Caribou نى تەنقىتلىگەن پىكىرلىرى ئىنتايىن كۆپ بولغاچقا، بىز ئامالسىز بىر قېتىم مەخسۇس يىغىن ئېچىپ، ئۇلار ئوتتۇرىغا قويغان پىكىرلەرنى رەتلىدۇق. ئۇلارنى بىئارام قىلغىنى بىزنىكڭ JavaScript قوليازما تىلى ئىشلەتكىنىمىز، بۇ ھەقىقەتەن ئىنتايىن چوڭ خاتالىق، بىز ئۇنى پەقەت خىزمەت قىلدۇرالمىدۇق. ئېلېكترونلۇق ئېلخەت قىلىشنىكڭ ئۆزىمۇ ئانچە ياخشى بولمىدى، چۈنكى بىز ئەخلەت ئېلخەت، ھەر خىل سانلىق مەلۇمات، شەخسىي ئۇچۇر شۇنداقلا بىخەتەرلىك مەسلىسىنى بىر تەرەپ قىلمىساق بولمايدۇ—سىز ئويلىغانلا ئىش بولسا، بىرسىمۇ قېچىپ كېتەلمەيدۇ. Caribou نىكڭ ھەممە تەرەپلىرى ئىنتايىن ناچار، ئۇ ھەتتا مەۋجۇت بولماسلىقى كېرەك. ھەتتا ئېلان قىلنايلا دەپ قالغان بولسىمۇ، كۆپچىلىك يەنە ۋارقىراپ-جارقىراپ، پۈتكۈل لايىھەنى بۇزاستە بىكار قىلۇېتەيلى دېدى. »

Caribou غا تەۋە ھەقىقىي ئىجابى بايلىق جورج خارىك (Georges Harik). پائۇل بۇچېتنىكڭ سۆزىگە ئاساسلانغاندا، جورج خارىك «تەسەۋۋۇرغا ئىگە كىشى»، ئۇنىكڭ ئالغىنى كومپيۇتېر ئىلمى دوكتورلۇق ئۇنۋانى، كومپيۇتېر ئۆگىنىش ساھەسىدىكى كەسپىي ئارقا كۆرۈنۈشىگە ئىگە، ئۇنىكڭ ئۇستىگە كۈچ قۇۋۋىتى ئۇرغۇپ تۇرىدۇ، دائىم ئالدىراشلا يۈرۈيدۇ. ئۇ قۇرۇلۇش بۆلۈمنىكڭ ھۆرمىتىگە سازاۋەر بولدى، بولۇپمۇ لارىرنىكڭ ھۆرمىتىگە ئېرىشىپ بىباھا گۆھەرگە ئايلاندى. پائۇل بۇچېتنىكڭ دېيىشچە: «بىر تۇرگە نسبەتەن، لارىرنىكڭ پوزىتسىيەسى ھەقىقي بىر ئەۋزەللىككە ئايلىنىپ، بۇ تۇر كاپالەتكە ئىگە بولدى. لارىرنىكڭ قارىشى ئىنتايىن مۇھىم.»

جورج بىر مەزگىل مەھسۇلات باشقۇرۇش خىزمىتى بىلەن شۇغۇللىنىشنى قارار قىلدى، شۇنىكڭ بىلەن ئۇ Caribou تۇرىنىكڭ مەھسۇلات باشقۇرغۇچىسىغا ئايلاندى، گەرچە ئۇنىكڭ بىلەن پائۇل بۇچېتنىكڭ قارىشى دائىم بىردەك بولۇپ كەتمىسىمۇ، ئەمما پائۇل بۇچېت جورجنىكڭ ھەقىقي قىزىقىشنىكڭ بىر مەھسۇلاتقا ئايلاندۇرۇش، ھەرگىزمۇ «ھوقۇق ئويۇنى ئويناش» ئەمەسلىكىگە ئىشىنەتتى. مۇشۇنداق بولغاندا دەققەتنى تېخنىكىغا مەركەزلەشتۈرگىلى بولىدۇ، شۇنىكڭ بىلەن پۈتكۈل قوشۇننى يېتەكلەپ مەھسۇلات ئېلان قىلىشنى كېچىكتۈرۈشتەك سىياسىي پاتقاقتىن ئايرىلىدۇ.

مەن يېڭى مۇلازىمەتنىكڭ ئىسمى، مۇلازىمەتنى چۈشەندۈرۈش ئۇسۇلى شۇنداقلا مۇلازىمەتنىكڭ ئوتتۇرىغا قويۇلۇش ۋاقتىغا ئەكڭ كۆڭۈل بۆلمەن، بىز ھەم بۇ مۇلازىمەتنىكڭ ئىسمى بىلەن Google ماركىسىنىكڭ مۇناسىۋەتلىك بولۇشنى ئويلايمىز، ھەم ئۇنىكڭ كىرگۈزۈش سۈرئىتى «Yahoo» دىن تېز بولۇشنى ئويلايمىز، شۇڭلاشقا ئات قويۇش مۇرەككەپلىشىپ كەتتى. ئەكڭ ئىستىقبالى بار دەپ قارالغنى Gmail، بىراق gmail.com دائىرە نامىنكڭ ئىگىسى بار، ئەسلى ئىگىسى بىلەن ئالاقلىشىدىغان ۋاقىتتا بىز نۇرغۇن ئەگىرى-توقايلىقلارنى باشتىن كەچۈردۇق، بۇ مەھسۇلات ئېلان قىلىنىشتىن ئىككى ھەپتە ئىلگىرى، Google نىكڭ بىر ئادۇوكاتى روس خاگان ئۇلارنى تېپىپ، ئۇلارغا 6500 ئامېرىكا دوللىرى بەردى. بىز بۇ باھانى ئانچە يۇقىرى ئەمەس دەپ قارىدۇق، بىراق ئۇلارنىكڭ مۆلچەرىدىن يۇقىرى ئىدى، شۇڭلاشقا Gmail.com بىزگە تەۋە بولدى.

گەرچە مەن ئىزچىل خەتمۇ-خەت، جۈملىمۇ-جۈملە تەكشۈرۈپ Google نىكڭ گەپ-سۆزلىرىنىكڭ بىردەكلىكىگە كاپالەتلىك قىلۇاتقان بولسىمۇ ئەمما يېڭى مەھسۇلات ئېلان قىلىنغاندا، قانداق تېكىست مەزمۇنىنى ئىشلىتىش مەن بىر ئادەمنىكڭ قارارى بولماي قالدى. جوناسان روسېنبېرگنىكڭ مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمگە يېڭى خىزمەت ئورنىدىن بىرى تەسىس قىلىندى، ئۇنىكڭ ئىسمى مەھسۇلات بازارچىلىق مۇئاۋىن باشقۇرغۇچى. Gmail گە تەينىلەنگەن مەھسۇلات بازارچىلىق مۇئاۋىن باشقۇرغۇچىسى ھاياتي كوچى ئۇرغۇپ تۇرغان، ئىنتايىن كۆڭۈل بۆلىدىغان خارۋاردنى پۈتتۈرگەن ئانا ياكڭ. ئۇ يېزىقچە ماتېرىيالنى يېزىشقا مەسئۇل،

بىراق يەنە ئىستراتېگىيە نۇقتىسىدىن مەھسۇلات ئوربىتىسىنى بەلگىلەش، ئىشلەتكۈچى ئىنكاسى شۇنداقلا تاراتقۇ ۋە ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلەرنىڭ ئۇيغۇر-پىكرىنى ئويلىشىدۇ. ھەر خىل مەسىلىلەرنى ھەل قىلىش ئۈچۈن، ئۇ يىغىن ئېچىپ، ھەر خىل ۋەزىپىلەرنى ماسلاشتۇردى ھەمدە جورج بىلەن زىچ ھەمكارلاشتى، مەن ئۇنىڭ قەدىمگە يېتىشەلمەيلا قالدىم. پەقەت بىر ئاخشامدىلا، ئۇ سەھەر سائەت 2:00، 3:00، 4:00 لەردە 3 قېتىم يېڭىلاش ئېلان قىلدى، بىر قېتىم، مەن ئامالسىز ئۇنىڭغا، Gmail ھەر قانچە مۇھىم بولسىمۇ، مەن بىر ھەپتىدە 7 قېتىم يىغنىغا قاتنىشالمايدىغانلىقىمنى، شۇنىڭ بىلەن بىلله يەنە قولۇمدىكى باشقا تۇرلەرنى تاماملىيالمايدىغانلىقىمنى ئېيتتىم.

ئاناغا قاراپ، ئۆزەمنىڭ «ئاخىرقى كۈن» ۋەمنى غۇۋا كۆرگەندەك بولدۇم.

مەھسۇلات باشقۇرۇش ئوڭۇشلۇق ھالدا ماركا باشقۇرۇش رولىنى ئۆز ئۈستىگە ئالدى، جوناسان روسېنبېرگ ئىمپېرىيەسىنىڭ زېمىنى مسلسىز زور دەرىجىدە كېڭەيدى، ئىنتايىن تېز سۈرئەتتە، ئالاھىزەل پۈتكۈل سامان يولى سستېمىسىنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك ئۇنىڭغا تەۋە بولدى. مەن Google نىڭ ئەھۋالى تەبىئىي ھالدا مۇشۇنداق تەرتىپنى شەكىللەندۈرگەنلىكىنى چۈشىنىمەن، P&G دەك بۇنداق شىركەتتە، ئەھۋال ئالاھەزەل ئانچە ئوخشاش بولماسلىقى مۇمكىن. ئۇلار ياندىكى كۆزەتكۈچى سۈپىتىدە مەزكۇر شىركەتنىڭ كەسپىنى تەپسىلىي قاراپ چىقىدۇ، ئۇلار ئىستېمالچىلارنىڭ ئېھتىياجى بىلەن مەھسۇلاتنىڭ ئەمەلىي ئىقتىدارى ئارىسىدىكى پەرقنى قارىتا بازارنى كېڭەيتىدۇ. Google نىڭ دۇنياغا نەزەر سېلىشى ئىچىدىن سىرتقا، ئىنژېنېرلار ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئۆلچىمى بويىچە ئەمەس بەلكى ئۆزىنىڭ ئۆلچىمى بويىچە مەھسۇلاتنى لايىھەلەيدۇ. ئەگەر بىزنىڭ تېخنىكىمىزنى بازار قوبۇل قىلسا، ئۇنداقتا ئىش پۈتكەن بولىدۇ، ئەگەر ئۇنداق بولمىسا، ئۇنداقتا ئۇ تېخنىكا تۈپ نىگىزىدىن ئېيتقاندا تەتقىق قىلىشنىڭ قىممىتى يوق. بىر مەھسۇلاتنى ماركا دەپ قارايدىغان شىركەتتە، ماركا باشقۇرۇش مەھسۇلات بازارچىلىقىغا ئايلىنىپ كېتىدۇ. مەن بۇنىڭ تەبىئىي قانۇنىيەت ئىكەنلىكىنى بىلىمەن.

بىراق، مېنىڭ يەنىلا قىلىدىغان ئىشىم بار، ئۇنىڭ ئۈستىگە مەن ئۇنى پۈتۈن كۈچۈم بىلەن تاماملايمەن. مەن Gmail نى ئويلاپ پىكىر ئالماشتۇرۇشنىڭ يېڭى شەكلى دەپ ئوربىتا بېكىتتىم، ھەرگىزمۇ Yahoo ئېلخەت بىلەن رىقابەتلىشىدىغان رىقابەتچى دەپ قارىمىدىم. Gmail پەقەت ئىشلەتكۈچىگە نەچچە يۈز ھەسسە ھەقسىز ساقلاش بوشلۇقى تەمىنلەپلا قالماستىن، بىز يەنە ئىزدەش ئىقتىدارىنى قوشتۇق، بۇنداق بولغاندا كىشىلەر ھەر بىر پارچە ئېلخەتنى قولدا قىسقۇچقا ئارخىپلاشتۇرۇشنىڭ ھاجىتى يوق بولۇپ، بۇئاسىتە ئىزدىيەلەيدۇ. باشقا ئېلخەت سستېمىلىرىغا سېلىشتۇرغاندا، Gmail بىر قورغاندا توپ ئۇرۇپ نومۇر ئالغۇچى بولماستىن بەلكى يېڭى توپ تۇرىدىكى تەنھەرىكەت.

قېيقالغان بىردىنبىر مەسىلە قاچان ئوتتۇرىغا چىقىرىش. 2004-يىلى 2-ئايدا، سېرگېي 4-ئاينىڭ 1-كۈنى ئالداش بايرىمى كۈنى ئېلان قىلىش تەكلىپىنى بەردى. تاراتقۇلارنىڭ بىزنىڭ چاقچاق قىلىۋاتقان ياكى رەسمىي ئېلان قىلغانلىقىمىز توغرىسىدا بىرلىككە كېلەلمەسلىكىنى كۆرسەك، ئۇ چاغدا نېمە دېگەن قىزىقارلىق ھە. بىزنىڭ ئەڭ مۇھىم يېڭى مەھسۇلاتىمىزنى ئېلان قىلىشنى كېچىك بالىنىڭ ئويۇنىدەك كۆرۈش، ماڭا يۈمۈردەك تۇيۇلمىدى، مەن سېرگېيغا مۇنداق دېدىم. 3-ئايدا ئېچىلغان Gmail قوشۇننىڭ ئەزالىرى ۋە ئالىي دەرىجىلىك باشقۇرغۇچىلار قاتناشقان مەھسۇلات ئېلان قىلىشنى تەكشۈرۈش يىغىنىدا، مەن قايتا-قايتا ئۆزەمنىڭ ئەنسىرىشىنى تەكتىلىدىم. ئېرىك بىلەن مېنىڭ كۆز قارىشىم ئوخشاش، ئۇ باش ئىجرائىيە ئەمەلدارى (CEO) سالاھىيتى بىلەن يۇقىرىدىن تۆۋەنگە چۈشكەن قارارنى چىقاردى. بىزنىڭ Gmail نى قۇرۇپ چىقىش ئۈچۈن سەرپ قىلغان بارلىق تىرىشچانلىقىمىز شۇنداقلا ئۇنىڭ Google نىڭ يېڭىدىن مۇھىم بازار ئېچىش تەرەپتىكى يوشۇرۇن كۈچكە ئىگە ئىكەنلىكىنى كۆزدە تۇتقاندا، بىز ئۇنى ئېلان قىلىشنى چاقچاقتا ئايلاندۇرساق بولمايدىغانلىقىنى ئېيتتى، لارى بىلەن سېرگېي ئاقلاپ، مۇشۇنداق قىلساق ئاندىن Google نىڭ ئۇسلۇبى بولىدۇ دېدى، ئەمما ئېرىك بۇنىڭلىق بىلەن تەۋرەنمىدى. بىز 4-ئاينىڭ 1-كۈنى Gmail نى ئېلان قىلساق بولىدۇ ئەمما بۇنىڭ چاقچاق ئەمەسلىكىنى چوقۇم چۈشەندۈرۈشىمىز كېرەك.

يىغىن ئاخىرلاشقاندا، مەن يىغىن زالىدا ئايلىنىپ باقتىم، ئاندىن ئېرىككە ئەگىشىپ پەشتاقتا كەلدىم. ئېرىك ئۇستىنكى قەۋەتتىكى ئىشخانىسىغا ماڭغاندا، مەن ئۇنىڭغا مۇنداق دېدىم: «سېنىڭ تۇغرا قارار چىقارغانلىقىڭغا رەھمەت. بۇنداق ئۆزىدىن مەلۇم بىر ئىشنى يەنە لارى ۋە سېرگېي بىلەن مۇنازىرە قىلىش، چوقۇم كىشىنى بىئارام قىلىدۇ ھە!

ئېرىك قەدىمىنى توختىتىپ ماڭا قاراپ، كۈلۈمسىرەپ تۇرۇپ: «مەنمۇ ھېچنېمىنى زىيان تارتمىدىم، خجىلمەن، ھازىر مەن بىنانى ئايلىنىپ بىر قانچە قېتىم چۆگىلەپ چىقاي.» دېدى. Gmail ئېلان قىلىنىشتىن ئىلگىرىكى بىر قانچە ھەپتىنى ئەسلىگەندە، بىز زادى قانچىلىك ئىش قىلدۇق، مەن بۇ مەسىلە ئۈچۈن گاڭگىراپلا قالدىم. مېنىڭ كۆزدە تۇتۇۋاتقىنىم پۈتۈن زېھنى بىلەن تېخنىكىلىق قىيىن مەسىلىنى يېڭىش ياكى ئىنتايىن مۇرەككەپ قانۇن مەسىلىسى ۋە ياكى ئىنتايىن نازۇك قول تۇتىدىغان ھەمكارلىششىنى باشقۇرۇش مەسىلىسى بولماستىن، مېنىڭ كۆزدە تۇتقىنىم بىر تەرەپكە قايرىپ قويۇلغان بازارچىلىققا مۇناسىۋەتلىك ئاشۇ بىر قانچە ئىش خالاس.

