

O'REILLY®

GOOGLE HACKS™

第三版
涵盖
Google地图

探索和利用全球信息资源的技巧和工具



*Rael Dornfest, Paul Bausch &
Tara Calishain* 著
Chris DiBona 序
邢艳茹 徐罡 译



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

GOOGLE HACKS 探索和利用全球信息资源的技巧和工具



Google是一种非常好的Web搜索工具。但是，你知道Google还提
供给你多种方法来组织和
使用信息吗？

从Google地球的大画面到Google移动的小屏幕，“Google
Hacks”第三版揭示了Google绝大部分功能的奥秘。它包括针对
Google新服务的许多工具，以及使用以往工具的新方法。例如：

- 使用Google Talk bot在IM上搜索Google；
- 建立客户化的Google地图并将其添加到你自己的网站上；
- 隐藏你的搜索路径，保护你的浏览隐私权；
- 改变Google搜索为RSS反馈，这样你可以通过Google Reader或者你所选择的新闻阅读器来监控；
- 采用新的、有用的方法在博客中添加标签页；
- 针对Windows、Mac和Linux操作系统转换Gmail到外部硬盘；
- 在你的网页中添加搜索、广告、新闻反馈等；
- 使用Google API和你所喜欢的编程语言对Google进行编程。

“如果你想使用Google工具创建和分发信息，或者想找到新的、创新性的方法使用
我们所提供给你的工具，那么该书会帮助你。O'Reilly的编辑将这些方法编辑到这
本非常有用的书中，我希望你能够和我一样欣赏它。”

