

В 1994 год два студента Стэнфордского университета, David Filo и Jerry Yang, стали вести записи о том, что им интересно в Сети. Они назвали этот путеводитель "Yet Another Hierarchical Officious Oracle" (Yahoo!)

YAHOO! ДЕЛАЕТ ДЕНЬГИ НА ИНТЕРНЕТЕ

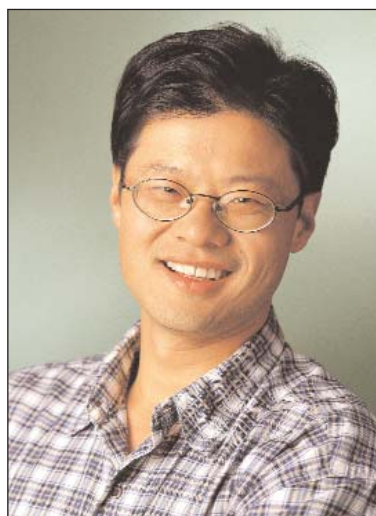
За 10 лет из стен университета корпорация выросла до транснациональной

В 1994 году студентам выпускного курса Стэнфордского университета Джерри Янгу и Дэвиду Фило оставалось всего 6 месяцев до защиты диссертации и получения степени доктора философии в области компьютерного проектирования интегральных схем. Казалось, они должны были с головой погрузиться в написание и подготовку своих работ, но не тут-то было. Они заинтересовались Internet.

Этот интерес мог бы пройти незамеченным, если бы Джерри и Дэвид не начали заниматься сбором и классификацией различных www-адресов. Действительно, работа была необходима – в то время больших каталогов еще практически не существовало. Но список Джерри и Дэвида не был предназначен для всеобщего обозрения – он составлялся исключительно для друзей, чтобы и те могли посетить интересные сайты, найденные Джерри и Дэвидом. Первоначально он состоял где-то из сотни адресов. Страницка называлась Jerry's Guide to the World Wide Web (Путеводитель Джерри по WWW) и находилась на компьютере, стоявшем в трейлере во дворе университета.

Все могло бы и остаться на таком любительском уровне, если бы не благодарные посетители сайта. Время шло, а посещаемость все росла и росла. Джерри и Дэвид с удивлением обнаружили, что услугами их микрокаталога ежедневно пользуются сотни людей, которых они совершенно не знают и которые не имеют никакого отношения к Стэнфордскому университету. Адрес их сайта в буквальном смысле слова пошел по рукам.

В конце концов, Джерри решил избавиться от старого названия, т.к. в создании страницы непосредственное участие принимал и Дэвид. Джерри решил назвать ее



Джерри Янг (слева) и Дэвид Фило

Путеводитель Дэвида и Джерри по WWW, чем очень разозлил Дэвида – тот не хотел ставить свое имя на безликое нечто. После этого ребята взяли за словарь и после бессонной ночи остановились на слове yahoo. Выбор был сделан не случайно. Во-первых, слово должно было начинаться на YA. В то время это была очень популярная аббревиатура, обозначающая словосочетание yet another (и еще один). К примеру, так назывался любимый компилятор языка. С Джерри и Дэвида – YACC ("Yet Another C Compiler"). Во-вторых, это было настоящим вызовом всем посетителям. Слово "Yahoo" на русский переводится, как "иеху" (ударение на втором слоге) – отвратительные существа из романа Свифта "Путешествия Гулливера" или (о человеке) – "свинья", "гадина"; (пренебрежительно) – "мужлан", "деревенщина". Конечно, при желании "Yahoo!" можно было воспринимать и как аббревиатуру – "Yet Another Hierarchical Officious Oracle" (в вольном переводе – "И еще один дружеский путеводитель"). Как бы то ни было, но вы-



бор был сделан. И именно с этого момента можно начинать историю Yahoo! в его теперешнем виде.

Работа шла, и Джерри и Дэвид ежедневно получали десятки писем от посетителей своего каталога. Это были слова благодарности, пожелания, конструктивные предложения. Это был огромный стимул продолжать свой нелегкий труд. Сами того не замечив, они постепенно стали преобразовывать Yahoo! согласно пожеланиям аудитории – вводились новые категории, появились разделы "What's New" ("Что нового") и "What's Cool" ("Что интересного"). К концу 1994 года у Джерри и Янга в буквальном смысле не оставалось времени на сон и еду – они могли уделить этому максимум 4-5 часов. В результате они полностью забросили свои диссертации и стали заниматься только поддержанием своего каталога на должном уровне.

Конечно, Yahoo! был не одинок. Существовали и конкуренты – WebCrawler в Вашингтонском университете, Lycos в университете Карнеги-Меллон, платная

поисковая система InfoSeek и другие. Но у Yahoo! было существенное преимущество – в то время, как поиском и индексацией сайтов у конкурентов занимались роботы-спайдеры, в Yahoo! это делали исключительно люди. Каталог создавался людьми и для людей. Благодаря этому использование системы значительно упростилось – не нужно было мудрить над сложным запросом, можно было просто воспользоваться удобной и понятной иерархической системой категорий и дойти до единственного нужного сайта, а не проверять десятки тысяч адресов, выданных из базы данных поисковика-спайдера. Конкуренты, имевшие похожую иерархическую систему (EINet Galaxy, World Wide Web Virtual Library), в конце концов сдались и ушли с арены – денег в то время на этом заработать было еще нельзя. К концу 1994 года Yahoo! стал безусловным лидером среди каталогов с иерархической организацией.