ئەگەر بىز بىر مەھسۇلاتنى ئېلان قىلىشقا كۆڭۈل بۆلىدىغان دەسلەپكى ئىگىلىك تىكلەۋاتقان كارخانا بولغان بولساق، بۇ بىر قانچە ئىشنى بىر تەرەپ قىلىش بىزنى ئالدىراش قىلىپ ھاردۇرۇۋېتەتتى، ئەمما ئەمەلىي ئەھۋال شۇكى، Google نىڭ مەھسۇلات ئېلان قىلىش تەرتىپى خۇددى شىددەتلىك بوران-چاپقۇندەك چاقماق تېزلىكىدە يۈرگۈزۈلۈپ، بىرى يەنە بىرىگە ئۇلىشىپ، ھەر قېتىملىق تەۋرەشنىڭ كۈچى بىرى بىرىدىن كۈچلۈك. Gmail دىن كېيىن، يەنە خاسلاشتۇرۇلغان زاكاز ئىزدەش، تور بەت ئاگاھلاندۇرۇش، يەرلىك ئىزدەش قاتارلىق مەھسۇلاتلار، شۇنداقلا مەخسۇس شەخسىي كومپيۇتېردا ھۆججەت ئىزدەيدىغان «بىر قاراپلا ھەممىنى كۆرۈش» (TotalRecall) پروگراممىسى بار. بۇ مەھسۇلاتلارنىڭ ھەممىسگە تەييارلىق قىلىش كېرەك، Gmail ئېلان قىلىنىپ بولغاندىن كېيىن ئاندىن قول سېلىشنى كۆتۈشكە بولمايدۇ.

مېنىڭمۇ ئۆزەمنىڭ تۇرى بار، ئۇنىڭ ئىچىدە پۈتۈن مەملىكەتتىكى ئىنژېنېرلارغا يۈزلەنگەن خادىم تەكلىپ قىلىش پائالىيىتى، ياپونىيە ئۇنىۋېرسىتېتىدىكى كېچەيتىش پائالىيىتى، Google يېڭى ئىقتىدارىنى توردا سەيلە قىلىش، ئىشلەتكۈچىلەرگە مۇناسىۋەتلىك JewWatch مەسلىسىگە جاۋاب، ئۇ سېمىتلارغا قارشى ئۆچمەنلىك گەپ-سۆزلىرى بار تور بېكەت، بىز ئۇنى «Jew» (يەھۇدىيلار) ئىزدەش نەتىجىسىنىڭ ئەڭ ئۈستىگە قويدۇق. مەن تۇرمۇشۇمنىڭ «ئوق ۋاقتى» كىنوسىدىكى ئالاھىدە ئۇنۇمنى سۈرەتكە ئېلىش ئۇنۇمىگە كىرگەنلىكىنى ھېس قىلدىم، بۇنداق ئۇنۇمدە، ھەممە نەرسە ئاستىلاپ ئۆملەش سۈرئىتىگە ئۆزگىرىدۇ، بىراق باش پېرسۇناژنىڭ ۋاقتىغا بولغان ھېس تۇيغۇسى كۈچىيىدۇ، بۇنداق بولغاندا ئۇ ھەممە نەرسىنىڭ خۇددى ئوقتا ئوخشاش ئۆزىگە ئېتىلىپ كېلىۋاتقانلىقىنى كۆرىدۇ. يۇقىرى پەللە ھالىتىدە ئىش قىلغان ۋاقىتتا، ھەر قېتىملىق ھەرپىتاختا بېسىش، ھەر بىر جۈملە، ھەر قېتىملىق ئىدىيەنىڭ ھەممىسى مېنى نىشانغا تېخىمۇ يېقىنلاشتۇرىدۇ. مەن نەچچە ئىستاكان قېنىق قەھۋە ئىچكەنلىكىمنى ئۇنتۇپ قالدىم ئەمما بىزنىڭ بىر قانچە قەھۋە ماشىنىمىز بارلىقى ئېسىمدە، ئۇنىڭ ئۈستىگە ھەر بىر ماشىنا بىر قېتىمدا ئىككى ئىستاكان قەھۋە تەييارلىيالايدۇ.

Gmail ئېلان قىلىنىشتىن 5 كۈن ئىلگىرى، مەن ئاڭلاشنى ئەڭ خالىمايدىغان ئۇچۇرنى ئاڭلىدىم، Gmail ئاخىرىدا يەنىلا چاقچاق قىلىشقا ئىشلىتىلىدىكەن، ئەلۋەتتە، ئالداش بايرىمىدا كىشىنى ئەخمەق قىلىدىغان چاقچاق ئەمەس، بەلكى مەن ئالداش بايرىمىغا لايىھەلىگەن Google نىڭ ئايدىكى ئىشخانا تۇغى بىلەن بىللە يۈرگۈزۈلىدىكەن، بىراق يۇقىرى دەرىجىلىك باشقۇرۇش قاتلىمى يولىورۇق بېرىپ، بىزنىڭ ئېلان قىلىش ئۇقتۇرۇشىمىزغا راست-يالغان بېرىمدىن ئارىلىشىدىغان بوپتۇ.

رەسمىي ئاخبارات ئارگىنالىدىن بىرنى يازمىز، ئەمما بېتەرلىك كۆپ يۇمۇرلۇق ئېلىپمېنتلار ئارقىلىق كىشىلەرنى Gmail نىڭ زادى راست ياكى يالغانلىقى ھەققىدە ئويلاندۇرمىز، بىز مۇخبىرلارغا ئالدىن ئەھۋال چۈشەندۈرۈش ئېلىپ بارمىز، ئالدىنقى شەرتى ئۇلار چوقۇم بۇ قېتىم Gmail نىڭ ئېلان قىلىنىشى ھەققىدە

قىسقا قىزىقارلىق خەۋەردىن بىرنى يېزىشقا قوشۇلۇشى كېرەك. ئۇنىڭدىن باشقا، يەنە لارى ئوتتۇرىغا قويغان بىر جۈملە شوئارنى قوشۇشى لازىم: «Gmail نېمە دېگەن ياخشى.»

سىندى گېرمانىيەدە، زور كۆپ قىسىم ۋاقىتتا تۇردا يوق، شۇڭلاشقا ئاممۇى مۇناسىۋەت باش نازارەتچىسى داۋىد كىرەين ئۇنىڭ ئورنىنى ئالدى. ئۇ ئەسلەپ مۇنداق دېدى: «مېنىڭ بىلىشىمچە، ئەگەر ئۇ خىل ئۇسۇلدا چۈشەندۈرۈلگەن بىر ئالاقە ئاپتوموبىلى يولغا چىقسا، بۇ كۆپچىلىكنى ئويناتقانلىق بولىدۇ، كۆپچىلىكنىڭ ئارىسىدىكى مۇناسىۋەتكە جەڭ ئېلان قىلغانلىق. سېرگېي مۇشۇنداق قىلىش پىكرىدە چىڭ تۇرۇۋالدى. مېنىڭچە بىز پاش قىلىشقا تەييارلىق قىلىشىمىز، يولغا قويغىلى بولىدىغان تەدبىرلەرنى ئورۇنلاشتۇرۇپ، تاسادىپىي بىزنىڭ يۈمۈرىمىز خاتا چۈشىنىلىپ قالايمىقانچىلىق چىقسا قانداق قىلىمىز؟»

داۋىد كىرەين بىر قىسىم ئىشەنچلىك مۇخبىر ۋە تەھلىلچىلەرنى سېپىمىزگە قوشۇپ، بۇنداق خەۋەر ئېلان قىلىنغان كۈنى، بىز كىشىلەرنىڭ ئۇلاردىن Gmail نىڭ كەسىپكە كۆرسىتىدىغان يوشۇرۇن تەسىرىنى سوراتتۇرۇشنى ئوتتۇرىغا قويدى، داۋىد كىرەيننىڭ ئېسىدە قېلىشچە سېرگېي ئۇنىڭغا مۇنداق دېگەن: «بولمايدۇ، چاقچاق دېگەن چاقچاق، بىز كۆپچىلىكنى بىر ھەيران قالدۇرايلى، بولمايدۇ، قەتئىي بولمايدۇ، نېمە دېسەڭلارمۇ بولمايدۇ!»

شۇنىڭ بىلەن بىللە، ئېلان قىلىشتىن بىر كۈن ئىلگىرى، دېننىس خۋاڭ (Dennis Hwang) بىر كۈن ۋاقىت سەرپ قىلىپ تۇغنى قانداق ياساشنى ئويلاپ چىقتى، ئۇ Gmail تۇغى بىلەن رەڭگارەڭ Google ماركىسىنى بىر جايغا قويماقچى. مەن ئۇنىڭغا Google خېتىنى كۆلرەڭ قىلىپ، Gmail بەلگىسىنى شىركەتنىڭ رەڭگىدە ياساش تەكلىپىنى بەردىم. گەرچە Google دا 4 يىل ئىشلىگەن بولسىمۇ، يىگىرمە نەچچە ياشلىق بىر شوركىنىڭ، ئىشلەتكۈچىسى مىليوندىن ئاشىدىغان مەھسۇلاتنى ئېلان قىلىشنىڭ ئالدىقى كۈنى كېچىدە، ئۆزى يالغۇز ئىشخانىدىكى ئۇستەل يېنىدا ئولتۇرۇپ، بىر تەرەپتىن چاي ئىچكەچ، يەنە بىر تەرەپتىن مەھسۇلاتنىڭ ئاساسلىق ماركا ئېلېمېنتلىرىنى ئويلاۋاتقانلىقى، مېنى ھەقىقەتەن ھەيران قالدۇردى.

بۇ چاغدا، سېرگېي كىرىپ كەلدى، ئۇ توختاپ مۇنداق سورىدى، بىزنىڭ چاقچاق قىلىش ئۈسۈلدا Gmail نى ئېلان قىلىشىمىز خاتا بولۇپ قىلىشى مۇمكىنمۇ ئەمەسمۇ. بۇنىڭدىن ئىلگىرى، مەن ئۇنىڭغا كۆپ قېتىم ئېيتقان، بۇنداق قىلىش خاتا، ئەمما بۈگۈنكى كۈنگە كەلگەندە، شۇنچە كۆپ بەدەل تۆلىگەندىن كېيىن ئىنتايىن تەستە سەھنىگە چىقتى، مەن ئەكسىچە خاتا ياكى ئەمەسلىكىنى جەزملىيەلمىدىم.

«ياق»، دېدىم مەن ئۇنىڭغا، «خاتا ئەمەس، ئىنتايىن قىزىقارلىق، بىراق مېنىڭچە پۈرستىنى تۇتۇش سەل قىيىن، ئەگەر كىشىلەر بۇنى چاقچاق دەپ قارىسا، بىز ئۇلارغا ئەمەلىيەتتە راس دېسەك، ئۇلار بەلكىم راست دېمەسلىكى مۇمكىن.» مېنىڭ پەرىزىمىدەك چىقسا، بۇ ئۇنى قايىل قىلالمايدۇ، يەنە بىر قانچە مىنۇت پاراڭلاشتۇق، سېرگېي ھېچ ئىش بولمىغاندەك كېتىپ قالدى.

ئېلان قىلىشقا بىر قانچە سائەت قالغاندا، باشقا مەسىلە كۆرۈلدى، ئۇچۇر يەتكۈزۈشتە خاتالىق كۆرۈلدى، بەزى باسقۇچلاردا زەنجىر تاشلۇەتتى: مەسىلە ھۆججەت نەشرىنى باشقۇرۇشتا كۆرۈلدى. گەرچە ئالدىراش تۇزىتىلگەن بولسىمۇ ئەمما ئوتتۇرىغا قويۇلغان پەرەزمۇ كۆڭۈلدىكىدەك ئەمەس ئىدى. مەن كومپيۇتېر كاشىلىسى سەۋەبىدىن ھۆججەتنى يازماقچى بولغان كىشىدىن ئەپۇ سورىدىم ھەمدە ئۇلار خىزمەتنى ئىنتايىن ياخشى قىلىدىغانلىقىنى جەزملىدىم. ئادەمنى تېخىمۇ ئەنسىرىتىدىغىنى شۇكى، ئىنژېنېرلارنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك، Gmail مۇلازىمىتىنىڭ ئۆزىلا تېخى پىشمىغان، پائۇل بۇچېت مۇلازىمېتىرنى كۆپەيتىپ بىر تەرەپ قىلىش ئىقتىدارىنى ئاشۇرۇشنى ئىلتىماس قىلدى.

ئۇنىڭ كېيىن ماڭا دېيىشچە: «بىز پەقەتلا ئىككى ئۇچ يۈز مۇلازىمېتىر ئىشلەتتۇق، ئاساسەن قاتتىق دېتال يوقتەكلا، بۇ پەقەت Google خىزمەتچىلىرى ۋە ئاز بىر قىسىم ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئىشلىتىشىنى

قوللاشقا يېتىدۇ. بىز ئوتتۇرىغا چىقارغان Gmail شەكىلگە تىزىپ قويغاندەكلا. »

3-ئاينىڭ 31-كۈنى چۈشتىن كېيىن 4:00 تە، ئاخبارات ئورگىنالى ئېلان قىلىندى، ئەمدى قايتىشقا يول قالمىدى.

ئاممىۋى مۇناسىۋەت بۆلۈمىنىڭ تېلېفونى شۇنىڭغا ئەگىشىپ جىرىڭلاشقا باشلىدى. خەيرىيەت، مۇخبىرلار بۇ مىكى-مىكى ئاخبارات ئورگىنالىنى ئانچە زىنھارلاپ كەتمىدى. ئىككىنچى كۈنى، ئۇلار ئىجابىي خەۋەرلەرنى يازدى، بىز ئوق يېيىشتىن دالدىلىنىپ قالدۇق. ئاخبارات ئورگىنالى قىزىقارلىق، شوخ ئاھاڭ ۋە ئۇسلۇبتا سىندىنى ئىنتايىن ھاياجانلاندۇرۇۋەتتى، گەرچە ئۇ ئالداش بايرىمىدىن ئىبارەت بۇ ۋاقىتقا ئورۇنلاشتۇرۇلغانلىقىنى ئانچە ياقتۇرۇپ كەتمىگەن بولسىمۇ.

Gmail ئېلان قىلىنغان تۇنجى كۈنى، ئىلتىماس قىلغانلار تىزىملىكىدە 250 مىڭ كىشى تىزىملاپ Gmail ھېساباتىنى ئىلتىماس قىلدى. ئۇنىڭدىن كېيىن، ئەھۋالدا بۇرۇلۇش يۈز بەردى.

مۇخبىرلار سىندىدىن ئاغرىنىشقا باشلىدى، ئۇلارنىڭ دېيىشىچە بىزنىڭ مەھسۇلات ئېلان قىلىش ئۇقتۇرۇشىمىز بىشەملىك ئىكەن. ئۇنىڭ بىر مۇخبىر دوستى كىشىلەرگە بۇنىڭ بىر چاقچاق ئىكەنلىكىنى ئېيتىپتۇ، نەتىجىدە خەۋەردە سەھۋەنلىك كۆرۈلگەنلىك ئۈچۈن ئىيسىزلىقى يۈز بېرىپتۇ. ئەمەلىيەت ئۆزىنىڭ خاتالاشقانلىقىنى ئىسپاتلاپ، مۇخبىر بۇ خىل ئەھۋالدىن زور كۆپچىلىك كىشىلەردىنمۇ بەكرەك بىزار بوپتۇ. سىندى كۆپ مىقداردا قاتتىق ئەيىبلەشلەرنى تاپشۇرۇۋاپتۇ، بىراق، ئەڭ ئوسال ئەھۋال ئەمەس.

Gmail نىڭ قوبۇللاش ساندۇقىدىكى مەزمۇنغا قارىتا كۆرسەتكەن ئېلانى كىشىلەرنى غەزەپلەندۈردى. ئىشلەتكۈچىلەر Gmail نىڭ ئۇلارنىڭ تورخېتىنى ئوقۇش ئارقىلىق نىشانلىق ئېلان تەمىنلىشىنى خالىمايدىكەن، بۇ شەخسىيەتكە تاجاۋۇز قىلغانلىق، كىشىلەرنى سەسكەندۈرۈپ تەشۋىشلەندۈرىدۇ. Google نىڭ كىشىلەرنى قورقۇتىدىغان يېڭى ئېلېكترونلۇق ئېلخەت سىستېمىسى ھەققىدىكى خەۋەرلەر تېلېۋىزور ۋە ئىنتېرنېتتا پەيدا بولدى. كونان ئوبرىئېن (ئامېرىكىنىڭ داڭلىق سۆھبەت پروگراممىسىنىڭ رىياسەتچىسى) ئۆزىنىڭ يالغۇز كىشىلىك رول ئالدىغان ئويۇنىدا بۇ ئىشنى تىلغا ئېلىپ ھەزىل قىلىشقا باشلىدى: Google، بىر ئىزدەش موتورى، نېمە ئۈچۈن ئېلېكترونلۇق ئېلخەت كەسپىگە كىرىشنى تالىشىدۇ؟ ئېلان شىركىتى DoubleClick تەك ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ تورىدىكى قىلمىشىنى ئىز قوغلاش قىلمىشىنى ھۆكۈمەتتىن قاتتىق جازالاشنى تەلەپ قىلغان ئاشۇ كىشىلەر ئەمدى Gmail نى ئوخشاش بىر سوراق سەھنىسىگە ئىتتىرىپ چىقاردى.[63] تېخىمۇ ئوسال بولغىنى، بىز باشقىلارنىڭ تورخېتىنى ئوقۇۋاتىمىز.