——Chris DiBona, Google开源程序经理

图书分类：网络技术>搜索引擎



Broadview
www.broadview.com.cn

www.phei.com.cn

O'Reilly Media, Inc. 授权电子工业出版社出版

本书贴有激光防伪标志，凡没有防伪标志者，属盗版图书。

ISBN 978-7-121-04579-0



9 787121 045790 >

定价：59.80 元

O'REILLY®

GOOGLE HACKS™

探索和利用全球信息资源的技巧和工具

第三版

Rael Dornfest, Paul Bausch & Tara Calishain 著

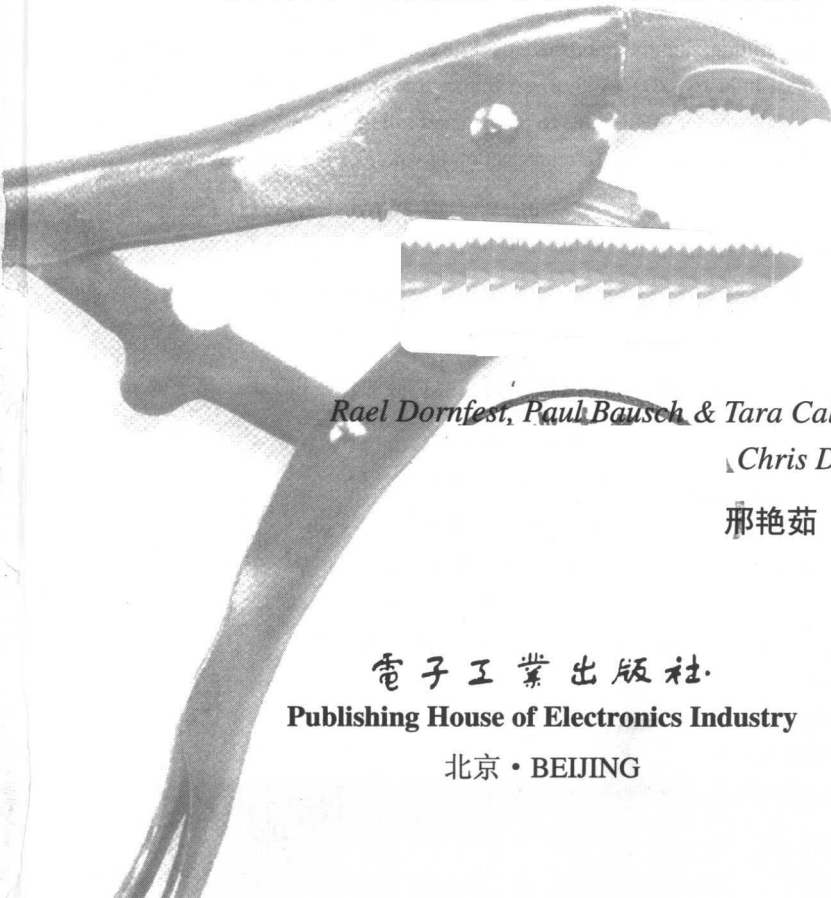
Chris DiBona 序

邢艳茹 徐罡 译

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING



图书在版编目 (CIP) 数据

GOOGLE HACKS 探索和利用全球信息资源的技巧和工具 (第三版) / (美)法斯特(Fest,R.D.), (美)布什(Bausch,P.), (美)克里珊(Calishain,T.) 著; 邢艳茹, 徐昱译. —北京: 电子工业出版社, 2007.6
书名原文: Google Hacks: Tips & Tools for Finding and Using the World's Information (Hacks) [ILLUSTRATED] (Paperback)
ISBN 978-7-121-04579-0

I. G… II. ①法… ②布… ③克… ④邢… ⑤徐… III. 因特网—情报检索 IV. G354.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 086370 号

版权贸易合同登记号

图字: 01-2006-6551

Googles Hacks, Third Edition, Copyright © 2006 by O'Reilly Media, Inc.

Simplified Chinese edition, jointly published by O'Reilly Media Inc. and Publishing House of Electronics Industry, 2007. Authorized translation of the English edition, 2006 O'Reilly Media Inc., the owner of all rights to publish and sell the same.

All rights reserved including the rights of reproduction in whole or in part in any form..

本书中文简体版专有出版权由 O'Reilly Media, Inc. 授予电子工业出版社, 未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权所有, 未得书面许可, 本书的任何部分和全部不得以任何形式重制。

书 名 / GOOGLE HACKS 探索和利用全球信息资源的技巧和工具 (第三版)

书 号 / ISBN 978-7-121-04579-0

责任编辑 / 朱沐红 江 立

封面设计 / Edie Freedman, 张健

出版发行 / 电子工业出版社

地 址 / 北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

印 刷 / 北京中科印刷有限公司

开 本 / 640×980 1/16 印张: 34.25 字数: 404 千字

印 次 / 2007 年 6 月第 1 次印刷

印 数 / 5000 册

定 价 / 59.80 元

O'Reilly Media, Inc. 介绍

为了满足读者对网络和软件技术知识的迫切需求,世界著名计算机图书出版机构 O'Reilly Media, Inc. 授权电子工业出版社, 翻译出版一批该公司久负盛名的英文经典技术专著。

O'Reilly Media, Inc. 是世界上在 UNIX、X、互联网 和其他开放系统图书领域具有领导地位的出版公司, 同时也是联机出版的先锋。

从最畅销的 *The Whole Internet User's Guide & Catalog* (被纽约公共图书馆评为 20 世纪最重要的 50 本书之一) 到 GNN (最早的互联网门户和商业网站), 再到 *WebSite* (第一个桌面 PC 的 Web 服务器软件), O'Reilly Media, Inc. 一直处于互联网发展的最前沿。许多书店的反馈表明, O'Reilly Media, Inc. 是最稳定的计算机图书出版商——每一本书都一版再版。与大多数计算机图书出版商相比, O'Reilly Media, Inc. 具有深厚的计算机专业背景, 这使得 O'Reilly Media, Inc. 形成了一个非常不同于其他出版商的出版方针。O'Reilly Media, Inc. 所有的编辑人员以前都是程序员, 或者是顶尖级的技术专家。O'Reilly Media, Inc. 还有许多固定的作者群体——他们本身是相关领域的技术专家、咨询专家, 而现在则编写著作, O'Reilly Media, Inc. 依靠他们及时地推出图书。因为 O'Reilly Media, Inc. 紧密地与计算机业界联系着, 所以 O'Reilly Media, Inc. 知道市场上真正需要什么图书。

