helion.pl
KSIĘGARNIA INTERNETOWA · WYDAWNICTWO

IDŹ DO
PRZYKŁADOWY ROZDZIAŁ
SPIS TREŚCI

KATALOG KSIĄŻEK
KATALOG ONLINE
ZAMÓW DRUKOWANY KATALOG

TWÓJ KOSZYK
DODAJ DO KOSZYKA

CENNIK I INFORMACJE
ZAMÓW INFORMACJE O NOWOŚCIACH
ZAMÓW CENNIK

CZYTELNIA
FRAGMENTY KSIĄŻEK ONLINE

100 sposobów na Google



Autorzy: Tara Calishain, Rael Dornfest
Tłumaczenie: Aleksandra Tomaszewska
ISBN: 83-7361-192-4
Tytuł oryginału: Google Hacks
Format: B5, stron: 336

Internet pozwala Ci skorzystać z niezwykłego bogactwa informacji: musisz tylko umieć je znaleźć. Pomocny może być Google, najpopularniejsza wyszukiwarka Internetu (dostarcza dziennie średnio 150 milionów wyników wyszukiwania). Im więcej o niej wiesz, tym łatwiej dotrzesz do tego, co Cię interesuje. „100 sposobów na Google" to książka, która nie tylko pozwoli Ci korzystać z tego wspaniałego narzędzia szybciej i skuteczniej, ale także wprowadzi Cię w świat zaawansowanych technik posługiwania się tą wyszukiwarką. Nauczysz się nie tylko znajdywać informacje, ale także wykorzystywać potencjał Google'a we własnych programach.

Książka przedstawia:

- Podstawy formułowania skutecznych zapytań
- Wyszukiwanie z uwzględnieniem języka i daty utworzenia strony
- Paski narzędzi Google'a dla różnych przeglądarek
- Usługi specjalne i serwisy Google: katalog, grupy dyskusyjne, wyszukiwanie grafiki, wiadomości, Froogle
- Usługi firm zewnętrznych korzystające z Google, Google przez e-mail
- Korzystanie z dodatkowych usług Google za pomocą aplikacji
- Pisanie aplikacji z użyciem GoogleAPI i wiele przykładowych programów w różnych językach programowania
- Pozycjonowanie stron WWW w Google
- Korzystanie z systemu reklamowego AdWords

"Posiadając największy zbiór dokumentów sieci WWW na świecie, Google jest odzwierciedleniem sieci WWW".

Skrypty przedstawione w tej książce nie dotyczą tylko Google, mają one również za zadanie wykorzystanie ogromnego potencjału Internetu. „100 sposobów na Google" to doskonałe źródło inspiracji dla entuzjastów wyszukiwania.

Wydawnictwo Helion
ul. Chopina 6
44-100 Gliwice
tel. (32)230-98-63
e-mail: helion@helion.pl

Spis treści

O Autorach **9**

Słowo wstępne **13**

Wstęp **15**

Rozdział 1. Wyszukiwarka Google **19**

1. Konfigurowanie ustawień 28
2. Narzędzia językowe 29
3. Struktura wyników wyszukiwania 31
4. Słowniki specjalne: żargon i terminologia specjalistyczna 34
5. Limit 10 słów w zapytaniu — jak sobie z nim radzić 37
6. Kolejność słów ma znaczenie 38
7. Sprytne sztuczki — powtarzanie słów 41
8. Łączenie elementów składni 44
9. Tajemnice adresów URL wyszukiwarki Google 48
10. Tajemnice formularza wyszukiwania 49
11. Wyszukiwanie według daty 52
12. Korzystanie z kalendarza juliańskiego 55
13. Korzystanie ze znaków zastępczych 56
14. Element inurl: a element site: 57
15. Sprawdzanie pisowni 58
16. Odwołanie do słownika 60
17. Odwołanie do książki telefonicznej 62
18. Śledzenie wyników giełdowych 65
19. Interfejs wyszukiwarki Google dla tłumaczy 67
20. Przeszukiwanie archiwów artykułów prasowych 71
21. Wyszukiwanie katalogów informacji 73
22. Wyszukiwanie definicji technicznych 75

23. Odszukiwanie wpisów w dziennikach ... 77
24. Pasek narzędziowy Google ... 79
25. Pasek narzędziowy Google dla przeglądarki Mozilla ... 82
26. Pasek narzędzi Quick Search ... 83
27. GAPIS ... 87
28. Wyszukiwanie z zakładkami ... 89

Rozdział 2. Specjalne usługi i zbiory Google ... 91
29. Katalog Google ... 94
30. Grupy dyskusyjne Google ... 96
31. Grafika Google ... 100
32. Wiadomości Google ... 103
33. Katalogi Google ... 105
34. Froogle ... 106
35. Laboratorium Google ... 108

Rozdział 3. Usługi Google dla firm zewnętrznych ... 111
36. XooMLe: wykorzystanie Google API przez stary, dobry XML ... 112
37. Dostęp do Google przez pocztę elektroniczną ... 121
38. Upraszczanie adresów URL Grup dyskusyjnych Google ... 122
39. Co Google myśli o... ... 124
40. GooglePeople ... 125

Rozdział 4. Aplikacje niedziałające w oparciu o Google API ... 127
41. Nie próbuj tego w domu ... 129
42. Tworzenie własnego formularza wyszukiwania według dat ... 130
43. Tworzenie adresów URL dla Katalogu Google ... 132
44. Pobieranie listy wyników ... 134
45. Przeczesywanie reklamówek Google ... 136
46. Przeczesywanie Grup dyskusyjnych Google ... 139
47. Przeczesywanie Wiadomości Google ... 142
48. Przeczesywanie Katalogów Google ... 145
49. Przeczesywanie Książki telefonicznej Google ... 148

Rozdział 5. Wprowadzenie do Google API ... 151
50. Programowanie Google Web API w języku Perl ... 160
51. Pętla wokół ograniczenia do 10 wyników ... 162
52. Moduł Perl SOAP::Lite ... 164
53. Stary, dobry XML — alternatywa dla SOAP::Lite ... 167
54. NoXML, kolejna alternatywa dla SOAP::Lite ... 171
55. Programowanie Google Web API z wykorzystaniem języka PHP ... 175

56. Programowanie Google Web API z wykorzystaniem języka Java 176
57. Programowanie Google Web API z wykorzystaniem języka Python 179
58. Programowanie Google Web API z wykorzystaniem C# i .NET 181
59. Programowanie Google Web API z wykorzystaniem VB.NET 184

Rozdział 6. Aplikacje Google Web API 187
60. Wyszukiwanie danych w oparciu o aplikacje uruchamiane po stronie klienta .. 188
61. Wsparcie Google dla aplikacji Word 192
62. Permutacje zapytania 193
63. Śledzenie liczby wyników na przestrzeni czasu 196
64. Wizualizacja wyników Google 200
65. Zwiedzanie sąsiedztwa Google 205
66. Konkurs popularności Google 211
67. Tworzenie pola wyników Google 217
68. Uchwycić chwilę 221
69. Naprawdę szczęśliwy traf 224
70. Zbieranie statystyk książki telefonicznej 227
71. Sprawdzanie bliskości słów kluczowych 231
72. Łączenie usług WWW Google i Amazon 234
73. (Celowe) generowanie losowych wyników 238
74. Ograniczenie zakresu wyników do najwyżej notowanych 240
75. Wyszukiwanie znaków specjalnych 245
76. Zagłębianie się w hierarchię witryn 247
77. Porządkowanie wyników według domeny 250
78. Wyniki Yahoo! Buzz w wyszukiwarce Google 253
79. Pomiar przynależnego zakresu Google 257
80. Porównywanie wyników Google z wynikami uzyskanymi z innych wyszukiwarek 259
81. Certyfikacja adresów URL przez SafeSearch 262
82. Zbieranie wyników wyszukiwania Google 265
83. Przeszukiwanie tematów Google 266
84. Wyszukiwanie najobszerniejszej strony 269
85. Instant Messaging Google 271

Rozdział 7. Sztuczki i gry Google 275
86. Wyszukiwanie bez wyników (figiel) 275
87. Ograniczanie Google 277
88. GooPoetry 279
89. Tworzenie sztuki Google 282
90. Google Bounce 285

91. Google Mirror ... 287
92. Wyszukiwanie przepisów ... 288

Rozdział 8. Google dla webmasterów ... 293
93. Wprowadzenie do Google dla webmasterów ... 295
94. Generowanie AdWords dla Google ... 299
95. Wnętrze algorytmu PageRank ... 300
96. 26 kroków do 15 kB dziennie ... 303
97. Jak być dobrym obywatelem świata wyszukiwarek ... 310
98. Porządki przed odwiedzinami Google ... 313
99. Jak najlepiej wykorzystać AdWords ... 315
100. Usuwanie informacji z indeksu Google ... 320

Skorowidz ... 325

Wyszukiwarka Google

Sposoby 1. – 28.

Strona powitalna jest prosta, a jednocześnie zawiera wszystkie potrzebne elementy: formularz wyszukiwania oraz kilka przycisków. Ten interfejs — ujmujący w swojej prostocie — kryje moc wyszukiwarki Google oraz bogactwo dostępnych informacji. Jeśli w pełni wykorzystasz składnię oferowaną przez wyszukiwarkę, sieć WWW stanie się dla Ciebie skarbnicą wiedzy.

Ale najpierw musisz zrozumieć, czym wyszukiwarka Google nie jest.

Czym nie jest wyszukiwarka Google

Sieć WWW to nie biblioteka. Idea biblioteki zakłada istnienie centralnego źródła informacji, którego dane są na bieżąco uaktualniane przez skrupulatnych bibliotekarzy. Taki sposób myślenia o sieci WWW jest mylący.

Poświęćmy chwilę na odrzucenie wszystkich mitów.

Wyszukiwarka Google nie jest zbiorem wszystkich dostępnych danych sieci WWW. Żadna wyszukiwarka — nawet Google — nie wie wszystkiego. Sieć WWW zawiera po prostu zbyt wiele informacji, które zbyt szybko się zmieniają, aby za nimi nadążyć. Istnieją również elementy, o których istnieniu wyszukiwarka wie, ale ich nie indeksuje: filmy, pliki audio, animacje Flash oraz całe mnóstwo wyspecjalizowanych formatów danych.

Wszystko w sieci WWW jest wiarygodne. To nieprawda. W Internecie istnieją informacje niepełne i po prostu błędne — niezależnie od tego, czy znajdują się na witrynach międzynarodowych czy też nie. Odwiedź witrynę Urban Legends Reference Pages (*http://www.snopes.com/*), aby przekonać się, jakiego rodzaju wymyślone historie oraz inne nieprawdziwe informacje można znaleźć w sieci WWW.

Filtrowanie zawartości stron stanowi wystarczającą ochronę przed niepożądanymi treściami. Opcjonalnie uruchamiane filtrowanie zawartości stron w wyszukiwarce Google jest bardzo dobre, ale z pewnością nie jest doskonałe. Możesz napotkać niepożądane treści w uzyskanych wynikach wyszukiwania.

Indeks wyszukiwarki Google jest statycznym obrazem sieci WWW. To po prostu niemożliwe. Indeks, jak zawsze w Internecie, jest dynamicznie zmieniany. Bezustannie penetrujące sieć WWW, rozsyłane przez wyszukiwarki roboty dostarczają informacji o nowych stronach WWW, zauważonych modyfikacjach oraz stronach, które zostały usunięte. Metodologia działania wyszukiwarki Google zmienia się w miarę zwiększania się wiedzy jej twórców i administratorów. Nie staraj się tkwić przy jednym sposobie przeszukiwania. Pozbawi Cię to możliwości korzystania z zalet wynikających z ewolucji wyszukiwarki Google.

Czym jest wyszukiwarka Google

Większość osób korzysta z wyszukiwarek WWW, podając kilka słów kluczowych i czekając na zwrócone wyniki. W niektórych przypadkach taki sposób wyszukiwania może przynieść dobre rezultaty, jednak staje się coraz mniej efektywny w miarę rozwijania i rozbudowywania sieci WWW.

Wyszukiwarka Google oferuje specjalną składnię, dzięki której potrafi lepiej zrozumieć, o jakie rezultaty Ci chodzi. W tym rozdziale szczegółowo zajmiemy się składnią wyszukiwarki Google oraz najlepszymi sposobami jej wykorzystania. Podsumowując:

Wewnątrz strony
: Wyszukiwarka Google obsługuje składnię pozwalającą ograniczyć wyszukiwanie do określonych elementów strony, takich jak tytuł lub adres URL.

Rodzaje stron
: Wyszukiwarka Google pozwala ograniczyć wyszukiwanie do określonych rodzajów stron, takich jak witryny domeny edukacyjnej (EDU) lub strony zaindeksowane w określonym przedziale czasu.

Zawartość
: Za pomocą wyszukiwarki Google możesz wyszukiwać różnego rodzaju typy plików, na przykład dokumenty programu Microsoft Word, arkusze kalkulacyjne programu Excel lub pliki PDF. Możesz nawet odszukać specjalne strony WWW, jak XML, SHTML lub RSS.

Zbiory specjalne
: Wyszukiwarka Google posiada kilka różnych właściwości wyszukiwania, ale niektóre z nich są częścią katalogu. Być może wiesz o istnieniu katalogu wiadomości i obrazów, ale czy wiesz, że dostępny jest również katalog witryn wyższych uczelni? A co powiesz na specjalne rodzaje wyszukiwania pozwalające ograniczyć szukanie do podanego tematu, na przykład BSD, Linux, Apple, Microsoft lub rząd Stanów Zjednoczonych?

Składnie specjalne nie wykluczają się nawzajem. Wręcz przeciwnie, właśnie na ich połączeniu polega prawdziwa magia wyszukiwarki Google: wyszukiwanie określonych rodzajów stron w specjalnych zbiorach lub przeszukiwanie określonych elementów różnego rodzaju stron .

Jeśli z lektury tej książki chcesz wyciągnąć jeden główny wniosek, oto on: możliwości wyszukiwania są (prawie) nieograniczone. Zadaniem niniejszej książki jest przedstawienie technik, ale jeśli tylko zapoznasz się z nimi, ale nigdy nie będziesz ich stosować, nie będziesz miał żadnej korzyści z jej przeczytania. Eksperymentuj. Baw się. Pamiętaj o tym, co chcesz odszukać, i spróbuj dostosować do swoich potrzeb dostępne zasoby — utwórz zbiór narzędzi pozwalających wykonywać wyszukiwanie, które najbardziej odpowiada Twoim wymaganiom.

Podstawy Google

Ogólnie rzecz biorąc, istnieją dwa rodzaje wyszukiwarek WWW. Pierwszy z nich to przeszukiwany katalog tematów. Tego rodzaju wyszukiwarka przeszukuje tylko tytuły i opisy witryn, a nie przeszukuje poszczególnych stron wchodzących w skład witryny. Takim typem wyszukiwarki jest wyszukiwarka Yahoo! Drugim rodzajem wyszukiwarki jest wyszukiwarka pełnotekstowa wykorzystująca tzw. roboty (ang. *spiders*) do indeksowania milionów, a czasem bilionów stron. Strony mogą być przeszukiwane w oparciu o tytuł lub zawartość, co pozwala na znaczne zawężenie zakresu wyszukiwania. Google to wyszukiwarka pełnotekstowa.

Za każdym razem, kiedy wyszukujesz według więcej niż jednego słowa kluczowego, wyszukiwarka stosuje standardową metodę obsługi tego wyszukiwania. Czy wyszukiwarka będzie przeszukiwała pod kątem obu słów czy każdego osobno? Odpowiedzią jest logika boolowska: wyszukiwarki mogą domyślnie wykonywać operację logiczną `AND` (wyszukiwane będą obydwa słowa) lub `OR` (wyszukiwane będzie każde ze słów). Oczywiście nawet jeśli wyszukiwarka domyślnie szuka wystąpień obydwu słów (`AND`), możesz wydać specjalne polecenie wymuszające szukanie każdego ze słów osobno (`OR`). Wyszukiwarka zastosuje domyślną metodę, jeśli nie zdefiniujesz sposobu wyszukiwania.

Podstawy logiki boolowskiej

Domyślną regułą logiczną wyszukiwarki Google jest operacja logiczna `AND`. Oznacza to, że jeśli wprowadzisz słowa bez dodatkowych operatorów logicznych, wyszukiwarka Google będzie szukała wystąpień wszystkich słów. Jeśli wpiszesz słowa:

```
pług śnieżny Honda "Green Bay"
```

Google poszuka wystąpień wszystkich podanych słów. Jeśli chcesz określić, że należy wyszukiwać wystąpienia dowolnego z podanych słów, musisz umieścić operator logiczny `OR` pomiędzy nimi:

```
pług OR śnieżny OR Honda OR "Green Bay"
```

Jeśli chcesz, aby w wynikach wyszukiwania musiało wystąpić jedno słowo, a pozostałe słowa chcesz pogrupować, możesz umieścić je w nawiasie:

```
pług (śnieżny OR Honda OR "Green Bay")
```

Tak sformułowane warunki spowodują wyszukiwanie słowa „śnieżny" lub „Honda" w połączeniu ze słowem pług. Operator logiczny `OR` można zastąpić znakiem `|`, co jest często spotykanym rozwiązaniem w językach programowania. Na przykład:

```
pług (śnieżny | Honda | "Green Bay")
```

Jeśli chcesz wskazać element, który nie powinien wystąpić w wynikach wyszukiwania, użyj znaku – (minus).

```
pług śnieżny –Honda
```

Wyszukiwarka zwróci strony zawierające zarówno słowo „pług", *jak i* „śnieżny", ale niezawierające słowa „Honda".

Proste wyszukiwanie i przycisk Szczęśliwy traf

Przycisk *Szczęśliwy traf* to zupełnie wyjątkowy element strony. Zamiast otrzymać listę wyników, z których możesz wybierać interesujące Cię witryny, zostajesz przeniesiony na stronę, która według wyszukiwarki najbardziej odpowiada określonym warunkom szukania, czyli do pierwszej pozycji na liście wyników. Wpisanie słów `gazeta wyborcza` i klinięcie przycisku Szczęśliwy traf powoduje przejście bezpośrednio na stronę Gazety Wyborczej pod adresem *http://www2.gazeta.pl*. Wpisanie słowa prezydent i kliknięcie przycisku *Szczęśliwy traf* powoduje przejście na witrynę Prezydent RP pod adresem *http://www.prezydent.pl*.

Wielkość liter

Niektóre wyszukiwarki rozróżniają wielkość liter. Oznacza to, że wyszukiwane słowa muszą się zgadzać z podanymi w zapytaniu co do wielkości liter. W wynikach wyszukiwania słów `"LECH WAŁĘSA"` w takiej wyszukiwarce nie znajdą się strony zawierające słowa „Lech Wałęsa", „lech wałęsa" ani żadną inną kombinację wielkich i małych liter. Wyszukiwarka Google nie rozróżnia wielkości liter. Wyszukiwanie słów `TRZY`, `Trzy` oraz `trzy` da takie same wyniki.

Na co należy zwrócić uwagę

Korzystając z wyszukiwarki Google, należy wziąć pod uwagę jeszcze kilka dodatkowych kwestii. Po pierwsze, Google ma ograniczenie do 10 słów podanych jednocześnie w zapytaniu; obejmuje to również operatory logiczne. Jeśli podasz więcej niż 10 słów, zostaną one pominięte. Istnieje sposób na obejście tego ograniczenia **[Sposób 5.]**.

Po drugie, Google nie obsługuje wykorzystywania znaków zastępczych w miejscu liter w ciągu zapytania. Na przykład słowo `księga*` w wyszukiwarce obsługującej możliwość wykorzystywania znaków zastępczych odpowiadałoby słowom „księgarz", „księgarnia", „księgarstwo" itd. Wyszukiwarka Google obsługuje znak gwiazdki (`*`) jako znak zastępczy całego słowa **[Sposób 13.]**. Wyszukiwanie zwrotu `"trzy * myszy"` spowoduje odszukanie zwrotów „trzy ślepe myszy", „trzy czerwone myszy", „trzy niebieskie myszy" itd.

Podsumowując, podstawowa składnia wyszukiwania wraz z prawidłowym doborem słów kluczowych daje dobre efekty. Jeśli dodać do tego specjalną składnię wyszukiwarki Google, opisaną w kolejnym podpunkcie, to masz do dyspozycji dosyć potężne narzędzie.

Składnia specjalna

Oprócz podstawowych operatorów `AND`, `OR`, łańcuchów zapytań wyszukiwarka Google pozwala korzystać z rozbudowanej składni specjalnej rozszerzającej możliwości wyszukiwania.

Jako wyszukiwarka pełnotekstowa Google indeksuje zawartość całych stron WWW, a nie tylko ich tytuły i opisy. Dodatkowe polecenia, zwane składnią specjalną, pozwalają użytkownikom Google przeszukiwać określone elementy stron WWW lub wyszukiwać szczególne rodzaje informacji. Może się to okazać przydatne, jeśli ma się do czynienia z 2 miliardami stron WWW i ważna okazuje się każda możliwość zawężenia zakresu poszukiwań. Określenie, że podane w zapytaniu słowa mogą pojawić się tylko w tytule lub adresie URL zwracanych w wyniku stron WWW, jest doskonałym sposobem zmniejszenia liczby zwracanych wyników bez konieczności podawania wielu słów kluczowych.



Niektóre elementy składni można łączyć z innymi w celu uzyskania lepszego efektu. Nie dotyczy to jednak wszystkich. Niektóre elementy składni nie działają wcale. Szczegółowy opis elementów, które można ze sobą łączyć, znajdziesz w podpunkcie „Łączenie elementów składni" **[Sposób 8.]**.

`intitle:`
: `intitle:` ogranicza przeszukiwanie do tytułów stron WWW. Nieco zmodyfikowany element `allintitle:` odszukuje strony, których tytuły zawierają wszystkie podane w zapytaniu słowa. Należy jednak unikać elementu `allintitle:`, ponieważ nie nadaje się on do łączenia z innymi elementami składni.

```
intitle: "lech wałęsa"
allintitle: "źródła finansowania" ekonomia
```

`inurl:`
: `inurl:` ogranicza wyszukiwanie do adresów URL stron WWW. Ten element składni działa dobrze w przypadku szukania stron pomocy i wyszukiwania, ponieważ ich konstrukcja jest bardzo regularna. Zmodyfikowany element `allinurl:` odszukuje wszystkie podane słowa w adresie URL, ale nie nadaje się do łączenia z innymi elementami składni.

```
inurl:help
allinurl:search help
```

`intext:`
: `intext:` powoduje przeszukiwanie tylko treści dokumentu (ignoruje tekst hiperłączy, adresy URL i tytuły). Istnieje modyfikacja elementu `allintext`, ale podobnie jak wcześniej przedstawione modyfikacje nie nadaje się do łączenia z innymi elementami składni. Możliwości wykorzystania tego elementu są ograniczone, ale nadaje się on doskonale do wyszukiwania słów, które zbyt często występują w adresach URL lub tytułach.

```
intext:"yahoo.com"
intext:html
```

`inanchor:`
: `inanchor:` wyszukuje określony tekst w opisach hiperłączy strony. Opis hiperłącza to tekst umieszczony jako element hiperłącza. Na przykład opis hiperłącza we fragmencie kodu HTML `<a href="http://www.helion.pl"> Wydawnictwo Helion</a>` to „Wydawnictwo Helion”.

```
inanchor: "tomasz piechociński"
```

`site:`
: `site:` pozwala ograniczyć obszar wyszukiwania do witryny lub domeny. Na przykład Altavista wykorzystuje do tego celu dwa elementy składni (`host:` i `domain:`), natomiast wyszukiwarka Google wykorzystuje tylko jeden element.

```
site:loc.gov
site:thomas.loc.gov
site:edu
site:katowice.pl
```

`link:`
: `link:` zwraca listę stron, których łącza wskazują określony adres URL. Wprowadź zapytanie `link:www.google.pl`, a zwrócona zostanie lista stron, które zawierają łącza do Google. Nie musisz umieszczać informacji o protokole, na przykład `http://`. Wyszukiwarka Google pomija tego typu informację, nawet jeśli ją podasz. Element składni `link:` działa równie dobrze dla adresów zagłębionych — na przykład *http://www.raelity.org/lang/perl/blosxom* — jak i adresów URL głównej witryny, na przykład *raelity.org*.

`cache:`
: `cache:` odszukuje kopię zaindeksowanej przez Google strony, nawet jeśli oryginał strony nie jest już dostępny pod zapamiętanym adresem URL lub całkowicie zmienił zawartość. Taka możliwość jest przydatna szczególnie w przypadku stron, które są często modyfikowane.

  Jeśli wyszukiwarka Google wyświetli wynik, który ma niewiele wspólnego z zapytaniem, jest duża szansa, że znajdziesz to, czego szukasz, w najnowszej zapisanej w pamięci wyszukiwarki Google wersji strony.

```
cache:www.yahoo.com
```

`daterange:`

`daterange:` ogranicza wyszukiwanie do określonej daty lub przedziału czasowego, w którym strona została zaindeksowana. Należy zwrócić uwagę, że wyszukiwanie nie ogranicza czasu powstania strony, ale zaindeksowania tej strony przez wyszukiwarkę Google. Dlatego strona utworzona 2 lutego, ale zaindeksowana przez Google 11 kwietnia, może być odszukana przez podanie `daterange: 11 kwietnia`. Pamiętaj również, że wyszukiwarka Google indeksuje strony wielokrotnie. Zmiana daty zaindeksowania zależy od tego, czy zawartość strony uległa modyfikacji. Na przykład wyszukiwarka zaindeksowała stronę 1 czerwca, a następnie ponownie zaindeksowała daną stronę 13 sierpnia, ale zawartość strony nie uległa zmianie. Data, która będzie widoczna podczas wyszukiwania za pomocą elementu składni `daterange:`, to nadal 1 czerwca.

Należy pamiętać, że `daterange:` działa poprawnie dla kalendarza juliańskiego **[Sposób 12.]**, a nie gregoriańskiego (używanego na co dzień). W sieci nie ma dostępnych konwerterów przekładających daty z jednego kalendarza na drugi, ale jeśli chcesz poprawnie przeszukiwać sieć, możesz korzystać z interfejsu *Google FaganFinder* (*http://www.faganfinder.com/engines/google.shtml*). Pozwala on wykonywać wyszukiwanie elementu składni `daterange:` poprzez rozwijane menu z datami kalendarza gregoriańskiego. Niektóre przykłady omawiają wyszukiwanie z wykorzystaniem elementu `daterange:`, dlatego jeszcze wiele razy spotkasz się w tej książce z tym problemem.

```
"Lech Wałęsa" daterange:2452389-2452389
neurochirurgia daterange: 2452389-2452389
```

`filetype:`

`filetype:` wyszukuje rozszerzenia plików. Są to zwykle różne rodzaje plików. Ważne jest, aby o tym pamiętać ze względu na to, że wyszukiwanie `filetype:htm` i wyszukiwanie `filetype:html` mogą zwrócić różne wyniki, chociaż wiadomo że są to rozszerzenia tego samego typu plików. Możesz nawet wyszukiwać różnego rodzaju generatory stron, takie jak ASP, PHP, CGI itd. — zakładając, że witryna nie ukrywa ich za przekierowaniami i zaporami sieciowymi proxy. Google indeksuje kilka różnych formatów Microsoftu, jak PowerPoint (PPT), Excel (XLS) i Word (DOC).

```
nauka w domu filetype:pdf
"wskaźniki rozwoju ekonomicznego" filetype:ppt
```

`related:`

`related:`, jak łatwo się domyśleć, wyszukuje strony, które są powiązane ze wskazaną stroną. Nie wszystkie strony są powiązane z innymi. Jest to dobry sposób wyszukiwania kategorii stron. Wyszukiwanie stron `related:google.com` zwróciłoby różnego rodzaju wyszukiwarki, między innymi byłby to HotBot, Yahoo! i Northern Light.

```
related:www.yahoo.com
related:www.cnn.com
```

`info:`
: `info:` zwraca hiperłącza do stron zawierających więcej informacji na temat podanego adresu URL. Informacje obejmują hiperłącze do pamięci adresu URL, listę stron połączonych z tym adresem URL oraz stron zawierających ten adres URL. Podane informacje są zależne od tego, czy Google skatalogowało podany adres URL. Jeśli adres URL nie znajduje się w Katalogu Google, to podane informacje będą oczywiście bardziej ograniczone.

```
info:www.helion.pl
info:sport.interia.pl/tenis
```

`phonebook:`
: `phonebook:`, jak należałoby się spodziewać, wyszukuje numery telefonów. Więcej informacji na ten temat znajdziesz w podpunkcie „Odwołanie do książki telefonicznej” **[Sposób 17.]**.

```
phonebook:Jan Kowalski
phonebook:(501)555-121
```

Podobnie jak w przypadku innych dziedzin, im częściej używasz specjalnych elementów składni wyszukiwarki Google, tym bardziej staje się ona dla Ciebie naturalna. Ku uciesze regularnych użytkowników wyszukiwarki projektanci dodają ciągle nowe elementy.