4-ئاينىڭ 12-كۈنى، كالىفورنىيە ئىشتاتىنىڭ پارلامېنت ئەزاسى لىز فىگۇروئا قانۇن تۈرغۈزۈش تەرتىپىگە مۇراجەت قىلىپ، Gmail نى ئەرز قىلىدىغانلىقىنى جاكارلىدى. ئۇنىڭ Gmail ھېساباتى يوق، ئۇ Gmail ھېساباتىنىمۇ كۆرۈپ باقمىغان. ئەمەلىيەتتە، ھېچكىم كۆرۈپ باقمىغان. ئۇ بىر پارچە خەۋەردە Google غا ئەۋەتىلگەن خەتتىكى مەزمۇننى نەقىل ئالغان: «مەن سىلەرنى مەجبۇرلاپ بۇ رەزىل ئىجادىيىتىڭلاردىن ۋاز كەچكۈزەلمەيمەن. مېنىڭچە، سىلەر دوۋزاخقا تۈتىشىدىغان يولدا مېڭىۋاتىسىلەر.»

سېرگېي بۇ پارلامېنت ئەزاسىغا تېلېفون ئۇرۇپ، Gmail دىكى ئېلاننى كومپيۇتېر ئاپتوماتىك ئېلان قىلىدىغانلىقى، بۇنىڭ ئېلخەتنى ئاپتوماتىك سىكانىرلايدىغان ۋىرۇس بىلەن ئوخشاش ئىكەنلىكىنى چۈشەندۈردى. ئەمما ئۇ تەپسىلىي چۈشەندۈرۈشنى ئاڭلاشنى خالىمىدى. ئەمەلىيەتتە، ئۇ ئېلخەتنى ياقتۇرمايتتى، ئەلۋەتتە Google نىڭ ئۇنىڭ تورخېتىنى سكانىرلىشىنى خالىمايتتى.

مەن ئەزەلدىن لىز فىگۇروئانى ئاڭلاپ باقمىغان ئىكەنمەن، بىراق توردىن ئىزدەپ كۆرسەم، ۋەزىپە ۋاقتى

[63] 2007-يىلى، Google شىركىتى 3.1 مىليارد ئامېرىكا دوللىرى باھا بىلەن DoubleClick نى سېتىۋالدى.

توشۇشقا ئاز قالغان بولۇپ، پات ئاردا ئۇ ۋەزىپىسىدىن ئايرىلىدىكەن. ئەگەر ئۇنىڭ ئىسمىنىڭ ئالدىغا «ئىستېمالچىلارنى قوللاش» دېگەن بىر قانچە سۆزنى قوشۇپ قويسا ئۇنىڭ كېيىنكى نۆۋەتلىك سايلام رىقابىتىگە پايدىلىق بولامدۇ يوق، -دەپ ئويلىنىپ قالدىم.[64]

Gmail گە قارىتا قانۇن تۈرغۇزۇش ئەلۋەتتە بىر مەسىلە، ئەمما ئەگەر بىزنىس شەخسىيەتنى قوغدايدىغانلار ۋە تاراتقۇلار مۇشۇنداق سۆكۈشەرسە، بۇ مەسىلىنىڭ كارايىتى چاغلىق. بەربىر، Gmail مۇلازىمىتىنى ئىشلىتىدىغان ئادەم قالمايدۇ.

لىز فىگۇروئا قانۇن تۈزۈش تەرتىپىگە مۇراجەت قىلىدىغانلىقىنى ئېلان قىلغان ئىككىنچى كۈنى، بىز ۋاشىنگتون ئالاھىدە رايونىغا قاراپ يولغا چىقتۇق. بۇ قېتىملىق كامانىدىروپكىنىڭ Gmail بىلەن قىلچە ئالاقىسى يوق. هامما ئاچام قازا قىپتۇ، ئۇنىڭ دەپنە مۇراسىمىغا قاتنىششقا بارىمەن. قاتمۇ-قات بېسىم ئاستىدىكى ئاشۇ كۆنلەردە، دەپنە مۇراسىمىغا قاتنىشىش مېنى تېخىمۇ مەيۈسلەندۈردى. قەبرە يېنىدا تۇرۇپ، ئاخىرى مەن بەرداشلىق بېرىۋاتقان بارلىق بېسىمنى يېنىكلىتىدىغان چۈشۈرگە ئېغىزىدىن بىرنى تاپتىم. هامما ئاچامنىڭ تاۋۇتىنى دەپنە قىلىشقا باشلىغاندا، مەن ئۇنىڭ ئۈستىگە توپا چېچىپ، ئۆزۈمنى تۇتۇۋالالماي قالدىم، شۇنىڭ بىلەن ئاۋازىمنى قويۇپ بېرىپ هۆكۈرەپ يىغلاپ كەتتىم. مەن ئانام، ئاچام بىلەن قۇچاقلىشىپ، خېلى ئۇزۇن ۋاقىت تۇرغاندەك قىلىمەن. كۆز ئالدىمدىكى خىزمەتتىكى ئىشلار، مېنى تىنالمىغۇدەك هالغا كەلتۈرۈپ قويغان بولۇپ، ئىلگىرىكىدەك خىلمۇ-خىل پۇرسەتلەردىن سۆز ئاچقىلى بولمايتتى، بارغانسېرى ئۆزۈمنى بولساممۇ بولمساممۇ بولىدىغاندەك هېس قىلىدىغان بولۇپ قالدىم.

مەن شىركەتكە قايتىپ كەلگەندە، كەيپىيات ئۆزگىرىپتۇ. Gmail ئېلانىنىڭ ئىنكار قىلىنىشى هەممەيلەننى چۈشكۈنلۈك، سەۋرسىزلىك ۋە ئۆزئارا ئەيىبلەش پاتقىقىغا پاتۇرۇپتۇ. سېرگېي خۇددى قاپسىلىپ قالغان يىرتقۇچتەك ئىشخانىسىدا ئۇياقتىن بۇياققا مېڭىپ، بىزگە ۋەقەنى بىر تەرەپ قىلىش قومانىدانلىق ئىشخانىسى تەسىس قىلىپ بۇ ۋەقەنى هەل قىلىش بۇيرۇقى چۈشۈردى، بىزدىن تورتۇراغا تېخىمۇ كۆپ ئۇچۇرلارنى چىقىرىپ، هەر بىر كىشىگە «شەخسىيەت مەسلىسى مەۋجۇت ئەمەس» ئىكەنلىكىنى قەتئىيلىك بىلەن ئۇقتۇرۇشنى تەلەپ قىلدى.»

پائۇل بۇچېت بىلەن باشقا ئىنژېنېرلارمۇ مۇشۇنداق قىلىش كېرەك دەپ قارىدى، سكانىنېرلاشنى كومپيۇتېر ئېلىپ بارىدۇ، ئۇنىڭ ئۈستىگە كومپيۇتېر مەخپىيەتلىكىنى ساقلاشقا ئەڭ ئۈستا. بۇ بىر يېپىق سىستېما، شەخسىيەت سىرتقا ئاشكارىلانمىغاچقا، شەخسىيەت مەسلىسى مەۋجۇت ئەمەس. كىشىلەر نېمە ئۈچۈن چۈشەنمەيدىغاندۇ؟

سېرگېي داۋىد كىرەينگە يوليورۇق بېرىپ: «ئۇلارغا ئۇدۇللا، ئەخلەت ئېلىخەت سۇزۇش ۋە ۋىرۇس بايقىغۇچ شۇنچە يىللاردىن بۇيان ئىزچىل مۇشۇنداق قىلىۋاتىدۇ،-دەيلى.» كېيىن ئۇنىڭ ماڭا ئېيتىپ بېرىشچە، تەنقىد پىكىرگە نىسبەتەن، شىركەت قۇرغۇچى ئىككەيلەن كىشىلەرنىڭ چۈشىنىشى يېتەرلىك ئەمەس دەپ ئىشنى بولدى قىلماقچى بولغان، ئۇلار ئېنىق قىلىپ «كىشىلەر بىزگە ئىشىنىشى كېرەك، بىزنىڭ ناچار خاتىرىمىز يوق». بولۇپمۇ سېرگېي، قارىماققا بارلىق مەسئۇلىيەتنى ئۆز ئۈستىگە ئالماقچى بولۇۋاتاتتى. جورج بىلەن ئانا بىر پارچە بايانات يېزىپ تورتۇراغا چاپلاپ Gmail نى ئاقلاشقا ئالدىراۋاتقانىدا، سېرگېينىڭ ئىرادىسى تەدرىجىي پەسكويغا چۈشتى. ئۇنىڭ ئىشلەتكۈچىلەرگە تېخىمۇ دوستانە بولۇشى ئۈچۈن، بۇ بايانانىمنى قايتىدىن ئۆزگەرتىپ يازدىم، بۇ چاغدا سېرگېي ئەسلىدىكىدەك تۇرۇۋەرسۇن دەپ قەتئىي چاك تۇردى. ئۇنىڭ ماڭا دېيىشچە، گەرچە خەت مەزمۇنىدا ياخشىلىنىش بولغان بولسىمۇ، ئەمما ئىشلەتكۈچىلەر بىزنىڭ نىشانىمىز ئەمەس. ئۇ شەخسىيەت تەشەببۇسچىلىرى ئۈتتۈرىغا قويغان مەسىلىگە بۇاستە ئىنكاس قايتۇرۇشنى ئويلاپتۇ، ئىشلەتكۈچىلەرنىڭ ئوقۇشماسلىقىغا كۆڭۈل بۆلمەيدىكەن. جىددىي پەيتتە، Google يەنە بىر قېتىم

[64] 2006-يىلى مۇئاۋىن ئىشتات باشلىقى ئورنى ئۈچۈن سايلام رىقابىتىگە قاتنىشىپ، دېموكراتلار پارتىيەسىدىكى ئۇچ نامزاتنىڭ ئىچىدە ئۈچىنچى ئورۇندا تۇردى.

سېرگېينىكى شەخسىي پىكرىنى ئىپادىلەيدىغان سۆپىغا ئايلاندى.

سىندىنىكى كەيپىياتىمۇ كۆنسېرى چۈشكۈنلىشىپ كېتىۋاتقاندەك قىلاتتى. كەسپداشلارنىكى تەنقىدى ئۇنى رەنجىتتى، بىراق ئۆزىمنىڭ قويۇقلۇقىنى تەدبىرلىرىمىز ئۇنى پەقەتلا رازى قىلالمىدى، باشقا بۆلۈمدىكى خىزمەتچىلەرمۇ گۇمانلىنىۋاتاتتى، ھەممە يەردە تارقىلىپ يۈرگەن مىش-مىش گەپلەرگە نېمە ئۈچۈن ئىنكاس قايتۇرمايمىز؟ بىزنىكى ئاممىۋى مۇناسىۋەت تەدبىرىمىز نەگە كەتتى؟

داۋىد بىلەن ئۇنىكى قوشۇنى Gmail ھېساباتىنى زورلاپ ئاشۇ مۇخبىر ۋە تەھلىلچىلەرگە بەردى، بۇنداق بولغاندا ئۇلار ئۆزلىرى بۇ خىل مۇلازىمەتنى ھېس قىلالايدۇ. ئۇلار سىناپ باقسىلا، كۆپ قىسىم كىشىلەر ئېغىر يىنىكلىكى بىلەن ھېسابلىشىپ ئولتۇرماي شەخسىيەت ئاشكارىلىنىش ھەققىدە قالايمىقان ئاگاھلاندۇرۇش تارقاتمايدۇ. لېكىن بۇنىڭغا ۋاقىت كېتىدۇ، ھازىر بىز ئاممىنىكى نەزىرىدە يامان ئادەم. سىندى يىنىشلاپ مۇنداق سورىدى، تالاش-تارتىشلارغا تېخىمۇ تېز سۈرئەتتە ئىنكاس قايتۇرۇش ئۈچۈن، بىز قاچان شىركەتنىكى بىلوگىنى ئېلان قىلالايمىز، —ئۇ مەن بىر قانچە ھەپتە قىلغان تۇر ئىدى.

سىندىنىكى مىجەزى چۈسلىشىپ يېرىلىپ كېتەيلا دەپ قالدى، بىراق، مەن ۋە باشقا كۆپچىلىكىنىكى ھەممىسمۇ ئوخشاش. مىش-مىش گەپلەردىن قارىغاندا ئاممىۋى مۇناسىۋەت بۆلۈمى Gmail نى ئاقلايدىغان ياخشى پۈرسەتنى ئۆتكۈزۈۋەتتى دېگەن گەپلەردىن بىشارەت بېرىۋاتاتتى، سېرگېي بۇ مىش-مىش گەپلەرنى قايتىلىغاندا، ئۇ كۆپچىلىكىنىكى زەربە بېرىش نىشانىغا ئايلاندى.

مەن دەسلەپتە سىندىنىكى يېرىم كېچىدە ئېلخەت ئەۋەتىشىدىن قورقاتتىم، مېنى قايسى تۈرلەرگە يەنمۇ كۆچەپ، ئەكى يېڭى تەرەققىيات ئەھۋالىنى مەلۇم قىلىشنى ئەسكەرتەتتى. مەن قوبۇللاش ساندۇقنى تەڭشەپ، سىندى يوللىغان ئېلخەتنى كۆزگە چېلىقارلىق قىزىل رەڭدە كۆرۈنىدىغان قىلىپ ئەسكەرتىپ، ئەخلەت خەتلەر دېڭىزىدا چۆكۈپ كەتمەسلىكىگە كاپالەتلىك قىلدىم. كېيىن، مەن رەڭنى يېقىملىقراق قىزغۇچ جىگەر رەڭگە ئالماشتۇرۇپ، ھەر بىر ئېلخەتنى ئوقۇشتىن ئىلگىرى چوڭقۇر بىر نەپەس ئېلىۋالدىم. نەتىجىدە، يەنىلا شەنبە كۈنى ئەتىگەن سائەت 3:00 تە يوللانغان ماڭا قارىتا يېزىلغان خەت-ئالاقىنى ئۆتكۈزۈۋەتتىم، پۈتكۈل ماقالە ماڭا شۇنى ئۇقتۇرۇۋاتاتتىكى، مەھسۇلات باشقۇرۇش قوشۇنى Gmail شەخسىيەت مەسلىسىدە ئاساسىي رول ئېلىشىنىكى ئاساسى يوق ئىدى. ئىشلەتكۈچىلەر بىلەن ئالاقە قىلىش مېنىكى خىزمىتىم، بىز تىزگىنلەش ھوقۇقىدىن مەھرۇم قالساقلا، ئۇنى قايتۇرۇپ كېلىشنى ئويلىمىساقمۇ بولىدۇ. ئۇ يەنە نۇرغۇن نۇرغۇن گەپلەرنى دەپتۇ، ئوقۇغانسېرى ئادەمنىكى ئىچى پۈشىدۇ. مەن ئۆزەمنى باشلىنىش نۇقتىسىغا قايتىپ كەلگەندەك ھېس قىلدىم، ئەمما ئازراق ئوخشمايتتى.

بۇ مەزگىلدە، پۈت-قولۇم يەرگە تەگمەي S-1 ئىلتماس ھۆججىتىنى قايتا يېزىۋاتاتتىم، نۇرغۇن بىرىنچى قول باشلىقلار ئۇستىگە ئېلىشقا تېگىشلىك ۋەزىپىلەرگىمۇ قارىيالمايۋاتاتتى. بىراق Google ئاخىرى پاي چېكىنى بازارغا سېلىش تەييارلىقىنى پۈتتۈردى، مەن ھەممە ئىشلارنىكى مۇشۇ سەۋەبتىن ئۆزگىرىدىغانلىقىنى بىلەتتىم.