目录

序	ix
致谢	xi
前言	xxi
第一章 网页	1
引言: Google 网络搜索的基础知识	1
全字通配符	5
特殊语法结构	6
混合语法结构	10
高级搜索	14
快速链接 (Quick Links)	17
语言工具	20
搜索结果分析	22
设置参数	24
弄清楚 Google 的 URL	27
1. 浏览 Google 的地址名录	28
2. 及时从 Google 收集网络快照	32
3. 搜索结果可视化	34

4. 拼写检查	38
5. Google 电话簿: 让 Google 的手指为你指路	42
6. 查找定义	45
7. 查找信息所在的目录	51
8. 搜索所有基本的关键词	53
9. 搜索表单妙用	57
10. 比较 Google 和 Yahoo! 的搜索结果	60
11. 保存所有的搜索路径	64
12. 增强存储能力	70
13. 查找 Google 对事物的看法	74
14. 浏览世界各地的照相簿	76
15. 查找类似图片	79
16. 跟踪股票信息	82

第二章 高级页面 85

引言: 一些假设	86
17. 装配高级搜索查询	86
18. 同义词	90
19. 在 Google Box 中获得 Google 搜索结果	93
20. 使用 Google 指导烹饪	97
21. 改变查询序列的组合方式	101
22. 分析搜索结果的域频率	106
23. 测量 Google “记忆占有率”	110
24. SafeSearch 验证 URL	114
25. 搜索 Google 主题	117
26. 运行 Google 流行度排行榜	121
27. 从 Yahoo! Buzz 剪辑 Google 搜索条件	129
28. 比较 Google 与其他搜索引擎的搜索结果	132
29. 在 Yahoo! 和 Google 上进行多点搜索	137

30. Yahoo!的目录在 Google 中的记忆占有率	141
31. 用 Geotargeting 来预测趋势	145
32. 在命令行调用 Google 计算器	152
33. 构建用户自己的 Google 搜索回馈	154
34. 使用 Link Graph 搜索 Google	158
35. 下载 Google Videos 作为 AVI 文件	163
第三章 新闻组和博客	168
引言: Google 新闻组	168
Google 论坛	172
Blogs.....	177
Google 以外的新闻及论坛搜索引擎	180
36. 剪辑 Google 新闻组	180
37. 可视化 Google 新闻组	185
38. 绘制 Google News 地图	188
39. 跟踪用户中意的网站	194
40. 剪辑 Google 论坛	200
41. 查找 Blog 评论	204
42. 收集 Blog——免费的 Google 搜索结果	207
43. 单击即可查找有关任意 URL 的 Blog 评论	211
44. 实时跟踪 Blog 的主题	214
45. 桌面处理 Blog	219
46. Blogger 的 PHP 编程	225
第四章 拓展 Google	229
47. 在搜索中使用 Google 警告作为标记	229
48. 搜索你自己的桌面	232
49. 使用 Google 书签集	243
50. 在 IRC 中使用 Google	245

51. 在移动中使用 Google	248
52. 通过即时消息使用 Google	259
53. Google 化用户的浏览器	262
54. 从任意网页中使用 Google 搜索	271
55. 客户化 Firefox 快速搜索条	274
56. 建立 Google 屏保	277
57. 加速在 Google 中增加反馈	282
58. 乏味超长的 Google URL 地址	286
59. 当你键入时自动完成搜索词汇	289
60. 精炼你的 Google 搜索	291
61. 如何改造 Google 以适应视力不佳的用户	294
62. 使用 Google 搜索歌词	303

第五章 Google 地图.....307

63. 全局思考, Google 定位	308
64. 初步了解 http://maps.google.com	312
65. 使用 Google 地图定位	317
66. 构建你自己的 Google 地图	319
67. 在你的网站中添加 Google 地图	323
68. 地图 Flickr 契约	330
69. 飞跃地球	339

第六章 Gmail.....347

引言: 申请账号	348
Gmail 搜索语法	348
Gmail 聊天	351
额外的资源	352
70. 建立和使用习惯的地址	352
71. 将地址簿导入 Gmail	354