Yahoo! рос и одновременно задыхался от собственной популярности. Было очевидно, что ему не место в компьютерной сети университета. И как раз в это время на дороге у Yahoo! появилась компания Netscape в лице Marc Andreessen'a, предложившая ресурсы для содержания Yahoo!. В результате у Yahoo! появился свой домен – yahoo.com, и каталог переехал на 10 станций Silicon Graphics Indy. Примерно в это же время Yahoo! получил и первого инвестора: благодаря поддержке известного инвестиционного фонда "Sequoia Capital" Джерри и Дэвид обзавелись офисами и наняли энергичную команду web-серферов в возрасте, в среднем, около 25 лет. Темпы роста каталога стали возрастать. В день добавлялось до 1000 страниц. Были, конечно, и предложения продать каталог.

В частности, одним из возможных покупателей была AOL. Но Джерри и Дэвид не продали свое детище. Позднее AOL купила WebCrawler.

Это была лишь первая веха на пути коммерческого успеха Yahoo!. Далее последовала череда других инвесторов, а 12 апреля 1996 года Yahoo! выпустил свои акции. При номинальной цене в 12 долларов за штуку к концу дня они продавались уже по 33 доллара.

Создатели Yahoo! были и одними из первых, кто стал применять традиционную рекламу в прессе и на телевидении для повышения популярности электронного ресурса. Они были настоящими пионерами в своей области, но именно их самоотверженный труд и позволил создать то, что мы видим сегодня.

Как признался однажды сам Джерри, ему не страшно проиграть в этой гонке конкурентов. "Я начал с нуля и не боюсь вернуться к нулю снова. Мне нечего терять", – говорит он. Сейчас его детище достигло критического размера – команде серферов с трудом удается поддерживать его актуальность и добавлять тысячи новых сайтов ежедневно. Но этой проблемы невозможно избежать. А необходимость существования иерархических каталогов доказывает и то, что большие поисковые системы-спайдеры в последнее время стали обзаводиться и своими небольшими каталогами этого типа. Будущее иерархических систем – в развитии систем искусственного интеллекта, которые смогут полностью заменить людей при каталогизации ресурсов. В настоящее время прототипы таких систем уже используются некоторыми поисковиками, но до настоящего интеллекта им еще далеко.

Каждые три месяца количество сайтов, зарегистрированных в поисковой системе Yahoo! (www.yahoo.com), увеличивается на 140%.

Yahoo! Mail – на русском

Yahoo! - Help powered by hp

Welcome to Yahoo! Mail

You must sign in to read or send mail.

Компания Yahoo объявила о том, что в ближайшие несколько недель намеревается дать старт русскоязычной версии своей почтовой службы. Данное решение связано с расширением присутствия компании на мировых рынках. Ввод в эксплуатацию e-mail сервиса, адаптированного для русскоязычных клиентов, должен предварить выпуск аналогичных продуктов для носителей других языков, в том числе польского, турецкого и ряда наречий Юго-Восточной Азии. Целевую группу, на которую ориентирована служба, составляет русскоязычная диаспора – 2-3 млн пользователей, проживающих в США, а также 35 млн человек из стран СНГ и вне их пределов. Кроме того, руководство компании не исключает из своих планов по охвату аудитории и граждан России, живущих в своей родной стране. Yahoo обещает включить в новый сервис антиспам-фильтр – SpamGuard, а под почтовые ящики собирается выделять по 15 Мб.

Existing Yahoo! users

Enter your ID and password to sign in

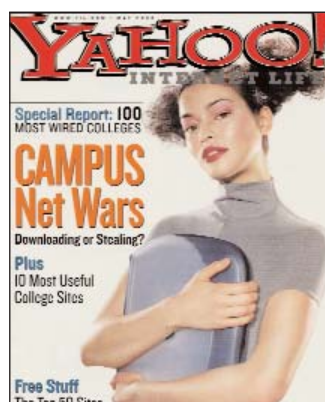
Yahoo! ID:

Password:

☐ Remember my ID on this computer

Mode: Standard | [Secure](#)

[Sign-in help](#) [Forgot your password?](#)



Yahoo! намерена выйти на европейский рынок интернет-провайдеров

Один из самых узнаваемых в мире интернет-брендов Yahoo намерен выйти на сверхконкурентный европейский рынок предоставления услуг доступа в интернет. Марк Опзумер (Mark Opzoomer), управляющий Yahoo Europe, заявил следующее: "Помимо США, мы намерены расширяться именно в этом регионе". Он также добавил, что еще до конца текущего года компания объявит о заключении партнерских соглашений с рядом европейских интернет-провайдеров.

В прошлом году Yahoo совместно с SBC Communications Inc. начала предоставление услуг широкополосного доступа в интернет в США.

Прибыль Yahoo!

Прибыль интернет-компании Yahoo! Inc. за IV квартал 2002 г. увеличилась на 62% и составила \$75 млн (11 центов на акцию) против прибыли в \$46,2 млн (8 центов на акцию) за аналогичный период 2002 года. Выручка Yahoo! Inc. в четвертом квартале 2002 г. выросла более чем вдвое, составив 664 млн долл. В аналогичном периоде 2002 г. этот показатель равнялся \$286 миллионов.