تۆتىنچى بۆلۈم
مەن ئىنتايىن تەلەيلىك

Google گۇلدەك پورەكلەپ ئېچىلدى

بىز بىرلىكتە يېتىلىپ، كېيىن ھەر قايسىمىز ئۆز يولىمىزغا ماڭىمىز

مەن شۇ قەدەر تەلەيلىك

يېگىرمە ئالتىنچى باب
مەن ئىنتايىن تەلەيلىك

«تېخنىكا (technology) دېگەن سۆز نېمە ئۈچۈن بىرلىك شەكىلدە بولۇپ كۆپلۈك شەكلىدە ئەمەس؟» بىز تېخنىكا دېگەن سۆزنى تىلغا ئالغاندا ئۇنىڭغا بىرلىك شەكلىنى ئىشلىتىپ، كومپيۇتېر ئىسىم سۈپىتىدە ئىشلىتىمىز. «مەن بەدىنىمنى ئالدىغا ئېگىپ جاۋاب بەردىم، مۇشۇنداق قىلغاندا ئاندىن ئۇلارنى كۆرەلەيتتىم. مەن بۇنداق دېيىشنىڭ ئەھمىيىتى بار يوقلۇقىنى بىلمەيمەن. ئۆينىڭ ئىچىدە 30 دىن ئارتۇق ئادۇوكات، بانكىر ۋە خەتەرگە تەۋەككۈل مەبلەغ سالغۇچى سودىگەر بار، ئۇلار باشلىرىنى تۆۋەن قىلىپ بىزنىڭ ئىلتىماس بايانىمىزنى كۆرۈۋاتىدۇ، يەنە مىخانىك قېرىنداش ۋە نۇرلۇق قەلەم بىلەن سۆزمۇ-سۆز جۈملىمۇ-جۈملە سىلىشتۇرۇۋاتىدۇ، مەن ئۇلارنىڭ ئارىسىدا ئىنگلىز تىلى كەسپىدە ئوقۇغان كەسىپي خادىمنىڭ بولۇپ قالماسلىقى ھەققىدە دۇئا قىلۋاتىمەن. بولغان تەقدىردىمۇ، ئەمدى ئېغىز ئاچمىسمۇ بولىدۇ. شۇنىڭدىن كېيىن بىز يەنە ئاخىرىنى كۆرۈشنى داۋاملاشتۇردۇق.

دونىللېي شىركىتى (R.R.Donnelley) نىڭ باسمىچىلىق كەسپى بىلەن شۇغۇللىنىۋاتقان تارىخى «سان جوس مىركۇرىي خەۋەرلىرى» گە ئوخشاش ئۇزۇن. شۇنداقتىمۇ، ئۇلارنىڭ پالو ئالتودىكى ئەسلىمەلىرى بىلەن مەن ئىلگىرى ئىشلىگەن جايدىكسىنىڭ ئانچە كۆپ ئوخشاشلىقى يوق. يېغىن زالىغا خەۋەرلىشىش ئېلېكترون كەسپىگە ئائىت ئەڭ يېڭى كىتابلار لىق تىزىلغان، بېزەش ئۇسلۇبى يېقىملىق ھەم زامانىۋى. زاپاس تەييارلىقلىرى يېتەرلىك بولغان ئاشخانا چوڭ زالنىڭ قارشىسىدا، چوڭ زالدا يېتىپ ئارام ئېلىش ئورۇندۇقى، بىلىيارت ئۈستىلى، چېنىقىش ئۆيى، يۇيۇنۇش ئۆيى ۋە دوملايدىغان ياغاچ كارىۋات بار. ئەگەر تەھرىرلىك خىزمىتىگە بەرداشلىق بېرەلمىگەنىدە، بىر ئۇۋۇلاپ داۋالاش ئۈستىسى مۇلازىمەت تەمىنلەيدۇ. دونىللېي شىركىتى كىرىمىي جىلغىسىدا ئەڭ داڭقى چىققان ئادۇوكاتلىق ئىش بىجىرىش ئورنىنىڭ ئارقا تەرىپىدە، پېيىنى بازارغا سېلىشقا تەييارلىق قىلۋاتقان شىركەتنىڭ ھەممىسى كېلىدىغان جاي.

4-ئاينىڭ 27-كۈنى، سەيشەنبە، بۈ كۈنى يېرىم كېچە ۋاقتىدا مەن دونىللېي شىركىتىگە كەلدىم، يولىورۇققا ئاساسەن ئاپتوموبىلنى ياخشى توختاتتىم. فورد ماركىلىق ئاپتوموبىلىمنىڭ نومۇر تاختىسىدا Google نىڭ بەلگىسى ۋە «مەن ئىنتايىن تەلەيلىك» دېگەن خەتلەر بار ئىدى. ئەگەر دونىللېي شىركىتىنىڭ يېقىن ئەتراپىدا باشقىلار كۆرۈپ قالسا، بىزنىڭ باشقىلارنىڭ بىلىپ قېلىشىنى خالىمايدىغان سىرىمىز ئاشكارىلىنىپ كېتىدۇ: دېننىس پىلانى—بىزنىڭ پاي چېكىنى بازارغا سېلىش ئىلتماسسىز—ئېلىپ بېرىلۋاتىدۇ.

مەن ئۆزەمنىڭ بۇنىڭغا قاتنىشىدىغانلىقىمنى ئويلاپ باقمىغان. لېكىن دەسلەپكى كۈنى ئاخشىمى، سىندى ماڭا بىر پارچە ئېلخەت يوللىدى، ئۇ لارىرنىڭ Google نىڭ كەلگۈسى پايچىلىرىغا يازغان خېتىنىڭ دەسلەپكى نۇسخىسى ئىدى. لارى خېتىدە شىركەتنىڭ پېيى بازارغا سېلىنغاندىن كېيىن، ئۇ، سېرگېي ۋە ئېرىكنىڭ Google نىڭ ئاساسىي پىرىنسىپلىرىنى باشقۇرماقچى بولغانلىقىنى يېزىپتۇ. كۆز قارىشىنىڭ ھەممىسىدە مەسىلە يوق، شۇغىنىسى جۈملىلەر خۇددى دۆۋىلەپ قويغان كومپيۇتېر بۇيرۇقلىرىغا ئوخشايتتى. سىندى مېنى تەكشۈرۈپ تۇزىتىشنى خالايدىغان ياكى خالىمايدىغانلىقىمنى سوراپ، بۇنىڭ Google نىڭ «ئاۋازى» غا ماس كېلىشى كېرەكلىكىنى ئېيتتى. مەن تېز سۈرئەتتە بىر قانچە جايىنى تۈزەتتىم، ئاندىن ئاساسىي مەقسەتنى چۈشەنگەن ياكى چۈشەنمىگەنلىكىمنى كۆرۈپ باقسۇن دەپ قايتۇرۇپ يوللاپ بەردىم. كېچە سائەت 11:30 دا، لارى ماڭا شۇئان ئۇچۇردىن بىرنى يوللاپ، مېنى داۋاملاشتۇرغۇزدى. ئۇنىڭ بىلەن سالار، سۈسان، ماريسسالار

ئۇنىڭ ئىشخانىسىدا قايتا-قايتا ئويلىنىۋاتاتتى، مەنمۇ ئۆزگەرتىشنى داۋاملاشتۇرۇۋاتاتتىم، سەھەر سائەت 1:30 نىڭ ئالدى كەينىدە، تاماملىغان دەسلەپكى نۇسخىنى لاررىغا يوللاپ بەردىم ئاندىن ئۇخلىدىم.

ئىككىنچى كۈنى ئەتىگەن سائەت 10:30 دا، مەن لارىي تۇزەتكەن دەسلەپكى نۇسخىنى تاپشۇرۇۋالدىم. ئۆزگەرتىش ئانچە كۆپ ئەمەس بولۇپ، ئۇسلۇبى يەنىلا لاررىنىڭ ئىدى. شۇنىڭ بىلەن بىللە، مەن كەسپىي بۆلۈم قىسمىنىڭ ھۆججەتلىرىنى تەكشۈرۈپ تۇزىتىشنى باشلىدىم، بۇ قىسمىنىڭ مەزمۇنى جەمئىي 16 بەت بولۇپ، Google تەمىنلەيدىغان ھەر خىل مەھسۇلاتلارنى چۈشەندۈرەتتى: ھەمكارلاشقۇچى شېرىكلىرىمىز، تېخنىكا ۋە كارخانا مەدەنىيىتىمىز. مەن بۇ ھۆججەتنىڭ نۇرغۇن جايلىرىنى ئۆزگەرتتىم. لارىي مېنىڭ بۇ تەرەپتە ئۆزگەرتكەنلىرىمنى ئىلتىماس ھۆججىتىگە كىرگۈزۈشنى خالايدىغاندەك قىلاتتى، شۇڭلاشقا مەن ھۆججەتنى ئىشلەپ بېكىتىش گۇرۇپپىسىغا تەكلىپ بىلەن قاتناشتىم، ئىلتىماس ھۆججەت مەزمۇنىنى ئەڭ ئاخىرىقى قېتىم جەزملەش ئۈچۈن باسما زاۋۇتىغا باردىم. يېتىپ بارغاندىن كېيىن، ئۇ جايدا ئۇن-تىنسىز ئولتۇراتتىم. ئۆينىڭ ئىچىدىكى كەيپىيات ئادەمنىڭ تېنىنى شۇركەندۈرەتتى، مۇھىم ئەربابلارنىڭ ھەممىسى دېگۈدەك يىغىلغان ئىدى. جوناسان روسېنبېرگ مېنىڭ سول تەرىپىمدىكى ئورۇندۇقتا ئولتۇرغان بولۇپ، ئۇنىڭ كەلگىنىگە بىر قانچە سائەت بولغان ئىدى. مەن يېتىپ كەلگەندىن كېيىن، ئۇ قىزغىنلىق بىلەن ماڭا سالام قىلدى ھەمدە كۆپچىلىككە تونۇشتۇرۇپ، «Google ئاۋازى» دېدى.

«ئەگەر دوگلاس Google نىڭ ئەھۋالىغا ئۈيغۇن ئەمەس دەپ قارىسا، بىز ئۆزگەرتىشىمىز كېرەك.» دېدى جوناسان روسېنبېرگ يۇقىرى ئاۋازدا. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى كىتابنى كەسپىي بۆلۈم قىسمىغا ئۆرۈدى، بەزىلەر ئۇنلۈك ئوقۇشقا باشلىدى.

«Google دۇنيادا تۇردىن ئىزدەش ساھەسىدىكى باشلامچى»، ئۇ ئوقۇپ، «تور ئېلانچىلىقىدا يېڭىلىق يارىتىدىغان، ئىنتېرنېتنىڭ يۇقىرى نۇقتىسىدا، دۇنيادىكى ئەڭ داڭلىق ماركىلارنىڭ بىرى.»

«بۇنى قايتا يېزىشىم كېرەك»، مەن تامىقىمنى قېقىۋېتىپ مۇنداق دېدىم، «مۇنداق دېيىشىمىز كېرەك، Google كىشىلەر بىلەن ئۇچۇر ئۇلىنىش ئۇسۇلىنى ياخشىلاشقا كۆڭۈل بۆلىدىغان دۇنياۋى تېخنىكا باشلامچىسى.»

«نېمە ئۈچۈن؟ بىزنىڭ بۇنداق يېزىشىمىزنىڭ نەرى خاتا؟» دەپ تەنتەربىيە كىيىمىنى قاتۇرۇپ كىيىۋالغان ئاداشتىن بىرسى سۆزلەپ قويتى، مەن ئۇنى ئەزەلدىن كۆرۈپ باقماپتىكەنمەن.

«Google نىڭ ۋەزىپىسى ئىزدەش بىلەنلا چەكلەنمەيدۇ، تېخى ئالدىنقى ھەپتىدىلا، بىز بىر تۇرلۈك ئېلېكترونلۇق ئېلخەت مۇلازىمىتىنى ئوتتۇرىغا چىقاردۇق. بىز پەقەت ئىزدەش موتورىلا ئەمەس.» مەن ئۇنىڭغا شۇنداق دېدىم.

مۇشۇنداق بىر قانچە سائەت داۋاملاشتى. ئەگەر بۇ كىشىلەرنىڭ بىر سائەتلىك ئەڭ تۆۋەن ئىش ھەققى 500 ئامېرىكا دوللىرى بولسا، بۇ ئۆيدىكى بۇنچە كۆپ ئادەم پەقەت بىر مىنۇتلا ئىشلىسە قانچىلىك پۇل كېتەر؟ مەن ۋاقىت چىقىرىپ، ھېسابلاپ سىناپ باقتىم. مۇشۇ بويىچە مۆلچەرلەپ ھېسابلىغاندا، مېنىڭ نۇتۇقۇمنىڭ باھاسى ئانچە ئەرزان ئەمەس ئىكەن. بىراق، ھەر قېتىم جوناسان روسېنبېرگ مېنىڭ سەل جىمغۇر بولۇپ قالغانلىقىمنى ھېس قىلسا مېنى سۆيلەپ، گەپ قىلىشقا ئۇندەيتتى. ئۆيگە قايتقاندا، ئەتىگەن سائەت 2 بولغان ئىدى، مەن جوناسان روسېنبېرگقا بىر پارچە ئېلخەت ئەۋەتىپ، ئۇنىڭ مېنى رىغبەتلەندۈرگەنلىكىگە ئايرىم رەھمەت ئېيتتىم، ئاندىن ئۆزۈمنى تاشلاپلا ئۇيقۇغا كەتتىم. ئىككىنچى كۈنى ئەتىگەن سائەت 7 دە، ئۇ ماڭا جاۋاب قايتۇردى، ئۇنىڭ بۇ ۋاقىتتا زادى ئۇخلىغان ياكى ئۇخلىمىغانلىقىنى بىلگىلى بولمايتتى.

ئۇ ماڭا مۇنداق دەپتۇ: «سەن ناھايىتى ياخشى قىلدىڭ. ئۆزگەرتىشىڭنىڭ قەلەم قۇۋۋىتى ۋە ئىدىيەسى

بار. ئۆزگەرتىش پىكرىكى ئۆزەڭنىكى Google غا، شىركەت قۇرغۇچىلىرى شۇنداقلا ئۆتكەن 5 يىلدا مۇشۇ خىل ھۆججەتلەرنى بىر تەرەپ قىلىش تارىخىنى چۈشىنىش ئاساسىغا قۇرۇلغان. بۇ شىركەتتە، سەندەك رول ئوينىيالايدىغان يەنە بىرسى يوق. تۇنۇگۈن ئاخشام، سېنىكى بۇ ئىشتىكى تۆھپەكى ناھايىتى زور.» ئۇ بۇ ئېلخەتنى پۈتكۈل باشقۇرۇش قۇشۇنىغا كۆچۈرۈپ ئەۋەتىپتۇ.

تۈيۈقسىزلا، ھەممە ئىش مېنى ئىنتايىن ئۇڭايسىزلاندۇردى.

سىلەرنى تۇنجى بولۇپ بىلسۇن دەپ ئويلىدىم

«بۈگۈن 11:30 مىنۇت ئۆتكەندە ھەپتە ئاخىرى قەرەللىك يىغىن ئاچىدىغان يىغىن مەيدانىدا شىركەتنىكى چوڭ يىغىنغا قاتنىشىكى، پەقەت رەسمىي خىزمەتچىلەرلا قاتنىشىدۇ. سالاھىيەت كارتىڭىزنى تەييارلاڭ، ۋاقتى كەلگەندە كۆرسىتىڭ.» 4-ئاينىڭ 29-كۈنى 11:00 دە بارلىق Google خىزمەتچىلىرىگە ئەۋەتىلگەن بىر پارچە ئېلخەتتە مۇشۇنداق يېزىلغان.

ھەپتە ئاخىرىدىكى قەرەللىك يىغىن زالى چارلىنىكى ئاشخانىسىدا. مەن سائەت 11:15 ئۆتكەندە يېتىپ كەلگەن، بىنانىكى ھەممىلا يېرىدە ئادەم، مەن كۆرگەن ياكى كۆرۈپ باقمىغان Google خىزمەتچىلىرى، يا رەت-رەت تىزىلغان قاتلانما ئورۇندۇقتا ئولتۇرغان، يا بالكوندىكى رىشاتكىغا يۆلەنگەن ئىدى.

ئۆينىكى ئالدىدا، پاكار سەھنىگە تىكىلەنگەن 4 مىكروفون ئۇ يەردە تىپ-تىنچ كۈتۈۋاتقان بولۇپ، ھەر بىر مىكروفونغا شامالدىن مۇداپىئەلىنىش قاپقىقى كەيدۈرۈلگەن بولۇپ، رەڭگى ئايرىم-ئايرىم ھالدا Google بەلگىسى تۇغدىكى رەڭلەرنىكى بىرى ئىدى، مىكروفون لارىرى ياقتۇرىدىغان سىمسىز تېپتىكى ئەمەس ئىدى، چۈنكى بىزنىكى بىخەتەرلىكىكە مەسئۇل دىرېكتور بىنانىكى سىرتىدىكى كىشىلەرنىكى سىمسىز مىكروفونىدىن ئۇچۇرغا ئېرىششىدىن ئەنسىرەيتتى. ئارقىدىكى تام مېتال تاختىدا ياسالغان بولۇپ، يېرىم چەمبەر شەكلىدە بولۇپ ئۇدۇل تورۇسقا تۇتىشاتتى؛ سەھنىنىكى ئالدىغا تەشتەككە ئۆستۈرۈلگەن ئۆسۈملۈك قويۇلغان بولۇپ، سەھنىنىكى ئارقىسىغا Google نىكى قولسىزما تۇغى چۈشۈرۈلگەن چوڭ لوزۇنكىدىن ئىككىسى ئېسىلغان ئىدى. بىر لوزۇنكىغا، ئېينىشتىيەننىكى «O» نىكى ئىچىدە تىكىلىپ تۇرغان ھالىتى؛ يەنە بىرسىدە، ئىككى تاشقى پىلانىت ئادەمى G ھەرپىنىكى ئۇستىدە ئولتۇرۇپ، ئايدىن كۆتۈرۈلۈۋاتقان يەرشارىنى كۆرۈۋاتاتتى.

