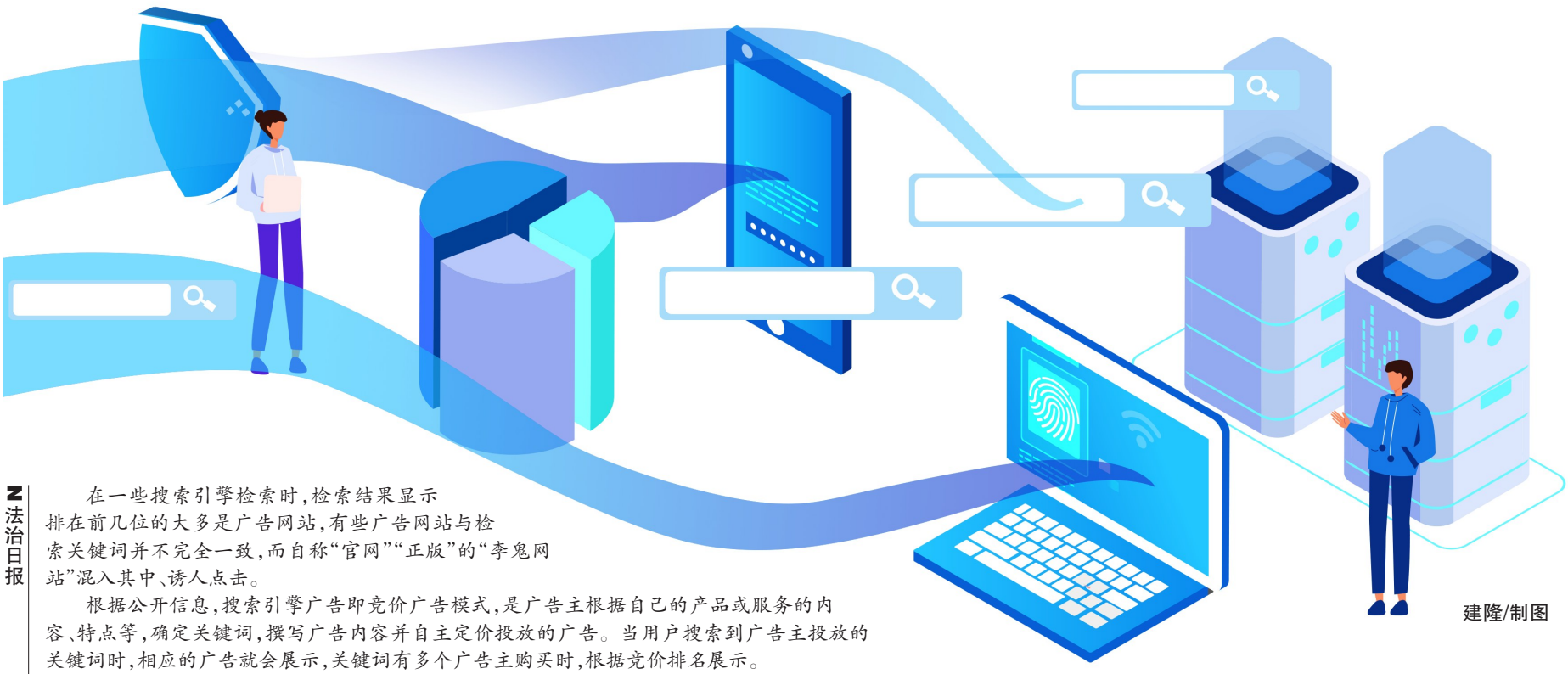
用搜索引擎 怎搜出一堆“李鬼”网站



建隆/制图

Z 法治日报

在一些搜索引擎检索时，检索结果显示排在前几位的大多是广告网站，有些广告网站与检索关键词并不完全一致，而自称“官网”“正版”的“李鬼网站”混入其中、诱人点击。

根据公开信息，搜索引擎广告即竞价广告模式，是广告主根据自己的产品或服务的内容、特点等，确定关键词，撰写广告内容并自主定价投放的广告。当用户搜索到广告主投放的关键词时，相应的广告就会展示，关键词有多个广告主购买时，根据竞价排名展示。