Jeśli jednak interesuje Cię rozwiązanie strukturalne bardziej efektywne niż pojedynczy wiersz zapytania, Zaawansowanie szukanie Google powinno Cię usatysfakcjonować.

Zaawansowane szukanie

Zaawansowanie szukanie Google wykracza znacznie poza możliwości prostego wyszukiwania, udostępniając formularz pozwalający wykonywać wyszukiwanie według dat, filtrować wyniki itd.

Domyślne proste wyszukiwanie Google pozwala na wykonywanie niektórych operacji, ale nie wszystkich. Strona Zaawansowane szukanie Google (*http://www.google.pl/advanced_search?hl=pl*) pozwala korzystać z większej liczby takich opcji, jak wyszukiwanie według daty i filtrowanie. Jest to szczególnie wygodne dla osób, które nie mają ochoty zapamiętywać specjalnej składni.

Większość omówionych dalej opcji jest intuicyjna, ale rzucimy okiem na te sposoby wyszukiwania, których wykonanie jest niemożliwe za pomocą jednowierszowego interfejsu.

Szukaj

Ponieważ wyszukiwarka Google domyślnie wykorzystuje operatory logiczne Boolean `AND`, czasem trudno jest w sposób logiczny umieścić wszystkie interesujące użytkownika niuanse. Korzystając z pól tekstowych znajdujących się w górnej części strony Zaawansowane szukanie, możesz podać słowa, które *muszą* wystąpić w wynikach wyszukiwania, wskazać listę słów, z której co najmniej jedno musi wystąpić w wynikach, oraz wskazać słowa, które mają zostać pominięte podczas wyszukiwania.

Język

Z rozwijanej listy języków możesz wybrać język, w którym mają być napisane strony zwrócone jako wyniki wyszukiwania. Lista obejmuje bardzo wiele języków, łącznie z tak egzotycznymi jak arabski i turecki.

Filtrowanie

Zaawansowane szukanie pozwala na korzystanie z opcji filtrowania wyników z wykorzystaniem SafeSearch. SafeSearch filtruje tylko dane w wyraźnie seksualnym kontekście (w przeciwieństwie do niektórych systemów potrafiących filtrować pornografię, materiały o zabarwieniu rasistowskim, informacje o hazardzie itd.). Należy pamiętać, że mechaniczne filtrowanie nie jest w 100% doskonałe.

Format pliku

Opcja pozwalająca określić format pliku umożliwia wskazanie lub wyłączenie z wyszukiwania kilku różnych formatów plików Microsoftu, między innymi Excela i Worda. Dostępnych jest również kilka różnych formatów plików Adobe (najczęściej spotykanym jest PDF) oraz format RTF. Jest to dosyć ograniczona opcja, gdyż do wyboru jest tylko sześć formatów plików, które można wyszukiwać.

Data

Pole *Data* pozwala określić przedział czasu, w którym wyszukiwane strony zostały zmodyfikowane. Może to być dowolny zakres (ustawienie domyślne), ostatnie 3 miesiące, ostatnich 6 miesięcy lub ostatni rok. W tym przypadku wybór jest znacznie bardziej ograniczony, niż gdy używamy elementu składni `daterange:` **[Sposób 11.]**, który potrafi zawęzić zakres wyszukiwania do jednego dnia.

Pozostała część strony zawiera dodatkowe formularze wyszukiwania dla właściwości wyszukiwarki Google łącznie z możliwością wyszukiwania wiadomości, wyszukiwania wewnątrz danej strony oraz korzystanie z wyszukiwania według tematów. Wyszukiwarka wiadomości oraz tematów działa niezależnie od głównego formularza wyszukiwania strony *Zaawansowane szukanie*.

Strona *Zaawansowane szukanie* jest niezwykle przydatna, jeśli musisz skorzystać z zaawansowanych opcji wyszukiwania lub potrzebujesz pomocy przy tworzeniu zaawansowanego zapytania. Interfejs pozwalający wypełniać puste pola jest szczególnie przydatny dla początkujących użytkowników oraz osób, które chcą utworzyć złożone wyszukiwanie. Należy jednak pamiętać, że tego typu interfejs ma również swoje wady. Trudno jest korzystać z łączonej składni lub tworzyć zapytania z zastosowaniem operatora logicznego `OR`, na przykład za pomocą Zaawansowanego szukania nie ma możliwości wprowadzenia zapytania (`site:edu OR site:org`).

Oczywiście istnieje inny sposób modyfikowania wyników wyszukiwania, które są zwracane przez Google, i nie obejmuje on modyfikacji formy samego zapytania ani strony Zaawansowanego szukania. Chodzi tu o stronę *Ustawienia*.



SPOSÓB 1.

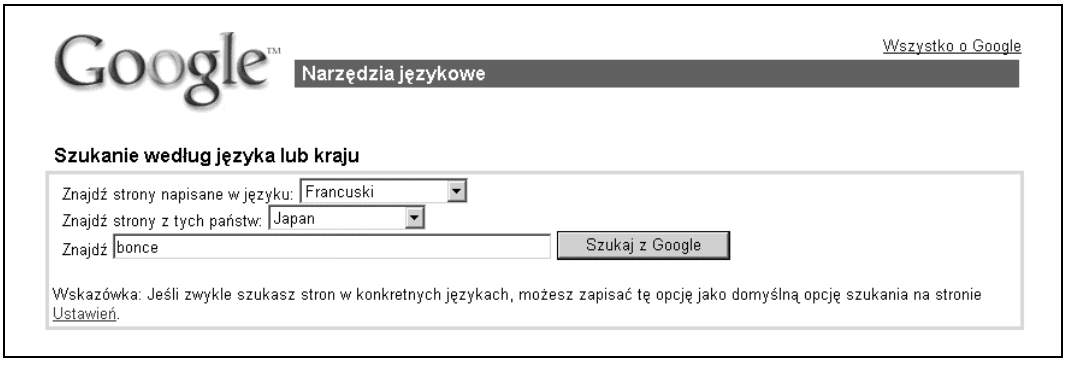
Konfigurowanie ustawień

Modyfikowanie sposobu pracy wyszukiwarki Google.

Ustawienia przeglądarki Google oferują elegancki, prosty sposób definiowania preferencji użytkownika dotyczących sposobów wyszukiwania.

Język

Możesz zdefiniować język interfejsu, co będzie miało wpływ na język wyświetlanych wskazówek i wiadomości. Dostępnych jest wiele języków, począwszy od arabskiego po łotewski, łącznie z dodanymi dla żartu językami Bork Bork Bork!, Elmer Fud i Pig Latin. Języka interfejsu nie należy mylić z językiem wyszukiwania. Język wyszukiwania wskazuje, jakie języki należy brać pod uwagę podczas przeszukiwania katalogu stron Google. Domyślnie zaznaczona jest opcja Szukaj na stronach we wszystkich językach, ale możesz wybrać wyszukiwanie stron tylko w języku chińskim i japońskim lub francuskim, niemieckim i hiszpańskim — kombinację języków możesz dobrać samodzielnie. Rysunek 1.1 przedstawia stronę, na której możesz zdefiniować swoje preferencje językowe.



Rysunek 1.1. Strona Narzędzia językowe

Filtrowanie

Filtrowanie wyszukiwarki Google SafeSearch pozwala pomijać strony zawierające niepożądane treści. Domyślnie wybranym ustawieniem jest brak filtrowania stron. Ustawienie pośrednie pozwala filtrować obrazki, ale dopuszcza wulgaryzmy. Ścisłe filtrowanie blokuje zarówno obrazki, jak i treść stron.

Pokazywana liczba trafień

Domyślnym ustawieniem wyszukiwarki Google jest wyświetlanie 10 wyników wyszukiwania na stronie. Do kolejnej strony wyników możesz przejść, klikając jedno z hiperłączy „Strona: 1 2 3 4 …" w dolnej części strony lub po prostu klikając hiperłącze „Następna".

Możesz również określić preferowaną liczbę wyników wyświetlanych na stronie (10, 20, 30, 50, 100) oraz zaznaczyć opcję wyświetlania wyników w nowym oknie.

Ustawienia dla badaczy

Jeśli przeprowadzasz dogłębne badania, dobrym rozwiązaniem byłoby ustawienie wyświetlania jak największej liczby wyświetlanych na stronie wyników. Ponieważ wyświetlane wyniki są tekstem, to wyświetlenie 100 na stronie nie wydłuża czasu jej ładowania w stosunku do wyświetlania 10 wyników na stronie. Jeśli w komputerze masz zainstalowaną większą ilość pamięci, warto zaznaczyć opcję wyświetlania wyników w nowym oknie. Dzięki temu łatwiej będzie zachować orientację w podanych wynikach.

Jeśli jest to dla Ciebie rozwiązanie do zaakceptowania, warto pozostawić wyłączone filtrowanie lub przynajmniej ograniczyć zakres filtrowania. Automatyczne filtrowanie jest dalekie od ideału i może się zdarzyć, że odrzucone zostaną rezultaty, które chciałbyś zobaczyć. Odnosi się to w szczególności do wyszukiwania zwrotów, które mogą zostać wychwycone przez filtr, jak na przykład „rak piersi".

Jeśli nie masz całkowitej pewności, że chcesz wykonywać wyszukiwanie tylko w jednym języku, odradzam zaznaczanie na stronie preferencji wybranego języka. Zamiast tego polecam korzystanie z Narzędzi językowych wyszukiwarki Google.

Znając proste wyszukiwanie, wyszukiwanie zaawansowane i sposoby definiowania preferencji, masz już wszystkie narzędzia pozwalające na efektywne wykorzystywanie wyszukiwarki Google do własnych potrzeb.



Jeśli przeglądarka, z której korzystasz, ma wyłączone cookies, definiowanie preferencji wyszukiwarki Google na nic Ci się nie zda. Będziesz je musiał definiować na nowo za każdym razem, kiedy będziesz uruchamiać przeglądarkę. Jeśli nie możesz korzystać z cookies, ale za każdym razem chcesz mieć zdefiniowane takie same ustawienia wyszukiwarki, może warto stworzyć definiowalny formularz wyszukiwania.



SPOSÓB 2.

Narzędzia językowe

Nie należy w 100% polegać na tłumaczeniu zawartości strony wykonywanym przez narzędzia językowe wyszukiwarki Google, jednak jest ono przydatne podczas wyszukiwania.

Na początku istnienia sieci WWW większość dostępnych stron była publikowana w języku angielskim. Ale z czasem coraz więcej krajów tworzyło połączenia z siecią WWW a dostępne na ich stronach materiały były publikowane w różnych językach — dotyczy to również języków, które nie są bezpośrednio powiązane z określonym krajem (jak na przykład esperanto czy klingon).

Wyszukiwarka Google zawiera narzędzia językowe, które pozwalają wykonywać „w locie" tłumaczenia stron oraz definiować język interfejsu wyszukiwarki. Opcja wyboru języka interfejsu jest znacznie bardziej złożona niż opcja wykonywania tłumaczenia stron.

Dostęp do Narzędzi językowych

Narzędzia językowe są dostępne po kliknięciu hiperłącza „Narzędzia językowe" znajdującego się na stronie głównej witryny lub po wpisaniu adresu *http://www.google.pl/language_tools?hl=pl*.

Pierwsze z narzędzi pozwala na wyszukiwanie materiałów w określonym języku pochodzących ze wskazanego kraju. Jest to doskonały sposób ograniczenia zakresu wyszukiwania: wyszukiwanie stron w języku francuskim pochodzących z Japonii zwróci znacznie mniej wyników niż wyszukiwanie francuskich stron pochodzących z Francji. Możesz jeszcze bardziej ograniczyć zakres wyszukiwania, nakazując wyszukiwanie kolokwializmu w innym języku. Na przykład możesz poszukać angielskiego słowa „bonce" na francuskich stronach pochodzących z Japonii.

Drugie narzędzie pozwala przetłumaczyć podany blok tekstu lub całą stronę WWW z jednego języka na inny. Większość tłumaczeń jest wykonywana z języka angielskiego lub na angielski.

Automatyczne tłumaczenie nie jest nawet w części tak dobre jak tłumaczenie wykonane przez tłumacza, dlatego nie należy polegać na nim jako na pełnym, prawidłowym tłumaczeniu strony, którą aktualnie przeglądasz. Tłumaczenie ma na celu jedynie stworzenie pewnego wyobrażenia dotyczącego tematyki przeglądanej strony.

Nie musisz przechodzić na stronę narzędzi językowych, aby korzystać z narzędzia tłumaczenia stron. Po wykonaniu wyszukiwania zauważysz, że przy niektórych wynikach, publikowanych w innych (niż zdefiniowany na stronie *Ustawienia*) językach, obok tytułu strony wyświetlane jest hiperłącze „Translate this page". Kliknięcie tego hiperłącza spowoduje przejście do przetłumaczonej wersji strony umieszczonej wewnątrz ramki wyszukiwarki Google. Ramka pozwala wybrać możliwość przeglądania oryginalnej wersji strony, jak również powrót do wyników wyszukiwania oraz przeglądanie wersji do druku.

Trzecie narzędzie pozwala wybrać język interfejsu wyszukiwarki Google. Dostępna jest cała gama języków, od arabskiego po łotewski. Niektóre z nich to nieistniejące języki wymyślone przez programistów wyszukiwarki (jak Bork-Bork-Bork czy Elmer Fudd), ale interfejs w tych językach działa poprawnie.



Jeśli wybierzesz jako preferowany na przykład język klingon, musisz go znać, aby poradzić sobie z przywróceniem ustawień na własny, ojczysty język. Jeśli zupełnie nie możesz sobie z tym poradzić, rozwiązaniem będzie usunięcie cookie wyszukiwarki Google z przeglądarki i ponowne załadowanie wyszukiwarki. W ten sposób zostaną przywrócone początkowe ustawienia.

Wyszukiwarka Google oferuje wiele języków interfejsu, chociaż ma dostępnych tylko kilka języków tłumaczenia. Jest to możliwe dzięki programowi Google in Your Langu-

age, który zbiera ochotników do tłumaczenia interfejsu Google z całego świata. (Więcej informacji na temat tego programu znajdziesz pod adresem *http://www.google.com/intl/en/language.html*.).

W dolnej części strony *Narzędzia językowe* znajduje się lista regionalnych stron wyszukiwarki Google — ponad 30 witryn od Niemiec po Łotwę.

Pełne wykorzystanie narzędzi językowych wyszukiwarki Google

Nie powinieneś całkowicie polegać na narzędziu do tłumaczenia stron wyszukiwarki, gdyż jego zadaniem jest jedynie przedstawienie ogólnego zarysu zawartości strony (automatyczne tłumaczenie nie jest zbyt dobre), jednak możesz korzystać z tłumacza do ograniczenia zakresu wyszukiwania. Pierwszym, opisanym wcześniej sposobem jest użycie rzadko spotykanych kombinacji krajów i języków do zawężenia zakresu wyszukiwania. Drugi sposób obejmuje użycie tłumacza.

Wybierz słowo odpowiadające interesującemu Cię tematowi i użyj tłumacza do przełożenia tego słowa na inny język. (Narzędzia tłumaczenia wyszukiwarki Google działają bardzo dobrze w przypadku tłumaczenia pojedynczych słów). Teraz możesz wyszukać to słowo w innym kraju i w języku. Na przykład możesz szukać niemieckiego słowa „Landstrasse" (autostrada) na francuskich stronach w Kanadzie. Oczywiście upewnij się, że używasz słów, które nie istnieją w języku angielskim, gdyż w przeciwnym razie zostaniesz zasypany wynikami.



SPOSÓB 3.

Struktura wyników wyszukiwania

Złożone sposoby odczytywania wyników wyszukiwania.

Mogłoby się wydawać, że lista wyników wyszukiwania to nic wyjątkowego — jedynie tytuł strony, hiperłacze do niej i krótki opis. Nie jest tak jednak w przypadku wyszukiwarki Google. Wyszukiwarka dołącza tak wiele informacji do każdego wyniku wyszukiwania, że każda strona wyników jest nimi wypełniona po brzegi. Wykonując standardowe wyszukiwanie, znajdziesz adresy sponsorowane, reklamy, hiperłącza do wyników giełdowych, rozmiary stron, sugestie dotyczące pisowni wyszukiwanych słów i inne informacje.

Znając więcej szczegółów dotyczących wszystkich informacji znajdujących się na stronie wyników, będziesz mógł w lepszy sposób z nich skorzystać („O, ta strona, która zawiera wskazanie do mojej strony, jest bardzo duża, może to jest lista adresów do innych tego typu stron") i omijać wąskie gardła („Nie mogę znaleźć interesującego mnie słowa na wskazanej stronie, sprawdzę, czy wyszukiwarka nie ma zapisanej archiwalnej wersji tej strony"). Ponadto jeśli wiesz, jakiego typu informacje wyszukiwarka zwraca na stronie wynikowej, będzie Ci łatwiej zorientować się w informacjach dostępnych przez Google API.

Użyjmy słowa „kwiaty", aby zakłębić się w anatomię strony wynikowej. Rysunek 1.2 przestawia stronę zawierającą wyniki wyszukiwania słowa `kwiaty`.



Rysunek 1.2. Strona wyników wyszukiwania słowa „kwiaty"

W górnej części strony widocznych jest kilka zakładek pozwalających powtórzyć wyszukiwanie w innych kategoriach wyszukiwarki. Są to Grupy dyskusyjne **[Sposób 30.]**, Grafika **[Sposób 31.]** oraz Katalog. Poniżej znajdziesz informację o liczbie wyszukanych wyników oraz czasie wyszukiwania.

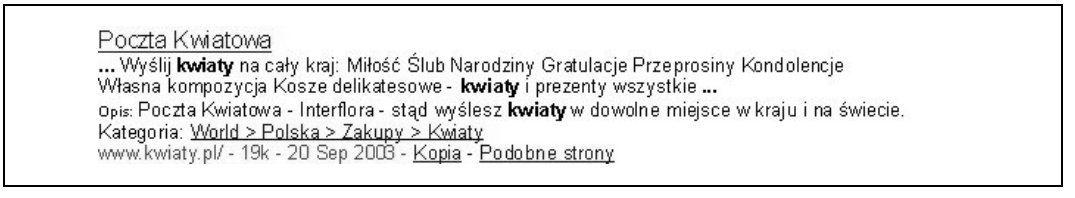
Może się zdarzyć, że początkowe wyniki wyszukiwania będą widoczne na kolorowym tle w prawym rogu strony wyników, poniżej informacji o liczbie wyników wyszukiwania. Są to adresy sponsorowane (innymi słowy są to reklamy). Google wyznaje zasadę jasnego oddzielania informacji reklamowych, które jednak są umieszczanie, podobnie jak pozostałe elementy strony, w formie tekstowej, a nie, jak czyni to większość witryn, w postaci dużych graficznych pasków reklamowych.

Wśród wszystkich wyników widoczna jest lista kategorii. Kategoria, w której znajdują się kwiaty, to *World/Polska/Zakupy/Kwiaty*. Lista kategorii będzie widoczna tylko wtedy, gdy szukasz bardzo ogólnego tematu i wyszukiwanie dotyczy tylko jednego słowa. Na przykład, jeśli będziesz szukać zwrotu kwiaty doniczkowe, wyszukiwarka Google nie poda informacji o kategorii.

Dlaczego widoczne są kategorie? Przecież Google to wyszukiwarka pełnotekstowa, czyż nie? Dzieje się tak, ponieważ wyszukiwarka pobrała informacje z projektu *Open Directory Project* (*http://www.dmoz.org/*) i połączyła ją z własnymi informacjami o częstotliwości

odwiedzin w celu stworzenia własnego katalogu. Jeśli widoczna jest informacja o kategoriach, to znaczy, że jest ona pobierana z katalogu.

Pierwszy na liście wynik wyszukiwania słowa „kwiaty" (który nie jest adresem sponsorowanym) jest pokazany na rysunku 1.3.



Rysunek 1.3. Pierwszy wynik (niesponsorowany) wyszukiwania słowa „kwiaty"

Podzielmy uzyskane wyniki na poszczególne elementy.

Pierwszy wiersz wyniku wyszukiwania zawiera tytuł strony będący hiperłączem do niej.

Kolejny wiersz zawiera skrót informacji o witrynie. Czasem może to być opis, zdanie lub po prostu kilka słów. Wyszukiwarka Google najczęściej wyświetla metaznaczniki, jeśli są zdefiniowane dla znalezionej strony. Bardzo rzadko zdarza się, że dla wyszukanego wyniku nie można uzyskać żadnych dodatkowych informacji o tym, co dokładnie zawiera.

Ostatni wiersz to kilka dodatkowych informacji. Pierwszą z nich jest adres URL znalezionej strony, drugą — wielkość strony (wyszukiwarka podaje rozmiar strony tylko wtedy, gdy kopia strony została zapisana w Katalogu). Dostępne jest hiperłącze do kopii strony zapisanej w Katalogu. Ostatnią podaną informacją jest hiperłącze do podobnych stron.

Po co to wszystko

Po co zawracać sobie głowę odczytywaniem metadanych dotyczących podanych wyników? Przecież można bezpośrednio przejść pod wskazany adres i sprawdzić, czy zawiera on interesujące informacje.

Jeśli korzystasz z szybkiego łącza internetowego i dysponujesz wolnym czasem, przeglądanie opisów nie będzie Cię interesowało. Jeśli jednak Twoje połączenie z siecią WWW nie jest aż tak szybkie i zależy Ci na czasie, warto przejrzeć opis strony, zanim zdecydujesz się ją otworzyć.

Przejrzyj opis strony. Czy występuje w nim słowo kluczowe, którego szukasz? Na którym miejscu w opisie słowo to występuje? Czy jest ono umieszczone w opisie w takiej formie, że potwierdza to kontekst, który Cię interesuje?

Sprawdź rozmiar strony, jeśli taka informacja jest dostępna. Czy strona jest bardzo duża? Być może jest to tylko lista adresów analogicznych stron. A może strona ma tylko 1 lub 2 kB? Czy nie jest zbyt mała, aby zawierać szczegółowe informacje, których szukasz? Jeśli szukasz listy adresów analogicznych stron **[Sposób 21.]**, to będą Cię interesować strony, których rozmiar nie przekracza 20 kB.



SPOSÓB 4.

Słowniki specjalne: żargon i terminologia specjalistyczna[1]

Dobór słów może mieć znaczący wpływ na zwrócone przez Google wyniki wyszukiwania.

Kiedy nastolatek mówi, że coś jest „cool", jest to żargon — specjalny język określonej grupy społecznej. Kiedy informatyk mówi o „strumieniu danych", nie jest to żargon, ale terminologia specjalistyczna określonej grupy specjalistów — w tym przypadku ludzi zajmujących się komputerami.

Każdy z nas ma określony sposób wysławiania się ukształtowany przez nasze wykształcenie, rodzinę i środowisko, w którym żyjemy. Ponadto używamy dodatkowego zestawu słów związanych z wykonywanym zawodem.

Świadomość istnienia specjalistycznych określeń może ułatwić stworzenie jak najlepszego zestawu słów podczas wykonywania wyszukiwania. Dodanie specjalistycznych określeń do tworzonego zapytania — może to być żargon lub terminologia specjalistyczna — może znacznie zmienić zakres zwracanych wyników.

Żargon

Użycie określeń żargonowych daje dodatkową sposobność podzielenia wyników wyszukiwania w zależności od regionu geograficznego. W przypadku niektórych żargonowych określeń pewne rejony geograficzne mogą się nakładać, ale zasadniczo można na tym sposobie polegać. Na przykład szukamy słowa `football`, a następnie zwrotu `football bloke`. Należy zauważyć, że zwrócone wyniki są zupełnie inne. Później możesz wyszukać zwrot `football bloke bonce`. Zwrócone wyniki wskazują na jeden krąg tematyczny.

Nie oznacza to bynajmniej, że wszyscy ludzie w Anglii obowiązkowo używają słowa „bloke", a każdy człowiek, który pochodzi z południowych stanów USA, używa określenia „y'all". Ale dołożenie dobrze dobranych elementów żargonu (co wymaga przeprowadzenia pewnej liczby eksperymentów) spowoduje wskazanie pewnej grupy wyników i skieruje Cię w nowym, nieoczekiwanym kierunku. Żargonowe określenia możesz znaleźć w następujących miejscach:

The Probert Encyclopedia — Slang
http://www.probertencyclopaedia.com/slang.htm

Możesz przeglądać witrynę według pierwszych liter słów lub wyszukiwać słowa kluczowe. (Zwróć uwagę, że wyszukiwanie słów kluczowych obejmuje całą encyklopedię — słowa żargonowe są umieszczane w dolnej części wyników). Umieszczone tam słowa kluczowe pochodzą z całego świata. Często mają również odnośniki do siebie nawzajem, w szczególności jeśli chodzi o żargon narkotykowy. Podobnie jak w przypadku większości słowników zawierających określenia żargonowe, może on zawierać wulgaryzmy.

[1] Funkcja dostępna tylko dla języka angielskiego — *przyp. red*.

A Dictionary of Slang
http://www.peevish.co.uk/slang/
Witryna ogranicza się do żargonu używanego w Wielkiej Brytanii, co oznacza, że zawiera słownictwo wykorzystywane w różnych regionach kraju, powstałe przez połączenie słów pochodzących z języków, którymi mówią mieszkający tam imigranci. Możesz przeglądać zawartość w oparciu o początkowe litery słów lub korzystać z wyszukiwania. Opisy słów pochodzących spoza Wielkiej Brytanii zawierają w nawiasach informację o miejscu pochodzenia. Opisy słów zawierają również informację o zabarwieniu humorystycznym, wulgarnym lub pejoratywnym słowa.

Surfing for Slang
http:// www.spraakservice.net/slangportal/
Oczywiście każdy region świata ma własne określenia żargonowe. Witryna zawiera bogatą listę angielskich i skandynawskich zasobów określeń żargonowych.

Żargon w wyszukiwarce Google

Wykonaj wyszukiwanie bez użycia określeń żargonowych. Przejrzyj wyniki i sprawdź, czy nie są one zbyt ograniczone? A może nie są wystarczająco szczegółowe? Może nie dotyczą interesującego Cię rejonu geograficznego? A może nie obejmują interesującej Cię grupy społecznej — na przykład nastolatków?

Wprowadzaj po jednym słowie żargonowym. Na przykład przy wyszukiwaniu słowa „football" dodaj słowo „bonce" i sprawdź, jakie otrzymasz wyniki. Jeśli nie zostały wystarczająco zawężone, dodaj słowo „bloke". Dodawaj po jednym słowie, aż otrzymasz interesujące Cię wyniki. Korzystanie z określeń żargonowych to pewnego rodzaju sztuka, dlatego będziesz musiał przeprowadzić sporo eksperymentów.