72. 将邮件导入到 Gmail.....	366
73. 导出 Gmail 邮件.....	373
74. 在移动中使用 Gmail.....	375
75. 使用 Gmail 作为 Linux 文件系统.....	383
76. 将 Gmail 作为 Windows 驱动器使用.....	389
77. Gmail 编程.....	392
78. 促使 Gmail 使用安全的连接.....	396
第七章 Web 管理.....	399
引言: Google 对于 Web 管理员的重要性.....	399
神秘的 PageRank.....	400
机会均等的神秘算法.....	400
为 Web 管理员提供的工具.....	400
紧跟 Google 的变化.....	404
一个词: 放松.....	405
79. 向 Web 管理员介绍 Google.....	406
80. 解密 PageRank 的算法.....	409
81. 达到每天 15000 次的访问量的 26 个步骤.....	412
82. 进驻搜索引擎.....	419
83. 为 Google 的来访做好清理准备工作.....	422
84. 从 Google 清除你的材料.....	424
85. 充分利用 AdWords.....	428
86. 生成 Google 的 AdWords.....	433
87. 剪辑 Google AdWords.....	435
88. 在你的网站上增加搜索栏.....	438
89. 添加新闻到你的 Web 站点.....	442
第八章 Google 编程.....	447
引言: 注册申请与 Google 服务条款.....	448

Google Web API 的开发者工具包	449
在程序中使用许可证密钥	449
什么是 WSDL?	450
深入理解 Google API 的查询方式	451
深入理解 Google API 的响应	455
包括 Web API 的更多的 API	458
对 Spidering 和 Scraping 的解释	458
90. Google Web API 的 Perl 编程	460
91. 安装 SOAP::Lite Perl 模块	462
92. Google 编程的 Net::Google Perl 模式	465
93. 循环读取 10 条结果	467
94. Google 的 Java 编程	470
95. Google 的 Python 编程	473
96. Google 的 C#与.NET 编程	475
97. 使用 VB.NET 进行 Google 编程	479
98. 使用 ColdFusion 进行 Google 编程	482
99. 使用 PHP5 进行 Google 编程	484
100. 使用 VBScript 进行 Google 编程	487
附录 A 追踪关于 Google 的消息	491
索引	497

第一章

网页

Hacks 1~16

Google 的主页设计十分简单：只有一个搜索栏和两个按钮。然而，这个基本的界面——以它独有的简洁散发着独特的吸引力——看上去似乎显示不出 Google 搜索引擎的强大功能和里面蕴涵的丰富信息。如果用户掌握了 Google 的所有搜索方法，那么网络将成为他的一块“珍宝”。

使用 Google 进行搜索时不是只要在搜索栏里键入你想找的信息就能得到最好的搜索结果。Google 提供给用户许多特别的搜索方法——通过特殊的搜索语法和搜索选项——让用户能够精练地定义搜索目标，以助于 Google 更好地理解你所要寻找的信息。在本章中我们将向读者深入地揭示 Google 搜索引擎强大的、经验性的专用语法结构，以及搜索选项，让读者知道如何能够挖掘出 Google 搜索引擎的所有潜力。我们在书中所讲解的内容将包括：Google 搜索的一些基础知识，如何使用通配符、关键词限制、特殊情况的语法结构、混合格语元素、高级搜索技术，以及使用特殊词汇，包括一些俚语和术语。

Google 网络搜索的基础知识

当用户进行搜索的时候，一次键入多个关键词，搜索引擎系统在处理 and 整合这些关键词的时候有自己默认的处理方法。系统在处理的时候，关键词会随意地独立显示在同一个页面还是必须显示在一起？搜索引擎将搜索所有的关键词还是只搜索其中的任何一个呢？

短语搜索

Google 默认的搜索方式是在页面上的任何位置搜索到用户定义的关键词就算匹配。不论这些关键词是连在一起的还是分散分布的。如果用户希望搜索的结果中包含按照输入的顺序出现的关键词，应该在输入关键词的时候把关键词按照短语搜索的方式输入，也就是给输入的关键词加上引号，以告诉搜索引擎用户需要的是什么样的匹配。在 Google 的术语中，这种搜索叫做短语搜索 (*phrase search*)。