Google نىكى تۇنجى خىزمەتچىسى كرائىگ سىلۇبېرستېين سەھنىنىكى ئۇدۇلىدىكى رايوندا ئولتۇراتتى، قول ئىشارىتى تەرجىمانى ئۇدۇلىدا ئولتۇرغان بولۇپ، ئاڭلاش سېزىمى زەخمىلەنگەن ئىنژېنېرىمىزغا ئىشارەت سۆزى قىلاتتى.

لارىرى، سېرگېي، ئېرىك ۋە ئومىد بىرلىكتە كىرىپ كەلدى. سېرگېي سەھنىگە چىقتى، لارىرى تۆۋەندە رېشاتكىغا يۆلىنىپ ئۆرە تۇردى. سېرگېي كۆلۈمسىرىگەن ھالدا ياپيېشىل قاپ ئورالغان مېكروفوننىكى ئالدىغا كەلدى، ئۇ ئۇچسىغا ئۇزۇن يەكى قارا مايكا، ئاستىغا كۈلرەڭ پادىچىلار ئىشتىنى كەيگەن ئىدى.

«كۆپچىلىكنىكى كەلگەن قەدىمگە رەھمەت.» دېدى ئۇ لام-جەم دېمەي تۇرغان يىغىن ئىشتىراكچىلىرىغا. بىر دەم تۇرۇۋالغاندىن كېيىن، ئۇلاپ مۇنداق دېدى: «مەن پەقەت سىلەرنى تۇنجى بولۇپ بىلسۇن دەپ ئويلىدىم...» كۆپچىلىكنىكى ئارىسىدىن خىرىلداپ كۈلگەن ئاۋاز كەلدى. بىر دەم تۇرغاندىن كېيىن، ئۇ يەنە

مۇنداق دېدى: «مەن زور سوممىدىكى ئاپتوموبىل سۈغۇرتا ھەققىنى تېجەپ قالدىم!»[65] كۆپچىلىك قاقاقلاپ كۈلۈپ كەتتى. كۆپچىلىك ھەممىمىز نېمە ئۈچۈن بۇ جايغا كېلىپ يىغىن ئاچقىنىغانلىقىمىزنى بىلمەيمىز. يىغىن ئېچىش ئۇقتۇرۇشىنى تاپشۇرۇۋالغاندىن كېيىنكى بىرىم سائەت ئىچىدە، بىزنىڭ خەۋەر ئۇقتۇرۇشىمىز ئۈچۈرنى تارقاتتى: Google پاي چېكىنى بازارغا سالدۇ.

ئاخبارات ئاپتوموبىلى سىرتتىكى كوچىنى بويلاپ بىر قاتار تىزىلغان، مىكرو ئانتېناسى چىقىرىلغان، ئۇلاپ تارقىتىش سۈنئىي ھەمراھى قىياپىتىنى توغرىلىغان، تەسۋىر چۈشۈرۈش رەختى ھازىرلىنىپ تېلېۋىزىيە زىيارىتى ئۈچۈن تەييارلانغان، ئاسماندا يەنە گۈركىرەپ ئۈچۈۋاتقان تىك ئۇچار بار، ئامانلىق ساقلىغۇچىلار ئاپتوموبىل توختىتىش مەيدانىنىڭ كىرىش ئېغىزىدا ئامانلىق ساقلاش ۋەزىپىسىنى ئىجرا قىلىۋاتاتتى.

ئومىد ھەپتە ئاخىرى ئورۇنلاشقا ئەڭ ئۇستا بولغان ئويۇنىنى قايتا قويدى، تام تەسۋىر ئارقىلىق بىز بىر قانچە ئاي كۆرمىگەن مەزمۇنلارنى نامايان قىلدى. تاكى ھازىرغىچە، بىزنىڭ تىجارەت كىرىمىمىز ئىزچىل ئېشىۋاتقان بولۇپ، كىرىم سانىنى كۆرستىدىغان ئاۋۇ ھالرەڭ تۈۋرۈك ئېكرانىدىن چىقىپ كەتكەن ئىدى.

ئېرىك سۆز قىلدى، ئۇ بىزنى ئەسكەرتىپ پاي چېكىنى بازارغا سالدىغان بۇ ئىشنىلا ئويلىماڭلار، نېمە قىلىش كېرەك بولسا شۇنى قىلىڭلار. شىركەتنىڭ كارخانا مەدەنىيىتىنى ئۆزگەرتمەڭلار، كۆپتۈرمىچىلىك تۈپەيلىدىن ھاياجانلانماڭلار. سوئال سوراش ۋاقتىدا، يۈرگۈزۈش بۆلۈمىنىڭ كونا خىزمەتچىسى كېس كىلىينېر مېكروفوننىڭ ئالدىغا كەلدى.

ئۇ لارى بىلەن سېرگېيغا قاراپ تۇرۇپ مۇنداق دېدى: «مەن پەقەت، سىلەرگە رەھمەت دەيمەن. سىلەر ئىككىڭلار قالتىس ئىشتىن بىرنى قىلىپ، بۇ شىركەتنى قۇردۇڭلار.» ئورۇندۇقتىن، زالدىن، بالكوندىن، پۈتكۈل بىنادىن كەلگەن گۈلدىراس ئالقىش ساداسى زالنى بىر ئالدى. بىر قانچە سېكۇنت ئىچىدە، بارلىق ئىشچى خىزمەتچىلەر ئورۇنلىرىدىن تۇرۇپ، خۇشاللىقتا چۇمدى، سېرگېي لارىرنى قۇچاقلاپ تۇرۇپ، كۆپچىلىككە قاراپ، خۇشاللىقتا ئۆزىنى تۇتالمىدى، سېرگېيمۇ ئىختىيارسىز ھالدا لارىرنى قۇچاقلىدى. توپتوغرا ئىككى مىنۇت، ئىككىيلەن بىر بىرىگە يۈرەك سۆزلىرىنى تۆكۈپ، بىر بىرىگە بولغان رەھمىتى ۋە تۈيغۇلىرىنى ئىپادىلىدى، ئېرىك بىر چەتتە تۇرۇپ، ئومۇمىي ۋەزىيەتنى ئىگىلەپ، خۇددى ماھارىتى قالتىس ئىككى ئىسكىرىپكىچىغا دىرىژورلۇق قىلىۋاتقانغا ئوخشايتتى.

يىغىن ئاخىرلاشتى، بىز ئىشخانىمىزدىكى ئۇستىلىمىزگە قايتىپ، خىزمەتكە چۈشتۇق. مەن چۈشتىن كېيىن 6 دە ئىشتىن چۈشمەن، ئاندىن خاتىرە كومپيۇتېرىمنى يىغىشتۇرۇپ، بۇلۇڭ ئىگىلىشتىكى رىشاتكىلىق كىچىك ھويلىغا قاراپ يولغا چىقمەن. Google خىزمەتچىلىرىنىڭ ھەممىسى ئۇنى يېقىملىق قىلىپ «قۇملاق ئازگىلى» دەيدۇ، ئۇ ياغاچ تاختا ۋە گەج بىلەن قوپۇرۇلغان كىچىك ئۆي بولۇپ، ئۇنىڭ چوڭ ئارقا ھويلىسى بار، بۇ جاي غەيرى رەسمىي تەبرىكلەش پائالىيىتى ئېلىپ بېرىشتىكى كۆڭۈلدىكىدەك جاي. Google دىكى ئەڭ دەسلەپكى بىر تۈركۈم ئىنژېنېرلاردىن لورى پارك بۇ جايىنى ئىجارىگە ئالغان بولۇپ، Google نىڭ پىشقەدەم خىزمەتچىلىرىنىڭ يىغىلىشىنى ئۆتكۈزۈشكە ئىشلىتىدۇ. سالارمۇ كەلدى، سۇسانمۇ بار، يەنە بالىلىرىنمۇ ئېلىپ كەلگەن ئىدى. ئۇنىڭدىن باشقا ئېلان تىجارەت بۆلۈمىدىكى بارت ۋويتوۋىز (Bart Woytowicz)، Netscape شىركىتىدىن ئەگىشىپ زىيارەتكە كەلگەن سودا كېڭەيتىش بۆلۈمىنىڭ خىزمەتچىسىمۇ بار ئىدى. ئورکۇت، بېن سمىس (Ben Smith)، بېن گومېس (Ben Gomes) مۇ كەلدى. بىلوگ بۆلۈمىدىكى رادىكا، ئېد كاررېلس، ۋاينى، كرائىگ سىلۋېرستېين، جورج، يەنە ئۈۋىلاپ داۋالاش ئۇستىسى بابېت، مەن 2000-يىلى يىل بېشىدىن ھازىرغىچە بولغان 4 يىل ۋاقتىنى ئەسلەپ، خىزمەتداشلىرىم بىلەن پەقەت يېقىنلىشىپ باقمىغانلىقىمنى ھېس قىلدىم. بىز بىرلىكتە تاغ-داۋانلاردىن ئېشىپ، پەقەتلا مۇشۇ بىر

[65] بۇ سۆز GEICO ئامېرىكا ھۆكۈمەت خادىمى سۈغۇرتا شىركىتىنىڭ ئەينى ۋاقتىتا ئىنتايىن كەڭ تارقالغان سۈغۇرتا ئېلان سۆزى ئىدى. Google پاي چېكىنى بازارغا سېلىپ بىر ھەپتىدىن كېيىن، GEICO شىركىتىنىڭ رىقابەتچىلىرى ئۇنىڭ ئىسمىنى ئىزدەش شەرتى قىلغان ئىزدەش نەتىجىسىدە ئېلان بېرىشكە Google يول قويغانلىقى ئۈچۈن Google نى ئەرز قىلدى.

پەيتتە ئازراقلا توختاش ئۇچۇن بىزنى مۇشۇ پەيتلەرگە ئۇلاشتۇرغان ئاشۇ سەپەرنى بىرلىكتە ئەسلەش ئۇچۇنمىدۇ.

مەن بىر نۇسخا S-1 ھۆججىتى (كۆپ ساندىكى شىركەتلەرگە ئوخشاش—نەشرىيات سودىگەرلىرى پۈتۈن كۈن ئالدىراش ئىدى) نى بېسىپ چىقاردىم. مەن قىزىل رەڭلىك بەلگە قەلەمنى ئېلىپ ئۇيغۇر-بۇياقتا مېڭىپ، لارىرى، سېرگېي ۋە باش قانۇن مەسلىھەتچىسى داۋىد دراممۇندنىڭ ئىمزاسىنى S-1 ھۆججىتىگە توپلاۋاتاتتىم. مەن مەلۇم خىل شەكىلدىكى نەرسىلەر ئارقىلىق ئۆزۈمنىڭ ئىلگىرى Google غا تەۋە ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلاپ، ئاللىبۇرۇن رىئاللىققا ئايلانغان كىرىمنى جىلغىسى ئارزۇسىنى جۇغلاپ ئەبەدىيلىككە ئايلاندۇرماقچى ئىدىم.

پۈتۈنى ئىچىپ بولۇپ، ئۆيگە قايتتىم.

قۇرۇق قول ئىگىلىك تىكلەش

شۇنىڭدىن كېيىنكى بىر قانچە ئاي بىلەن ئىلگىرىكى بىر قانچە ئاينىڭ ئانچە چوڭ پەرقى يوق. Gmail نىڭ شەخسىيەت مەسىلىسى ئاخىرى ھەل قىلىندى، لىز فىگۇروئا ئەرز قىلىشتىن ۋاز كەچتى. سىندى بىلەن مەن كۆڭلىمىزنى ئازادە تۇتۇپ، ئۇ يېرىم كېچىدە ئەۋەتكەن ئېلخەتتە دېگەن مەسىلىلەرنى تەپسىلىي مۇنازىرە قىلىشتۇق. جىددىي ۋەزىيەت پەسكويغا چۈشتى، ئەمما بېسىم يەنىلا مەۋجۇت. مەن ۋاقتىمنى يۇزسىز يۇمشاق دېتاللارغا بولغان پىرىنسىپنى بەلگىلەشكە داۋاملىق سەرپ قىلدىم، ئۇنىڭدىن باشقا يەنە ئىجرا قىلىش كومىتېتىنىڭ «ئىشلەتكۈچى ھوقۇقى قانۇنى» نى تەستىقتىن ئۆتكۈزۈشنى توسۇش ئۈچۈن تىرىشتىم.

S-1 ھۆججىتى بايانىتى چىقىرىلغاندىن كېيىن، دەرھال ھۆكۈمەتنىڭ مەجبۇرىي سۈكۈت مەزگىلىگە كىردۇق. بۇ ئەمەلىيەتتىن كۆزنى تۇتقاندا، بىزنىڭ شىركەت بىلوگىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىشىمىزدەك ئۇسۇلنىڭ خەتىرى بار ئىدى، بىراق بىز يەنىلا شۇنداق قىلدۇق. بىز پاي چېكىنى بازارغا سېلىشنى تېزلىتىپ سېتىش دەپ قارىلىش مۇمكىنچىلىكى بار ھەر قانداق مەزمۇننى چىقارساق بولمايتتى. مېنىڭ بىرىنچى يازمام ياۋروپا شىركىتىمىز ئۈچۈن خادىم قوبۇل قىلىش، ئىككىنچى يازمام ئېلان قىلىنىپ بولغان بىرىنچى يازمىنى تەھرىرلەپ كەچۈرۈم سوراش. مەن يەنە بىلوگ ئادەتلىرىدەك بۇنداق يېڭى نەرسىلەرنى ئۆگىنىشىم كېرەك ئىدى.

مەن يەنە داۋاملىق بازارچىلىق بۆلۈمى بىلەن مەھسۇلات باشقۇرۇش بۆلۈمى ئارىسىدا ئۇيغۇر-بۇيان دەككەمنى يەپ يۈردۈم، بېشىمنىڭ يېرىمى ئاغرىغاندىن باشقا، تۆلگەن بەدىلىم ۋە تىرىشچانلىقىم ماڭا ھېچقانداق ياخشىلىق ئېلىپ كەلمىگەندەك قىلاتتى. مەن ماريسسا ئاچىدىغان ھەر ھەپتىلىك مەھسۇلات ئېلان قىلىش يىغىنىغا قاتنىشىمەن.

ئەمما پەقەت تاسادىپىي ھالدا تېخى ئىجادىيەت باسقۇچىدىكى دەسلەپكى مەھسۇلاتلارغا كۆزۈم چۈشۈپ قالدۇ. ئۇستەل ئۈستى ئىزدەش بۇلارنىڭ ئىچىدىكى بىرى بولۇپ، ھازىر «تۈكلۈك توشقان» (FluffyBunnies) دەپ ئاتىلىدۇ، چۈنكى ئۇنىڭ ئەڭ دەسلەپكى ئىسمى «بىر قاراپلا ھەممىنى كۆرۈش» ئىدى، شەخسىيەت نۇقتىسىدىن قارىغاندا ئادەمنى سەل چۆچىتىدۇ. تۈكلۈك توشقان بىر شەخسىي كومپيۇتېرنىڭ قاتتىق دىسكىسىغا ئىندېكس تۈزۈپ، ئىزدەشچانلىقنى ئىشقا ئاشۇرىدۇ. ئىشتىن ئاۋۇال «مەزكۇر مەھسۇلات سىز ئىلگىرى ئىشلەتكەن مەھسۇلاتلارغا ئوخشمايدۇ، شەخسىيەت سىياستىنى تەپسىلىي ئوقۇڭ» دەپ ئىشلەتكۈچىلەرنى ئەسكەرتىش ھەققىدە كۆچلۈك تەكلىپ بەردىم، بىراق مېنىڭ سۆز ئورامىم بەكلا ۋەھىمىلىك ئاڭلىنىدىكەن دەپ قارالدى. مەن قوشۇننى «كومپيۇتېرنىڭزنى ئىزدەڭ» دېگەن تەسۋىرلەش

خاراكتېرىدىكى جۈملىنى ئىشلىتىشكە قايىل قىلىشنى ئويلىدىم، گەرچە ماررىسسا بۇنى ئوپ-ئوچۇق گەپ، قۇرۇق گەپ ھەم تېتىقسىز، تېتىقسىز، تېتىقسىز دېگەن بولسىمۇ.