Wykonując wyszukiwanie z wykorzystaniem określeń żargonowych, należy jednak uważać na pewne aspekty:

- Korzystaj z wielu różnych określeń żargonowych.
- Nie używaj słów żargonowych, które są ogólnie uważane za wulgarne, chyba że nie ma innego sposobu.
- Bądź ostrożny, korzystając z żargonu nastolatków, gdyż nieustannie ulega on zmianom.
- Korzystaj ze słów żargonowych, prowadząc wyszukiwanie w grupach dyskusyjnych. Żargon pojawia się najczęściej w rozmowach.
- Ogranicz wykorzystanie słów żargonowych podczas wyszukiwania oficjalnych źródeł, jak artykuły prasowe.
- Nie używaj określeń żargonowych, jeśli możesz się bez tego obejść. Z własnego doświadczenia wiem, że zmieniają się one zbyt często, aby można było na nich polegać podczas wyszukiwania.

Terminologia specjalistyczna — żargon przemysłowy

Terminologia specjalistyczna to zestaw słów wykorzystywanych przez określone branże. Przykładem mogą być terminologie medyczne i prawnicze, choć z pewnością istnieje bardzo wiele innych dziedzin, w których wykorzystywane jest specjalistyczne słownictwo.

Jeśli chcesz przeprowadzić specjalistyczne i dogłębne wyszukiwanie, zastanów się, jakiego słownictwa specjalistycznego mógłbyś użyć. Na przykład wykonaj wyszukiwanie słowa „heartburn" (zgaga). Teraz znajdź słowa `heartburn` i `GERD` (ang. GERD — Gastroesophageal reflux disease — Refluks żołądkowo-przełykowy). I w końcu dołóż zwrot `"gastric acid"` (kwas żołądkowy). Zauważysz, że wyniki każdego z nich znacznie różnią się od siebie.

W niektórych dziedzinach odszukanie słownictwa specjalistycznego jest bardzo proste. Ale w innych może stanowić pewien problem. Jako punkt wyjścia możesz wykorzystać witrynę Glossarist pod adresem *http://www.glossarist.com*. Jest to katalog tematów zawierający około 6000 glosariuszy opisujących dziesiątki różnych tematów. W sieci dostępnych jest również kilka innych źródeł omawiających terminologię specjalistyczną.

Są to:

The On-Line Medical Dictionary
http://cancerweb.ncl.ac.uk/omd/

Słownik obejmuje terminologię związaną z biochemią, biologią komórkową, chemią, medycyną, biologią molekularną, fizyką, biologią roślin, radiobiologią, nauką i technologią, biochemią i zawiera ponad 46 tysięcy haseł.

Możesz przeglądać słownik alfabetycznie lub przeszukiwać go. Możesz wyszukać słowo, które znasz (`bruise` — siniak) i odszukać inne, które może być częściej używane w terminologii medycznej (`contusion`). Możesz również przeglądać słownik według tematów. Pamiętaj, że jest to słownik brytyjski i zapis niektórych słów może być nieco inny niż w przypadku terminów używanych w USA (na przykład słowo tumour zapisie amerykańskim ma postać tumor itd.).

MedTerms.com
http://www.medterms.com/

W MedTerms.com znajduje się znacznie mniej definicji (około 10 tysięcy), ale zawiera on również szczegółowe artykuły pochodzące z MedicineNet. Jeśli zaczynasz wyszukiwanie od podstaw i potrzebne Ci są pewne ogólne informacje i słownictwo, od którego mógłbyś rozpocząć wyszukiwanie, odszukaj interesujące Cię słowo w MedicineNet, a następnie przejdź do MedTerms i wyszukaj zwroty medyczne, z którymi zapoznasz się w MedicineNet.

Law.com's Legal Dictionary
http://dictionary.law.com/lookup2.asp

Słownik prawniczy Law.com jest doskonałym narzędziem, gdyż można wyszukiwać w nim zarówno słowa, jak i całe definicje (możesz również przeglądać jego zawartość). Na przykład możesz szukać słowa „inheritance", co spowoduje wyświetlenie listy wpisów zawierających słowo „inheritance" wewnątrz swojego opisu. Jest to bardzo prosty sposób dotarcia do definicji „muniment of title", jeśli nie znasz tego zwrotu.

Terminologia specjalistyczna w wyszukiwarce Google

Podobnie jak w przypadku żargonu, dodawaj słownictwo specjalistyczne powoli — po jednym słowie — i pamiętaj, że możesz spodziewać się zawężenia wyników wyszukiwania. Weźmy na przykład słowo „spudding", które jest często wykorzystywane w określeniach związanych z wydobywaniem ropy naftowej. Wyszukiwanie samego słowa „spudding" zwraca 2500 wyników. Dodanie słowa „Texas" powoduje zmniejszenie liczby zwracanych wyników do 525. Dodawaj określenia specjalistyczne bardzo ostrożnie, bo ograniczysz liczbę zwracanych wyników tak bardzo, że nie będziesz mógł znaleźć tego, czego szukasz.



SPOSÓB 5.

Limit 10 słów w zapytaniu — jak sobie z nim radzić

Istnieją sprytne sposoby ominięcia ograniczenia 10 słów w zapytaniu.

Jeśli nie jesteś zwolennikiem długich, szczegółowych zapytań, mogłeś nigdy nie zauważyć, że wyszukiwarka Google narzuca ograniczenie 10 słów w zapytaniu — dotyczy to zarówno słów kluczowych, jak i elementów składni — ignorując wszystkie słowa powyżej tej liczby. Nie wpływa to znacząco na wykorzystanie wyszukiwarki przez większość użytkowników, jednak sieciowi wyjadacze szybko zauważą, że takie ograniczenie zmniejsza możliwość tworzenia zapytań.

Co w takim razie możesz zrobić?

Postaw na rzadkie słowa

Ograniczając zapytanie do najbardziej niejasnych słów kluczowych lub elementów zwrotów, otrzymasz oczekiwane rezultaty bez przekroczenia limitu słów w zapytaniu. Załóżmy, że interesuje Cię cytat z Hamleta „The lady doth protest too much, methinks". Niewiele myśląc, możesz po prostu wkleić cały zwrot w pole zapytania. Ale to już 7 z dopuszczalnych 10 słów, co nie pozostawia wiele miejsca na dodatkowe słowa lub elementy składni.

Pierwsze, co zrobimy, to odrzucenie kilku pierwszych słów. „The lady" to zwrot zbyt popularny i często używany, aby mógł się przydać w zapytaniu. Pozostaje pięć słów „doth protest too much, methinks". Ani „doth", ani „methinks" nie są słowami, które można spotkać w codziennym użyciu, co stanowi dobry odnośnik do dzieł Szekspira. Czyli wystarczyłoby użyć jednego z nich w zapytaniu, co daje nam już tylko cztery słowa w zapytaniu, które możemy teraz dalej rozbudowywać:

```
"protest too much methinks"
```

lub

```
"doth protest too much"
```

Dowolne z tych zapytań zwróci jako pięć pierwszych wyników wyrażenie lub odnośnik do informacji na temat wyrażenia, które Cię interesowało.

Niestety, ta metoda nie zda się na wiele w przypadku zwrotu „Do as I say not as I do", który nie zawiera tak charakterystycznych słów jak poprzednie wyrażenie. Możesz spróbować zawężać kontekst, dodając słowa `quote origin English usage`, ale w ten sposób przekroczysz ograniczenie liczby słów w zapytaniu.

Postaw na znak zastępczy

Pomoc nadchodzi w postaci znaku zastępującego całe słowo w zapytaniu wyszukiwarki Google **[Sposób 13.]**. Okazuje się, że wyszukiwarka nie wlicza znaków zastępczych do limitu słów w zapytaniu.

Więc jeśli musisz użyć więcej niż 10 słów w zapytaniu, zastąp często używane słowa znakiem zastępczym w następujący sposób:

```
"do as * say not as * do" quote origin English usage
```

No i proszę! Wyszukiwarka uruchamia zapytanie bez narzekania i zwraca kilka interesujących wyników.



Słowa takie jak `I`, `a`, `the` i `off` nie na wiele się przydają. Określane jako „wypełniacze" są całkowicie ignorowane przez wyszukiwarkę Google. Aby zmusić wyszukiwarkę, aby wzięła pod uwagę „słowo przestankowe", należy poprzedzić je znakiem + (plus), na przykład: `+the`.



SPOSÓB 6.

Kolejność słów ma znaczenie

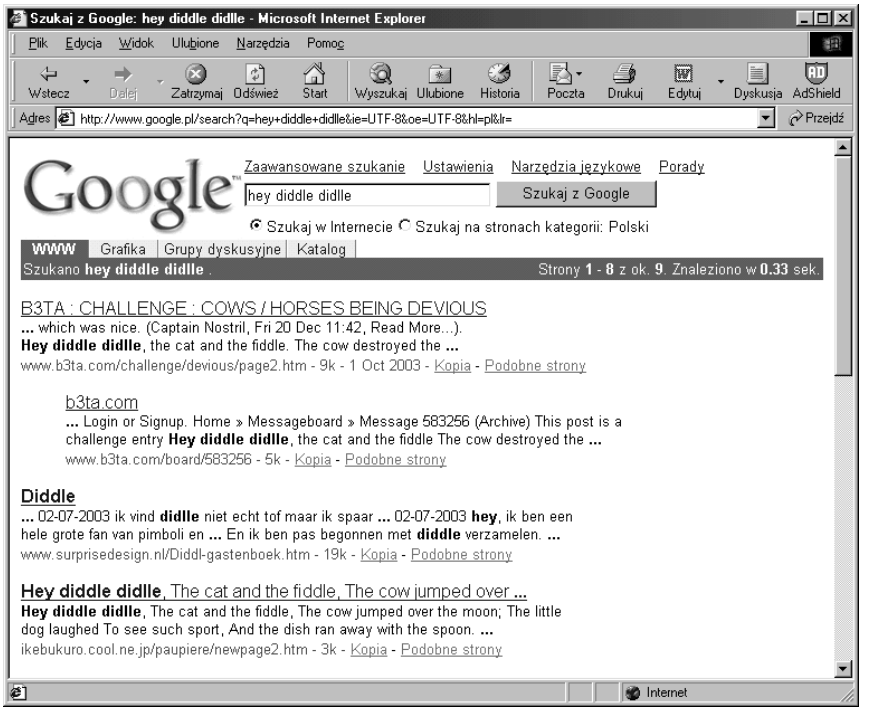
Zmiana kolejności słów w zapytaniu może znacząco zmienić wyniki wyszukiwania.

Kto by pomyślał? Kolejność, w jakiej słowa są umieszczane w zapytaniu wyszukiwarki Google, może mieć co najmniej takie samo znaczenie jak dobór słów w zapytaniu. Zmiana kolejności słów może wpłynąć nie tylko na liczbę zwracanych wyników, ale również na to, jakie wyniki będą umieszczone na początku listy. O ile można by spodziewać się takiego efektu w przypadku zwrotów umieszczanych w cudzysłowie — „czy masz trochę wełny" w odróżnieniu od „wełny trochę masz czy" — to zaskakiwać może fakt, że podobny wpływ ma kolejność w przypadku niepowiązanych ze sobą, pojedynczych słów.

Wyszukiwarka Google ostrzega od początku o takiej możliwości: „Pamiętaj, że kolejność podawania słów w zapytaniu może mieć wpływ na zwracane wyniki". Jednak nie podaje przyczyny takiego stanu rzeczy ani nie radzi, w jaki sposób najlepiej sformułować zapytanie, aby w pełni wykorzystać taką możliwość.

Najlepiej będzie przeprowadzić w związku z tym pewne eksperymenty.

Wyszukaj słowa (ale nie w formie zwrotu umieszczonego w cudzysłowie) `hey diddle diddle`. Rysunek 1.4 przedstawia wyniki takiego wyszukiwania.



Rysunek 1.4. Strona wyników wyszukiwania „hey diddle diddle"

Zgodnie z oczekiwaniami początkowe wyniki zawierają zwrot „hey diddle diddle".

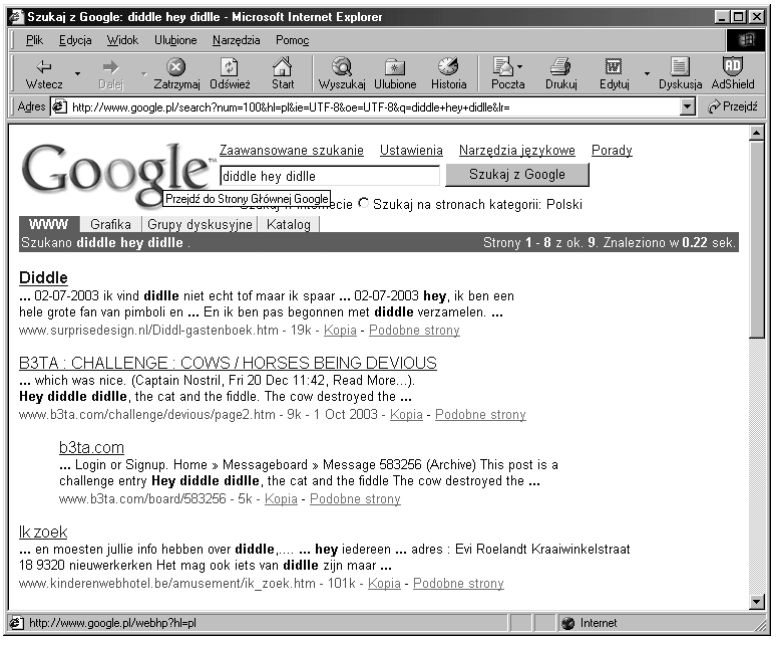
Teraz zmień kolejność słów na `diddle hey diddle`. Nie ma nic dziwnego w tym, że początkowe wyniki zawierają zwrot „diddle hey diddle". Rysunek 1.5 przedstawia wyniki tego wyszukiwania.

Wykonajmy również wyszukiwanie słów `diddle diddle hey` (rysunek 1.6).

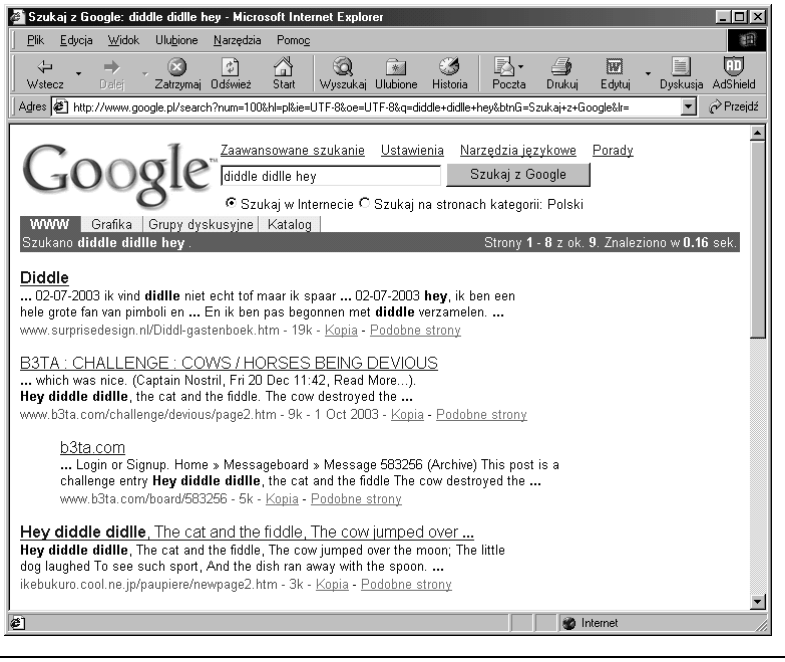
Przedstawiony zostanie kolejny zbiór wyników.

Dlaczego tak się dzieje

Okazuje się, że nawet jeśli nie wskażesz wyszukiwania w formie zwrotu, wyszukiwarka Google przypisuje większe znaczenie każdemu wystąpieniu słowa w formie zwrotu. Brane są również pod uwagę związki pomiędzy poszczególnymi słowami oraz waga poszczególnych słów.



Rysunek 1.5. Strona wyszukiwania „diddle hey diddle"



Rysunek 1.6. Strona wyszukiwania „diddle diddle hey"

Strategie

Wyszukiwanie wszystkich permutacji słów występujących w zapytaniu jest czasochłonne, chociaż daje najlepsze wyniki. Może ono być zaskakująco skuteczne w dobieraniu dodatkowych wyników z Katalogu Google. Jeśli zdecydujesz się na wykorzystywanie tego sposobu, pamiętaj o następujących technikach:

- Wpisuj zwroty znajdujące się wewnątrz i bez cudzysłowu.
- Stwórz możliwie szczegółowe zapytanie, umieszczając w nim jak najmniej słów, a co za tym idzie, tworząc jak najmniej permutacji.
- Zaczynaj od permutacji, które wydają się najbardziej sensowne, zmieniając je następnie na coraz bardziej losowe — wyszukaj zwrotu `hey diddle diddle` przed zwrotem `diddle hey diddle`.



SPOSÓB 7.

Sprytne sztuczki — powtarzanie słów

Powtarzanie słów jest wykorzystywane, gdy waga słów jest brana pod uwagę.

Powtarzanie danego słowa w zapytaniu ma wpływ na rodzaj i liczbę zwracanych wyników.

Nie wierzysz? Spróbuj wyszukać słowo `internet`. W chwili gdy powstawała ta książka, pierwszym zwracanym wynikiem była witryna firmy Microsoft. Teraz spróbuj wyszukać zwrot `internet internet`. Pierwszym zwracanym wynikiem jest witryna Yahoo! Możesz przeprowadzić podobne eksperymenty z wykorzystaniem innych słów, możesz również umieszczać w zapytaniu słowa dodatkowe. Zauważysz, że powtórzenie niektórych słów może mieć znaczący wpływ na kolejność oraz liczbę zwracanych wyników.

Jak to działa

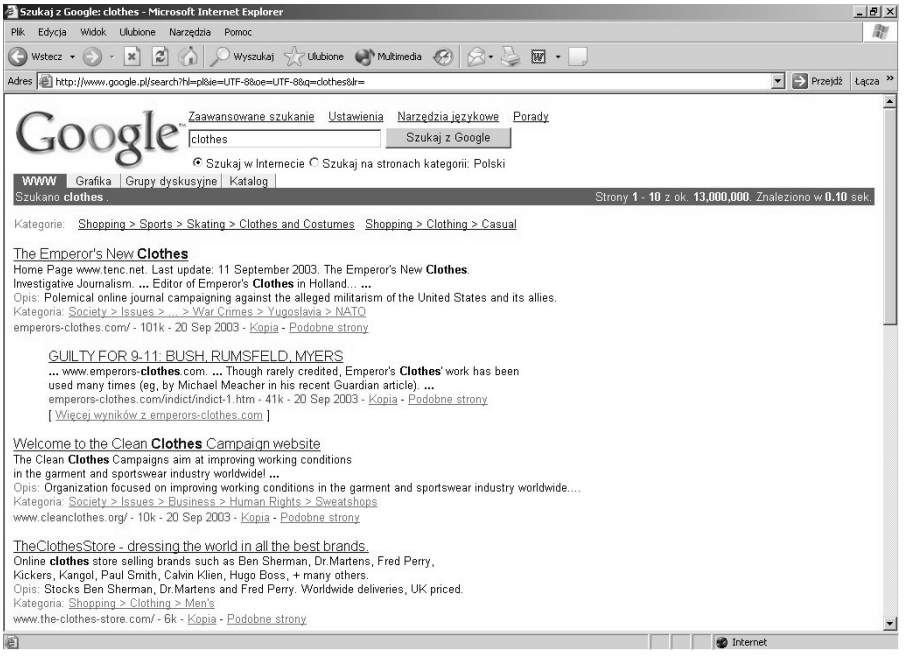
Projektanci wyszukiwarki Google nie opisali tego mechanizmu na swojej witrynie, więc ta sztuczka jest skutkiem przypadku i wielu eksperymentów.

Najpierw wprowadź słowo jednokrotnie. Użyjmy jako przykładu słowa `clothes` (rysunek 1.7). Zwróconych zostało 13 000 000 wyników. Pierwsza na liście wyników jest witryna The Emperor's New Clothes. Dodajmy jeszcze jedno słowo `clothes` do zapytania (rysunek 1.8). Liczba zwróconych wyników to już tylko 8 760 000. Teraz inne wyniki znalazły się w pierwszej dziesiątce.

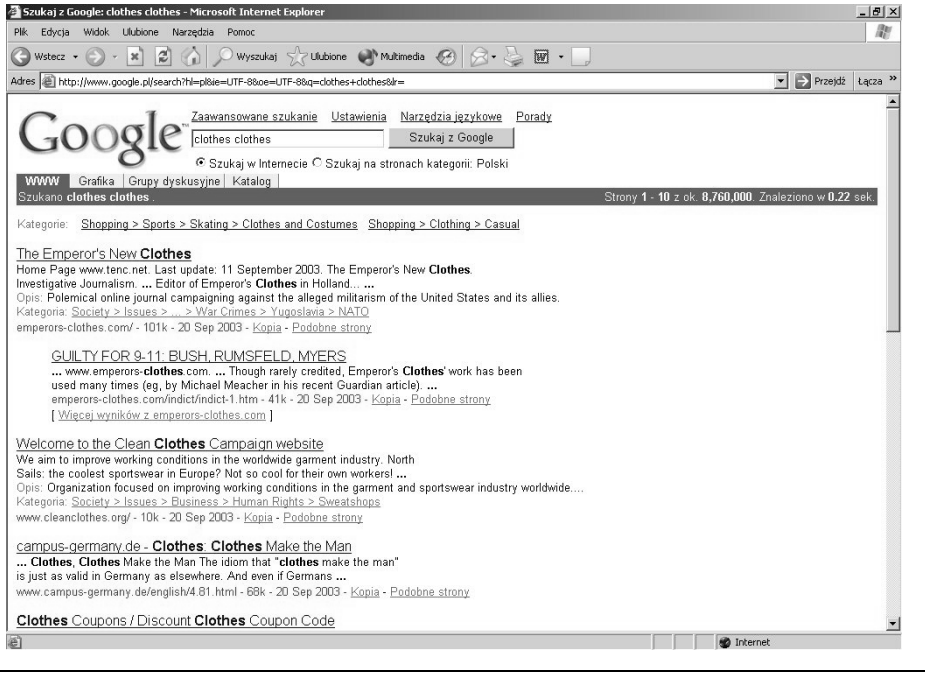
Nie przerywaj wyszukiwania. Spróbuj kombinacji `clothes clothes clothes` (rysunek 1.9). Wyniki i ich kolejność pozostają bez zmian.

Teoria

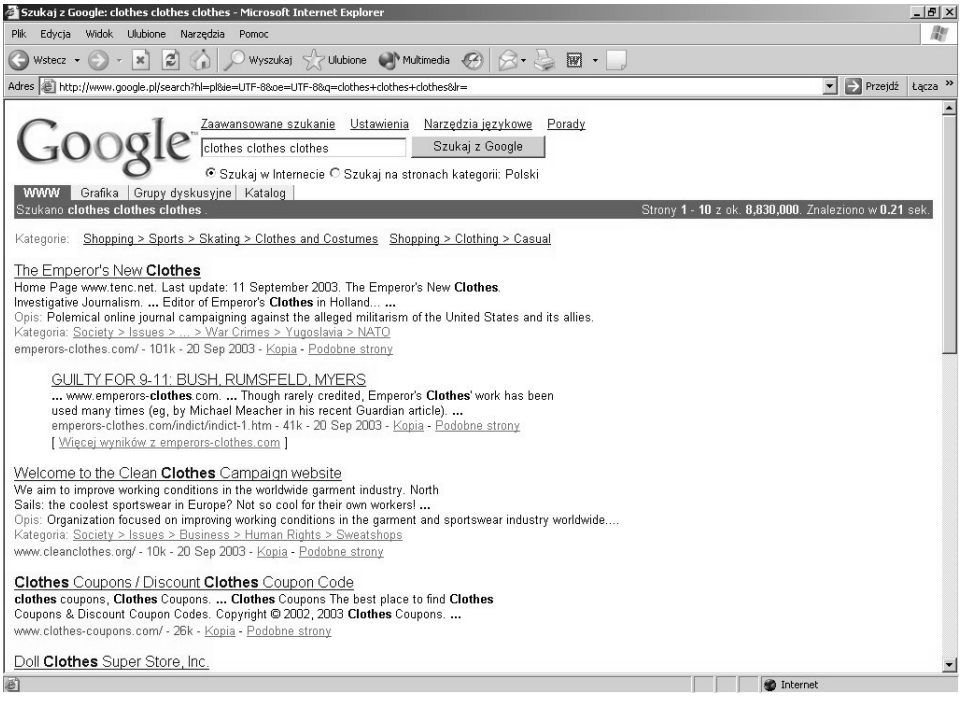
Oto teoria: wyszukiwarka sprawdza każde wystąpienie podanego słowa lub zwrotu, wyszukiwanie jest przerywane, jeśli nie można już odnaleźć kolejnych wystąpień. Dlatego zapytanie `clothes clothes` zwraca strony, na których dwukrotnie występuje słowo „clothes". Zapytanie `clothes clothes clothes` zwraca te same wyniki, ponieważ wyszukiwarka nie odnajduje większej liczby wystąpień słowa clothes na żadnej ze stron.



Rysunek 1.7. Wyniki wyszukiwania słowa „clothes"



Rysunek 1.8. Strona wyszukiwania „clothes clothes"



Rysunek 1.9. Strona wyszukiwania „clothes clothes clothes"

I co z tego

Ponieważ wyszukiwarka Google pomija niepasujące wystąpienia tego samego słowa, możesz używać takiego zapytania jako systemu wyznaczania ważności kolejno podawanych wyników. Załóżmy, że interesują Cię systemy orurowania dla przemysłu petrochemicznego, ale bardziej interesuje Cię wpływ systemów orurowania na przemysł petrochemiczny (a mniej firmy, które sprzedają systemy orurowania dla przemysłu petrochemicznego).

Wyszukaj `"orurowanie" gaz`, a następnie `"orurowanie" gaz gaz`. Zauważysz, że w wynikach znajdują się strony o nieco innej tematyce. Spróbuj teraz `"orurowanie" rura rura gaz gaz`. Zauważysz kolejną zmianę tematyki wynikowych stron.

Oto kilka wskazówek dotyczących wykorzystania wielokrotnych powtórzeń tego samego słowa, które powstały w oparciu o wyniki obserwacji:

- Wielokrotne powtórzenie nazw produktów lub rzeczowników powoduje przesunięcie witryn sklepów elektronicznych na początek listy wyników. Dzieje się tak zwłaszcza wtedy, gdy nazwa lub rzeczownik występuje w liczbie mnogiej (na przykład `skutery`).

- To, że nie uzyskałeś innych rezultatów przy drugim i trzecim powtórzeniu, nie oznacza, że nie otrzymasz innych rezultatów przy czwartym i piątym powtórzeniu (na przykład kolejne powtórzenia słowa `koszykówka`).
- Pamiętaj, że w wyszukiwarce występuje limit 10 słów w jednym zapytaniu, dlatego stosuj powtórzenia słów tylko w sytuacjach, gdy możesz sobie pozwolić na wykorzystanie wolnych słów w zapytaniu.

Zobacz również:

- Permutacje zapytania **[Sposób 62.]**



SPOSÓB 8.

Łączenie elementów składni

Jakie połączenia elementów składni są dopuszczalne w wyszukiwarce Google.

Kiedyś niemożliwe było łączenie ze sobą specjalnych elementów składni **[podpunkt „Składnia specjalna"] —** możliwe było użycie tylko jednego elementu składni w zapytaniu. Gdy powstały jeszcze bardziej zaawansowane specjalne elementy składni, brak możliwości ich łączenia stanowił poważny problem przy tworzeniu zapytań.

Od tego czasu ograniczenia uległy modyfikacji. Nadal istnieją elementy składni, których nie możesz ze sobą łączyć, jednak za pomocą pozostałych możesz tworzyć zaawansowane zapytania. Sprytne połączenie elementów składni może w cudowny sposób zawęzić obszar wyszukiwania.