当在 Google 的搜索栏中输入：

```
to be or not to be
```

Google 搜索到的结果是一些分散显示上述单词的网页。如果用户想搜索到你输入的关键词中单词的顺序相同且连在一起的短语，那么就需要给这个关键词加上引号，例如：

```
"to be or not to be"
```

这样 Google 搜索到的结果就是包含这个短语的页面了(而不是遇到其中的一个字，甚至连接词“to”或者“or”就分别匹配)；具体内容见后面的章节“约束扩展”。当你想要搜索一个短语但是不能确切地确定短语中的每个词，这个时候短语搜索也是很有用的。可以使用通配符来实现，相关内容会在后面章节“全字通配符”中详细介绍。

基础布尔逻辑

对于一个搜索引擎来说，进行搜索的时候它的工作目标是要搜索到匹配所有关键词的页面，还是仅包含关键词中的任意单词就可以，这要取决于它的一些特别的算法，我们称之为搜索引擎的布尔逻辑默认值。搜索引擎可以使用布尔逻辑与 (Boolean AND) 和布尔逻辑或 (Boolean OR) 作为逻辑默认值。布尔逻辑与是以 AND 作为默认逻辑来搜索匹配所有关键词的网页，布尔逻辑或也就是以 OR 作为默认的逻辑只要能够搜索到一个匹配的关键词即可。当然，即使一个搜索引擎被设置为默认逻辑与，你也可以通过下达一些特殊的命令，来让搜索引擎搜索到匹配所有关键词的网页。如果没有下达特殊的命令，搜索引擎将执行它的默认设置。

Google 搜索引擎的默认设置是逻辑与，也就是说，如果用户对要查询的关键词没有作特别的修饰，仅仅是输入，那么 Google 搜索到的结果将是匹配所有关键词的网页。例如，在搜索栏中输入：

```
snowblower Honda "Green Bay"
```

Google 会搜索与上述所有的单词或短语匹配的网页，如果能够搜索到其中任一单词或者短语对你来说都可以，那么需要在各个单词或者短语间以 OR 连接：

```
snowblower OR snowmobile OR "Green Bay"
```



注意要用大写的 OR，否则无法搜索到希望的结果，只是将 or 作为关键词的一部分进行搜索。

如果用户希望搜索到的结果是包含关键词中的一个词或词组与另外多个词或词组的分别组合，那么需要将可以分别组合的词语部分加上括号，举例如下：

```
snowblower (snowmobile OR "Green Bay")
```

输入上述关键词，查询到的结果是包含“snowblower”和“snowmobile”词组的页面或者包含“snowblower”和“Green Bay”词组的页面。Google 还从计算机程序语言中借用了符号“|”，来代替 OR，例如：

```
snowblower (snowmobile | "Green Bay")
```

否定

如果用户希望定义一个查询，但是要求结果中不包含某个词，可以使用符号“-”（减号或者是破折号）：

```
snowblower snowmobile -"Green Bay"
```

这个搜索结果是页面只包含单词“snowblower”和“snowmobile”，而没有短语“Green Bay”。需要注意的是符号“-”后要直接跟着不想让其出现的关键词，若它们中间有空格，如下面的例子所示，那么将不能得到你预想的搜索效果：

```
snowblower snowmobile - "Green Bay"
```

但是一定要记住，在符号“-”之前一定要有一个空格符。

约束扩展

总的来说，Google 会为用户搜索到包含所有关键词的网页，（只要输入的关键词中不包括用符号“-”特别定义的不希望包含的词）。有些特定的单词会被 Google 忽略掉，因为它们是一些很常用而且没有搜索价值的单词。如单词“I,”“a,”“the,”和“of”，我们称这些单词为 *stop words*。

如果用户希望这些 *stop words* 不被忽略掉，那么需要在这个单词前面加上一个符号“+”（加号），如下所示：

```
+the king
```

在上面的这个查询中，*stop words* “the”就不会被系统忽略掉。如果我们查询：

```
"the move" glam
```

就可以搜索到比下面这个查询方式更精确的匹配结果：

```
the move glam
```

原因很简单，在第一个例子中单词“the”作为短语“the move”的一部分被检索，而在第二个例子中就被当作 *stop words* 给忽略了。

同义词

很多时候，用户可能觉得在搜索的结果中会丢失一些重要的网页，这主要是因为关键词的原因，你要查询某个信息时候，往往选择某个关键词来表达，但是这种表达并不是唯一的，如果不能够和关键词匹配，那么那些重要的信息就会被遗漏。