受访专家认为，解决搜索引擎显示“山寨网站”“李鬼网站”的问题，一方面，应要求广告发布者必须严格贯彻《互联网广告管理办法》，对广告网站做显著标识，同时还要把更多的责任加诸互联网平台，要求其承担内容审核方面的合理注意义务，未尽该义务的，承担连带赔偿责任，以遏制平台放任违法而获利的冲动。

现状：检索信息广告排名靠前 大量山寨网站伪装其中

北京市民钱筱（化名）向记者演示了自己如何掉入“山寨网站”陷阱的全过程。

她在某搜索引擎上检索栏输入“Steam”后，页面显示多项检索结果。排在首位的是“Steam store—欢迎来到Steam”网站，简要文字介绍显示“Steam，正版游戏超低折扣1折购，3A大作，热门新游会员免费畅玩！国内外游戏，限时特价优惠，正版游戏下载，新用户注册送好礼”等，还配有“绝地吃鸡”“反恐精英”等游戏的图片和优惠信息。

记者注意到，要特别细心地观察，才能看到网页下方网址链接旁边的暗灰色“广告”两个小字。

钱筱告诉记者，她当时发现第一个搜索结果是“山寨网站”后，又相继下载了排名第二和第三的所谓“Steam”，结果一个是××游戏加速器广告，另一个也是“山寨网站”。下拉略过多个广告网站之后，她才找到真正的Steam官网。

“没想到‘山寨网站’也能以广告网站的形式排在前列，而且‘广告’提示还毫不显眼，难道是在为‘山寨网站’背书吗？”钱筱有些气愤。

而存在这种问题的并非一家搜索引擎。《法治日报》记者在另外3家搜索网站上同样以“Steam”作为关键词进行检索，发现排名前几位的都是标注为广告的“山寨网站”，数量最少的有4个，最多的则有9个，且排在官方正版网站之后的还有多个“山寨网站”。

值得注意的是，这些“山寨网站”“李鬼网站”的广告提示，有的标在网站页面链接的右下角，被字体大于其数倍的标题和游戏图片隔开，让人很难注意到；有的标在标题下的文字解释后面，和解释内容字体、字号、颜色几乎一模一样。

北京瀛和律师事务所平台法律合规和公共政策中心主任田林说，这种情况极有可能是其他网站经营者在名称上打擦边球，以一种很容易使人误解的方式进行广告推广，有虚假宣传的违法嫌疑。

在北京理工大学网络空间国际治理基地研究员王磊看来，搜索引擎平台应当遵守广告法等相关法律法规的规定，禁止推广违法违规内容，同时对商业推广信息，需要逐条加注显著标识，在搜索结果页面突出展示商业推广风险提示等。

“如果‘李鬼网站’展现出‘李逵网站’所包含的他人商标、商号、网址等信息内容，足以引起网络用户对二者之间的关联关系混淆，则构成对他人注册商标专用权的侵害，或者构成擅自使用他人知名商品特有名称或企业名称的不正当竞争行为。”王磊说。

专家：如未审慎履行审查义务 造成侵权平台需要担责

从调查情况来看，一些“李鬼网站”充满陷阱。如果网友不留心区分并相信了网页内容，在步步操作之下，很可能被诱导充值、消费。更有甚者，不法分子瞄准搜索引擎竞价广告模式，用种种手段披上伪装，引流诈骗。

那么，如果有网友受搜索引擎广告链接的“李鬼网站”所惑而造成财产损失、个人信息泄露、被垃圾信息轰炸等后果，搜索引擎方应该承担什么样的责任？

在研究互联网法治的内蒙古大学法学院讲师李东方看来，如果竞价广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者，构成虚假广告。搜索引擎的经营者以及竞价排名业务的负责主体，虽然不是直接侵权的主体，但对于“李鬼网站”应尽合理的注意义务，如果发生侵权行为，搜索引擎相关企业与“李鬼网站”主观上存在共同过错，客观上给搜索引擎用户造成损失，依据具体的行为构成和危害结果，可能构成侵权或犯罪行为，应当承担相应的法律责任。