مەركىزى ئاخبارات ئىدارىسى Google نىڭ ئىزدەش ئۇسكۇنىسىدىن بىر نۇسخا سېتىۋېلىپ ئىچكى توردا ئىشلەتمەكچى بولدى، ھەمدە بىزدىن بۇيرۇتۇشقا بولىدىغان ياكى بولمايدىغانلىقىنى سورىدى، يەنى ئۇلارنىڭ ئىدارە تامغىسىنى Google تۇغدىكى «O» نىڭ ئورنىغا ئالماشتۇرۇش، مەن سېتىش ۋەكىلىگە، ئەگەر ئۇلار ھېچقانداق ئادەمگە ئاشكارىلىمايدىغانلىقىغا ۋەدە بەرسە، قوشۇلساق بولىدۇ دېدىم. مەن ئەمدى ئاشۇ شەخسىيەت ھوقۇقىنى قوغدىغۇچىلارنى يەنە قورقۇتقۇم يوق.

«سىزنىڭچە ئۇلار مەخپىيەتلىكنى قوغدارمۇ؟» دەپ سورىدىم.

مەن يازارمەندىن بىرنى تەكلىپ قىلىپ بىر قىسىم ۋەزىپىلەرنى بۆلۈپ بەردىم. ئۇنىڭ ئىسمى مايكول كرانتز، قىزىقچى، تۇغما ئەقىللىق مۇخبىر بولۇپ، ئىلگىرى «دەۋر» ژۇرنىلىدا كىرىمنى جىلغىسىغا ئائىت خەۋەرلەرنى يازغان، ئۇنىڭ ئۇستىگە تېخنىكىنى چۈشىنىدۇ. مېنىڭ ئۇنى تاللىشىمنىڭ سەۋەبى ئۇ ئالداش بايرىمدا كىشلەر ئارزۇ قىلغان چاقچاقتىن بىرنى توقۇپ، مېنى تېلىقتۇرۇپ كۈلدۈرۈۋەتكەن.

ۋاقتىم يېزىقچىلىق سەۋەبىدىن يېتەرلىك بولدى، ھەمدە مېنى جوناسان روسېنبېرگ شىركەت ئۇچۇن ئورۇنلاشتۇرغان بىر يۇرۇش پۇل-مۇئامىله كۆرگەزمىسىگە قاتنىشىش پۈرسىتىگە ئىگە قىلدى. كۆرگەزمىدە، مورگان ستەنلى، سولومون شىركىتى (Salomon Smith Barney)، شۆتتساربىيە بىرلەشمە بانكا گۇرۇھى قاتارلىق شىركەتلەرنىڭ ۋەكىللىرى قاناق قىلىپ ئېھتىياتچانلىق بىلەن مەبلەغ سېلىش بىلەن مۇۋاپىق باجىدىن چەتلەش ھەققىدە چۈشەنچە بەردى. بىر قانچە ئايدىن بۇيان، بۇ مەسلىھەتچىلەرنىڭ كۆپچىلىكى ئىزچىل ھالدا Google نىڭ تارماق تېلېفونىغا ئىختىيارىي ئۇلاپ، تۇنجى قېتىم ئاشكارا پاي توپلاشتىن ئىلگىرى خېرىدارغا ئېرىشىشكە ئۇرۇنۇۋاتىدۇ. مەن بۇ تېلېفونلارغا ئانچە ئېرەقشىپ كەتمەيتتىم، ئەمما ھازىر بۇ كەسىپي ئەربابلارنىڭ نېمە دەيدىغانلىقىغا بەك قىزىقىدىغان بولدۇم. 8-ئايدا، تۇنجى قېتىملىق ئاشكارا پاي توپلاش باشلىنىدۇ، بۇنىڭ ماڭا قانداق ئەھمىيىتى بارلىقىنى ئويلىنىپ بېقىشىم كېرەك.

پاي چېكىنى بازارغا سېلىش يولىدا توسالغۇلار قاتمۇ-قات، قېينىچىلىقلار كۆپ دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ. لارىرى بىلەن سېرگېي گوللاندىيەچە كىم ئارتۇق قىلىپ سېتىش شەكلىدە پاي چېكىنى ئاممىغا بۇاستە سېتىشنى ئويلىدى، ئۇلارنىڭ قارىشىچە بۇ خىل تەرتىپ ئاممىغا تېخىمۇ يۇزلىنەلەيدىكەن ھەمدە تېخىمۇ كۆپ كىشى بۇ ئىشقا قاتنىشالايدىكەن. ئۇنىڭ قارىشىچە، ئەنئەنىۋى پاي چېكىنى بازارغا سېلىش شەكلى ئانچە ئۇنۇملۇك ئەمەس ئىكەن. ۋال كوچىسىدىكى مەبلەغ سېلىش بانكىلىرى پاي چېكى باھاسىنى تۆۋەنلەتكەندە سودا باشلانغان تۇنجى كۈنلا كۆزگە كۆرۈنگىلى بولىدىغانلىقىدا چىڭ تۇردى، ئۇنىڭ ئۇستىگە بانكىلار قولىدىكى پاي چېكىگە تايىنىپ پۇلغا تىنىپ كەتتى. لارىرى بىلەن سېرگېينىڭ قارىشىچە، بۇ بىر خىل ئالدامچىلىق قىلمىشى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئۇنۇمى يۇقىرى ئەمەس، پەقەت بانكىلا ئارىدىن پايدا ئالىدۇ. ئۇلار ئاشۇ بانكىلارنى قوغلىۋەتتى ھەمدە ئۇلارغا Google نىڭ باشقا بىر يول ئاچىدىغانلىقىنى ئېيتتى. بانكىرلار قارشى ھۇجۇمغا ئۆتۈپ قايتىپ كېلىپ، Google نىڭ پاي چېكى، باشقۇرۇشى ۋە Google نىڭ ئادەتتىكى بىلەن ئوخشىمايدىغان تۇنجى قېتىم ئاشكارا پاي توپلاش تەرتىپى ھەققىدە توختىماي قارا چاپلىدى. چۈنكى قارا چاپلاش سادالىرى ئىچىدە تۇرۇۋاتىدۇ، ئۇنىڭ ئۇستىگە پاي چېكى بازىرى كاسات، ئېھتىياج مۇلچەردىكىدىن تۆۋەن، شۇڭلاشقا پاي چېكىنىڭ بازار ئېچىلغاندىكى مۇلچەر قىممىتى 125 ئامېرىكا دوللىرىدىن تۆۋەن بولدى.

راستىنى ئېيتقاندا، لارىرى بىلەن سېرگېي ھېچقانداق يارەدەم بېرەلمىدى. ئۇلارنىڭ ئوخشاش بولمىغان شەھەرلەرگە يۆتكىلىپ ئورگان مەبلەغ سالغۇچىلىرىغا زور كۈچ بىلەن Google پاي چېكى ھەققىدىكى «سەييارە» دوكلاتلىرىنى تەشۋىق قىلغانلىقىدىن بۇنى كۆرۈۋالغىلى بولىدۇ. باشقىچە قىلىپ ئېيتقاندا، سېرگېي تېخى تام تەسۋىر ھۆججىتىنى كۆرمەي تۇرۇپلا سۆز باشلاپ، تام تەسۋىر ھۆججىتىدىكى مەزمۇنلارنىڭ خاتا

ئىكەنلىكى، ياكى ئانچە قىممىتى يوقلۇقى، ياكى مەنبەسىنىڭ ئىشەنچلىك ئەمەسلىكى ھەققىدە باھا بەردى. ھالەتنىڭ چۈشكۈنلۈكى، ئۆتكۈزۈش ئۆتكۈۋېلىشنىڭ بېپەرۋالىقى، پوزىتسىيەنىڭ شۇنچە بىغەملىكى، ھەقىقەتەن ئەدەبسىزلىكتەك تۇيۇلدى.

سىرتتىكىلەرمۇ بۇنىڭغا دىققەت قىلدى. «سودا ھەپتىلىكى» ژۇرنىلىدا يېزىلىشچە، «Google نىڭ تەرەققىيات تەدبىرىنى سورىغاندا، ئېرىشكەن جاۋاب ‹مەن سىزگە دەپ بەرگەن تەقدىردىمۇ، سىز يەنە بىر قېتىم سورايسىز›. » ئۇ يەنە «ئۆز ئالدىغا ئىش قىلدىغان مىليارد دوللار ئىنتېرنېت مەبلىغى بار كاپىتال دىرېكتورى» نىڭ سۆزىنى نەقىل ئېلىپ: «ئۇلار Google نىڭ پاي چېكىنى سېتىۋېلىشنى بىر خىل ئالاھىدە ھوقۇق دەپ قارايدىغاندەك قىلىدۇ. بۇ دەل ئۇلارنىڭ پوزىتسىيەسى—ھەقىقەتەن بىر غەلىتە مەخلۇق. » قەلەم ساھىبى، سېرگېي چوڭ بىر تېخنىكا شىركىتىنى يۇرۇشتۇرۇشكە زۆرۈر بولغان ھالدا پىشىپ يېتىلىپ، كەمتەرلىككە ئىگە بولدىمۇ، قۇرغۇچىلىرىمىزمۇ «ھەر قانداق كىشى مۇۋەپپەقىيەت قازانغاندىن كېيىن كۆرەڭلەپ خۇددىنى بىلمەي مۇشۇنداق كاللىسى قىزىپ كېتەمدۇ»

«بىز قانداق قىلساق غەلىبە قىلىمىز، دوگلاس؟» دەپ سوردى سىندى، ئەينى ۋاقىتتا ئۇ ۋە لارى، سېرگېي سىرتتا كامانداردۇپكىغا چىققان ئىدى.

«بۇ خۇددى گىرېتسىيە پارچىسىگە ئوخشايدۇ» دېدىم مەن ئۇنىڭغا، «بۇ كىشىلەر بىزنى بەكلا تەلۈە دەۋاتسا، بۇ بەلكىم مەغلۇپ بولۇش سەۋەبىمىز بولۇشى مۇمكىن. »

ۋال كوچسىدىكى ئورنى ئىدىيەسى بار ئاشۇ كىشىلەرگە يولۇققاندا، كىرىمنىي جىلغىسىدا بوي سۇنىدىغان ئەۋزەللىك—بوي سۇنمىسا ماھارىتىنى كۆرسىتىدىغان ئورۇن يوق.

بىز خادىملىرىمىزغا پاي چېكى تەقسىم قىلىپ بېرىشتىن ئىلگىرى، ئاكسىيە سودا كومىتېتىغا 13 مىليون پايىنى تىزىملىتىشنى ئۇنتۇپ قاپتۇق، بۇ ئىش بىزنى قىيىن ئەھۋالغا چۈشۈرۈپ قويىدى. S-1 ھۆججىتىنى ئىلتىماس قىلىپ يوللاشتىن ئىلگىرى «PlayBoy» نىڭ لارى بىلەن سېرگېينى زىيارەت قىلغىنىڭىمۇ يارىدىمى تەگمىدى. بىز پاي چېكى بازارغا سېلىنغاندىن كېيىن بېسىلدۇ دەپ قارىغان، كىم بىلسۇن 8-ئاينىڭ 12-كۈنى، ئاممۇي مۇناسىۋەت بۆلۈمىنىڭ فاكسىدا پەيدا بولدى، مۇقاۋىسىغا تەھرىرنىڭ «شادلىنىۋېلىڭلار، سىلەرنى تەبرىكلەيمىز!» دەپ يېزىلغان، ئەمما بىز خۇشال بولالمايمىز، چۈنكى ئاكسىيە سودا كومىتېتى بىزدىن سۆھبەت ھۆججىتىنىڭ ھەممە مەزمۇنىنى ئىلتىماس دوكلاتى بايانىاتىغا كىرگۈزۈشنى تەلەپ قىلدى ھەمدە پاي چېكىنى ئاشكارا بازارغا سېلىش ۋاقتىنى بىر ھەپتە كېچىكتۈردى.

مەن بۇ ئارىلىقتىن پايدىلىنىپ، كىرىستېن ۋە مېنى تونۇمايدىغان بولۇپ قېلىشقا ئازلا قالغان بالىلىرىم بىلەن بىللە سان دىيېگوغا بېرىپ قىسقا مەزگىللىك ئارام ئېلىشنى پىلانلىدىم. بىز پىلان بويىچە يولغا چىقىشتىن بىر كۈن ئىلگىرى، كىرىستېننىڭ مومىسى تۇغقىچە كەتتى. شۇڭلاشقا، ئايالىم سېئاتلىغا دەپنە مۇراسىمىغا قاتنىشىش ئۈچۈن ئايروپىلان بىلەن كەتتى، مەن بالىلىرىم بىلەن ئۆيدە قېلىپ، بىر دۆۋە كىيىم-كېچەكلەرنى يۇدۇم، بىر قىسىم كۇندىلىك تۇرمۇش بۇيۇملىرىنى سېتىۋالدىم، يەنە ئۇستەل ئۈيۈنى ئوينىدۇق، شۇنىڭ بىلەن بىللە ھەر نەچچە مىنۇتتا يان كومپيۇتېرىمنىڭ يېنىغا يۈگرەپ بېرىپ، خامچوت، تاۋار ماركىسى ۋە كۆرگەزمە خاتىرە بۇيۇملىرى ھەققىدىكى ئېلخەتكە جاۋاب يازدىم.

بۇ ئارىلىق ۋاقىت ئىنتايىن غەلىتە. تۇرمۇشۇم ئىزچىل ئىنتايىن ئالدىراش، خۇددى بىر قانچە يىلدىن بۇيان ئارام ئېلىپ باقمىغاندەك. بەلكىم ھارغانلىقتىن بولسا كېرەك، بەلكىم بۈگۈنكى كۈندە دېڭىزنىڭ بىر تامچىسى بولغانلىقىمنى ھېس قىلغانلىقىمدىنمۇ، ئەيتاۋۇر ئۆزەم قىلغان ھەممە ئىشلار چوقۇم زۆرۈر بولمايدىغان بولۇپ قالدى، شۇڭلاشقا مەن مۇشۇنداق روھسىز بولۇپ قالدىم. دەسلەپتە Google غا كەلگەن ئاشۇ كۈنلەردە، ئەگەر مەن بېرىپ بازارچىلىقنى قىلمسام، قىلىدىغان ئادەم يوق ئىدى، ئاممۇ ھازىر Google نىڭ ھەممىلا

يېرىدە ئۆزىنى كۆرسىتىشكە تىرىشۋاتقان مەھسۇلات باشقۇرغۇچىلىرى، مۇئاۋىن مەھسۇلات باشقۇرغۇچىلىرى، مەھسۇلات بازارچىلىق باشقۇرغۇچىلىرى، يەنە مەھسۇلات بازارچىلىق مۇئاۋىن باشقۇرغۇچىلىرى بار.

بىز پاي توپلاشنى بېكىتىشنىڭ ئالدىنقى شەنبە كۈنى، جوناسان روسېنبېرگ مەھسۇلات بازارچىلىق باش نازارەتچىسىدىن بىرنى تەكلىپ قىلغانلىقىنى جاكارلىدى، شىركەتنىڭ بازارچىلىق دەۋرى ئاخىرلاشتى، مەھسۇلات بازارچىلىقنىڭ سەھنىسى ئېچىلدى.

مەن دەم ئېلىشىمنى مۇددەتتىن بۇرۇن ئاخىرلاشتۇردۇم. 8-ئاينىڭ 19-كۈنى پەيشەنبە تۈنجى قېتىملىق ئاشكارا پاي توپلاش كۈنى، مەن ئەتىگەن سەھەردە شىركەتكە قايتىپ ئىشقا چۈشۈپ، پاي توپلاشنىڭ شاد-خوراملىق مەنزىرىسىنى كۆرۈپ باقماقچى بولدۇم. مەن ئاپتوموبىلىمنى ھەيدەپ تېلېۋىزىيە ئىستانسىسىنىڭ سۈنئىي ھەمراھ ئاپتوموبىلىغا ئەگىشىپ، ئاپتوموبىل توختىتىش مەيدانىغا كىردىم. Google پاي چېكىنى كىم ئارتۇق قىلىپ سېتىش ئاخىرلاشقان بولۇپ، باشلىنىش باھاسى 85 ئامېرىكا دوللىرى، بازار ئېچىلغان ۋاقتىتا، دۇنيا بىزگە ئۇلارنىڭ نەزىرىدە Google نىڭ قانچىلىك قىممىتى بارلىقىنى ئېيتىپ بېرىدۇ.