Google 可以通过同义词来解决这个问题，即在关键词前加上同义词运算符“~”。这样 Google 就执行同义词搜索，得到的结果不仅包括精确匹配关键词

的网页，也包括 Google 系统认为是与关键词的同义词相匹配的网页。例如，进行如下搜索：

-ape

得到的结果会包括由 monkey (猴子), gorilla (大猩猩), chimpanzee (黑猩猩) 和其他同义词 (包括单数和复数形式) 搜索到的内容，同时也会出现与下面的搜索结果相关的内容：

monkey gorilla chimpanzee

更有可能出现一些让用户意想不到的结果包含在查询中。

Google 使用一些特定的算法来自动计算出某个关键词的同义词，因此有时候用户可能会发现，在用同义词搜索到的结果中，常常会出现一些连常用的普通词典都不会收录的同义词 (如果网页中包含的是关键词的同义词，会用粗体标识出来，因此很容易让用户辨别那些是用同义词得到的搜索结果)。

数字范围

在网络搜索查询时，另一个难以解决的问题就是对数字的转化，比如在日期、货币、尺寸、重量、高度、或者其他两个计量系统之间进行等值转化的问题。

数字范围运算符 “..” (两个点) 表示查询某个特定的数字范围内的结果。

例如，如果用户希望查找号码为 5 或者 6 的 Prada 舞鞋，可以使用这样的查询：

prada pumps size 5..6

如果用户想查找可供选择的 SLR 数码摄像机，希望产品比较符合用户的需求，而且价格在 \$800 至 \$1000 之间，可以在 Google 的搜索栏中输入：

slr digital camera 3..5 megapixel \$800..1000

有一点值得提醒用户注意的是，进行查询的时候，如果使用数字范围，一定要给数字赋予一定的含义，例如使用符号 \$, size, megapixel, kg 等等，这样才能让搜索引擎知道用户具体需要的是什么范围内的信息，而不仅仅是数字。

另外，搜索引擎还提供了一些与数字相关的语法，用户可以使用这些语法，用一个数字来表达某个数字范围，比如将这个数字作为用户希望查询的最大值或最小值。举个例子，如果用户想查找在蒙大拿州 (Montana) 内不少于 500 英亩的土地，可以使用下面的查询：

acres Montana land 500..

再举一个例子，如果用户想为自己的宠物狗购买一件价值在 \$30 以下的雨衣，可以这样搜索：

raincoat dog ..\$30



一般来说，Google 在执行搜索的时候，无法确认像\$这样的特殊字符。但是在实际的应用中，\$是一个很常用的表示数字价值的字符，在各种搜索中都会用到。读者可以使用 Google 进行验证一下，分别用“yard sale”bargains 10 和“yard sale”bargains \$10 进行查询，将结果对比一下，就可以发现，第二个查询得到的结果要远远少于第一个查询得到的结果。原因是，Google 进行第二个搜索的时候，查询的是与“\$10”完全匹配的字符。

简单搜索与 Feeling Lucky 功能

I'm Feeling Lucky™ 这个按钮有很好的功能。使用这个功能用户得到的不是一个可供选择的简单的搜索列表，而是一个 Google 推荐的结果列表，里面列出的内容是 Google 认为与用户所搜索的内容最相关的结果（列表中的第一个结果是 Google 认为用户最有可能需要的）。例如，在搜索栏中输入 `washington post`，然后点击 I'm Feeling Lucky 按钮，将自动连接到 <http://www.washingtonpost.com>。如果搜索的是关键词 `president`，Google 会直接将用户带到网站 <http://www.whitehouse.gov>。

大小写敏感性

一些搜索引擎对关键词的大小写是比较敏感的；也就是说，这些搜索引擎在搜索的时候对字母的大小写会区别对待。比如，如果用户在这样的搜索引擎上搜索“GEORGE WASHIINGTON”时，得到的搜索结果不会包含“George Washington,” “george Washington,” 或者其他字母格式的组合。