Aspołeczne elementy składni

Aspołeczne elementy składni to takie, które nie łączą się z innymi i muszą być wykorzystywane samodzielnie do uzyskania najlepszych wyników. Jeśli spróbujesz ich użyć w połączeniu z innymi elementami, nie uzyskasz żadnych wyników.

Elementy składni, które wymagają podania informacji specjalnych — `stocks:` **[Sposób 18.]**, `rphonebook:`, `bphonebook:` i `phonebook:` **[Sposób 17.]** — są elementami aspołecznymi. Nie możesz ich łączyć z innymi elementami i spodziewać się, że uzyskasz jakiekolwiek rozsądne wyniki.

Kolejnym aspołecznym elementem składni jest `link:`. Element `link:` podaje, które strony zawierają hiperłącze do wskazanego adresu URL. Czyż nie byłoby wspaniale, gdybyś mógł wskazać, z których domen mają pochodzić strony? Niestety, to niemożliwe. Element `link:` i `domain:` nie mogą być łączone w jednym zapytaniu.

Na przykład powiedzmy, że chcesz zobaczyć, jakie strony zawierają wskazania do witryny Wydawnictwa Helion, ale nie interesują Cię strony z domeny *.edu*. Zapytanie `link:www.helion.com.pl -site:edu` nie zadziała, ponieważ element składni `link:` nie może być łączony z innymi elementami składni. Nie jest to do końca prawda. Zapytanie zwróci adresy wynikowe, ale nie będą one odpowiadały treści zapytania.

Jeśli chcesz odszukać strony zawierające odwołania do określonego adresu i wykluczyć z wyszukiwania domenę *.edu*, masz do wyboru kilka możliwości. Możesz pobrać listę wyników **[Sposób 44.]** i posortować ją w arkuszu kalkulacyjnym, aby usunąć wyniki pochodzące z domeny *.edu*. Jeśli jednak chcesz przeprowadzić cały proces z wykorzystaniem wyszukiwarki Google, nie ma sposobu, który niezawodnie zadziała. Możesz jednak spróbować takiej sztuczki:

```
inanchor: helion -inurl:helion -site:edu
```

Takie zapytanie wyszukuje słowo `helion` w treści hiperłącza. Pomija strony, które zawierają słowo `helion` w wynikach wyszukiwania (na przykład *helion.com.pl*). I w końcu pomija strony, które znajdują się w domenie *.edu*.

Ale takie zapytanie nie zwróci wszystkich interesujących nas wyników. Odszuka ono tylko te hiperłącza, które w swojej treści zawierają słowo `helion` — jeśli ktoś stworzy hiperłącze w następującej postaci: `<a href="http://webmaster.helion.pl/">Kurs języka HTML</a>` , nie zostanie ono odszukane przez przedstawione powyżej zapytanie. Ponadto istnieją inne domeny, które w nazwie zawierają słowo `helion`, oraz domeny, które na nie wskazują, ale nie dotyczą Wydawnictwa Helion. Możesz nieco zmodyfikować formę zapytania, aby pominąć samą domenę `helion`:

```
inanchor:helion -site:helion.pl -site:edu
```

Ale nadal wiele stron wynikowych będzie zawierało słowo `Helion`, chociaż nie dotyczą one Wydawnictwa Helion.

Jakie w takim razie elementy składni można łączyć? Ogólnie rzecz biorąc, wszystkie pozostałe, ale istnieją dobre i złe sposoby łączenia elementów składni.

Jak nie należy łączyć elementów składni

- Nie łącz elementów składni, które się nawzajem wykluczają, jak na przykład:

  ```
  site:ucla.edu -inurl:ucla
  ```

  Przedstawione zapytanie mówi, że zwrócone mają być strony z domeny ucla.edu, ale wyniki wyszukiwania nie powinny zawierać słowa `ucla`. Jak łatwo się domyśleć, takie zapytanie nie zwróci przydatnych wyników.

- Nie nadużywaj pojedynczego elementu składni, jak na przykład:

  ```
  site:com site:edu
  ```

  Może Ci się wydawać, że chcesz, aby podane zostały wyniki pochodzące z domeny *.com* i *.edu*, ale prawdziwe znaczenie tego zapytania jest takie, że strony wynikowe mają pochodzić równocześnie z obu tych domen. Jak łatwo się domyśleć, strona może pochodzić tylko z jednej z tych domen. Weźmy na przykład zapytanie `perl site:edu site:com`. Takie zapytanie nie zwróci absolutnie żadnych wyników. Dlaczego? Ponieważ strona wynikowa nie może pochodzić równocześnie z domeny *.edu* i z domeny *.com*. Jeśli interesują Cię wyniki pochodzące tylko z domen *.edu* i *.com*, musisz zmienić swoje zapytanie w następujący sposób:

```
perl (site:edu | site:com)
```

Stosując symbol strumienia, określasz, że wyniki mają pochodzić tylko z domeny *.edu* lub z domeny *.com*.

- Nie używaj elementów `allinurl:` lub `allintitle:`, jeśli łączysz elementy składni. Bardzo trudno nie pomylić się, używając tych elementów w połączeniu z innymi. Lepiej pozostań przy elementach `inurl:` i `intitle:`. Jeśli nie umieścisz elementu składni `allinurl:` w odpowiednim miejscu, możesz otrzymać zupełnie nieoczekiwane wyniki wyszukiwania. Przyjrzyj się następującemu przykładowi:

  ```
  allinurl:perl intitle:programming
  ```

  Z pozoru mogłoby się wydawać, że szukamy łańcucha znaków `perl` w adresie URL oraz słowa `programming` w tytule strony. I rzeczywiście przy takiej kolejności elementów składni w zapytaniu tak będzie to wyglądało. Ale co się stanie, jeśli odwrócisz kolejność elementów składni:

  ```
  intitle:programming allinurl:perl
  ```

  Taka forma zapytania nie zwróci żadnych wyników. Dlatego zalecane jest korzystanie z elementów `intitle:` i `inurl:`, które pozwalają na większą dowolność, jeśli chodzi o kolejność umieszczania ich w zapytaniu.

- Nie używaj zbyt wielu elementów składni, które mogłyby nadmiernie zawęzić zakres wyszukiwania, w jednym zapytaniu. Na przykład:

  ```
  title:agriculture site:ucla.edu inurl:search
  ```

  Może się okazać, że takie zapytanie zbyt mocno zawęża zakres wyszukiwania, aby zwrócić jakiekolwiek przydatne wyniki. Jeśli próbujesz odszukać informację, która jest tak specyficzna, że uważasz, iż musisz ograniczyć zakres wyszukiwania, zacznij od tworzenia zapytania po kawałku. Załóżmy, że chcesz odszukać bazy dany roślin uniwersytetu UCLA. Zamiast zaczynać od zapytania:

  ```
  title:plants site:ucla.edu inurl:database
  ```

  spróbuj zastąpić je prostszym przykładem:

  ```
  databases plants site:ucla.edu
  ```

  a następnie spróbuj dodać elementy składni do słów kluczowych, które uzyskałeś w wynikach wyszukiwania:

  ```
  intitle:plants databases site:ucla.edu
  ```

  lub

  ```
  intitle:database plants site:ucla.edu
  ```

Reguły prawidłowego łączenia elementów składni

Jeśli próbujesz zawęzić zakres wyszukiwania, najlepiej wykorzystać do tego celu elementy składni `intitle:` oraz `site:`.

Tytuły i witryny. Załóżmy, że chcesz się zorientować, jakie bazy danych są dostępne w domenie stanu Texas. Możesz wpisać następujące zapytanie:

```
intitle:search intitle:records  site:tx.us
```

Zwrócone zostaną 32 wyniki. Możesz jeszcze bardziej zawęzić zakres wyszukiwania, dodając słowa kluczowe:

```
birth intitle:search intitle:records
site:tx.us
```

Słowa kluczowe możesz umieszczać na początku lub na końcu zapytania i nie ma to większego wpływu na zwracane wyniki. Osobiście umieszczam je zawsze na początku, gdyż w ten sposób od razu można zauważyć, czego dotyczy wyszukiwanie.

Element składni `site:`, w odróżnieniu do tego typu elementów w innych wyszukiwarkach, pozwala tworzyć tak ogólne wyszukiwanie, jak przeszukiwanie całej domeny (`site:com`), lub ograniczyć się jedynie do wskazanej części domeny (`site:thomac.loc.gov`). Jeśli, na przykład, szukasz dokumentów z El Paso, możesz utworzyć następujące zapytanie:

```
intitle:records site:el-paso.tx.us
```

Takie wyszukiwanie zwróci 7 stron wynikowych.

Tytuł i adres URL. Może się zdarzyć, że będziesz szukać pewnego typu informacji, ale nie chcesz ograniczać rodzaju wyszukiwania. Możesz ograniczyć tematykę wyszukiwanych informacji — powiedzmy, że interesują Cię pliki pomocy lub wyszukiwarki. Tego typu wyszukiwanie wymaga użycia elementu składni `inurl:`.

Element składni `inurl:` wyszukuje wskazany ciąg znaków w adresie URL, ale musi to być wydzielone słowo. Na przykład, jeśli umieścisz w zapytaniu element `inurl:research`, w wynikach nie będą uwzględniane strony z domeny *researchbuzz.com*, ale uwzględnione zostaną strony należące do witryny *www.rcuk.ac.uk/*.

Załóżmy, że chcesz odszukać pliki pomocy z dziedziny biologii. Możesz spróbować wpisać zapytanie:

```
intitle:biology inurl:help
```

Zwrócone zostaną 132 wyniki. Cała sztuczka polega na tym, aby uzyskać takie wyniki, które zawierają interesujące Cię strony, a jednocześnie ich liczba nie była przytłaczająca. Jeśli uważasz, że 132 wyniki to za dużo, możesz dodać do swojego zapytania element składni `site:edu` i ograniczyć wyszukiwanie do witryn wyższych uczelni:

```
intitle:biology inurl:help site:edu
```

Ale uważaj, aby nie przesadzić z nadmierną liczbą elementów specjalnych w zapytaniu, gdyż możesz nie uzyskać żadnych wyników.

Wszystkie możliwości. Mógłbym wymienić kolejno wszystkie elementy składni oraz omówić wszystkie ich kombinacje oraz objaśnić, w jakich sytuacjach mogą być przydatne. Gdybym to jednak zrobił, nie zostałoby już w tej książce miejsce na nic innego.

Eksperymentuj. Eksperymentuj, ile się tylko da. Pamiętaj, że większość z tych elementów składni nie jest używana samodzielnie i możesz uzyskać lepsze efekty, łącząc je ze sobą.

W zależności od tego, jakie wyszukiwanie wykonujesz, z biegiem czasu wypracujesz różne metody tworzenia zapytań. Możesz stwierdzić, że koncentrowanie się tylko na dokumentach PDF (`filetype:pdf`) zwraca interesujące Cię wyniki. Możesz również zauważyć, że powinieneś w pewnych domenach w szczególności brać pod uwagę pewne określone typy plików (`filetype:ppt site:tompeters.com`). Możesz łączyć elementy składni w sposób odpowiadający wykonywanemu zapytaniu i sprawdzać, co daje najlepsze wyniki.



SPOSÓB 9.

Tajemnice adresów URL wyszukiwarki Google

Rozpracowanie składni adresu URL wyszukiwarki Google ułatwia tworzenie prawidłowego zapytania.

Kiedy myślisz o sztuczkach, jakie możesz wykonać w wyszukiwarce, prawdopodobnie przychodzą Ci do głowy sprytne formularze pozwalające wykonać skomplikowane wyszukiwanie. Ale możesz również wykorzystać adres URL, który zwraca wyszukiwarka Google po wykonaniu wyszukiwania. Daje to możliwość wykonania co najmniej jednej sztuczki, której nie można zrobić w żaden inny sposób, a kolejną zaletą tego sposobu jest oszczędność czasu, gdyż nie musisz przechodzić na stronę Zaawansowanego szukania.

Budowa adresu URL

Załóżmy, że interesuje Cię zapytanie o trzy ślepe myszy. Wynikowy adres URL będzie zależał od zdefiniowanych wcześniej ustawień wyszukiwarki, ale prawdopodobnie będzie miał postać zbliżoną do następującej:

```
http://www.google.pl/search?num=100&hl=pl&q=%22trzy+ślepe+myszy%22
```

Zwrócony adres URL — `&q=%22trzy+ślepe+myszy%22`, gdzie `%22` odpowiada zakodowanemu w formacie URL znakowi " (podwójnego cudzysłowu) — jest prosty do przeanalizowania, ale przyjrzyjmy się kolejno dodatkowym, umieszczonym w nim elementom.

`num=100` odnosi się do liczby wyników umieszczanych na stronie, w tym przypadku jest to 100 wyników. Wyszukiwarka przyjmie w tym miejscu dowolną liczbę od 1 do 100. Zmiana wartości `num` to prosty sposób zmodyfikowania liczby wyników bez konieczności przechodzenia na stronę Zaawansowanego szukania.

Nie zauważyłeś wartości `num=` w swoim adresie URL? Możesz ją dołączyć do adresu, używając dowolnej wartości pomiędzy 1 a 100.



Możesz dodać lub zmodyfikować dowolny z opisanych elementów adresu, dopisując go do swojego adresu wynikowego lub modyfikując jego wartość — część elementu znajdującą się za znakiem = (równości) — na dowolną dopuszczalną dla danego elementu.

`hl=pl` oznacza używany język interfejsu — język, w którym obsługujesz wyszukiwarkę Google, wykorzystywany przez stronę domową wyszukiwarki, wiadomości i przyciski — w naszym przykładzie jest to język polski. Strona narzędzi językowych wyszukiwarki Google **[Sposób 2.]** oferuje dostęp do listy możliwych do wyboru języków. Po zaznaczeniu dowolnego z języków zmianę języka odzwierciedla adres URL. Jeśli wybierzemy na przykład Pig Latin, adres URL będzie miał następującą postać:

```
http://www.google.pl/intl/xx-piglatin/
```

Kod języka to element umieszczony pomiędzy `intl/` a ostatnim znakiem `/`, w tym przypadku jest to `xx-piglatin`. Możesz użyć tego kodu w adresie URL wyszukiwania, umieszczając element:

```
hl=xx-piglatin
```

Co się stanie, jeśli w adresie URL umieścisz kilka elementów `hl=`? Wyszukiwarka użyje tego języka, który w adresie URL wskazany jest jako ostatni. Oznacza to, że możesz zawsze wybrać najprostszy sposób i zamiast szukać kodu języka w adresie URL, umieścić odpowiedni kod na końcu łańcucha.

Istnieje jeszcze kilka elementów dopisywanych do łańcucha adresu URL, w których możesz wprowadzać korzystne dla siebie modyfikacje:

`as_qdr=mx`
: Wskazuje maksymalny wiek zwracanych wyników podawany w miesiącach. `x` to dowolna liczba pomiędzy 1 a12. Najlepsze rezultaty dają liczby z zakresu od 1 do 6.

`safe=off`
: Oznacza, że filtr SafeSearch jest wyłączony. Filtr SafeSearch usuwa wyniki wyszukiwania o charakterze pornograficznym. `safe=on` oznacza, że filtr SafeSearch jest włączony.

Wykorzystanie adresu URL wyszukiwarki Google nie jest najszybszym sposobem uzyskania oczekiwanych wyników, ale jest znacznie szybszy niż ponowne ładowanie strony Zaawansowanego szukania, a w przypadku wielu wyszukiwanych stron jest jedynym sposobem uzyskania takiego rodzaju wyników.



SPOSÓB 10.

Tajemnice formularza wyszukiwania

Spróbujemy stworzyć zgodny z naszymi potrzebami formularz.

Jeśli chcesz wykonać za pomocą wyszukiwarki Google proste zapytanie, wystarczy Ci prosty formularz znajdujący się na stronie głównej. Jeśli jednak chcesz tworzyć zaawansowane wyszukiwania, z których będziesz regularnie korzystać, lub chcesz je udostępniać innym użytkownikom, możesz stworzyć własny formularz.

Na początek wystarczy coś naprawdę prostego:

```
<!-- Search Google -->
<form method="get" action="http://www.google.pl/search">
<input type="text" name="q" size=31 maxlength=255 value="">
<input type="submit" name="sa" value="Search Google">
</form>
<!-- Search Google -->
```

Jest to bardzo prosty formularz wyszukiwania. Pobiera on zapytanie i wysyła je bezpośrednio do wyszukiwarki Google, nie dodając niczego od siebie. Możesz jednak dołożyć pewne zmienne, aby dostosować wyszukiwanie do własnych potrzeb. Możesz to zrobić na dwa sposoby: poprzez ukryte zmienne lub umieszczenie dodatkowych elementów w formularzu.

Ukryte zmienne

Jeśli tylko wiesz, jak wskazać opcję wyszukiwania, możesz dodać ją do swojego formularza poprzez umieszczenie w nim ukrytej zmiennej. Fakt, że jest ona ukryta, oznacza tylko to, że użytkownicy formularza nie będą mogli jej zmodyfikować. Nie będą nawet mogli jej zobaczyć, chyba że przejdą w tryb oglądania kodu źródłowego. Przyjrzyjmy się kilku przykładom.



Język HTML dopuszcza umieszczanie ukrytych zmiennych w dowolnym miejscu pomiędzy otwierającym a zamykającym znacznikiem `<form>`, jednak do dobrego zwyczaju należy umieszczanie wszystkich ukrytych zmiennych za widocznymi polami formularza.

Typ pliku
: Typ pliku pozwala filtrować wyniki wyszukiwania pod kątem określonego typu pliku (na przykład plik typu doc, pdf, ppt, txt). Możesz dodać do formularza filtr typu pliku w następujący sposób:

```
<input type="hidden" name="as_filetype" value="PPT">
```

Wyszukiwanie witryny
: Ogranicza wyszukiwanie do wskazanej witryny. Może to być tylko domena główna, jak *.com*, ale możliwe jest również bardziej szczegółowe wskazanie domeny, na przykład *example.com*:

```
<input type="hidden" name="as_sitesearch" value="example.com">
```

Wyszukiwanie według daty
: Możliwe jest ograniczenie zakresu wyszukiwania do stron, które zostały zaindeksowane w ciągu ostatnich kilku miesięcy. Można podawać wartości z zakresu od 1 do 12. Ograniczenie zakresu wyszukiwania do stron zaindeksowanych w ciągu ostatnich 7 miesięcy wymaga dołożenia do formularza następującego zapisu:

```
<input type="hidden" name="as_qdr" value="m7">
```

Liczba wyników

Określenie liczby wyników, które mają pojawiać się na stronie, to kwestia podania wartości od 1 do 100. W poniższym przykładzie zdefiniowaliśmy, że na jednej stronie ma być umieszczanych 50 wyników:

```
<input type="hidden" name="num" value="50">
```

Do czego te wszystkie sposoby mogą Ci się przydać? Jeśli szukasz prostego sposobu stworzenia wyszukiwarki, która pozwala wyszukiwać określone typy plików w określonym miejscu, jest to najlepszy dostępny sposób. Jeśli interesuje Cię jednorazowe zastosowanie takiego zapytania, możesz użyć sposobów opisanych w podpunkcie Tajemnice adresów URL wyszukiwarki Google **[Sposób 9.]**, umieszczając zmienne i powiązane z nimi wartości w adresie URL.

Łączenie ukrytych typów plików: przykład

Witryna tompeters.com (*http://www.tompeters.com/*) zawiera kilka plików w formacie PPT. Jeśli chciałbyś w tej witrynie odszukać tylko pliki *.ppt*, musiałbyś wiedzieć, w jaki sposób działa jej wyszukiwarka lub znaleźć sposób dołączenia opcji wyszukiwania typu pliku. Ale możesz stworzyć własny formularz wyszukiwania, który wyszukuje prezentacje programu PowerPoint wewnątrz witryny *tompeter.com*.



Tworząc podręczny formularz wyszukiwania, wychodzimy z założenia, że wyszukiwarka Google zaindeksowała większość lub wszystkie witryny, które poddajesz przeszukiwaniu. Jeśli nie masz co do tego absolutnej pewności, musisz założyć, że wszystkie wyniki zwracane przez wyszukiwarkę Google są niepełne.

Twój formularz może mieć postać:

```
<!-- Search Google for tompeters.com PowerPoints -->
<form method="get" action="http://www.google.pl/search">
<input type="text" name="q" size=31 maxlength=255 value="">
<input type="submit" name="sa" value="Search Google">
<input type="hidden" name="as_filetype" value="ppt">
<input type="hidden" name="as_sitesearch" value="tompeters.com">
<input type="hidden" name="num" value="100">
</form>
<!-- Search Google for tompeters.com PowerPoints -->
```

Korzystanie z ukrytych zmiennych jest wygodne, jeśli chcesz wykonywać wielokrotnie określony typ wyszukiwania. Jeśli jednak chcesz zachować elastyczność w sposobie wyszukiwania, zechcesz prawdopodobnie stworzyć łatwiejszy do modyfikowania formularz.

Tworzenie własnego formularza

Niektóre zmienne powinny pozostać ukryte, jednak możesz pozwolić użytkownikom formularza na modyfikowanie pozostałych.

Wróćmy do poprzedniego przykładu. Chcesz, aby użytkownicy mogli wyszukiwać pliki w formacie ppt, ale chcesz im również umożliwić wyszukiwanie plików stworzonych przy użyciu programu Microsoft Excel i Word. Ponadto chcesz, aby mieli możliwość przeszukiwania witryny tompeters.com, stanu Kalifornia i biblioteki Kongresu. Istnieje oczywiście wiele sposobów stworzenia takiego interfejsu. Nasz przykład wykorzystuje kilka prostych list rozwijanych:

```
<!-- Custom Google Search Form-->
<form method="get" action="http://www.google.pl/search">
<input type="text" name="q" size=31 maxlength=255 value="">
<br />
Wyszukaj plik typu:
<select name="as_filetype">
<option value="ppt">PowerPoint</option>
<option value="xls">Excel</option>
<option value="doc">Word</option>
</select>
<br />
Przeszukiwana witryna:
<select name="as_sitesearch"></option>
<option value="tompeters.com">TomPeters.com</option>
<option value="state.ca.us">Stan Kalifornia</option>
<option value="loc.gov">Biblioteka Kongresu</option>
</select>
<input type="hidden" name="num" value="100">
</form>
<!-- Custom Google Search Form-->
```

FaganFinder (*http://www.faganfinder.com/engines/google.shtml*) jest doskonałym przykładem przystosowanego do potrzeb użytkownika formularza.



SPOSÓB 11.

Wyszukiwanie według daty

Nieudokumentowana, ale bardzo przydatna cecha wyszukiwarki Google i interfejsu API to możliwość wyszukiwania w określonym przedziale czasowym.

Zanim przejdziemy do omówienia tematu wyszukiwania w określonym przedziale czasowym, musimy wspomnieć o kilku ważnych, związanych z tym kwestiach. Pierwszą z nich jest uświadomienie czytelnikowi, że wyszukiwanie w zakresie dat nie ma nic wspólnego z datą stworzenia strony. Jest to bezpośrednio związane z datą zaindeksowania strony. Jeśli strona została utworzona 8 marca 1999 roku, ale wyszukiwarka zaindeksowała ją dopiero 22 maja 2002 roku, to data, według której należy strony wyszukiwać, to 22 maja 2002 roku.

Drugą kwestią jest możliwość wielokrotnego indeksowania stron przez wyszukiwarkę Google. Przy każdym ponownym umieszczeniu w indeksie przypisywana jest stronie nowa data. Dlatego nie należy polegać na dacie pierwszego zaindeksowania strony. Znacznik czasu daterange: może ulec modyfikacji przy kolejnym indeksowaniu strony. To, czy zostanie on zmodyfikowany, zależy od tego, czy zawartość strony uległa zmianie.

Po trzecie, twórcy wyszukiwarki Google nie biorą odpowiedzialności za wyniki wyszukiwania przy użyciu znaczników czasu indeksowania stron. Jeśli uzyskasz podczas takiego wyszukiwania nieoczekiwane wyniki, to nie możesz się skarżyć twórcom narzędzia.

Wyszukiwarka umożliwia wykorzystanie elementu znacznika czasu zaindeksowania na stronie Zaawansowanego szukania, ale pozwala na prowadzenie wyszukiwania jedynie w zakresie ostatniego miesiąca, trzech, sześciu lub roku.

Składnia elementu daterange:

Istnieje kilka powodów, dla których użytkownik może być zainteresowany wyszukiwaniem według daty zaindeksowania strony:

- Możesz ograniczyć zwracane wyniki do najnowszych stron. Może się zdarzyć, że wyszukiwarka znajdzie dziwną stronę, którą zaindeksuje raz, i strona ta po dwóch latach nadal będzie widoczna w wynikach wyszukiwania. Ograniczenie zakresu wyszukiwania do stron, które zostały zaindeksowane w pewnym wskazanym okresie, pozwoli uniknąć takich sytuacji.
- Pozwala pominąć najbardziej aktualne informacje. Powiedzmy, że Jan Makuta ustanawia światowy rekord w jedzeniu pączków i wkrótce potem ratuje dziecko z płonącego budynku. Po tygodniu wszystkie wyniki wyszukiwania będą pełne informacji na temat Jana Makuty. Jeśli akurat szukasz informacji na temat innego Jana Makuty, dzieci lub płonących budynków, trudno Ci będzie je odszukać w tym natłoku nowych wiadomości.

  Możesz jednak uniknąć przeglądania informacji o osiągnięciach Jana Makuty, ustawiając zakres daty wyszukiwania na okres poprzedzający konkurs. Takie rozwiązanie działa również, jeśli chcesz uniknąć ważnych wiadomości, jak przestępstwo lub pożar lasu, albo wydarzeń odbywających się regularnie o co najmniej krajowym zakresie, jak wybory lub igrzyska olimpijskie.
- Możesz porównywać wyniki uzyskiwane w pewnym okresie, na przykład jeśli chcesz szukać wystąpień nazw „Mac OS X" i „Windows XP" w wyznaczonym czasie.

  Oczywiście tego typu przeliczenie nie jest idealne. Daty zaindeksowania zmieniają się w miarę upływu czasu. Jest jednak wystarczająco dobre, aby wychwycić ogólne trendy.

Składnia elementu `daterange:` jest bardzo prosta:

```
daterange:startdate-enddate
```

Sztuczka polega na tym, że daty muszą być podane zgodnie z kalendarzem juliańskim — jest to ciąg dni liczonych od południa 1 stycznia 4713 roku p.n.e. Na przykład 8 lipca 2002 roku to zgodnie z kalendarzem juliańskim 2452463.5, natomiast 22 maja 1968 roku to 2439998.5. Ponadto wyszukiwarka Google niezbyt przychylnie traktuje wartości dziesiętne w zapytaniach zawierających element `daterange:`. Należy korzystać tylko z liczb całkowitych: 2452463 lub 2452464 (w zależności od tego, czy chcesz zaokrąglić wartość w górę czy w dół).



W sieci dostępnych jest wiele witryn umożliwiających konwersję dat kalendarza gregoriańskiego na juliański. Dobry konwerter znajduje się w witrynie U.S. Naval Observetory Astronomical Applications Department (*http://aa.usno.navy.mil/data/docs/JulianDate.html*) oraz w witrynie Mauro Orlandini (*http://www.tesre.bo.cnr.it/~mauro/JD/*). Pozwala on na konwersję w obie strony. Więcej witryn możesz odszukać, uruchamiając wyszukiwanie w wyszukiwarce Google (*http://www.google.com/search?hl=en&lr=&ie=ISO-8859-1&q=julian+date*).

Możesz używać elementu `daterange:` w połączeniu z większością elementów składni wyszukiwarki Google, z wyjątkiem elementu `link:`, którego nie można używać **[Sposób 8.]** w połączeniu z innymi elementami składni **[podpunkt „Składnia specjalna"]** oraz Specjalnymi zestawieniami wyszukiwarki Google **[Rozdział 2.]** (na przykład `stocks:` i `phonebook:`).