ئۇ كۈنى شىركەت يىغىنى ئورۇنلاشتۇرۇلمىدى. سېرگېي بىلەن بىز بىرلىكتە مائۇنتېن ۋىيۇ (Mountain View) شەھىرىدە تۇرۇپ، ھەممە ئىشلارنىڭ ئېلىپ بېرىلىشىغا قوماندانلىق قىلدۇق—بۇ پەيشەنبە باشقا پەيشەنبىلەر بىلەن ئوخشاش، بىز يەنىلا كۆز ئالدىمىزدىكى خىزمەتلەرگە كۆڭۈل بۆلۈشۈمىز كېرەك ئىدى. باشقا مەمۇرىي خادىملارنىڭ ھەممىسى ناسداكتا بولۇپ، شۇ كۈنى باشلىنىدىغان سودىغا تەييارلىق قىلىۋاتاتتى. داۋىد كىرەيننىڭ ئەسلىمىسىگە ئاساسلانغاندا، لارى سېرگېيغا تېلېفون ئۇرۇپ، تۆۋەندىكى ئەھۋالنى ئېغىزچە قىسقىلا بايان قىپتۇ، دېگىنى ئۇنىڭ مۆلچەرلىگەن باھاسى بولماستىن بەلكى سودا قىلىدىغانلار ئىشلىتىدىغان تېخنىكا بويىتۇ، داۋىد كىرەين لارىرنىڭ سېرگېيغا مۇنداق دېگەنلىكىنى ئاڭلاپتۇ: «مەن كۆرۈپ تۇرۇۋاتقىمەن، سىستېما مۇنداقكەن، بۇ جايدا ئۆتكەن سانلىق مەلۇمات مىقدارى كۆرۈنىدىكەن، بۇ ئۇنىڭ يېڭىلىنىش سۈرئىتى، بۇ ئېكراننىڭ ئېنىقلىق دەرىجىسى، بۇ ئېكرانىنىڭ چوڭلۇقى، يەنە...»

بەش ئالتە خىزمەتچى ئاممىۋى مۇناسىۋەت بۆلۈمىنىڭ كىچىك بۆلۈمچىسىنىڭ تېمىدىكى تېلېۋىزورنىڭ ئالدىنى چۆرىدىۋالغان بولۇپ مەنمۇ قىستىلىپ كىردىم. بېشىمنى كۆتۈرۈپ، ئۇچىسىغا كاستيۇم-بۇرۇلكا كىيىۋالغان بىر توپ ئادەمنىڭ چوڭ بىر ئېلېكترونلۇق ئېكرانىنىڭ ئالدىدا ئۆرە تۇرغانلىقىنى كۆردۇم، لارى ئۇچسىغا كۇلرەڭ بوغماق چاپان، ئاق كۆينەك، قىزىل رەڭلىك كېپىنەك گالستۇك تاقىۋالغان بولۇپ، دەسلەپتە مەنمۇ تونىماپتىمەن. بۇ ھېلىقى كىيىم ئالماشتۇرۇش ئۆيىدە پۈتۈن بەدىنى تەرگە چۈمۈلگەن ھالدا كۆچەپ مۇز تۇپ قوغدىنىش تاختىسىنى سېلىۋاتقان ئەبلەخ شۇمۇ يا؟ ئېرىك لارىرنىڭ سول تەرىپىدە، ئومىد ئۇنىڭ ئارقىسىدا تۇراتتى، لارى بەلگە قەلەمنى ئېلىپ، يېشىل رەڭلىك ئەينەك ئېكرانغا ئىمزا قويدى. شۇنىڭ بىلەن ئۇلار مىلياردېرغا ئايلاندى. ئارقامدا ئۆرە تۇرغان بىر كىشى ئەرزان باھالىق شامپانىڭ ئاغزىنى ئېچىپ، قەغەز ئىستاكانغا قۇيۇپ، كۆپچىلىككە تارقىتىپ بەردى. ئاندىن بىز ئىشخانىمىزدىكى ئۇستەلىمىزگە قايىتتۇق.

پائۇل بۇچېت يېقىندا ماڭا دەپ بېرىشچە: «پاي چېكىنى بازارغا سېلىش ئىشى ھەققىدە، ئېسىمدە ھېچ ئىش يوقتەك. Windows95 ئىشلەپچىقىرىشقا كىرىشتۇرۇلدىغان ئاشۇ كۈنى، مەن مىكروسوفتتا ئىدىم، ئۇنى ھەقىقىي تەنتەنە دېسە بولىدۇ. ئۇ چاغدا، مەن سەل كېچىكىپ بېرىپتىمەن، ئولتۇرۇش سورۇنى خۇددى بىر مەيدان بالا-قازانى باشتىن كەچۈرگەندەكلا ئىدى. گېيلەمنى تۇرۇۋېتىپتۇ، چۈنكى بەزىلەر موتوسىكلىتتىن بىرنى ھەيدەپ كىرىپتۇ. كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى كۆپ ئىچىپتۇ، ئۇستەللەر ئۆرۈلۈپ كېتىپتۇ، ئىنتايىن ۋەيرانە. ئۇ مەنزىرىنى ئادەم ئۆمۈر بويى ئۇنۇتالمايدۇ. بىزنىڭ پاي چېكىنى بازارغا سېلىشىمىزدا تىلغا ئالغۇدەك ئىش يوق، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى ئىشلىدى. ھېچقانداق ئالاھىدە يېرى يوق.»

لارى بىلەن سېرگېي بارلىق ئامىللار بىلەن Google نىڭ ئىزچىل داۋاملاشتۇرۇۋاتقان كارخانا مەدەنىيىتىنى ساقلاپ قېلىشقا تىرىشۋاتىدۇ. ۋاينى روسىڭنىڭ ئىنژېنېرلارغا دەپ بېرىشچە، ئەگەر ئىككىنچى

كۈنى كىمدە كىم فارارى ھەيدەپ كەلسە، ئۇ شەخسەن ئۆزى قارشى ئالغىلى چىقىپ، كالتەك توپ تايىقى بىلەن «قايتا زىننەتلەش» نى بەكلا خالايدىكەن. ئىنژېنېر ئېد كارربلس ۋە چاد لېستېر مۇسابقە ئاپتوموبىلى سېتىۋېلىشتىن ئەنسىرىمەيدۇ، ئۇلار مۇسابقە ئاپتوموبىلى سېتىۋالماي، كىچىك ئايروپىلان سېتىۋالىدۇ.

چاد لېستېرنىڭ ئېد كارربلستا دەپ بېرىشىچە: «بۇ فارارى ئەمەس، لەنبۇرجىنىمۇ ئەمەس، بىز ئايروپىلاننى ھەيدەپ كېلىپ، شىركەتنىڭ سىرتىدىكى يولغا توختىتىپ قويىمىز.» بىراق، ئۇلار ئۇنداق قىلمىدى. باشقىلارنىڭ ھەممىسى ئۆزىنى كۆز-كۆز قىلىدىغان يېڭى جابدۇقلىرىنى ئۆيىدە قالدۇردى. شۇنداقتىمۇ ئەھۋال يەنىلا ئۆزگەردى.

ئىلگىرى شىركەت پاي چېكىنى بازارغا سېلىشنى تۆت كۆزى بىلەن كۈتۈۋاتقان ئېلان تىجارەت بۆلۈمىدىكى بىرەيلەن يەنى بارت ۋويتوۋىز (Bart Woytowicz) ھازىر پۈرسەت بولسىلا ئالدى ئىشىك سىرتىدىكى چىملىتقا گولف توپ تايىقى مەشق قىلىدۇ؛ گەرچە لارى بىلەن سېرگېي گەپ ئەۋەتىپ مەيلى كىم بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، ئەگەر تۈتۈۋالسا جەريمانە قويىدىغانلىقىنى ئېيتقان بولسىمۇ، كۆپچىلىكنىڭ ھەممىسى يەنىلا ئېھتىياتچانلىق بىلەن ئاكسىيە باھاسىنى كۆرۈدىغان ئاپپاراتنى خاتىرە كومپيۇتېر ئېكرانىنىڭ بۇلۇڭىغا قويۇۋالدى؛ يېغىن ئېچىشمۇ تەس ئىشقا ئايلىنىپ كەتتى، چۈنكى يېغىن زالىنى پۈتلىرىدا پارقىراق ئايىغ، قوللىرىدا سپىتا خۇرۇم سومكا كۆتۈرگەن Google خىزمەتچىلىرى ئىگىلىۋالغان.

مەن يەنە ئۆزەمنىڭ ئەسلىدىكى خىزمىتىمنى داۋاملاشتۇردۇم، يەنىلا ئالدىراش، شۇغىنسىي ئىلگىرىكىدەك ئۇنچە بەك ئەمەس، خىزمەت تارىخىم بار، يەنە بىر تۇپ ھەر قانداق ۋاقىتتا روھىي ئۇرغۇپ تۇرىدىغان مەھسۇلات باشقۇرغۇچىلىرى بار. مەن سىندىغا جۇڭگوغا بېرىپ بازار ئەھۋالىنى ئىگىلەپ، يېڭى خەنزۇچە ئىسمىدىن بىرنى تېپىپ ھازىرقى خەنزۇچە ماركا ئىسمىنىڭ ئورنىغا ئالماشتۇرۇش ئويۇم بارلىقىنى ئېيتتىم. Yahoo نىڭ ئىسمى 雅虎 دەپ تەرجىمە قىلىندى، ئەمما بىزنىڭ شىركىتىمىزنىڭ ئىسمى 狗古.

10-ئايدا، سىندى مەندىن Google نىڭ تۈنجى قېتىملىق تىجارەت ئەھۋالى تېلېفون يىغىنىنىڭ ئارقا سەپ خىزمىتىگە مەسئۇل بولۇشۇمنى تەلەپ قىلدى. بۇ بىزنىڭ مەبلەغ سالغۇچىلار بىلەن تۈنجى قېتىم بۈاستە ئۇچرىشىشىمىز، مۇكەممەللىك دەرىجىسىگە بولغان تەلەپ ئادەتتىكىدىن خېلىلا يۇقىرى. لارى، سېرگېي يەنە مالىيە باش نازارەتچىسىمۇ يىغىنغا قاتناشتى، سىرتتا قوراللىق مۇھاپىزەت ئەترىتى قوغدايدۇ، مەن بىلەن سىندى، جوناسان روسېنبېرگ شۇنداقلا يۇرگۈزۈش گۇرۇپپىسى ۋە قانۇن گۇرۇپپىسىنىڭ ئەزالىرى يانداپكى ئۆيدە، دېرىزىدىن يىغىن ئەھۋالىنى كۆزىتىپ تۇرىدۇ. سىرتتىكى مەبلەغ سالغان ئاممۇۋى مۇناسىۋەت شىركەتلىرىنىڭ ئالاقىسىدە ئەڭ ئاخىرقى بىر قانچە مىنۇتتا كاشىلا كۆرۈلدى، ياخشى يېرى بىز دەل ۋاقتىدا ئۇلىنىشنى ئەسلىگە كەلتۈرگەچكە، بىزنى تەمتىرىتىپ قويمىدى. سىرتتىكىلەرنىڭ قارىشىچە، يىغىندا ھېچقانداق ئىش يۈز بەرمىدى، ئۇلارنىڭ دىققىتى ئىزچىل ھالدا بازارنى ھەيران قالدۇرغان سانلىق مەلۇماتتا ئىدى. Google نىڭ پاي چېكى مۇشۇنىڭدىن كېيىنكى بىر ھەپتىدە شىددەت بىلەن ئۆسۈپ ھەر بىر پاي 200 ئامېرىكا دوللىرىغا چىقتى.

ھەيران قالغانلاردىن خىزمەتداشلىرىمۇ بار، تىجارەت ئەھۋالى تېلېفون يىغىنىدىن كېيىن، Zibbibos دا ئېلىپ بېرىلغان بىر قېتىملىق يىغىلىشتا، سىندى يېقىندا Google دىن ئايرىلىدىغانلىقىنى جاكارلىدى، مەن بۇ كۈنىنىڭ كېلىدىغانلىقىنى بىلەتتىم. ئەمەلىيەتتە، مېنىڭمۇ شۇنداق نىيىتىم بار ئىدى. قارىماققا، ئۇزۇن ھېكايە يېزىلىپ ئاخىرىغا بېرىپ قالغان ئىدى، مەن يەنە بىرنى يېزىشقا ئىلھامىم بار يوقلۇقنى ئانچە جەزملىيەلمەيمەن. سىندىنىڭ دېيىشىچە، ئۇ يەنە ئىككى ئاي تۇرىدىكەن. 2005-يىلى يىل بېشىدا، ئۇ Google دىن ئايرىلدى، مەن ھېچ بولمىغاندا ئۆزەمنىڭ كەلگۈسىدىكى ئورنۇم ئېنىق بولغاندىن كېيىن ئايرىلىشنى قارار قىلدىم.

تەتقىقات، تەھلىل، سىناش، ھېسابلاش قاتارلىق تارماقلاردىن مۇستەقىل بولغان ماركا بۆلۈمنىڭ

ئەزالىرىدىن بىرى بولۇش سالاھىيىتىم بىلەن، سىندى ئىزچىل ھالدا مېنىڭ كۆچلۈك ئىشەنچلىك ئىتتىپاقدىشىم ئىدى. ھازىر، ئۇ ماڭدى، مەن مەھسۇلات بازارچىلىق باش نازارەتچىسىگە دوكلات قىلىمەن. ئۇنىڭ ماسساچۇسېتس سانائەت پەنلىرى ئۇنىۋېرسىتېتى ئېلېكترون قۇرۇلۇشى ۋە كومپيۇتېر ئىلمى باكلاۋۇرلۇق ئۇنۋانى بار، ئىلگىرى بىر مەسلىھەتچىلىك شىركىتىدە سودا پىلانچىسى بولغان، يەنە چوڭ بىر تور شىركىتىنىڭ دۇنياۋى مەھسۇلات بازارچىلىق مۇئاۋىن باش لىدېرى بولغان. ئۇنىڭ خىزمەت تارىخى كەم-كۈتسىزدەك قىلاتتى، ئۇنىڭ ئۇستىگە ئۇ دەل Google ئىزدەۋاتقان ئادەم ئىدى، بۇ مېنىڭ ئارتۇقچە ئىكەنلىكىنى بىلدۈردى.

سىندى خىزمەتتىن ئايرىلىپ 3 ھەپتىدىن كېيىن، باشقۇرغۇچىۋم ئىشخانىسىغا كىلىشىم ھەققىدە تېلېفون ئۇردى. بىلىشىچە، ئۇ خىزمەت ئورنىنى ئورۇنلاشتۇرۇش ھەققىدە سۆھبەتلەشمەكچى ئىدى، بۇ مەھسۇلات باشقۇرۇشنىڭ بىر تەرتىپى بولۇپ، ھەر بىر ئادەمنىڭ ئەڭ مۇۋاپىق خىزمەت ئورنى بولۇشىنى قارار قىلدۇ.

«دوگلاس،» ئۇ ماڭا گەپنى ئەگىتمەي ئۇدۇللا «خىزمەت ئورنۇڭنى ئورۇنلاشتۇرۇشتا، تەڭقىسلىقتا قالدىم. ساڭا لايىق خىزمەت ئورنىنى پەقەتلا تاپالمىدىم. ھازىرقىدەك بۇنداق تەشكىلي قۇرۇلمىدا، ماركا باشقۇرۇش رولىغا ئېھتىياجلىق ئورۇندىن بىرەرسىگىمۇ ئېھتىياجلىق ئەمەستەك تۇرىدۇ. »

مەن سالاھىيىتىمگە لايىق مەھسۇلات بازارچىلىق رولىدىن بىرنى چىقىرىپ بېرىشنى تامامەن تەلەپ قىلالايتىتىم، ئاندىن كىلىشىش ئارقىلىق ھازىر تەييار بولغان ئەڭ يۇقىرى خىزمەت ئورنىدىن بىرىگە ئېرىشەلەيتتىم. بىراق، مېنىڭ ئۇنداق قىلىش ئويۇم يوق. مەن يەنە ئېتىراز بىلدۈرۈپ، مەن قىلىۋاتقان ئىشنىڭ قىممىتىنى چۈشەندۈرۈپ، مەن ئۇچۇن مەخسۇس بىر خىزمەت ئورنى تەسىس قىلىشتا چىڭ تۇرسام بولىدۇ. مەن تەشەببۇسۇمنى قوللايدىغان يېتەرلىك سانلىق مەلۇماتنى مەڭگۈ تەمىنلەپ بېرەلمەيدىغانلىقىنى بىلىمەن، مەن ئۇنىڭ پىكرىگە قوشۇلمەن، ھازىر Google ھەقىقەتەن ماڭا ئېھتىياجلىق ئەمەس. مەن خۇددى سىندىغا ئوخشاش Google نىڭ ھەممە نەرسىسنى قويۇپ قويۇپ، ئىككى ئاي ئىچىدە ئايرىلىمەن. مەن 2005-يىلى 3-ئاينىڭ 4-كۈنىنى Google دىكى ھاياتىمنىڭ ئەڭ ئاخىرىقى كۈنى قىلىپ تاللىدىم.

«ئۇچ، تۆت، بەش»، مەن بۇ سانلارنىڭ قۇرۇلمىسىدىكى ساپلىق تۈيغۇسىنى ياقتۇرىمەن.