Google 不是这样具有大小写敏感性的搜索引擎。如果用户搜索的是 `Three`, `three`, 或者 `THREE`，甚至是 `ThREe`，得到的结果都是一样。

全字通配符

一些搜索引擎支持一种叫做“*stemming*”（填充）的技术。*Stemming* 是指在查询的关键词中加入一些通配符——通常是*（星号），有时候也可能是?（问号），这些通配符的作用是要求搜索引擎进行查询的时候，能够执行多个不同的搜索。通配符的作用是代表占位，搜索结果将是包含输入的字母或词组加上通配符代表的可以任意匹配的字母或者单词的组合。举例说明上述通配符的作用，如果用户在搜索栏中输入 `moon*`，可以发现在搜索结果中包含了与 `moons`, `moonlight` 和 `moonshot` 等相关的内容。

Google 搜索引擎不支持默认的 *stemming*。其实，过去 Google 根本就不支持 *stemming*，但是现在它支持部分 *stemming*。因此，如果用户查询关键词 `dietary`，得到的结果会包含 `diet`, `diets` 和其他与 `dietary` 相关的变体。

Google 也有全字通配符功能。也就是说，不能用一个通配符来代替一个字的一部分，但是可以在一个短语中插入一个通配符（Google 默认的通配符是*），用它来代表一个完整的词。如，在 Google 上搜索“`three * mice`”，得到的结果中有 `three blind mice`, `three blue mice` 和 `three green mice` 等。

全字通配符到底有什么好处呢？显而易见，全字通配符没有 stemming 那么好用，但是它却不容易被混淆，通俗好用，比较适合 Google 的初学者，*代表一个单词，**代表两个单词，依此类推。全字通配符在下面的情况下是非常好用的：

- 在检索某个短语或者其派生词出现的频率时，也会遇到类似的问题。例如：`intitle: "methinks the * doth protest too much"`和 `intitle: "the * of Seville"`（`intitle:` 的用法将在后面“专用语法结构”部分介绍）。
- 如果对于要搜索的关键词，你只记住其中的一部分，其他不能确定的部分可以用通配符替代。比如说你只知道一首歌曲的部分歌词，那么就可以用这部分可以确定的信息去搜索，而不要去任意补充完整来搜索。

我们来看看下面的例子，如果用户想查询 Chic 的迪斯科歌曲“Good Times”，输入一句歌词：“You silly fool, you can't change your fate。”

可能用户曾经听过这首歌，但是记不清里面到底是不是有 fool 这个单词，或者是其他的什么词。在这种情况下，如果你输入的“fool”是错的，（比如正确的歌词是“You silly child, you can't change your fate”），那么这个不正确的关键词将导致你找不到任何相关的结果，然后用户就可能误以为还没有人将 Chic 的这首歌的歌词传到网上。

解决的办法是，查询的时候关键词中记不清楚的位置用通配符来代替，如下所示：

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

用户可以使用通配符来搜索引文、歌词、诗词、或者其他的内容。这里要提醒读者，虽然可以使用通配符，但是需要足够的引文，以便搜索引擎能够为用户搜索到唯一的结果。如果用户搜索“you * fool”，将会得到很多不相关的搜索结果，这样查找起来就很困难了。

特殊语法结构

除了基本的逻辑 AND, OR 和短语搜索，Google 还有一些特殊的语法结构，这些语法结构能够帮助用户缩小搜索范围。

作为一个全文搜索引擎，Google 会索引整个网页，而不仅仅是一个标题或者简单的描述。附加的命令，又叫做特殊语法或者是高级算子，能够让 Google 用户搜索到网页的特殊部分或者是特殊类型的信息。当用户搜索的内容需要网站检索数以 80 亿的网页的时候，缩小搜索范围就显得十分重要，这时特殊语法结构就能解决很大的问题。如果用户可以将搜索范围限定在网页的标题或者 URL 中，就可以得到很精确的搜索结果，而不需要用户将关键词设定的非常精确。下面我们将讲述以下专用语法的用法，包括语法结构的要素，以及常用的功能等。