Element `daterange:` daje doskonałe rezultaty, jeśli chodzi o ograniczenie zakresu wyszukiwania. Przyjrzyjmy się paru przykładom. Geri Halliwell odeszła od Spice Girls około 27 maja 1998 roku. Jeśli chcesz uzyskać informacje na temat tego rozstania, możesz wykonać wyszukiwanie dla 10 dni zawierających wskazaną datę — powiedzmy od 25 maja do 4 czerwca. Zapytanie miałoby następującą postać:

```
"Geri Halliwell" "Spice Girls" daterange:2450958-2450968
```

Zwróconych zostanie około 25 wyników, łącznie z wiadomościami prasowymi na temat rozłamu w zespole. Jeśli interesują Cię mniej oficjalne źródła, zastąp `Geri Halliwell` imieniem `Geri` lub `Ginger Spice`.

Oczywiście jest to przykład bardzo prostego zastosowania tego elementu składni, ale obrazuje on jego możliwości. Wydarzenie, dla które można w prosty sposób określić „przed" i „po" — wypadek, śmierć, znacząca zmiana sytuacji — może być ujęte w wyszukiwaniu w oparciu o zakres terminów.

Możesz również użyć daty zdarzenia, aby wpłynąć na zakres wyników wyszukiwania. Na przykład były prezes firmy ImClone, Sam Waksal, został aresztowany 12 czerwca 2002 roku. Nie musisz wykonywać wyszukiwania nazwiska Sam Waksal, aby uzyskać bardzo ograniczony zbiór wyników dla 13 czerwca 2002:

```
imclone daterange:2452439-2452439
```

Analogicznie, jeśli wykonasz wyszukiwanie dla słowa imclone przed datą 2452439, otrzymasz całkowicie inne wyniki. Jako interesujące ćwiczenie możesz wykonać wyszukiwanie związane z aresztowaniem, ale datowane na kilka dni przed samym aresztowaniem:

```
imclone investigated daterange:2452000-2452435
```

Jest to doskonały sposób odszukania informacji oraz analizy zdarzeń poprzedzających wskazaną datę, co umożliwia przeprowadzenie analizy sytuacji, która doprowadziła do określonego zdarzenia. (Jeśli nie korzystasz z tego typu wyszukiwania, takie informacje zostaną przesłonięte informacjami na temat samego zdarzenia).

Ale co możemy zrobić, jeśli chodzi o zawężenie zakresu wyszukiwania według daty stworzenia strony?

Wyszukiwanie według daty stworzenia strony

Wyszukiwanie informacji według daty ich stworzenia jest bardzo trudne. Nie istnieje standardowy format daty (nie można za taki uznać formatu juliańskiego), a większość ludzi nie nadaje swoim stronom dat. Niektóre witryny nie zawierają informacji o dacie w nagłówku, a niektóre systemy zarządzania dokumentami rutynowo nadają dokumentom aktualną datę, co stwarza dodatkowe trudności.

Ze swojej strony mogę zaproponować kilka sugestii na temat wyszukiwania według daty stworzenia strony. Spróbuj dodać łańcuch typowych formatów daty do swojego zapytania. Załóżmy, że interesuje Cię dokument utworzony w maju 2003 roku. Możesz spróbować wstawić następujące daty:

```
("Maj * 2003" | "Maj 2003" | 05/03 | /05/*/03)
```

Zapytanie tego typu wykorzystuje ograniczenie do 10 słów w zapytaniu, jednak najlepiej jest podejść do problemu w sposób oszczędny — wykonać wyszukiwanie dla każdego z tych formatów daty osobno. Jeśli przy jednej z wersji otrzymujesz zbyt wiele wyników, spróbuj ograniczyć wyszukiwanie do znacznika `<title>`.

Jeśli czujesz, że to Twój szczęśliwy dzień, możesz spróbować wykonać wyszukiwanie według pełnej daty, jak na przykład 9 maja 2003. Do Ciebie należy decyzja, jakiego formatu daty chcesz użyć podczas swojego wyszukiwania: `9 maja 2003`, `9/5/2003`, `9 maja 03` itd. Wyszukiwanie według dokładnej daty może w znacznym stopniu ograniczyć liczbę zwracanych wyników i powinno być używane tylko jako ostatnia deska ratunku.

Korzystając z wyszukiwania w oparciu o zakres dat, użytkownik musi myśleć w sposób elastyczny, musi tworzyć zapytanie w bardzo ogólnej formie (gdyż wskazanie zakresu dat może w znacznym stopniu ograniczyć liczbę zwracanych wyników) i być bardzo cierpliwy, gdyż różne daty i formaty będą zwracały różne wyniki. W nagrodę otrzyma mniejszy zbiór wyników, które będą zgodne z interesującym go zdarzeniem lub tematem.



SPOSÓB 12.

Korzystanie z kalendarza juliańskiego

Jak poznać i polubić daty w formacie kalendarza juliańskiego.

Wyszukiwanie w oparciu datę — świetne! Wyszukiwanie w oparciu o datę w formacie kalendarza juliańskiego — irytujące (przynajmniej dla istoty ludzkiej)!

Data w formacie kalendarza juliańskiego odpowiada liczbie dni, które upłynęły od 1 stycznia 4713 roku p.n.e. W odróżnieniu od dat według kalendarza gregoriańskiego, które zmieniają się o północy, daty kalendarza juliańskiego zmieniają się w południe, dzięki czemu ich użycie jest wygodne dla astronomów.

Data kalendarza juliańskiego to jedna liczba. Nie jest podzielona na dni, miesiące i lata. Taki format stwarza duże problemy ludziom, ale jest bardzo wygodny dla komputerów, ponieważ zmiana daty polega jedynie na dodaniu lub odjęciu określonej liczby bez konieczności przejmowania się zmianą miesiąca lub roku.

Aby użyć składni elementu daterange: wyszukiwarki Google w języku Perl, musiałbyś znaleźć sposób konwersji lokalnego czasu komputera na format daty według kalendarza juliańskiego. Możesz użyć modułu Time::JulianDay, który zawiera wiele sposobów modyfikowania czasu lokalnego w formacie daty zgodnym z kalendarzem juliańskim. Moduł oraz więcej informacji na ten temat możesz uzyskać pod adresem *http://search.cpan.org/search?query=Time%3A%3AjulianDay*.

Sposoby wykorzystujące format daty zgodny z kalendarzem juliańskim i wyszukiwanie według daty nieustannie pojawiają się w tej książce. Zacznij od informacji na temat wyszukiwania według daty **[Sposób 11.]**. W książce znajdziesz również sposoby tworzenia wyszukiwania w formularzu użytkownika **[Sposób 42.]** oraz wyszukiwanie w oparciu o datę przy użyciu aplikacji uruchamianych po stronie klienta **[Sposób 60.]**.



SPOSÓB 13.

Korzystanie ze znaków zastępczych

Znak zastępczy wyszukiwarki Google może być użyty zamiast słowa kluczowego w zapytaniu.

Niektóre wyszukiwarki obsługują technikę zwaną `stemming`. Polega ona na umieszczeniu znaku zastępczego — zwykle jest to znak `*` (gwiazdki), ale zdarza się, że jest to znak `?` (znak zapytania) — w jednym z fragmentów zapytania w celu uzyskania wariantów tego zapytania, w których znak zastępczy będzie zastąpiony możliwym wariantem słowa. Na przykład słowo `księga*` mogłoby zastępować słowa: księgarnia, księgarz, księgarstwo itd.

Wyszukiwarka Google nie obsługuje techniki stemming.

W zamian wyszukiwarka Google pozwala korzystać ze znaku zastępczego umieszczanego w miejscu całego słowa. Nie możesz umieścić znaku zastępującego fragment słowa, ale możesz użyć znaku zastępczego (znakiem zastępczym wyszukiwarki Google jest `*`) umieszczonego wewnątrz zwrotu, który będzie w tej sytuacji zastępował całe słowo. Wyszukiwanie zwrotu `"trzy * myszy"` odpowiada zwrotom trzy ślepe myszy, trzy niebieskie myszy, trzy zielone myszy itd.

Do czego może się przydać znak zastępczy? Nie jest on z pewnością tak wygodny jak technika stemming, ale jego koncepcja jest łatwiejsza do zrozumienia dla przeciętnego użytkownika. Jeden znak `*` odpowiada jednemu słowu; dwa znaki `*` oznaczają, że w tym miejscu powinny wystąpić dwa słowa, itd. Znaki zastępcze przydają się w następujących sytuacjach:

- Pozwalają uniknąć ograniczenia do 10 słów w zapytaniu **[Sposób 5.]** wyszukiwarki Google. Najczęściej spotykasz się z tymi przykładami, kiedy próbujesz odszukać słowa piosenki lub cytat. Przy wpisaniu zwrotu „Fourscore and seven years ago,

our fathers brought forth on this continent" w wyszukiwarce Google będą brane pod uwagę tylko słowa znajdujące się do słowa „on", wszystkie kolejne zostaną pominięte.

- Umożliwiają sprawdzenie częstotliwości występowania określonych zwrotów i ich pochodnych, jak w przypadku `intitle:"methinks the * doth protest too much"` i `intitle:"the * of Seville"`.
- Pozwalają na uzupełnienie braków pamięci. Być może pamiętasz jedynie krótki fragment słów piosenki; wystarczy, że wykonasz wyszukiwanie, wstawiając tylko te słowa, które pamiętasz, a nie zmyślone linijki.

Weźmy na przykład hymn dyskotek „Good Times" wykonywany przez Chic. Załóżmy, że interesuje nas wers „You silly fool, you can't change your fate".

Być może słyszałeś już te słowa, ale nie możesz przypomnieć sobie, czy w tym fragmencie występuje słowo „fool" czy jest to jakieś inne słowo. Jeśli się mylisz (jeśli słowa w rzeczywistości brzmią „You silly child, you can't change your fate"), wyszukiwanie nie zwróci żadnych wyników i dojdziesz do wniosku, że nikt w sieci WWW nie opublikował słów tej piosenki.

Rozwiązaniem byłoby uruchomienie zapytania, w którym słowo, co do którego masz wątpliwości, zostałoby zastąpione znakiem * w następujący sposób:

```
"You silly *, you can't change your fate"
```

Możesz użyć tej metody w przypadku cytatów, słów piosenek, poezji i innych. Powinieneś jednak pamiętać, że musisz umieścić w zapytaniu większy fragment zwrotu, aby odszukać interesujące Cię wyniki. Wyszukiwanie zwrotu `"you * fool"` zwróci bardzo dużo wyników niezwiązanych z poszukiwanym przez Ciebie zwrotem.



SPOSÓB 14.

Element inurl: a element site:

Element inurl: pozwala przeszukiwać witryny znajdujące się wewnątrz określonej domeny.

Element składni `site:` doskonale sprawdza się w sytuacjach, gdy chcesz ograniczyć zakres wyszukiwania do określonej domeny, jak na przykład *example.com*, *www.example.org* lub *edu*: `site:edu`. Nie radzi on sobie natomiast w sytuacji, gdy interesuje Cię witryna znajdująca się wewnątrz wskazanej domeny (na przykład podkatalog */~sam/album/*).

Na przykład, jeśli interesuje Cię zawartość witryny GeoCities, nie możesz korzystać z elementu site:, aby odszukać strony znajdujące się pod adresem *http://www.geocities.com/Heartland/Meadows/6485/*, gdyż wyszukiwarka Google nie zwróci żadnych wyników. Możesz w tym celu wykorzystać element składni `inurl:` **[podpunkt „Składnia specjalna"]**, aby odszukać podany łańcuch znaków pod wskazanym adresem URL. Zapytanie miałoby następującą postać:

```
inurl:www.geocities.com/Heartland/Meadows/6485/
```



O ile prefiks `http://` podawany w adresie URL jest pomijany przez wyszukiwarkę Google, jeśli jest podawany w połączeniu z elementem `site:`, to może on wpłynąć na liczbę zwracanych wyników, jeśli zostanie podany w połączeniu z elementem `inurl:`. Upewnij się, że usunąłeś prefiksy z zapytania wykorzystującego element `inurl:`, aby uzyskać jak najlepsze wyniki.

Zauważ, że korzystanie z elementu `inurl:` zamiast elementu `site:` ma dwie zasadnicze zalety:

- Możesz użyć elementu `inurl:` samodzielnie bez konieczności podawania innych słów kluczowych (co jest niemożliwe w przypadku elementu `site:`).
- Możesz korzystać z niego przy przeszukiwaniu podkatalogów.

Liczba poddomen

Możesz również użyć elementu `inurl:` w połączeniu z elementem `site:`, aby uzyskać informacje na temat poddomen. Na przykład ile poddomen znajduje się w domenie helion.com.pl? Nie możesz uzyskać tej informacji przez użycie zapytania `site:helion.com.pl`, ale nie możesz także uzyskać tej informacji, korzystając z samego elementu `inurl:"*.helion.com.pl"` (ponieważ takie zapytanie odszuka również kopie lustrzane witryny oraz inne strony zawierające łańcuch znaków helion.com.pl, które nie są częścią witryny *helion.com.pl*).

Poprawnie będzie działać zapytanie:

```
site:helion.com.pl inurl:"*.helion.com.pl" -inurl:"www.helion"
```

Przedstawione zapytanie będzie w następujący sposób potraktowane przez wyszukiwarkę Google: „Sprawdź w witrynie *helion.com.pl*, dla której adres strony zawiera łańcuch znaków '*.helion' (pamiętasz, co mówiłem o znakach zastępczych? **[Sposób 13.]**), ale zignoruj adresy URL zawierające łańcuch 'www.helion'" (ponieważ jest to poddomena, z którą jesteś dobrze zaznajomiony).



SPOSÓB 15.

Sprawdzanie pisowni[2]

Wyszukiwarka Google czasem samodzielnie poprawia wpis w zapytaniu, który uzna za błąd pisowni.

Jeśli kiedykolwiek korzystałeś z innych wyszukiwarek internetowych, z pewnością doświadczyłeś tego, co nazywam „bezmyślnym korektorem". Sytuacja ma miejsce, gdy wprowadzisz prawidłowe słowo a wyszukiwarka sugeruje zupełnie inne zapytanie („Elvis Parsley" zamiast „Elvis Presley"). Wyszukiwarka Google jest nieco sprytniejsza.

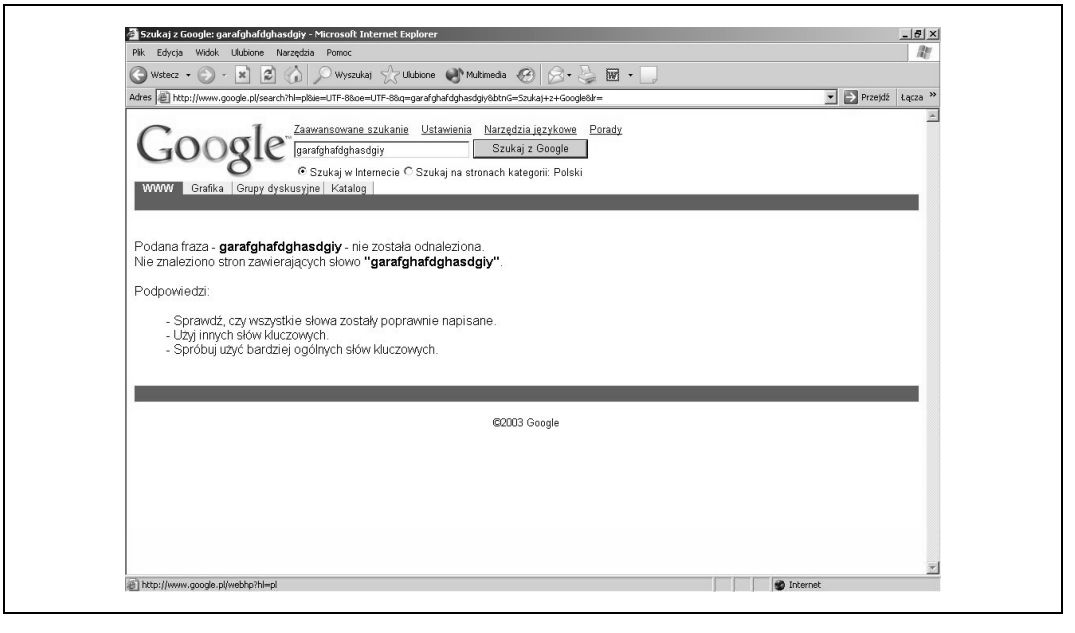
Gdy wyszukiwarka Google uzna, że w przeciwieństwie do Ciebie zna poprawną pisownię podanego słowa, zaproponuje zastąpienie go. Na przykład, jeśli chcesz wyszukać słowo `hydrocephelus`, wyszukiwarka zaproponuje zastąpienie go słowem `hydrocephalus`.

[2] Funkcja ta występuje wyłącznie dla angielskiej wersji językowej — *przyp. red.*

Jeśli odrzucisz zaproponowaną sugestię, wyszukiwarka Google uzna, że chcesz wykonać wyszukiwanie słowa właśnie w takiej formie i dla tak zapisanego słowa będzie wyszukiwać zgodnych wpisów.

Jeśli zapytanie nie zwróci żadnych wyników dla tak podanej formy słowa, a wyszukiwarka Google uzna, że zna poprawny jego zapis, automatycznie zostanie wykonane nowe wyszukiwanie zawierające słowo w poprawionej formie. Dlatego wyszukiwanie słowa `hydracefallus`, które nie zwróci żadnych wyników, spowoduje ponowne uruchomienie tego samego zapytania z wykorzystaniem prawidłowej pisowni słowa `hydrocephalus`.

Wyszukiwarka Google nie korzysta z predefiniowanego słownika do tworzenia podpowiedzi słów, ale tworzy je w oparciu o własną bazę słów i zwrotów odszukanych podczas indeksowania stron WWW. Jeśli spróbujesz odszukać bzdurny zwrot, jak na przykład `garafghafdghasdgiy`, nie zostaną zwrócone żadne wyniki i nie pojawi się żadna podpowiedź, jak pokazano na rysunku 1.10.



Rysunek 1.10. Słowo, którego wyszukiwanie nie zwróciło żadnych wyników



Jest to przydatny efekt uboczny oraz szybki i prosty sposób sprawdzenia częstotliwości pojawiania się danej pisowni słowa. Zapytanie zawierające określoną pisownię słowa zwraca określoną liczbę wyników. Następnie możesz kliknąć pisownię sugerowaną przez wyszukiwarkę Google i sprawdzić zwróconą liczbę wyników. Zaskakujące jest, jak niewielkie różnice w liczbie zwracanych wyników się czasem pojawiają.

Błędy mile widziane

Nie należy popełnić błędu automatycznego odrzucenia wyników zwróconych przy podaniu błędnego zapisu słowa, szczególnie w przypadku nazwisk. Przez wiele lat byłem wielbicielem talentu Billa Mauldina, ale nieustannie przekręcam jego nazwisko, pisząc „Bill Maudlin". Sądząc po wynikach prostego wyszukiwania, nie jestem jedyną osobą, która to robi. Nie istnieje prawo nakazujące sprawdzanie poprawności każdej strony przed jej opublikowaniem, więc często warto przyjrzeć się wynikom mimo błędu popełnionego w pisowni słowa.

W ramach eksperymentu spróbuj wyszukać dwa błędnie zapisane słowa dotyczące tego samego tematu, jak na przykład `ventriculostomy hydrocephalis`. Jakiego rodzaju informacje uzyskałeś? Czy uzyskane informacje mogłyby zostać zebrane w określonej kategorii?

W chwili powstawania tej książki wyszukiwanie słów zwraca tylko dwa wyniki. Obydwa wyniki wskazują wpis w książce gości witryny oddziału Developmental (Pediatric) Neurosurgery szpitala Massachusetts General Hospital/Harvard University. Wpisywane tam uwagi są autorstwa osób, które stykają się z różnego rodzaju problemami neurochirurgicznymi. Nie istnieje prawo nakazujące sprawdzanie poprawności pisowni materiałów, szczególnie tak nieformalnych jak wpisy w książce gości, publikowanych w sieci WWW.

Opisaną metodę możesz wykorzystać podczas przeprowadzania własnych poszukiwań. Kiedy szukasz opisów pochodzących od osób, które przeszły chorobę lub uraz, to nazwa, której będziesz wyszukiwać, może być przez te osoby błędnie zapisana. Z drugiej strony, jeśli interesują Cię informacje czysto techniczne lub zapisy pochodzące z wiarygodnych źródeł, odfiltrowanie błędnie zapisanych słów pozwoli na ograniczenie zwracanej liczby wyników.



SPOSÓB 16.

Odwołanie do słownika[3]

Oprócz katalogu pozwalającego sprawdzać pisownię podanych słów, wyszukiwarka Google łączy się również z witryną Dictionary.com.

Sprawdzanie poprawności pisowni wyszukiwarki Google **[Sposób 15.]** jest zbudowane w oparciu o własną bazę danych słów i zwrotów utworzoną podczas katalogowania stron WWW. Dzięki temu zawiera ona sugestie dotyczące prawidłowej pisowni rzadziej używanych nazw, zwrotów itd., wyszukiwarka Google oferuje również dostęp do słownika definicji wspieranego przez witrynę *Dictionary.com* (*http://www.dictionary.reference.com/*). Definicje pochodzące z wiarygodnego źródła i poparte różnego rodzaju wyspecjalizowanymi katalogami są siłą rzeczy bardziej ograniczone.

Uruchom wyszukiwanie. Na stronie wyświetlania wyników zauważysz zwrot „Szukano [słowo kluczowe]". Gdyby słowa znajdujące się w zapytaniu znajdowały się również w słowniku, to słowo kluczowe zawierałoby hiperłącze do słownika. Zidentyfikowane zwroty byłyby połączone ze słownikową definicją całego zwrotu; na przykład zapytanie

[3] Funkcja dostępna tylko w angielskiej wersji językowej — *przyp. red.*

"jolly roger" pozwoli odszukać w słowniku zwrot „jolly roger". Z drugiej strony, zwrot "computer legal" wskaże słownikowe definicje słów „computer" i „legal".

Wyszukiwanie definicji może się zakończyć niepowodzeniem w przypadku rzadko spotykanych słów, słów, które pojawiły się niedawno, żargonowych oraz słownictwa technicznego (zwanego inaczej specjalistycznym żargonem). Jeśli interesuje Cię znaczenie słowa, a wyszukiwarka Google nie potrafi wskazać definicji, spróbuj użyć witryny OneLook (*http://www.onelook.com/*), która zawiera definicje ponad 4 milionów słów w 700 słownikach. Jeśli to również nie pomoże, wróć do wyszukiwarki Google, stosując jedną z następujących sztuczek (*słowo kluczowe* to słowo, które Cię interesuje):

- Jeśli szukasz kilku słów — na przykład czytasz instrukcję obsługi — wyszukaj wszystkie słowa równocześnie. W ten sposób może trafisz na odpowiedni słownik. Być może czytasz książkę na temat marketingu i nie znasz wielu pojawiających się w niej słów. Jeśli szukasz zwrotu storyboard stet SAU, zwróconych zostanie tylko kilka wyników i każdy z nich będzie wskazywał na słownik.
- Spróbuj wyszukać interesujące Cię słowo w połączeniu ze słowem glossary; powiedzmy stet glossary. Musisz koniecznie użyć rzadko wykorzystywanego słowa. Możesz na przykład nie wiedzieć, co znaczy słowo „spread" w znaczeniu marketingowym, ale wyszukiwanie słów kluczowych spread glossary zwróci ponad 300 tysięcy wyników pochodzących z różnych słowników. Więcej informacji na temat tłumaczenia znajdziesz w podpunkcie „Interfejs wyszukiwarki Google dla tłumaczy" **[Sposób 19.]**.
- Spróbuj odszukać zwrot *słowo kluczowe* means lub słowa What does *słowo kluczowe* mean?.
- Jeśli szukasz słowa z terminologii medycznej lub technicznej, możesz ograniczyć swoje wyszukiwanie do witryn domeny naukowej (*.edu*). Jeśli interesuje Cię definicja „equine acupuncture" oraz jej zastosowania w leczeniu „laminitis", wpisz w wyszukiwarce słowa "equine acupuncture" laminitis.
- Użycie elementu site:edu zwróci krótką listę wyników. Ponadto unikniesz przeglądania list literatury oraz sklepów internetowych; jest to wygodne, jeśli szukasz informacji i nie masz zamiaru niczego kupować. Jeśli interesuje Cię żargonowe znaczenie słowa, możesz ograniczyć swoje wyszukiwanie do takich witryn jak Geocities and Tripod. Często młodzi ludzie umieszczają w swoich witrynach zlokalizowanych na witrynie Geocities nieformalne informacje i możesz na nich znaleźć wiele słów w znaczeniu żargonowym zamiast suchych definicji. W witrynie Geocities można znaleźć niewiarygodne ilości słowników. Wpisz zapytanie glossary site:geocities.com. Sam się przekonasz.

Powiązanie wyszukiwarki Google z witryną Dictionary.com oznacza, że wyszukiwanie definicji słowa jest proste i szybkie. Ale nawet rzadko używane słowa są możliwe do odszukania, jeśli tylko zastosujesz odrobinę kreatywnego myślenia.



SPOSÓB 17.

Odwołanie do książki telefonicznej

Wyszukiwarka Google stanowi również doskonałą książkę telefoniczną i pozwala nawet na wyszukiwanie po samym numerze telefonu.

Wyszukiwarka Google łączy informacje o prywatnych i firmowych numerach telefonów z doskonałym interfejsem i umożliwia przeszukiwanie książek telefonicznych Stanów Zjednoczonych. Wyszukiwanie umożliwia korzystanie z trzech różnych elementów składni, różne poziomy informacji oferują różne wyniki, a wyszukiwarka Google nie udostępnia żadnej dokumentacji na ten temat.

Trzy elementy składni

Użytkownik może przeszukiwać książkę adresową na trzy sposoby:

`phonebook`
: Przeszukuje całą książkę telefoniczną wyszukiwarki Google.

`rphonebook`
: Przeszukuje tylko prywatne numery.

`bphonebook`
: Przeszukuje tylko numery firmowe.



Strona wynikowa wyszukiwania z użyciem elementu `phonebook:` wyświetla tylko pięć wyników, są to zarówno numery prywatne, jak i służbowe. Dedykowane książki telefoniczne `rphonebook:` i `bphonebook:` wyświetlają 30 wyników na stronie. Aby zwiększyć szanse odszukania interesującego Cię numeru, polecam korzystanie z dedykowanej książki telefonicznej.

Korzystanie z elementów składni

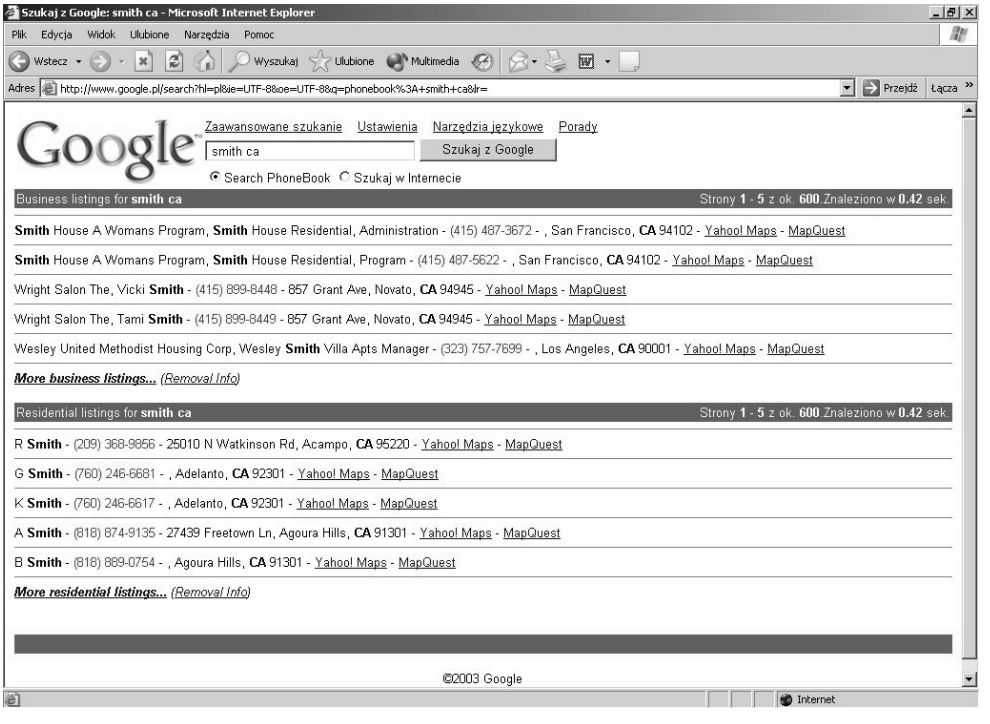
Korzystanie ze standardowej książki telefonicznej wymaga podania wielu informacji na temat osoby, której numeru szukasz: imienia, nazwiska, miasta oraz stanu. Książka telefoniczna Google wymaga podania jedynie nazwiska i stanu. Przeszukanie sieci WWW pod kątem numeru telefonu pana Smitha, który mieszka w Kalifornii, wymaga jedynie następującego zapytania:

```
phonebook: smith ca
```

Rysunek 1.11 przedstawia wyniki zapytania.