王磊介绍，根据广告法的规定，如果“李鬼网站”对正版网站构成了商标侵权、不正当竞争等违法情形，则应当承担侵权责任，如果同时造成了用户损失，应当对用户承担损害赔偿责任。如果搜索引擎方未尽审核义务，知道或应当知道“李鬼网站”的违法事实，或在收到相关权利人投诉后未进行删除、屏蔽、断开链接等必要措施，可能需要对损害后果或损害的扩大部分承担连带责任。

“如果搜索引擎方尽到了审核义务，对于‘李鬼网站’的违法事实不知情，则搜索引擎方不违法，因为主观上不具有为他人违法行为提供便利条件的故意。”王磊说，但搜索引擎方应通过其他方式承担道义责任，比如某搜索引擎推出了保障计划，网民登录点击搜索推广或带有“保障”标识的，如因假冒官网等蒙受经济损失，可向搜索引擎方申请保障，获得先行赔付并得到消费维权支持。

李东方认为，对于推广信息，搜索引擎平台应按照广告法的规定承担广告发布者的主体责任，比如作为广告发布者负有全面主动的审查义务，若不履行或未审慎履行审查义务，明知、应知广告虚假仍发布的，须依法承担行政责任；造成消费者损害的，还需依法承担相应的民事连带责任。

建议：加大惩处强化平台监管 用人工加技术双重审核

根据公开信息梳理发现，近年来，搜索引擎中的“山寨网站”“李鬼网站”屡屡引发争议事件。

田林认为，搜索引擎中的“李鬼网站”屡禁难绝的根本原因，在于搜索引擎平台的利益和广告商的利益相一致，所以在面对竞价广告时，一些搜索引擎平台并没有站在客观中立的立场上，难免本着利益导向做竞价排名。

“广告治理是一个极其复杂的工程。实际上不仅是大众对‘李鬼网站’真假难辨，搜索引擎方有时也难以区分广告主线下的真伪，只能通过线上资质进行判断，比如是否提供了合法的营业执照、ICP备案（互联网信息服务备案）等资质。”王磊说，不同于社交、电商和资讯聚合的场景均在平台控制之下，搜索平台从一出现就将链接外部网站视为重要功能，而外部场景意味着平台控制力的削弱，导致部分不良商家“偷梁换柱”更改网页成“李鬼网站”。

李东方建议，在制度层面，立法、执法、司法领域都应该对虚假网站问题重拳出击，即在现有基础上强化对竞价排名广告“不诚信”行为的惩处力度。在技术层面，可以结合已经广泛使用的人工智能技术，通过设定更为合理、标准化的审核标准参数，采用人工智能审核+人工审核的双重审核方式过滤“山寨网站”“李鬼网站”。相关企业也应该及时优先采取技术手段避免将虚假、不法搜索结果呈现在用户面前。

在田林看来，广告发布者必须严格贯彻《互联网广告管理办法》，对广告网站做显著标识，且应与非广告网站有显著区分。同时，有关部门和媒体应该多进行曝光，给受到侵害的消费者提供救济渠道，鼓励被冒充的正版网站及时进行维权。

“还要把更多的责任加诸互联网平台经营者。”田林说，因为平台发布竞价广告是它的利益所在，这种情况下，信息发布不能完全遵循避风港原则，不是仅仅收到监管通知就予以下架、处罚的问题，而必须要求平台在承担内容发布的审核义务方面往前多走一步。以上述Steam为例，明明有官方网站，却排在几个容易让人混淆的广告位后面，平台的做法很难让人相信其不是有意为之。

“如果发生纠纷，法院可以要求平台承担举证责任，证明自己尽到了内容审核方面的合理注意义务，否则平台应当对违法行为给消费者和正版网站造成的损失承担连带赔偿责任，这样才能从根本上遏制平台通过有意无意间放任违法而获利的冲动。”田林认为。