ئۇ كۈنى كەلگەندە، مەن كۆپچىلىك بىلەن خوشلىشىمەن. كۆرۈشمىگىلى ئۇزۇن بولغان ئىنتايىن كۆپ كىشىلەر كېلىپ مېنى ئۇزۇتىدۇ. لارى قولۇمنى سقىپ تۇرۇپ، ماڭا بەخت تىلىدى، چارلى ماڭا تورتتىن بىرنى پىشۇرۇپ بەردى؛ ماريسسا مېنى ھەيران قالدۇردى، ئۇ مېنى قۇچاقلاپ تۇرۇپ گەرچە دائىم قارشى تۇرسامۇ ئەمما ئىزچىل مېنىڭ ھۆكۈمۈمنى ھۆرمەت قىلىدىغانلىقىنى ئېيتتى؛ مەنمۇ ماريسساغا ئوخشاش سۆزنى قىلىدىم، بۇ ئۆزەمنى ھەيران قالدۇرغىنىم ئىدى.

مەن ئىشخانىغا قايتىپ، سېرگېينىڭ يىل ئاخىرىدىكى دوكلات ھۆججىتىنى تۈزەتكەندىن كېيىن، ئېلخەت ئارقىلىق ئۇنىڭغا ئەۋەتتىم، ئاندىن خاتىرە كومپيۇتېرنى يېپىپ، مۇلازىمەت سۈپىسىغا ئۆتكۈزۈپ بەردىم؛ يەنە شىركەت تارقاتقان ئىناۋەتلىك كارتامنى كېسىپ، ئىشخانىدىكى ئورۇندۇقنىڭ ئۈستىدە قالدۇردۇم.

مېنىڭ خىزمەتتىن ئايرىلىش سۆھبىتىم ئىنتايىن قىسقا بولۇپ، مەن ئەزەلدىن كۆرۈپ باقمىغان ئادەم كۈچى بايلىقى بۆلۈمىنىڭ خىزمەتچىسى مەن بىلەن سۆزلەشتى. مەن ئاپتوموبىل توختىتىش مەيدانىدا فورد ئاپتوموبىلىمغا كىرىپ ئولتۇرغاندا، قاش قارايغان ئىدى. مەن ئاپتوموبىلنىڭ ئاچقۇچىنى سېلىپ، موتورنى ئوت ئالدۇرۇپ، بىر دەم ئولتۇردۇم، كۆكرىكىم كۆتۈرۈلۈپ پەسىيىپ تۇراتتى. ئاپتوموبىلىمنىڭ ئەينىكىدە، رەت-رەت ئەمەلي كۈچى كۈچلۈك دۆلەت ھالقىغان شىركەتنىڭ بىناسى كۆرۈنەتتى، ئۇنىڭ تۆغى، ئاق رەڭلىك تاختىنىڭ ئۈستىدە رەڭگى ئوچۇق، ئارىلاش بىر دۆۋە ھەرپلەر چاپلاغلىق بولۇپ، ياپ-يېشىل كۆتۈرمە يول ئۇلىنىڭ قارشىسىدا ماڭا تىكىلىپ تۇراتتى.

ئەينى ۋاقىتتا، مەن چوڭ بىر شىركەتتىن كىچىك بىر ئىگىلىك تىكلەش شىركىتىگە كەلدىم، بۈگۈنكى كۈندە، مەن كىچىك شىركەتنىڭ قۇرغۇچىسى سالاھىيىتىدە چوڭ بىر شىركەتتىن ئايرىلدىم.

مەن ئاپتوموبىلىمنى توختىتىش ئورنىدىن ئارقىغا ياندۇرۇپ، ئۆيۈمگە قاراپ يول ئالدىم.

خاتىمە

كـۆز ئالدىمـدىكى سـوغۇق سـاقلاش ئىشـكابىدىن ئۇزلۇكسـىز سـوغۇق تۇمـان كۆتۈرۈلۈۋاتـاتتى. مەن Google دىـن ئايرىلـىپ بىـر ھەپتـىدىن كېيىنكـى بىـر ئاخشـىمى، كىرسـتېن مېنـى CVS كە بېرىـپ ئەتىسـى ئەتىگەنـدە ئىچـىدىغان سـۈت سېتىۋېلىشـقا ئەۋەتتـى. ئىلگـىرىكىگە ئوخشـاش، مەن باشـقا نەرسـىلەرنىمۇ سېتىۋالماقچى ئىدىم، ئاندىن قەنت ۋە ماي تەركىبى يۇقىرىراق بىر قانچە خىل يېمەكلىكنـى تاللىماقچى ئىدىم. مەن كۆزۈمنى قىسىپ مال جازىسىنىڭ ئاستىدىكى بىـر قـانچە خـىل ئوخشـاش بولمىغـان ماركـىدىكى ماروژنىغـا قارىـدىم. مېنـىڭ سـېتىۋالماقچى بـولغىنىم ئۇششـاق كاكـائۇ مـۇز پارچىسـى قوشـۇلغان ستارباكسـنىڭ قەھـۋە ماروژنىسى ئىدى، بىراق ھەممىسىدە ئېتىبـار بېرىلمەيـدىكەن. مەن CVS نـىڭ ئۆزىنـىڭ ماركسـىدىكى سـوغۇق ئىچىملىكلىرىگە قولۇمنى ئۇزاتتىم. تۇيۇقسىز، قولۇم توڭلاپ قالدى، ئەمما سوغۇقتىن ئەمەس ئىدى.

«مەن قەھۋە ماروژنىسى ئالماقچى.» دېگەن بىر ئاۋاز مىڭەمدە ئەكس ئەتتى.

«ئېتىبار يوق.» يەنە بىر ئاۋاز ئۆزلۈكىدىن جاۋاب بەردى، ئاۋاز تۇز، مەنسىز ئىدى.

«ئېتىبار يوق.» بىرىنچـى ئـاۋاز مەسـخىرە ئـارىلاش دوراپ جـاۋاب بېرىۋاتـاتتى. » ئۇنـداقتا... «بىرىنچـى ئاۋاز، ھەر بىر سۆزىنى پارچىلاپ تەكىتلەۋاتاتتى، «...نېمە ئالسەن؟» مەن بىر قۇتا قەھۋە ماروژنىسىنى ئېلىـپ مال ھارۋامغا سالدىم.

تۇنجى قېتىم، مەن Google نىڭ مۇۋەپپەقىيىتى سەۋەبىدىن ئىش قىلىش ئۇسلۇبۇمنى ئۆزگەرتتىم.

ئىگىلىك تىكلەش شىركىتىدە غايەت زور مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىش خـۇددى «تەكشـلىك دۆلىتـى» ــ مەن ئۆسـمۈرلۈك ۋاقتىمـدا ئوقۇغـان گىئومېتىرىيەلـىك ئۇقـۇم ئاساسـىدىكى رومانـدا پەرەز قىلىنغـان دۇنيـا ــ دىـن ئايرىلدىم. تەكشىلىك دۇنياسىدا، ھەممە نەرسە بىر ئۆلچەملىك يـاكى ئىككـى ئۆلچەملىـك دۇنيـادا يۆتكىلىـدۇ، كـۆرۈنگەن نەرسـىلەرنىڭ ھەممىسـى پەقەتـلا چېكىـت يـاكى سـىزىق بولـدۇ. ئـۇ خـۇددى مېنـىڭ تۇرمۇشـۇمغا ئوخشـايدۇ، بـىراق مەن ئەزەلـدىن ھـېس قىلىـپ باقمـاپتىمەن. ئىشـقا چىقىـش، پـۇل تېـپىش، ئـۆيگە قـايتىش، ئۇخلاش، كۇنلەر، ئايلار، يىللار توختىماي دەۋرىيلىنىپ تۇرىدۇ. بىراق، ھازىر تولۇق ئۆلچەمـدىكى ئىستېرىئولۇق دۇنيادا يۆتكىلىش ئىقتىدارىم بار. مىلىچ ماللار دۇكىنىنىڭ ھېسابات تالونى ۋە رەنىلىك قەرز پۇلى ئەمـدى مېنـى قۇل قىلالمايدۇ، مەن ئەركىن پەرۋاز قىلىشقا باشلايمەن.

بىر قىسىم Google لۇقلار ئۆزىنىڭ يېڭى ئەركىنلىكـى ئـارقىلىق تۇرمـۇش ئۇسـۇلى، ئـائىلە، كەسـپىي ھايـاتى، يەنە ئۇلارنـىڭ جـۇپتىنى ئـۆزگەرتتى، ماڭـا نسـبەتەن، دۇلـدۇل سـامانى كېزىـدىغان ئۇنـداق تۇرمۇش مېنى خاتىرجەمسىزلەندۇرىدۇ، مەن ئۆزەم تونۇش نەرسـىلەرگە تايىنـىپ مۇشـۇ جايـدا تـۇرۇپ قىلىشـقا ئادەتلەنگەن. خىزمەت يوق كۇنلەرنى ئۆتكۈزۈش ھەقىقەتەن قىينكەن.

مەن ھەر خىل سېتىش پائالىيەتلىرى بىلەن شۇغۇللانغىلى 25 يىل بولۇپتۇ، ئەمدى يەنە قىلغۇم يـوق. مەن Google دىن ئايرىلغاندىكى خىزمەت ئورنۇم ئەڭ يۇقىرى چوققىدا ئىدى، ئۇ مەن ئويلىيالايدىغان بـازارچىلىق ساھەسىدىكى ئەڭ ياخشى خىزمەت ئىدى. مەن Google دىن ئىبارەت بۇ ماركىنىڭ قىسقىغىنا 5 يىـل ۋاقتىتـا ئۆزلۈكسـىز راۋاجلانغـانلىقى، يۇنىلىشـىنى تاپالماسـلىقتىن تارتـىپ ماركـا نامىنـىڭ لـۇغەتكە كىرگۈزۈلـۈپ ئىزاھلانغانلىقىنى كۆردۇم. خىزمەتداشلىرىم بـۇ پىلانتـادىكى ئەڭ ئەقىللىق كىشـىلەر، مەن دۇنيـانى ئايلىنـىپ،

بايلىق تېپىپ، ئۆزەمنىڭ ئىقتىدارى ۋە چەكلىمىسىنى چۈشەندىم. مەن بۇ مەزگىللىك كەچمىشىم ئۈچۈن پۈتۈپ قويىماي: مەن ئىنسانىيەتنىڭ تۈرمۈش ئەھۋالىنىڭ ياخشىلىنىشى ئۈچۈن ئازراق كۈچ چىقاردىم، ھېچ بولمىغاندا تۆھپەم خاتالىقىمدىن كۆپرەك.

Google دىن ئايرىلغاندىن كېيىن، مەن Google ھەققىدىكى بەزى سۆز-چۆچەكلەرنى ئاڭلىدىم، ئۇنى مونوپول كارخانا، ئىشلەتكۈچىلەرنى ئىز قوغلايدۇ، ھۆكۈمەتنىڭ ھەمتاۋىقى، ئىشلەتكۈچىلەرنى يوشۇرۇن نازارەت قىلىدۇ، سېپى ئۆزىدىن رەزىللىكنىڭ ئۈۋىسى دەپتۇ. ھە، بەلكىم بۇلارنىڭ ھەممىسى توغرىدۇ. مەن Google دا ئىشلىگەن ۋاقىت 5 يىلغا يەتمەيدۇ، ئەھۋال بەلكىم ئۆزگەرگەندۇ. ئەمما مەن Google باغچە رايونىدا تونۇشقان ئاشۇ كىشىلەرنىڭ كۆپىنچىسى ھەر كۈنى ئىنتايىن كۆپ ۋاقىت سەرپ قىلىپ ئىشلەتكۈچىلىرى مىليوندىن ئاشقان مەھسۇلاتلارنى مۇكەممەللەشتۈرۈۋاتىدۇ، مەن ئۇنى پۈتۈنلەي بىمەنە سەپسەتە دەيمەن.

Google ئىنتايىن سىرلىقمۇ؟ ئەلۋەتتە راست، ھاكاۋۇرمۇ؟ بەلكىم. ئۇ نىشانلىق ئىشلەتكۈچىلىرىنىڭ يادرولۇق تەلىپىگە قۇلاق سالمامدۇ؟ بەزىدە شۇنداق، بىراق ئۇنى رەزىل دېسە، مەن ئۇنداق قارىمايمەن.

مەن ئېلان بۆلۈمىدىن ئۆزەمنىڭ كەسپىي ھاياتىمنى باشلىغان، ئۇ يەردە ئىشلەش ئىنتايىن قىزىقارلىق، رىقابەتكە تولغان ھەمدە مائاشىمۇ يۇقىرى. كېيىن مەن چېقىپ كەتتىم، چۈنكى ئۆزەمگە ئىشەنمەيدىغان نەرسىنى سېتىشىم مۇمكىن ئىكەن، بۇ خىل قاراشتا مەن قوشۇلالمايمەن. مەن ئاممىۋى رادىيو شىركىتىدە ئىشلەپ باققان، كېيىن گېزىتخانىغا باردىم، ئۇ جايدا، كۆرگىنىم ھەرگىزمۇ مەھسۇلات سېتىش ئۈچۈن ئەمەس بەلكى ئاممىنىڭ مەنپەئەتى ئۈچۈن مەددىي مەنپەئەتتىن ۋاز كەچكەن خىزمەتداشلىرىم. Google دا، ئوخشاشلا شۇنداق ئىشلارنى كۆردۇم ئاڭلىدىم، ئۇنىڭ ئۈستىگە تېخىمۇ كۈچلۈك ۋە تەخىرسىز. خىزمەتچىلەرنىڭ قەرەللىك ھوقۇقىغا كەلسەك، ھەر قانداق بىر ئورگان ئۇزۇن مۇددەت ئۇزلۇكسىز ھالدا بۇنداق ئاممىۋى مۇلازىمەتنى يولغا قويالىشى ناتايىن، بۇ بىر ئەۋلاد كىشىلەرنىڭ ۋاقتىدا دۇنيانى قايتىدىن ئۆزگەرتىشتەك چوڭ سەكرەپ ئىلگىرىلەش. مېنىڭ قارىشىمچە، بۇمۇ Google نىڭ ئەڭ چوڭ كەمچىلىكى، Google نىڭ تەسەۋۋۇرىنىڭ ھەقىقىي مەقسىتىنى ئىنتايىن تېزلىكتە چۈشىنەلمەيدىغان ئاشۇ كىشىلەر ئۈچۈن ھېچقانداق تاقىتى يوق.

«بىز خاتالىق ئۆتكۈزگەنمۇ؟» دەپ لارىرى مەندىن سورىدى. ئىنتايىن ئاز ئۆتكۈزگەن، لېكىن، «ئىنتايىن ئاز ئۆتكۈزگەن» لىك «ئەزەلدىن ئۆتكۈزمىگەن» لىكتىن دېرەك بەرمەيدۇ. ئەگەر Google نىڭ باشلامچىلىرى بۇ ھەقىقەتنى قوبۇل قىلالىسا، بەلكىم بەزى كىشىلەرنىڭ نېمە ئۈچۈن گۇمانىدىن ۋاز كەچمەي Google غا ئىشەنسە بولىدىغان كاپالەت ئىكەنلىكىگە بويسۇنىدىغانلىقىنى چۈشىنەلمەيمەن.

Google دىن ئايرىلغاندىن كېيىن، بۇ دۇنيانىڭ ئايلىنىش شەكلىگە نىسبەتەن دائىم سەۋر قىلالمايدىغانلىقىمنى بايقىدىم. رەقەملىك سىنئالغۇمنىڭ ئۈستىگە ۋاقىت بەلگىلەپ سىنغا ئېلىشنى ئورۇنلاشتۇرۇش نېمە ئۈچۈن شۇنچە تەس؟ نېمە ئۈچۈن ھەممە سىگنال چىراغلىرىنى تەڭ قەدەمدە ماسلاشتۇرۇپ، قاتناش ئېقىمىنى ئەڭ ئەلا سۈرئەتتە ساقلاپ قالغىلى بولمايدۇ؟ مەن خېرىدار مۇلازىمەت تېلېفونىنى ئۇرغاندا كارتا سۈرتۈپ ھېسابات نومۇرۇمنى كىرگۈزگەن تۇرسام، باشقىلارنىڭ كېلىشىنى كۈتۈپ، ئاندىن ھېسابات نومۇرۇمنى ئۇلارغا نېمە ئۈچۈن قايتا بېرىمەن؟ بۇ مەسىلىلەرنىڭ ھەممىسىنى ھەل قىلغىلى بولىدۇ. ئەگىلگە مۇكەممەللىكنى قوغلىشىدىغان ئىرادە قوشۇلسا، قىلغىلى بولمايدىغان ھېچ ئىش قالماسلىقى مۇمكىن.

بىراق مەن، ئىلگىرى بۇلارنىڭ ھەممىسىنى ئۆزەم باشتىن كەچۈرگەن، مەن تولىمۇ بەختلىك!