Zauważ, że o ile intuicja może Ci podpowiadać, że w Kalifornii mieszkają tysiące osób o nazwisku Smith, to wyszukiwarka Google twierdzi, że jest tych osób jedynie 600. Podobnie jak standardowa wyszukiwarka Google zwraca maksymalnie 1000 wyników, przeszukiwanie książki telefonicznej zwraca maksymalnie 600 wyników. Spróbuj ograniczyć liczbę wyników wyszukiwania, dodając imię lub miasto:

```
phonebook: john smith los angeles ca
```



Rysunek 1.11. Strona wynikowa wyszukiwania phonebook:

W chwili, gdy powstawała ta książka, książka telefoniczna wyszukiwarki Google odszukała 3 firmowe i 22 prywatne numery telefonów Johnów Smithów zamieszkałych w Los Angeles w Kalifornii.

Braki. Elementy składni książki telefonicznej to potężne i niezwykle przydatne narzędzia, ale mogą być trudne w użyciu, jeśli nie będziesz pamiętał o kilku istotnych zasadach ich działania.

- Elementy składni rozróżniają wielkość liter. Wyszukiwanie `phonebook:john doe ca` zadziała poprawnie, podczas gdy wyszukiwanie `Phonebook: john doe ca` nie będzie działało (zwróć uwagę na wielką literę `P` w słowie `Phonebook`).
- Znaki zastępcze nie działają. Ale z drugiej strony, nie są wcale potrzebne; książka telefoniczna Google nie wymaga używania takich metod. Na przykład, jeśli chcesz odnaleźć sklepy w Nowym Jorku, które w swojej nazwie zawierają słowo „Coffee", nie musisz wymyślać każdej kombinacji jak „Coffee Shop", „Coffee House" itd. Wystarczy, że wpiszesz wyszukiwanie `bphonebook:coffee new york ny`, a pojawi się lista wszystkich firm w Nowym Jorku, których nazwa zawiera słowo „coffee".
- Wyjątki nie działają. Być może chcesz odszukać sklepy z kawą, ale nie firmy Starbucks. Mogłoby się wydawać, że problem powinno rozwiązać zapytanie `phonebook:coffee -starbucks new york ny`. Wydawać być się mogło,

że szukasz sklepów z kawą, których nie firmuje Starbucks. Niestety, tak nie jest. Wyszukiwarka uznaje, że szukasz obu słów „coffee" i „starbucks", i zwraca wyniki dokładnie odwrotne do oczekiwanych: numery wszystkich sklepów z kawą Starbucks w Nowym Jorku.

- Operator logiczny `OR` nie zawsze działa. Możesz zacząć się zastanawiać, czy książka telefoniczna wyszukiwarki Google działa poprawnie, jeśli zapytanie zawiera operator logiczny `OR`. Możesz spróbować wykonać eksperyment odszukania wszystkich sklepów z kawą na Rhode Island i na Hawajach: `phonebook:coffee (ri | hi)`. Niestety, takie zapytanie nie zadziała poprawnie, zwrócone zostaną jedynie wyniki wskazujące sklepy na Hawajach. Dzieje się tak, ponieważ wyszukiwarka nie potraktuje zwrotu `(ri | hi)` jako kodu stanu, a jako kolejny element, który należy odszukać. Więc jeśli odwrócisz kolejność umieszczenia kodów stanów w zapytaniu, które będzie miało postać coffee `(hi | ri)`, wyszukiwarka Google odszuka wpisy zawierające łańcuch znaków „coffee" i łańcuch `hi` lub `ri`. Odnajdziesz w ten sposób Hi-Tide Coffee (w Massachusetts) oraz kilka sklepów z kawą na Rhode Island. Lepszym sposobem jest umieszczenie operatora logicznego OR w środku zapytania, a na jego końcu podanie kodu stanu. Jeśli na przykład chcesz odszukać sklepy z kawą sprzedające pączki lub paluszki, możesz użyć następującego zapytania `bphonebook:coffee ( donuts | bagels ) ma`. Odszukane zostaną sklepy, których nazwa zawiera słowo `coffee` i słowo `donuts` lub słowo `bagels` w Massachusetts. Wniosek z tego jest taki, że możesz używać operatora logicznego `OR` w nazwie firmy lub osoby, ale nie w stosunku do miejsca.

Odwrócone wyszukiwanie w książce telefonicznej. Składnia wszystkich trzech książek telefonicznych pozwala na odwrócone wyszukiwanie. Najlepiej jednak do tego celu wykorzystywać ogólną książkę telefoniczną `phonebook:`. Pozwoli Ci to uniknąć pomyłki, gdyż numer, którego szukasz, może być zaklasyfikowany jako prywatny lub firmowy.

Aby wykonać odwrócone wyszukiwanie, wystarczy podać numer telefonu wraz z numerem kierunkowym. Wyszukiwanie bez podania numeru kierunkowego nie będzie działało.

```
phonebook:(707) 829-0515
```

Nietrudno zauważyć, że odwrócone wyszukiwanie nie zawsze zwraca wyniki. Jeśli nie masz szczęścia, możesz spróbować wyszukiwania za pomocą witryny WhitePages.com (*http://www.whitepages.com*).

Wyszukiwanie książek telefonicznych za pomocą wyszukiwarki Google. Książka telefoniczna Google jest dobrym punktem wyjściowym, ale jej możliwości są ograniczone. Jeśli szukasz numeru telefonu wyższej uczelni lub innej dużej instytucji, nie znajdziesz go w książce telefonicznej Google, ale z pewnością uda Ci się odszukać odpowiednią książkę telefoniczną, jeśli taka jest dostępna w sieci.

Jeśli szukasz książki telefonicznej wyższej uczelni, spróbuj wpisać zapytanie w następującej formie: `inurl:phone site:`*`universty.edu`*, zastępując uniwersystet.edu

nazwą domeny uczelni wyższej, która Cię interesuje. Na przykład, aby odszukać w sieci książkę telefoniczną University of North Carolina, wyszukiwanie powinno mieć postać:

```
inurl:phone site:unc.edu
```

Jeśli to nie zadziała, istnieje kilka wariantów tego zapytania, których możesz użyć, umieszczając nazwę domeny interesującej Cię uczelni w miejscu *unc.edu*:

```
title:"phone book" site:unc.edu
(phonebook | "phone book") lookup faculty staff site:unc.edu
inurl:help (phonebook | "phone book") site:unc.edu
```

Jeśli szukasz książek telefonicznych różnych uniwersytetów, spróbuj ogólnego wyszukiwania w domenie *.edu* zamiast bardziej szczegółowego wyszukiwania w witrynie konkretnego uniwersytetu. Dostępnych jest również kilka witryn, które zawierają książki telefoniczne uniwersytetów:

- Phonebook Gateway — Server Lookup (*http://www.uiuc.edu/cgi-bin/ph/lookup*) (ponad 330 książek telefonicznych).
- Phone Book Servers (*http://www.envmed.rochester.edu/www/ph.html*) (ponad 400 książek telefonicznych).



SPOSÓB 18.

Śledzenie wyników giełdowych[4]

Dobrze skonstruowane zapytanie w wyszukiwarce Google jest w stanie zwrócić informacje, które przekraczają zakres usług tradycyjnych serwisów giełdowych.

Do grupy mniej znanych elementów składni wyszukiwarki Google należy element `stocks:`. Wyszukiwanie elementu `stocks:`*`symbol`*, gdzie symbol odpowiada symbolowi firmy, której akcje Cię interesują, skieruje Cię do witrynę Yahoo! Finance (*http://finance.yahoo.com/)*, gdzie uzyskasz szczegółowe informacje. Strona Yahoo! jest wyświetlana wewnątrz ramki wyszukiwarki Google; w lewym górnym roku znajduje się logo wyszukiwarki Google oraz hiperłącza do takich witryn zajmujących się informacjami giełdowymi, jak Quicken, Fool.com, MSN MoneyCentral itd.

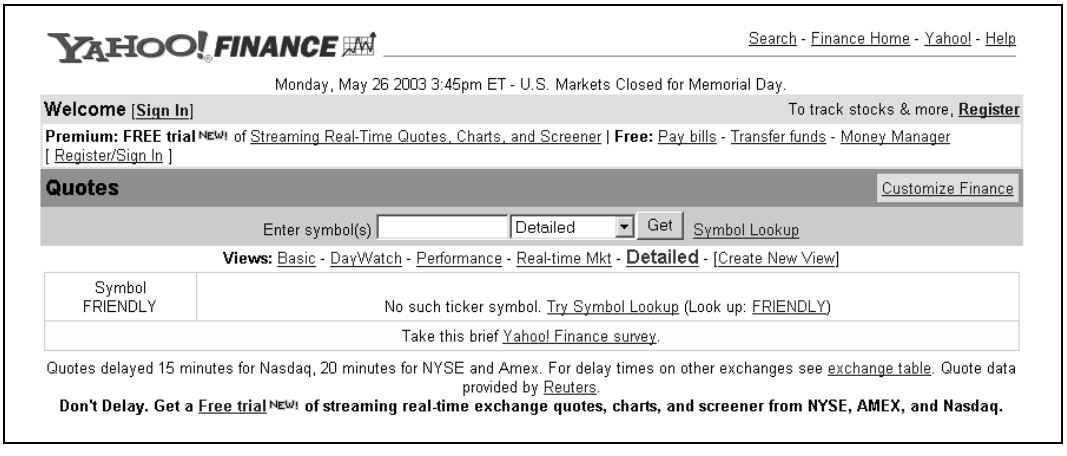
Wprowadź element `stocks:` wraz z nazwą firmy, która Cię interesuje (na przykład `stocks:friendly`). Jeśli nazwa firmy składa się z więcej niż jednego słowa, wybierz najbardziej unikalne słowo. Po uruchomieniu zapytania wyświetlona zostanie witryna Yahoo! Finance pokazana na rysunku 1.12.

Zwróć uwagę na hiperłącze „Look up: FRIENDLY". Możesz go kliknąć, a pojawi się lista firm odpowiadających słowu kluczowemu „friendly". Możesz pobrać informacje giełdowe, które Cię interesują (zakładając, że interesująca Cię firma znajduje się na liście).

Uzyskiwanie informacji giełdowych z innych źródeł niż Google

Wyszukiwarka Google nie jest w szczególny sposób predestynowana do wyszukiwania informacji giełdowych. Początkowe badania musisz przeprowadzić za pomocą innego narzędzia, aby następnie powrócić na witrynę Google, będąc uzbrojonym w bardziej

[4] Funkcja występuje tylko w angielskiej wersji językowej — *przyp. red.*



Rysunek 1.12. Strona Yahoo! Finance wyświetlająca wyniki notowań giełdowych

dokładne informacje na temat tego, co Cię interesuje. Polecam przejście bezpośrednio na witrynę Yahoo! Finance (*http://finance.yahoo.com*) w celu odszukania symbolu giełdowego firmy lub jej pełnej nazwy. W tej witrynie odszukasz wszystkie podstawowe informacje: notowania giełdowe, profile firm, wykresy oraz informacje prasowe. Bardziej szczegółowe informacje znajdziesz w witrynie Hoovers (*http://www.hoovers.com*). Niektóre publikowane tam informacje można uzyskać nieodpłatnie. Aby mieć dostęp do wszystkich dostępnych informacji, musisz opłacić prenumeratę.

Dogłębne informacje giełdowe a wyszukiwarka Google

Spróbuj wykonać wyszukiwanie zwrotu:

```
"Tootsie Roll"
```

Teraz do swojego zapytania dodaj symbol giełdowy TR:

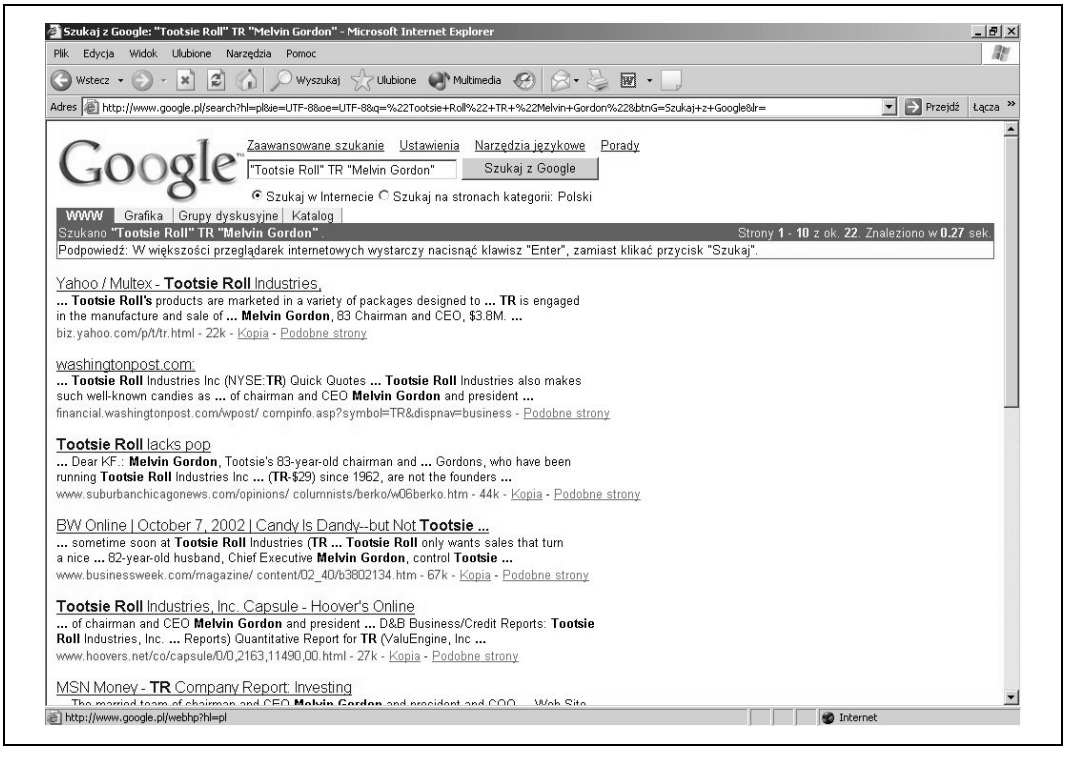
```
"Tootsie Roll" TR
```

Zauważ, że profil zwracanych informacji natychmiast się zmienił, kierując się w stronę informacji finansowych. Teraz możesz dołożyć do swojego zapytania nazwisko prezesa firmy:

```
"Tootsie Roll" TR "Melvin Gordon"
```

Wynikiem takiego wyszukiwania będzie krótka lista zawierająca informacje o charakterze giełdowym, jak pokazano na rysunku 1.13.

Symbole giełdowe to doskonałe „odciski palców" przydatne podczas wykonywania wyszukiwania sieci WWW. Są one spójne i często pojawiają się wraz z nazwą firmy, a mają na tyle unikalną formę, że świetnie się nadają do ograniczania zakresu zwracanych wyników.



Rysunek 1.13. Korzystanie z symbolu giełdowego firmy w celu ograniczania zakresu zwracanych wyników

Istnieje również kilka słów i zwrotów, których możesz użyć do ograniczenia zakresu wyników związanych z interesującą Cię firmą. Zastąp słowo *firma* nazwą firmy, która Cię interesuje:

- Publikacje prasowe: "*firma* announced", "*firma* announces", "*firma* reported".
- Informacje finansowe: *firma* "quarterly report", *firma* SEC, *firma* financials, *firma* "p/e ratio".
- Informacje dotyczące lokalizacji firmy: firma parking airport location — nie zawsze działa, ale czasem działa zaskakująco dobrze.



SPOSÓB 19.

Interfejs wyszukiwarki Google dla tłumaczy[5]

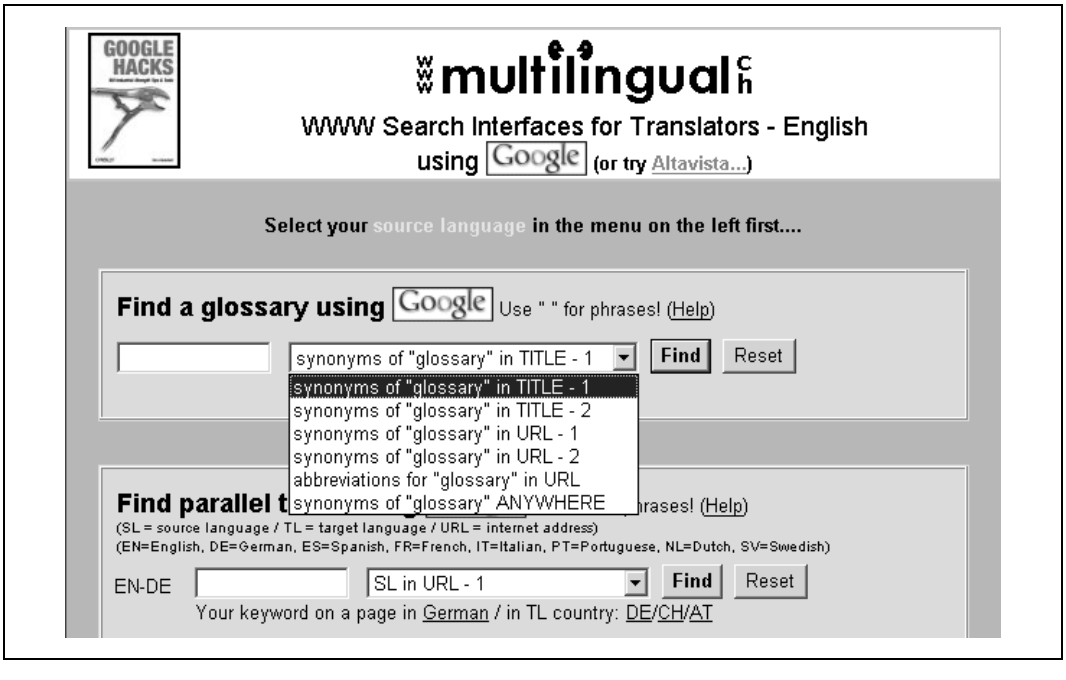
Możesz utworzyć formularz wyszukiwania dla potrzeb wykonywania tłumaczenia.

Jeśli wykonujesz codziennie powtarzające się wyszukiwania, możesz się przekonać, że skonfigurowany dla potrzeb użytkownika formularz wyszukiwania może znacznie uprościć Twoją pracę. Jeśli poświęcisz wystarczająco dużo czasu na jego utworzenie, może się okazać, że jest on na tyle złożony, że odpowiada również potrzebom innych użytkowników.

[5] Funkcja oferuje tłumaczenia z języka włoskiego, francuskiego i niemieckiego na język angielski

Witryna WWW Search Interfaces for Translators (*http://www.multilingual.ch*) udostępnia trzy różne narzędzia wyszukiwania informacji przydatnych dla tłumaczy. Stworzone przez Tanyę Harvey Ciampi ze Szwajcarii narzędzia są dostępne w postaci odpowiadającej wyszukiwarce AltaVista i Google. Zapytanie definiowane przez użytkownika jest łączone z zestawem specjalnych warunków wyszukiwania pozwalających zawęzić zakres wyszukiwania w celu uzyskania możliwie najbardziej ukierunkowanych wyników.

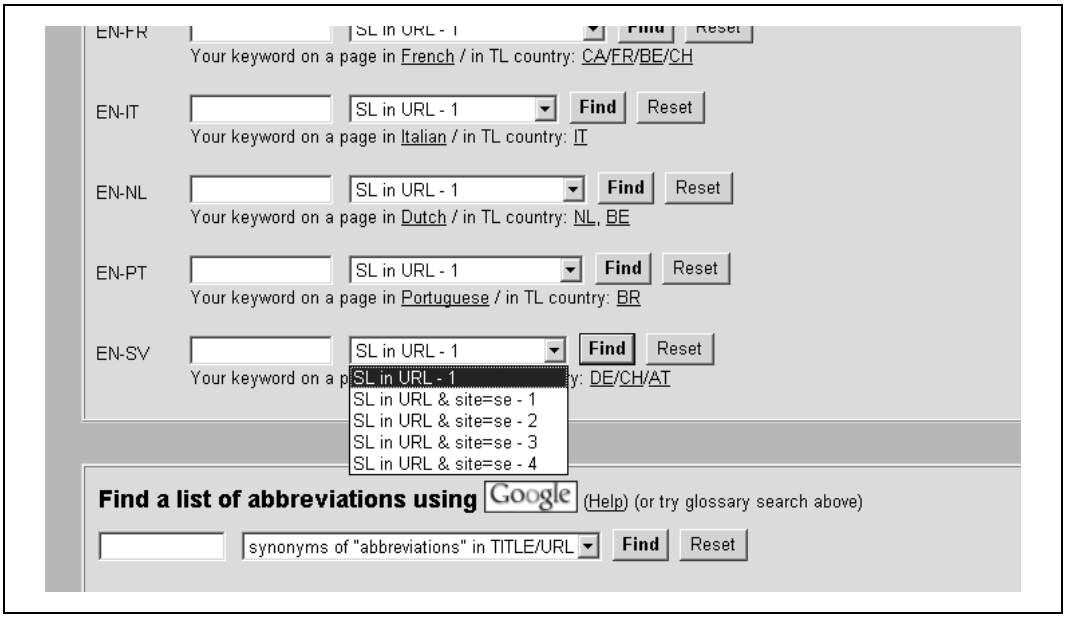
Pierwsze z narzędzi, przedstawione na rysunku 1.14, odszukuje dostępne słowniki. Rozwijane menu wyszukuje synonimy słowa „glossary" w różnych elementach wyników wyszukiwania (tytule, adresie URL lub w dowolnym miejscu). Wyobraź sobie, na przykład, że musisz przeszukać zestaw specjalistycznych słowników informatycznych, zanim uda Ci się odnaleźć słownik zawierający definicję słowa „firewall". Przedstawione narzędzie oszczędza Twój czas, definiując jasny warunek: „Odszukaj słownik zawierający interesujący mnie termin".



Rysunek 1.14. Narzędzie słownikowe witryny WWW Search Interfaces for Translators

Jeśli zwróconych zostało zbyt wiele wyników, możesz spróbować wykonać wyszukiwanie tego słowa w tytule zwracanej strony, czyli zamiast `firewall` wpisz zapytanie `intitle:firewall`.

Drugie narzędzie, przedstawione na rysunku 1.15, odszukuje „teksty równoległe", czyli identyczne strony w dwóch lub więcej językach, przydatne podczas wyszukiwania terminologii w wielu językach.



Rysunek 1.15. Narzędzie tekstów równoległych witryny WWW Search Interfaces for Translators

Odszukanie strony w dwóch lub więcej językach nie jest proste. Jednym z miejsc, w którym możesz je w prosty sposób znaleźć, są witryny rządu kanadyjskiego publikowane w języku angielskim i francuskim. Narzędzie oferuje kilka różnych kombinacji wyszukiwania języka źródłowego (ang. *Source Language* — SL) i języka docelowego (ang. *Target Language* — TL).

Pierwszy zestaw działa dla wyszukiwarki AltaVista. Pozwala wybrać pomiędzy kilkoma zestawami języków (angielski — niemiecki, angielski — hiszpański, angielski — francuski itd.) i wykonywać wyszukiwanie w każdym z tych języków (język źródłowy w adresie URL, hiperłącze w języku docelowym, strona w języku docelowym itd.).

Drugi zestaw działa dla wyszukiwarki Google. Ponownie mamy do czynienia z kilkoma zestawami języków oraz kilkoma sposobami ich wyszukiwania (trzy różne sposoby wyszukiwania języka źródłowego w adresie URL, słowa kluczowego na stronie w języku docelowym itd.). Narzędzie pozwala również w niektórych przypadkach określić kraj dla języka docelowego (na przykład język francuski mógłby być językiem docelowym w Kanadzie, Francji lub Szwajcarii).

Trzecie narzędzie, pokazane na rysunku 1.16, wyszukuje wariacje słowa „abbreviations" w tytule lub adresie URL wyniku wyszukiwania w celu odszukania listy skrótów.

Narzędzia wyszukiwania są dostępne w kilku językach i wykonują dużą część pracy tłumaczy. Tak naprawdę zbierają one tak wiele informacji, że mogłoby się wydawać, że wymagają Google API. Ale tak nie jest. Zapytanie jest generowane po stronie klienta, a następnie jest przekazywane do wyszukiwarki Google.



Rysunek 1.16. Narzędzie wyszukiwania skrótów witryny WWW Search Interfaces for Translators

Efekt ten jest uzyskiwany w dosyć elegancki sposób. Przyjrzyjmy się najpierw kodowi źródłowemu formularza i zobaczmy, czy zawiera on jakieś szczególne elementy. Oto podpowiedź: zwróć uwagę na nazwy elementów formularza. Zauważ, że nasza sztuczka łączy synonimy wyszukiwania bez konieczności wykorzystywania Google API lub jakiegokolwiek innego rodzaju CGI. Wszystkie zadania są wykonywane przez sam formularz.

```
<!-- Initializing the form and opening a Google search
in a new window -->
<form method="GET" target="_blank"
action="http://www.google.pl/search">

<!-- Taking the keyword search specified by the user -->
<input type="text" name="q" size="12">
<select name="q" size="1">

<!-- This is the cool stuff. These options provide several
different modifiers designed to catch glossaries
in Google. -->
<option selected value="intitle:dictionary OR intitle:glossary
OR intitle:lexicon OR intitle:definitions">
synonyms of "glossary" in TITLE - 1</option>
<option value="intitle:terminology OR intitle:vocabulary
OR intitle:definition OR intitle:jargon">
synonyms of "glossary" in TITLE - 2</option>
<option value="inurl:dictionary OR inurl:glossary OR inurl:lexicon
OR inurl:definitions">
synonyms of "glossary" in URL - 1</option>
<option value="inurl:terminology OR inurl:vocabulary
OR inurl:definition
OR inurl:jargon">synonyms of "glossary" in URL - 2</option>
<option value="inurl:dict OR inurl:gloss OR inurl:glos
OR inurl:dic">
abbreviations for "glossary" in URL</option>
<option value="dictionary OR glossary OR lexicon
OR definitions">synonyms of "glossary" ANYWHERE</option>
</select>

<!-- Ending the submission form. -->
<input type="submit" value="Find">
<input type="reset" value="Reset" name="B2">
</form>
```

Tajemnicą tego formularza są dwa następujące wiersze:

```
<input type="text" name="q" size="12">
<select name="q" size="1">
```

Zwróć uwagę, że zarówno pole tekstowe zapytania, jak i lista rozwijana słowników mają wspólną nazwę: `name="q"`. Po przekazaniu formularza do wyszukiwarki Google wartości obu pól są łączone i traktowane jako jeden ciąg zapytania. Dlatego wprowadzenie zapytania `dentistry` i wybranie opcji `synonyms of "glossary" in TITLE -1` z listy rozwijanej daje w efekcie połączone zapytanie przekazywane do wyszukiwarki Google w postaci:

```
dentistry intitle:dictionary OR intitle:glossary OR intitle:lexicon OR
intitle:definitions
```

Przedstawiony sposób wykorzystuje formularze wyszukiwarki Google jako interfejs dla tłumaczy, ale możesz wykorzystać ten pomysł i zmienić jego zastosowanie. Może interesują Cię akty prawne? Informacje finansowe? Informacje z dowolnego rynku pionowego? Dowolna dziedzina życia wykorzystująca słownictwo specjalistyczne może być ujęta w formie przedstawionego formularza. A jaki byłby interfejs Twojego autorstwa?



SPOSÓB 20.

Przeszukiwanie archiwów artykułów prasowych

Wyszukiwarka Google może służyć jako poręczny zbiór wydawnictw archiwalnych.

Nie wszystkie witryny posiadają wbudowane wyszukiwarki, a te istniejące mogą być czasem trudne w użyciu. Skomplikowane i niepełne wyszukiwarki przynoszą więcej szkody niż pożytku, jeśli próbujesz znaleźć w coś w archiwum opublikowanych artykułów prasowych. Jeśli zastosujesz się do kilku reguł, wyszukiwarka Google może okazać się wygodnym narzędziem pozwalającym na znalezienie opublikowanych informacji.

Sztuczka polega na użyciu popularnego zwrotu w celu odszukania interesującej Cię informacji. Użyjmy jako przykładu witryny New York Timesa.

Artykuły z New York Timesa

Pierwszym odruchem podczas wyszukiwania opublikowanych artykułów Gazety Wyborczej będzie użycie w zapytaniu elementu składni site:nytimes.com. Na przykład, gdybyś był zainteresowany artykułami na temat prezydenta George'a Busha, mógłbyś utworzyć zapytanie:

```
"george bush" site:nytimes.com
```

Rezultatem będą wskazania do wszystkich artykułów zawierających wzmiankę na temat prezydenta George'a Busha opublikowanych w witrynie NYTimes.com. Nie znajdziesz w ten sposób, niestety, artykułów na temat prezydenta George'a Busha opublikowanych przez New York Times, ale znajdujących się w innych witrynach.



Szukając, musisz pamiętać o wiarygodności. Jeśli wykonujesz wyszukiwanie ogólne, nie będziesz musiał upewniać się, czy opublikowana informacja rzeczywiście pochodzi z New York Timesa, ale jeśli uzyskane w ten sposób informacje mają posłużyć do celów formalnych, musisz sprawdzić wiarygodność każdego znalezionego artykułu, który nie pochodzi bezpośrednio z witryny New York Timesa.

Interesuje Cię wyraźne stwierdzenie, że artykuł pochodzi z New York Timesa, niezależnie od tego, w jakiej witrynie został odnaleziony. Doskonale do tego celu nadają się informacje o prawach do publikacji. Informacja o prawach do publikacji gazety New York Times ma zwykle następującą postać:

```
Copyright 2001 The New York Times Company
```

Oczywiście taka informacja widnieje tylko przy artykułach z 2001 roku. Prostym rozwiązaniem jest zastąpienie roku znakiem zastępczym **[Sposób 13.]**:

```
Copyright * The New York Times Company
```

Spróbujmy ponownie wyszukać informacje o prezydencie George'u Bushu, wykorzystując tym razem fragment informacji o prawach do publikacji zamiast ograniczania wyszukiwania do konkretnej witryny:

```
"Copyright * The New York Times Company""George Bush"
```

W ten sposób uzyskasz ponad trzy razy więcej wyników, niż korzystając z wcześniej opisanej metody.

Artykuły prasowe

Informacje o prawach do publikacji są również przydatne przy wyszukiwaniu publikacji prasowych. Na przykład typowa informacja o prawach do publikacji gazety Scientific American ma następującą postać:

```
Scientific American, Inc. All rights reserved.
```

(Data jest umieszczana przed informacją o prawach do publikacji, więc po prostu ją pominąłem, aby uniknąć konieczności używania znaków zastępczych).

Użycie tej informacji w postaci umieszczonego w cudzysłowie zwrotu wraz ze słowem kluczowym — `hologram` na przykład — daje następujące zapytanie:

```
hologram "Scientific American, Inc. All rights reserved."
```

Takie zapytanie zwróci jeden wynik, co wydaje się mizernym rezultatem w przypadku tak ogólnego słowa kluczowego, jakim jest `hologram`. Jeśli uzyskasz mniej wyników, niż się spodziewałeś, możesz powrócić do wykorzystania elementu składni `site:`.

```
hologram site:sciam.com
```

W tym przykładzie zauważysz, że zwrócone zostały wyniki przechowywane w archiwum wyszukiwarki Google, które nie są już dostępne w witrynie Scientific American.

Większość publikacji, z którymi miałem do czynienia, zawierała pewnego rodzaju łańcuch tekstu. Możesz go użyć, przeszukując archiwa wyszukiwarki Google. Zwykle jest to informacja o prawach do publikacji i najczęściej znajduje się ona na samym dole strony.

Możesz użyć wyszukiwarki do odnalezienia tego łańcucha w połączeniu z dowolnymi słowami kluczowymi, a jeśli ten sposób nie zadziała, możesz powrócić do wyszukiwania słowa kluczowego w połączeniu z nazwą domeny.



SPOSÓB 21.

Wyszukiwanie katalogów informacji

Użyj wyszukiwarki Google do odszukania katalogów, list odsyłaczy do innych stron oraz innych zbiorów informacji.

Zdarza się, że jesteś bardziej zainteresowany dużymi zbiorami informacji niż wyszukiwaniem pojedynczych fragmentów danych. Używając wyszukiwarki Google, można skorzystać z kilku różnych sposobów wyszukiwania katalogów, list odsyłaczy do innych stron **[Sposób 44.]** oraz innych zbiorów informacji. Pierwszy sposób wykorzystuje znaki zastępcze wyszukiwarki Google **[Sposób 13.]** oraz element składni `intitle`**: [podpunkt „Składnia specjalna”]**. Drugi sposób polega na użyciu określonych słów kluczowych.

Znaczniki TITLE i znaki zastępcze

Wybierz temat informacji, których zbiory chciałbyś odszukać. W przykładzie użyjemy „drzew”. Najpierw spróbujemy znaleźć dowolną stronę zawierającą w tytule słowo „katalog” i „drzewa”. Tak naprawdę stworzymy bufor słów, które mogą się pojawić pomiędzy tymi dwoma słowami kluczowymi. Zrobimy to przy użyciu znaków zastępczych **[Sposób 13.]** (znaków `*`). Zapytanie wynikowe ma następującą postać:

```
intitle:"katalog * * drzew"
```

Takie zapytanie pozwoli odszukać „katalog wiecznie zielonych drzew”, „południowoafrykańskie drzewa” oraz oczywiście „katalogi zawierające zwykłe drzewa”.

A co w przypadku gdybyś chciał odszukać katalogi informacji botanicznych? Możesz użyć następującej kombinacji słów kluczowych i elementu `intitle`:

```
botanika intitle:"katalog"
```

Zwróconych zostanie ponad 6600 wyników. Możesz zmienić zakres wyszukiwania, wskazując w zapytaniu, że interesują Cię jedynie wyniki pochodzące z witryn uczelni wyższych. Dodanie warunku, że wyniki mają pochodzić z domeny `edu`, daje następującą postać zapytania:

```
botanika intitle:"katalog" site:edu
```

Liczba zwróconych wyników zmniejszyła się do 120. Są one mieszaniną katalogów danych i, co wcale nie dziwi, katalogów nauczycieli uniwersyteckich.

Połączenie tych elementów składni działa dosyć dobrze podczas szukania czegoś, co równie dobrze może być drukowanym zbiorem informacji dostępnym poza siecią WWW. Na przykład:

```
cars intitle: "encyclopedia"
```

Zapytanie pobierze wyniki z witryn zajmujących się sprzedażą książek. Możesz odrzucić niektóre z najbardziej oczywistych trafień, modyfikując nieznacznie zapytanie:

```
cars intitle: "encyclopedia" –site:amazon.com –inurl:books -inurl:products
```

Zapytanie definiuje, że wyniki wyszukiwania nie powinny pochodzić z witryny Amazon.com, nie powinny zawierać słowa „book" w adresie URL ani słowa „products", co spowoduje odrzucenie sporej liczby sklepów internetowych. Możesz spróbować innych kombinacji tego zapytania, zastępując słowo „cars" dowolnym słowem.

(Oczywiście istnieje mnóstwo witryn sprzedających książki poprzez sieć WWW, ale jeśli chodzi o umieszczanie zbędnych informacji w wynikach wyszukiwania zasobów sieciowych, przoduje witryna Amazon. Jeśli rzeczywiście szukasz książek, spróbuj wpisać zapytanie `+site:amazon.com`).

Jeśli łączenie elementów składni nie przyniesie oczekiwanych efektów, możesz skorzystać z określonych kombinacji słów kluczowych, które mogą okazać się bardzo przydatne.

Wyszukiwanie katalogów tematycznych

Istnieje kilka głównych katalogów tematycznych oraz tysiące mniejszych, które zawierają opis określonego zagadnienia. Możesz odszukać mniejsze katalogi tematyczne, konfigurując kilka podstawowych wyszukiwań. Zapytanie `"what's new" "what's cool" directory`, chociaż zwraca część błędnych wyników, jest doskonałym sposobem na odszukanie katalogów tematycznych. Zapytanie `directory "gossamer threads"` również należy do bardzo interesujących. Gossamer Threads jest twórcą popularnego programu katalogów hiperłączy. Jest to doskonały sposób odszukania katalogów tematycznych bez konieczności przeglądania wielu niepoprawnych wyników. Zapytanie `directory "what's new" categories cool` nie działa zbyt dobrze, gdyż słowo `directory` nie jest dobrym słowem kluczowym w tym przypadku, jednak w ten sposób możesz odszukać kilka stron, które w innym razie zostałyby pominięte.

Spróbujmy przetestować następujące zapytania:

```
"what's new" "what's cool" directory phylum
"what's new" "what's cool" directory carburetor
"what's new" "what's cool" directory "investigative journalism"
"what's new" directory categories gardening
directory "gossamer threads" new sailboats
directory "what's new" categories cool "basset hounds"
```

Prawdziwa sztuczka polega na użyciu bardzo ogólnego określenia, ale musi ono być wystarczająco unikalne, aby w dużej części odnosiło się do interesującego Cię tematu, a jednocześnie nie obejmowało zbyt wielu innych tematów.

Weźmy na przykład słowo `akupunktura`. Możemy ograniczyć zakres wyszukiwania, wskazując określony rodzaj akupunktury. Dotycząca ludzi czy zwierząt? Jeśli dotyczy ludzi, to leczenie jakich schorzeń Cię interesuje? Być może powinieneś szukać zwrotu `"kocia akupunktura"` lub może `"akupunktura reumatyczna"`. Jeśli przy pierwszym

podejściu zakres wyszukiwania nie zostanie wystarczająco ograniczony, nie zrażaj się i próbuj dalej. Interesuje Cię wiedza na ten temat czy leczenie? Możesz również ograniczyć zakres wyszukiwania, korzystając z elementu składni `site:`. Więc może odpowiednie wyniki da wyszukiwanie `"kocia akupunktura" site:com` lub `"akupunktura reumatyczna" site:edu`. Wykonanie kilku dodatkowych kroków pozwalających ograniczyć zakres zwracanych wyników pozwoli Ci uzyskać rezultaty najbardziej zbliżone do Twoich oczekiwań.



SPOSÓB 22.

Wyszukiwanie definicji technicznych

Czujesz się przytłoczony technicznym słownictwem używanym w życiu codziennym? Wyszukiwarka Google pozwoli Ci odszukać interesujące Cię definicje.

Słownictwo techniczne pozostaje w dużym stopniu stałe — słowa nie zmieniają swojego znaczenia zbyt często. Nie jest tak do końca w przypadku żargonu technicznego i informatycznego. Mogłoby się wydawać, że co 12 sekund ktoś wymyśla nowe, modne słowo lub termin związany z komputerami lub siecią WWW, które po 12 minutach okazuje się być zbędne lub całkowicie zmienia sens — posiadając często więcej niż jedno znaczenie. Może nie jest aż tak źle, ale czasem naprawdę może się tak wydawać.

Wyszukiwarka Google może przyjść Ci z pomocą na dwa sposoby: pomagając Ci odszukać słowa oraz pomagając Ci się zorientować, jakich niezbędnych słów nie znasz.

Terminologia techniczna

Właśnie wyszedłeś z sali konferencyjnej i w Twojej głowie tłucze się wiele słów. Problem polega na tym, że nie wiesz, czy to, co usłyszałeś, to żargon, terminologia informatyczna czy ogólnie używane słownictwo. Jak je od siebie odróżnić?

Podobnie jak w przypadku każdego nowego terminu, musisz to odgadnąć, rozważając kontekst, w którym słowo zostało użyte. W jakiej części rozmowy padło słowo? Czy najczęściej było używane w odniesieniu do czegoś? Czy tylko jedna osoba używała tego określenia? Może to być po prostu żargon **[Sposób 4.]**. Czy jest ono gdzieś zapisane? Spróbuj uzyskać na temat tego słowa możliwe jak najwięcej informacji. Jeśli Ci się to nie uda — Twój szef wpadł do pokoju i rzucił „Zastanawiamy się nad wydaniem 20 milionów dolarów na projekt wykorzystujący X. Co o tym sądzisz?" — potraktuj to jako ogólnie używany termin.

Słownik Google

Zanim zaczniesz wyszukiwanie w witrynie Google, sprawdź, czy strona Google Labs **[Sposób 35.]** nadal udostępnia Google Glossary (*http://labs.google.com/glossary/*). Google Glossary oferuje dostęp do słownictwa technicznego i potocznego. Jeśli jednak nie udało Ci się znaleźć tego, czego szukasz, przejdź do wyszukiwania.

Wyszukiwanie terminologii z zastosowaniem Google

Zacznijmy od początku: nie umieszczaj skrótów w polu zapytania! Na przykład wyszukiwanie `XSLT` zwróci 900 tysięcy wyników. Przeszukując strony, wyszukiwarka Google może doprowadzić Cię w końcu do definicji, ale problem może być nieco bardziej złożony. Zamiast wpisywać sam skrót w pole zapytania możesz umieścić tam zwrot `"stands +for"`, jeśli wyszukujesz skrótu. Zapytanie `"XSLT stands +for"` zwraca 29 wyników, a pierwszym z nich jest adres słownika. Jeśli nadal uzyskujesz zbyt wiele wyników (zapytanie `"XML stands +for"` zwraca ponad 1000 wyników), spróbuj dodać słowa kluczowe `beginners` lub `newbie`. Zapytanie `"XML stands for" beginners` zwraca 35 wyników, z których pierwszym jest strona „XML for beginners".

Jeśli nadal nie uzyskujesz oczekiwanych rezultatów, spróbuj wpisać zapytanie `"What is X?"` lub `"X +is short +for"` lub `X beginners FAQ`, gdzie `X` to interesujący Cię skrót lub termin. Należy je jednak traktować jako metody drugorzędne, gdyż większość witryn unika określeń `"What is X?"`. `"X is short for"` to również niepopularna konstrukcja językowa, a X może być na tyle nowym określeniem (lub tak rzadko używanym), że nie ma jeszcze wpisu w FAQ. Jednak Twoja dodatkowa praca może się opłacić — w sieci dostępnych jest mnóstwo informacji słownikowych.

Jeśli interesuje Cię terminologia związana z oprogramowaniem lub sprzętem komputerowym, spróbuj podać w zapytaniu słowa, które mogą razem występować. Na przykład DynaLoader to termin związany z oprogramowaniem: jest to moduł języka Perl. Jeśli to wiesz, umieść po prostu oba słowa w zapytaniu:

```
DynaLoader Perl
```

Jeśli znalezione wyniki dotyczą problemu na zbyt wysokim poziomie abstrakcji, to, zakładając, że już wiesz, czym jest DynaLoader, zacznij eksperymentować ze słowami `beginners`, `newbie`. Pozwoli Ci to uzyskać informacje bardziej odpowiednie dla osób początkujących:

```
DynaLoader Perl Beginners
```

Jeśli nadal nie możesz odszukać słowa, istnieje kilka możliwych powodów takiego stanu rzeczy: być może jest to żargon charakterystyczny dla danego regionu, Twoi współpracownicy sobie z Ciebie zażartowali, przekręciłeś usłyszane słowo (lub na wydruku, który otrzymałeś, był błąd) albo słowo jest zupełnie nowe.

Jeśli nie Google to co

Pomimo swoich wysiłków nie odnalazłeś definicji interesującego Cię terminu za pomocą wyszukiwarki Google. Dostępnych jest kilka innych witryn, które mogą zawierać interesujące Cię informacje.

Whatis (http://whatis.techtarget.com)
Katalog tematyczny terminów informatycznych, począwszy od oprogramowania po telekomunikację. Jest on szczególnie przydatny, jeśli interesuje Cię słowo z zakresu oprogramowania lub sprzętu komputerowego, gdyż definicje są podzielone na kategorie. Możesz również przeglądać katalog alfabetycznie. Przydatne są odwołania, które wskazują na inne definicje w słowniku.

Webopedia (http://www.pcwebopaedia.com/)
Można ją przeszukiwać według słowa kluczowego lub kategorii. Na pierwszej stronie zawiera również listę najnowszych wpisów, co ułatwia wyszukiwanie nowych słów.

Netlingo (http://www.netlingo.com/framesindex.html)
Jest to katalog zorientowany na sieć WWW. Witryna jest wyświetlana w postaci ramek. Znajdująca się po lewej stronie zawiera słowa, a ich definicje wyświetlane są w ramce znajdującej się po prawej stronie. Zawiera on wiele odwołań oraz naprawdę stare określenia żargonowe.

Tech Encyclopedia (http://www.techweb.com/encyclopedia/)
Zawiera definicje oraz informacje na temat 20 tysięcy słów. Dziesięć najczęściej wyszukiwanych słów jest podanych na pierwszej stronie, dzięki czemu możesz zobaczyć, czy ktoś jeszcze szukał interesującego Cię słowa. Wpisy zawierają wskazania do poprzedzających je i następnych słów, ale nie zawierają odwołań do innych słów z danej tematyki.

Terminologia specjalistyczna mnoży się tak szybko, jak strony WWW. Nie musisz się martwić, że powinieneś za nią nadążać — to prawie niemożliwe. Zamiast tego możesz korzystać z wyszukiwarki Google, aby odnaleźć naprawdę potrzebne Ci definicje.

Zobacz również

- Słowniki specjalne: żargon i terminologia specjalistyczna **[Sposób 4.]**
- Google Labs **[Sposób 35.]**



SPOSÓB 23.

Odszukiwanie wpisów w dziennikach

Tworzenie zapytań pozwalających odszukać najbardziej aktualne wpisy pojawiające się w dziennikach.

Dawniej, kiedy miałeś odszukać aktualny komentarz, nie korzystałeś z pełnotekstowej wyszukiwarki Google, ale używałeś do tego celu Usenetu, przeczesywałeś listy dyskusyjne lub witryny z wiadomościami, jak CNN.com, i liczyłeś, że Ci się uda.

Ale w czasie ewolucji wyszukiwarki zdołały rozwinąć umiejętność indeksowania stron częściej niż raz na kilka tygodni. W rzeczywistości wyszukiwarka Google dopasowuje swoje narzędzia do częstszego indeksowania witryn, w których informacje często się zmieniają. W tym samym czasie pojawił się fenomen o nazwie dziennika sieciowego (*http://www.oreilly.com/catalog/essblogging/*), witryna sieciowa przechowująca komentarze i powiązane hiperłącza, które są codziennie aktualizowane — w wielu przypadkach nawet

częściej. Wyszukiwarka Google indeksuje wiele z tych witryn zgodnie z przyspieszonym harmonogramem. Jeśli wiesz, jak je odszukać, możesz utworzyć zapytanie, które przeszukuje tylko te witryny pod kątem bieżących komentarzy.

Odszukiwanie dzienników sieciowych. Kiedy dzienniki sieciowe po raz pierwszy pojawiły się w Internecie, były aktualizowane ręcznie lub przy użyciu samodzielnie tworzonych programów. Z tego powodu nie istniały standardowe słowa, które mógłbyś umieścić w wyszukiwarce, aby je znaleźć. Teraz wiele dzienników sieciowych jest tworzonych przy użyciu specjalistycznych pakietów oprogramowania (na przykład Movable Type, *http://www.movabletype.org* lub Radio Userland, *http://radio.userland.com/*) lub usług sieciowych (jak Blogger, *http://www.blogger.com/*). Wspomniane programy i usługi łatwiej odszukać w sieci za pomocą sztuczek ze specjalnymi elementami składni **[podpunkt „Składnia specjalna”]** lub magicznych słów.

Dzienniki sieciowe umieszczane w określonych witrynach łatwo odszukać za pomocą elementu składni `site:`. Dzienniki sieciowe witryny Blogger (*http://www.blogspot.com/*) można znaleźć, korzystając z elementu `site:blogspot.com`. Chociaż Radio Userland to oprogramowanie, które pozwala publikować dzienniki w dowolnej witrynie, większość dzienników sieciowych użytkowników znajduje się na serwerze społeczności Radio Userland (*http://radio.weblogs.com/*) i możesz je odszukać za pomocą elementu `site:radio.weblogs.com`.

Odszukiwanie dzienników sieciowych utworzonych przez specjalne przeznaczone do tego celu oprogramowanie i przechowywanych w dowolnym miejscu w sieci jest nieco trudniejsze. Dzienniki sieciowe Movable Type na przykład można znaleźć w prawie każdym miejscu sieci WWW. Jednak większość z nich zawiera hiperłącze `"powered by moveable type"`, dzięki czemu wyszukiwanie zwrotu „powered by moveable type” pozwoli znaleźć wiele z nich.

W końcu jednak sprowadza się to do wyszukiwania magicznych słów spotykanych zwykle na stronach dzienników sieciowych, odwołań do oprogramowania lub głównych witryn. Poniżej przedstawiono listę niektórych pakietów i usług oraz tajemnych słów używanych do ich odszukania w wyszukiwarce Google:

Blogger
```
"powered by blogger" lub site:blogspot.com
```

Blosxom
```
"powered by blosxom"
```

Greymatter
```
"powered by greymatter"
```

Geeklog
```
"powered by geeklog"
```

Manila
```
"a manila site" lub site:editthispage.com
```

Pitas (usługa)
`site:pitas.com`

pMachine
`"powered by pmachine"`

uJournal (usługa)
`site:ujournal.org`

LiveJournal (usługa)
`site:livejournal.com`

RadioUserland
`intitle:"radioweblog" lub site:radio.weblogs.com`

Korzystanie z tajemnych słów

Ponieważ zapytanie wyszukiwarki Google nie może przekraczać limitu 10 słów, nie istnieje możliwość stworzenia zapytania zwierającego wszystkie możliwe tajemne słowa każdego z dzienników sieciowych. Najlepiej jest eksperymentować z różnymi słowami i sprawdzić, które dzienniki sieciowe zawierają interesujące Cię informacje.

Po pierwsze, musisz zdać sobie sprawę z tego, że dzienniki sieciowe są zwykle nieformalnym komentarzem i będziesz musiał uważać na błędy w słowach, nazwach itd. Zwykle lepiej jest je przeszukiwać według zdarzenia a nie według nazwy, jeśli istnieje taka możliwość. Na przykład, jeśli szukasz komentarza na temat ciekawego uderzenia, lepiej posłuży do tego celu zwrot `"baseball strike"`, a następnie wyszukiwanie nazwy zarządcy Pierwszej Ligi Baseballa, Buda Seliga.

Możesz również spróbować wyszukiwać słowo lub zwrot odpowiadający zdarzeniu. Na przykład dla uderzenia w baseballu możesz spróbować znaleźć zwrot `"baseball strike" "red sox"` (lub `"baseball strike" bosox`). Jeśli interesują Cię informacje na temat pożarów i chciałbyś wiedzieć, czy ktoś został aresztowany za podpalenie, spróbuj wpisać słowa kluczowe `pożar aresztowanie`, a jeśli nie otrzymasz oczekiwanych wyników, spróbuj wykonać zapytanie `pożar aresztowanie podpalenie`. (Czemu nie zacząć od samego słowa `podpalenie`? Gdyż nie masz pewności, że komentarz dziennika sieciowego będzie zawierał to słowo. Zamiast tego może on jedynie zawierać informację o aresztowaniu w związku z podłożeniem ognia. W tym przypadku bardziej należy polegać na słowie `aresztowanie` niż na słowie `podpalenie`).



SPOSÓB 24.

Pasek narzędziowy Google

Jeśli korzystasz z przeglądarki Internet Explorer, to wyszukiwarka Google pozwala Ci korzystać z paska narzędziowego.

W przeciwieństwie do wielu innych wyszukiwarek Google nigdy nie stała się portalem. Oznacza to, że jej twórcy nigdy nie mieli ambicji, aby wyszukiwarka udostępniała wszelkiego rodzaju informacje oraz umieszczała na swojej stronie mnóstwo reklam.

Z tego powodu nigdy nie było istotne to, czy użytkownicy rozpoczynają wyszukiwanie od pierwszej strony; wszystkie reklamy znajdują się na stronach z wynikami wyszukiwania. Dlatego dobrym rozwiązaniem jest dostęp do paska narzędziowego Google.

Google Toolbar (pasek narzędziowy Google) jest dołączaną aplikacją, dostępną w chwili obecnej dla przeglądarki Internet Explorer, która pozwala korzystać z funkcji wyszukiwarki Google bez konieczności ładowania samej strony. Pasek narzędziowy Google oferuje nawet więcej funkcji niż sama wyszukiwarka. Jest on jedynym sposobem zobaczenia dokładnych wyników PageRank.



PageRank to ocena popularności wykonywana przez wyszukiwarkę Google. Im wyższa ocena PageRank, tym wyżej dana strona pojawi się w wynikach wyszukiwania.

Możesz nieodpłatnie pobrać Google Toolbar pod adresem *http://toolbar.google.pl/*. Aby móc z niego korzystać, potrzebna będzie przeglądarka Internet Explorer z obsługą ActiveX.

Po zainstalowaniu pasek narzędziowy Google aktywnie śledzi przeglądane strony i prosi wyszukiwarkę Google (przekazując adres URL) o wszystkie informacje na temat przeglądanej strony, łącznie z oceną PageRank i klasyfikacją w obrębie kategorii. Mogłoby się wydawać, że wyszukiwarka może wykorzystywać niezgodnie z przeznaczeniem przesyłane do niej informacje, dlatego Google oferuje możliwość zainstalowania paska narzędziowego bez funkcji PageRank, co chroni Twoją prywatność. Jeśli nie wiesz, jaką wersję chcesz zainstalować, wybierz pełną. Możesz zawsze wyłączyć funkcję PageRank i narzędzia Category za pomocą opcji paska narzędziowego. Zainstalowany pasek narzędziowy jest pokazany na rysunku 1.17.

Korzystanie z paska narzędziowego do przeszukiwania sieci WWW jest proste: wpisz tekst w polu zapytania i naciśnij klawisz *Enter*. Zobaczysz, że pojawi się strona wyników wyszukiwania, a niektóre opcje na pasku narzędziowym zostaną podświetlone. Teraz możesz pobrać informacje na temat strony wynikowej, przenieść się jeden stopień wyżej w stosunku do bieżącej strony (w tym przypadku zostaniesz przeniesiony do strony głównej wyszukiwarki Google) oraz użyć narzędzia podświetlania do zaznaczenia wszystkich wystąpień wyszukiwanego terminu w dokumencie.

Pasek narzędziowy działa równie dobrze podczas przeglądania stron WWW za pomocą przeglądarki Internet Explorer. Przycisk *Page Info* umożliwia skorzystanie z opcji przeglądania zapisanej w pamięci wersji przeglądanej strony (zakładając, że wyszukiwarka Google posiada zapisaną wersję strony) oraz przeglądania hiperłączy wskazujących bieżącą stronę, podobnych stron, a także przetłumaczenie strony na język angielski, jeśli strona jest w innym języku. Ogólnie rzecz biorąc, im bardziej popularna jest strona, tym większe jest prawdopodobieństwo odnalezienia hiperłączy ją wskazujących oraz podobnych stron.

Ale gdzie są wszystkie inne funkcje, jak wyszukiwanie rysunków, przeszukiwanie Katalogu oraz wyszukiwanie w ramach grup dyskusyjnych. Wszystkie są dostępne, ale domyślna konfiguracja Google Toolbar powoduje, że są niewidoczne. Kliknij ikonę Google znajdującą się po lewej stronie paska narzędziowego i wybierz opcję *Toolbar Options*.



Rysunek 1.17. Google Toolbar

Zobaczysz, że strona opcji pozwala dodać kilka kolejnych przycisków wyszukiwania, łącznie z przyciskiem *Szczęśliwy traf* (powoduje on bezpośrednie przejście do pierwszego wyniku wyszukiwania), przyciskiem wyszukiwania rysunków oraz przeszukiwania Katalogu Google. Jeśli chciałbyś wyrazić swoje zdanie, możesz również aktywować przyciski głosowania — kiedy odwiedzisz stronę, możesz kliknąć ikonę wesołej lub smutnej buzi, aby wyrazić swoją opinię na temat strony.

Jeśli masz ochotę na przygody, użyj hiperłącza „Experimental Features" znajdującego się w dolnej części strony. Wybranie tej opcji pozwoli Ci na skonfigurowanie przycisku *Combined Search*. Przycisk *Combined Search* wygląda podobnie jak przycisk *Search*, który znajduje się już na pasku narzędziowym. Obok niego znajduje się mały trójkącik. Kliknięcie trójkącika spowoduje pojawienie się rozwijanego menu, które pozwala przeszukiwać kilka właściwości Google, łącznie z rysunkami, Usenetem, słownikiem, notowaniami giełdowymi oraz kilkoma dodatkowymi wyszukiwaniami, jak Linux, Apple Macintosh i Microsoft.



Jeśli nie korzystasz z przeglądarki Internet Explorer, możesz uzyskać podobne efekty za pomocą paska narzędziowego Mozilla Toolbar**.[Sposób 25.]** dla przeglądarki Mozilla lub nowszej wersji przeglądarki Netscape Navigator (wersja 7). Jeśli nie korzystasz z przeglądarki Mozilla, IE lub przeglądarki zbudowanej w oparciu o moduł Mozilla, możesz spróbować użyć niezależnego od wersji przeglądarki paska narzędziowego *Quick Search Toolbar* **[Sposób 26.]**.



SPOSÓB 25.

Pasek narzędziowy Google dla przeglądarki Mozilla

Pasek narzędziowy Google dla przeglądarki Mozilla emuluje wiele funkcji oficjalnego narzędzia Google Toolbar.

Oficjalne narzędzie Google Toolbar **[Sposób 24.]** działa tylko dla przeglądarki Internet Explorer w systemie Windows, przez co jest niedostępne dla użytkowników innych systemów operacyjnych lub innych przeglądarek, jak na przykład Mozilla, Netscape i Opera.

W początkowych etapach projektowania zespół pracujący w Mozdev.org (*http://www.mozdev.org/*) stworzył pasek narzędziowy, Googlebar (*http://googlebar.mozdev.org/*), który oferuje większość funkcji paska narzędziowego Google Toolbar dla przeglądarek Mozilla i Netscape. Jedyną brakującą funkcją jest wskaźnik PageRank **[Sposób 95.]**.



Upewnij się, że w preferencjach aktywna jest możliwość instalowania oprogramowania, zanim przejdziesz do instalowania narzędzia Googlebar, gdyż w przeciwnym razie nie będzie działało. Wybierz z menu *Preferences/Advanced/Software Installation* i upewnij się, że pole wyboru jest zaznaczone.

Ostatnia wersja Googlebar jest dostępna pod adresem *http://googlebar.mozdev.org/installation.html*. Instalacja jest bardzo prosta i można ją wykonać bezpośrednio z samej przeglądarki Mozilla lub Netscape. Przejdź pod podany adres i wybierz hiperłącze „Install Version". Zostaniesz poinformowany, że rozpoczyna się instalacja oprogramowania, a cała procedura zajmie krótką chwilę. Po zainstalowaniu oprogramowania musisz zamknąć i ponownie uruchomić przeglądarkę.

Jeśli korzystałeś wcześniej z oficjalnej wersji Google Toolbar, pierwszą rzeczą, którą zauważysz, jest fakt, że Googlebar wygląda prawie identycznie.

Domyślny pasek narzędziowy oferuje funkcje przeszukiwania całego katalogu Google, przeszukiwania pojedynczej domeny, korzystania z funkcji Szczęśliwy traf oraz przeszukiwania grup dyskusyjnych Google **[Sposób 30.]**. Po wypełnieniu pola zapytania i naciśnięciu klawisza *Enter* wyniki wyszukiwania pojawią się w tym samym oknie. Jednak jeśli wypełnisz pole zapytania i naciśniesz klawisze *Ctrl+Enter*, wyniki wyszukiwania zostaną wyświetlone w osobnym oknie — jest to wygodne, jeśli nadal chcesz pozostać na bieżącej stronie, a jednocześnie wykonać wyszukiwanie. Zauważysz również, że po wprowadzeniu zapytania pojawi się ono na pasku narzędziowym w postaci przycisku. Kliknięcie tego przycisku powoduje odszukanie terminu na aktualnie przeglądanej stronie.

Oprócz głównych wyszukiwań Google możesz również przywołać kilka wyszukiwań specjalnych. Obejmuje to wyszukiwania Grafika Google, Katalogi Google i Google UncleSam. Dostępny jest osobny przycisk związany z wyszukiwaniem specjalnym terminów informatycznych (obejmującym również BSD i Linux). Możesz również uzyskać informacje na temat przeglądanej aktualnie strony (łącznie z archiwalną wersją, jeśli jest dostępna, stronami o podobnej tematyce, hiperłączami do bieżącej strony i tłumaczeniem na język angielski, jeśli strona jest w innym języku).

Kliknięcie prawym przyciskiem myszy paska narzędziowego pozwala wykonać wyszukiwanie dowolnego słowa lub słów podświetlonych na bieżącej stronie. Jeśli klikniesz ikonę Googlebar znajdującą się z lewej strony paska narzędziowego, zobaczysz możliwość wybrania wielu właściwości Google, łącznie z grafiką Google **[Sposób 31.]** i Katalogiem Google **[Sposób 29.]**. Możesz również skonfigurować w tym miejscu skróty klawiaturowe, co umożliwi korzystanie z paska Googlebar bez pomocy myszy.

W chwili gdy powstaje ta książka, Googlebar jest w początkowym okresie swojego życia, ale działa stabilnie. Jeśli używasz przeglądarki Mozilla lub Netscape i wiele czasu poświęcasz właściwościom wyszukiwarki Google, pasek Googlebar to narzędzie, o które koniecznie musisz się postarać.

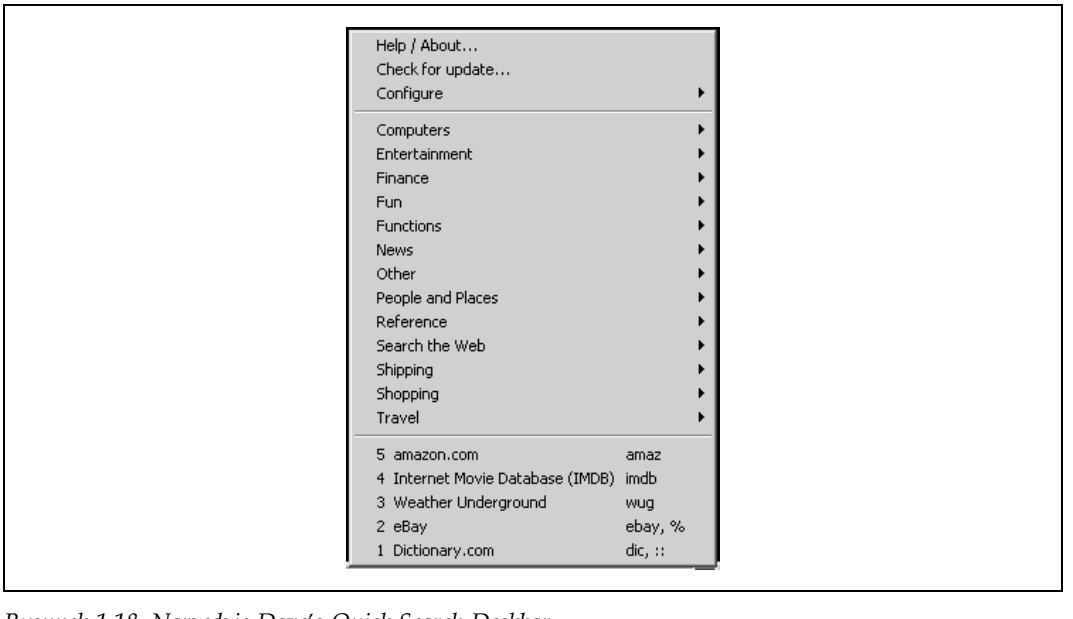


SPOSÓB 26.

Pasek narzędzi Quick Search

Czy rzeczywiście konieczne jest uruchamianie przeglądarki, aby przeprowadzić wyszukiwanie? To narzędzie pozwoli Ci wykonać wyszukiwanie za pomocą Google i ponad 100 innych wyszukiwarek z poziomu paska stanu systemu Windows.

Dlaczego miałbyś uruchamiać przeglądarkę, aby uzyskać dostęp do 2 miliardów stron z informacjami? Nie musisz. Jeśli chcesz odejść możliwie jak najdalej od korzystania z przeglądarki bez konieczności wyłączania komputera, przyjrzyj się narzędziu Dave's Quick Search Deskbar (*http://notesbydave.com/toolbar/doc.htm*) pokazanemu na rysunku 1.18.



Rysunek 1.18. Narzędzie Dave's Quick Search Deskbar

Narzędzie zajmuje tylko 322 kB. Abyś mógł z niego korzystać, potrzebny Ci będzie system Windows 95 lub wyższa wersja oraz przeglądarka Internet Explorer 5.5. Po pobraniu i zainstalowaniu narzędzia kliknij prawym przyciskiem myszy pasek zadań systemu Windows znajdujący się w dolnej części ekranu i wybierz *Tools/Add Quick Search*.

Podstawowe zastosowanie

Narzędzie Quick Search to prawdziwy wielofunkcyjny szwajcarski scyzoryk, ale zaczniemy od podstaw. Wprowadź zapytanie w polu *Search* i naciśnij klawisz *Enter*. Uruchomiona zostanie domyślna przeglądarka zainstalowana w systemie, w której oknie wyświetlone zostaną wyniki wyszukiwania.

Aby przejść bezpośrednio do pierwszego wyniku (korzystając z funkcji *Szczęśliwy traf*), umieść na końcu wpisywanego zapytania znak wykrzyknika:

```
"washington post" !
```

Upewnij się, że znak wykrzyknika znajduje się poza cudzysłowem obejmującym wyszukiwany zwrot, gdyż w przeciwnym razie metoda nie zadziała. Możesz oczywiście dodać znak wykrzyknika na końcu zapytania składającego się z wielu słów kluczowych:

```
yahoo what's new !
```

Zapadki i przełączniki

Narzędzie Quick Search Deskbar jest wyposażone w kilka zapadek i przełączników. Zapadki określają, który przedział indeksu wyszukiwarki ma zostać przeszukany, a przełączniki — który element strony ma być poddany przeszukaniu lub jakiego rodzaju wyniki mają zostać zwrócone. Mogą one być łączone lub dopasowywane.

Zapadki. Zapadki to znaki umieszczane na początku zapytania modyfikujące przeszukiwane domeny oraz definiujące rodzaje tworzonych zapytań.

> Tworzy zaawansowane zapytanie wyszukiwarki Google **[podpunkt „Zaawansowane szukanie”]** w oparciu o podane informacje. Należy jednak pamiętać, że strona Zaawansowanego szukania Google nie jest w stanie obsłużyć nadmiernie złożone zapytania. Jeśli spróbujesz przesłać złożone zapytanie w postaci `> odpowiedzialność finansowa –site:com –site:org`, nie zostanie ono prawidłowo wykonane i strona wynikowa nie wyświetli oczekiwanych wyników.

```
> cholesterol narkotyki +site:edu
```

?? Przeszukuje Katalog Google **[Sposób 29.]**

```
?? "Lech Wałęsa"
```

, Przeszukuje grupy dyskusyjne Google **[Sposób 30.]**. Korzystając z tej zapadki, możesz używać specjalnych elementów składni charakterystycznych dla grup dyskusyjnych.

```
, group:sci.med* dermatologia</pre
```

Przełączniki. Przełączniki to znaki umieszczane na końcu zapytania, modyfikujące zapytanie.

`/ifl`
Wywołuje odpowiednik funkcji Szczęśliwy traf w wyszukiwarce Google, co oznacza, że automatycznie uruchamia pierwszy wynik znajdujący się na liście wyników zapytania. Ten sam efekt można uzyskać, umieszczając na końcu zapytania znak wykrzyknika (`!`).

```
yahoo what's new /ifl yahoo what's new !
```

`/advanced`
Działa analogicznie do zapadki zaawansowanego szukania opisanej powyżej.

`/groups`
Działa analogicznie do zapadki grup dyskusyjnych opisanej powyżej.

`/directory`
Działa analogicznie do zapadki Katalogu Google opisanej powyżej.

`<code>/images`
Przeszukuje Katalog Google. Możesz użyć specjalnych elementów składni Katalog Google w tworzonym zapytaniu.

```
intitle:kot /images
```

`/news`
Ogranicza zakres wyszukiwania do Wiadomości Google. Możesz użyć specjalnych elementów składni Wiadomości Google w tworzonym zapytaniu.

```
intitle:"Lech Kaczyński" /news
```

`/since:dni`
Wyszukuje strony, które zostały zaindeksowane określoną liczbę *dni* temu. Na przykład, gdybyś chciał odszukać strony WWW na temat Jimmiego Cartera, które zostały skatalogowane w zeszłym roku, zapytanie miałoby postać `"Jimmy Carter" /since:365`. Możesz również używać pewnych prostych skrótów: `/since:t` odszukuje strony zaindeksowane dzisiaj, `/since:y` odszukuje strony zaindeksowane wczoraj, `/since:w` dotyczy stron skatalogowanych w ciągu ostatnich siedmiu dni, a `/since:m` obejmuje strony skatalogowane w ciągu ostatniego miesiąca.

`/cache`
Zwraca zapisaną w pamięci wersję podanego adresu URL lub komunikat o błędzie, jeśli strona nie została zapisana w archiwum wyszukiwarki Google.

```
http://www.helion.com.pl /cache
```

`/related`
Odnajduje strony, które wyszukiwarka Google uzna za powiązane z podanym adresem URL. Jeśli żadne powiązane strony nie zostaną znalezione, jakkolwiek nieprawdopodobne mogłoby się to wydawać, pojawi się komunikat o błędzie.

```
http://www.researchbuzz.com /related
```

`/link`
Odszukuje strony, które wskazują określony adres URL.

```
http://www.google.com /link
```

Przełączniki lokalizacji
Pozwalają określić, czy zwracane wyniki mają pochodzić z lokalnej (lub nie, jeśli wolisz) wersji wyszukiwarki Google.

`/canada` (*Kanada*)
`/deutschland` (*Niemcy*)
`/france` (*Francja*)
`/italia` (*Włochy*)
`/uk` (*Wielka Brytania*)
`/language:xx`
Umożliwia zmianę interfejsu wyszukiwarki Google na wybrany język, określony za pomocą kodów języka w miejsce znaków `xx`. Pełna lista dostępnych języków znajduje się na stronie Google Language Tools (*http://www.google.com/language_tools*). Na przykład, aby korzystać z interfejsu Google w języku malajskim, należy dodać do zapytania przełącznik `/language:ms`.

```
python /language:ms
```

Nawigacja w wykonanych zapytaniach

Mając do dyspozycji wszystkie te przełączniki, możesz poeksperymentować z zapytaniami Google. Narzędzie wyszukiwania posiada wbudowaną możliwość przeglądania wykonanych wyszukiwań przez kliknięcie w polu wyszukiwania i przewijania wykonanych zapytań za pomocą klawiszy strzałek.

I cała reszta

Skoncentrowałem się na omówieniu narzędzia Dave's Quick Search Deskbar w kontekście wyszukiwarki Google, ponieważ to właśnie jest tematem tej książki. Ale narzędzie pozwala wykonywać o wiele więcej zadań niż tylko przeszukiwanie Google. Kliknij ikonę >> znajdującą się obok pola wyszukiwania. Pojawia się lista narzędzi wyszukiwania w kilku kategoriach, począwszy od komputerów po zakupy. Jeśli skończysz już zachwycać się maestrią tego narzędzia w połączeniu z wyszukiwarką Google, możesz sprawdzić, jak działa z ponad setką innych wyszukiwarek.

Zobacz również

- Pasek narzędziowy Google **[Sposób 24.].**
- Pasek narzędziowy Google dla przeglądarki Mozilla **[Sposób 25.].**
- Huevos (*http://ranchero.com/software/huevos*) niezależne narzędzie wyszukiwania dla systemu Mac OS X.

SPOSÓB 27.

GAPIS

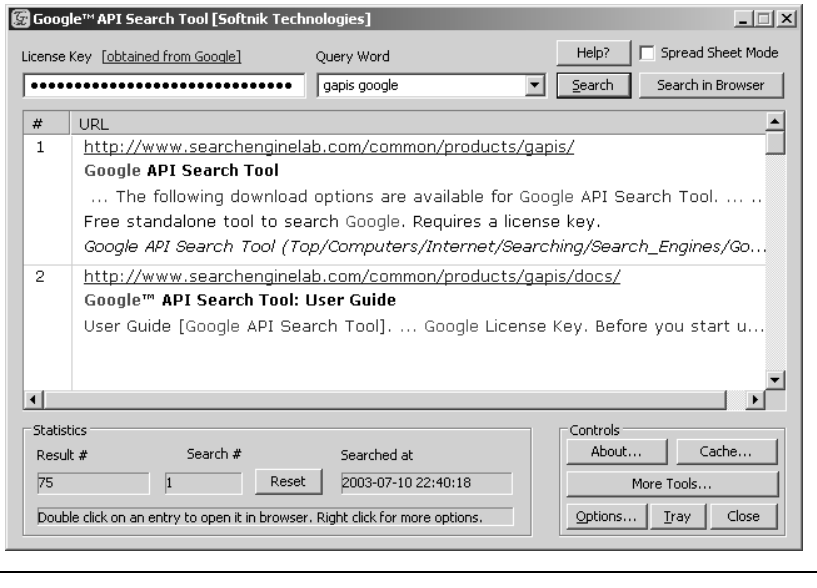
Niezależna aplikacja wyszukiwarki Google dla systemu Windows.

Większość sposobów omówionych w tej książce dotyczy elementów zintegrowanych z przeglądarką lub inną aplikacją. Niewiele niezależnych aplikacji zostało zbudowanych w celu wykorzystania możliwości wyszukiwania Google. GAPIS (Google API Searching in an Application) to niewielka samodzielna aplikacja, która niezależnie wykonuje wyszukiwania Google (może być również przeprogramowana na działanie w ramach przeglądarki).

Aplikacja GAPIS (*http://www.searchenginelab.com/common/products/gapis/*) jest dostępna nieodpłatnie do pobrania w postaci pliku wykonywalnego wraz z narzędziem do usuwania aplikacji z systemu lub jako samodzielny plik wykonywalny bez dodatkowego narzędzia. Aplikacja GAPIS działa tylko w systemie Windows 95 lub jego późniejszych wersjach. Ponieważ wykorzystuje Google Web API, potrzebny Ci będzie własny klucz projektanta Google API, aby uruchamiać zapytania.

Interfejs aplikacji GAPIS jest bardzo prosty, umożliwia dostęp do okna podstawowego oraz okna dodatkowego zawierającego opcje aplikacji.

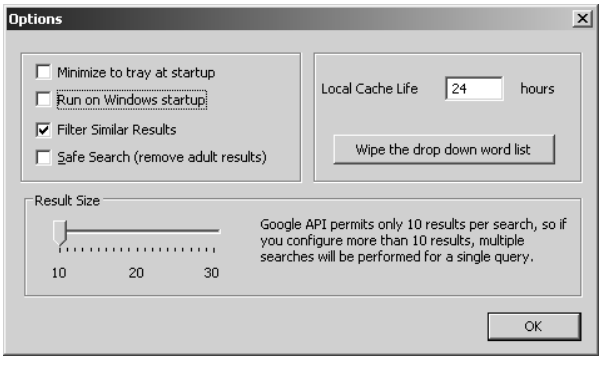
Obok pola zapytania znajduje się pole pozwalające wprowadzić klucz projektanta. Lista rozwijana umożliwia dostęp do wcześniej wykonanych zapytań. Dostępne są dwa tryby przeglądania: tryb standardowy dostarczający informacje na temat wyników wyszukiwania, które pojawiłyby się na skutek wyszukiwania Google, oraz tryb arkusza kalkulacyjnego, który dostarcza informacje w tabeli w postaci arkusza kalkulacyjnego. Rysunek 1.19 przedstawia interfejs aplikacji GAPIS.



Rysunek 1.19. Interfejs aplikacji GAPIS

Opcje

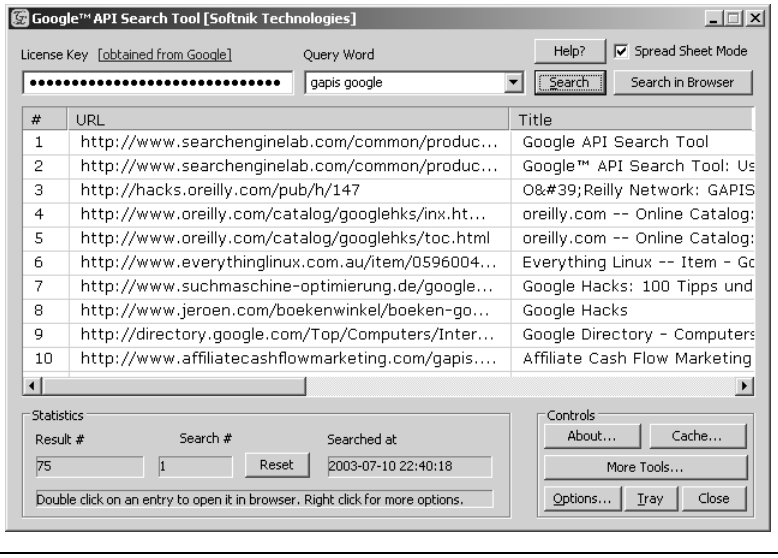
Ekran opcji pozwala zdefiniować kilka parametrów wyszukiwania, łącznie z filtrowaniem SafeSearch, filtrowaniem podobnych wyników oraz maksymalną liczbą zwracanych wyników (aplikacja GAPIS może zwracać do 30 wyników). Rysunek 1.20 przedstawia stronę Options.



Rysunek 1.20. Strona opcji aplikacji GAPIS

Wyszukiwanie

Po uruchomieniu wyszukiwania GAPIS zwraca listę wyników na stronie głównej zgodnie ze zdefiniowanym wcześniej formatem (standardowym lub arkusza kalkulacyjnego, pokazanym na rysunku 1.21).



Rysunek 1.21. Wyniki wyszukiwania aplikacji GAPIS przedstawione w formie arkusza kalkulacyjnego

Aby otworzyć wpis w przeglądarce WWW, należy dwukrotnie kliknąć go lewym przyciskiem myszy. Aby przejść bezpośrednio do wyszukiwania w przeglądarce (jeśli na przykład chcesz zobaczyć więcej niż 30 wyników), kliknij przycisk *Search In Browser*.

Jeśli chcesz stworzyć zestaw najczęściej wykonywanych wyszukiwań, ukierunkowany raczej na przypomnienie zwracanych wyników niż na ich szczegółowe przeglądanie, aplikacja GAPIS to niezwykle wygodne narzędzie.



SPOSÓB 28.

Wyszukiwanie z zakładkami

Stwórz interaktywne zakładki do wykonywania funkcji Google z poziomu własnej przeglądarki.

Naszym zadaniem jest stworzenie zakładek zawierających dodatkowy element JavaScriptu. Dzięki temu będą one bardziej interaktywne niż standardowe zakładki. Będą wykonywały proste zadania, jak otwieranie okna, odczytywanie podświetlonego tekstu ze strony WWW lub przekazywanie zapytania do wyszukiwarki. Dostępnych jest kilka zakładek umożliwiających wykonanie przydatnych zadań Google z poziomu przeglądarki.



Jeśli korzystasz z przeglądarki Internet Explorer w systemie Windows, masz się z czego cieszyć: prawdopodobnie wszystkie zakładki będą działały zgodnie z opisem. Ale jeśli używasz mniej popularnej przeglądarki (jak na przykład Opera) lub mniej popularnego systemu operacyjnego (jak na przykład Mac OS X), zwróć uwagę na wymagania zakładek i instrukcje; być może będziesz musiał wykonać dodatkowe sztuczki, aby zmusić do pracy poszczególne zakładki. Może się również zdarzyć, że nie będziesz mógł korzystać z niektórych zakładek.

Zanim przećwiczysz to na innych witrynach, zacznij od Google's Browser Buttons. Google Search przesyła zapytanie do wyszukiwarki Google dotyczące dowolnego tekstu podświetlonego na bieżącej stronie. Google Scout wykonuje wyszukiwanie `related`**: [podpunkt „Składnia specjalna"]** na bieżącej stronie.

Zakładki Google zostały zaprojektowane z myślą o przeglądarce Internet Explorer.

Google Translate!
(http://www.microcontentnews.com/resources/translator.htm)

Umieszcza narzędzia tłumaczenia wyszukiwarki Google **[Sposób 2.]** na zakładce, dzięki czemu możliwe jest przetłumaczenie zawartości bieżącej strony po kliknięciu jednego przycisku.

Google Jump
(http://www.angelfire.com/dc/dcbookmarkletlab/Bookmarklets/script002.html)

Prosi o podanie treści wyszukiwania, wykonuje wyszukiwanie i uruchamia w przegladarce pierwszy wynik wyszukiwania zgodnie z funkcją wyszukiwarki Google Szczęśliwy traf **[podpunkt „Podstawy przeglądarki Google"]**.

The Dooyoo Bookmarklets
(http://dooyoo-uk.tripod.com/bookmarklets2.html)

Umożliwia skorzystanie z kilku zakładek w różnych wyszukiwarkach — dwie z nich są przeznaczone dla wyszukiwarki Google. Podobnie jak w przypadku Google's Browser Buttons, jedna wyszukuje podświetlony tekst, a druga odszukuje powiązane strony.

Joe Maller's Translation Bookmarklets
(http://www.joemaller.com/translation_bookmarklets.shtml)

Tłumaczy bieżącą stronę na określony język za pomocą wyszukiwarki Google lub Altavista.

Bookmarklets for Opera
(http://www.philburns.com/bookmarklets.html)

Obejmuje zakładkę tłumaczenia Google, zakładkę ograniczającą wyszukiwanie do bieżącej domeny oraz zakładkę przeszukującą grupy dyskusyjne **[Sposób 30.]**. Jak łatwo się domyśleć, zakładki zostały stworzone z myślą o przeglądarce Opera.

GoogleIt!
(http:// www.code9.com/googleit.html)

Kolejna zakładka, która przeszukuje Google pod kątem tekstu podświetlonego na bieżącej stronie WWW.