

揭开“审丑”产业链背后的“秘密”

——网络幕后推手“立二拆四”案开庭



8月14日,备受关注的网络红人杨秀宇(前右、网名“立二拆四”)、卢梅(前左、网名“梅子”“非洲我最白”)涉嫌非法经营案一审在北京市朝阳区人民法院开庭。

从“炒美”转向“炒丑” 称为迎合网民重口味

“干爹 888 万元带我包机伦敦看奥运”“僧人后海船震门”“北京车展最美清洁工”……这些曾在网上引起强烈反响的新闻事件,最终被证实都是“纯人工”炒作而起。

8月14日,这一系列“闹剧”的幕后推手杨秀宇——网名“立二拆四”,站到了法院的被告席上,接受法律的审判。而随着杨秀宇和秦志晖——网名“秦火火”等一系列案件的审理,一个由表演者、围观者和网络推手共同打造的“审丑”产业链条也逐渐浮出水面。

事实上,除了炒作“干爹”“炫富”“船震”等话题,“立二拆四”之前也曾策划炒作过他所谓的“正能量”事件。

检方指控,2008 年 4 月,杨秀宇代表尔玛公司与奥美世纪(北京)广告有限公司签订推广合同,约定为长丰汽车公司进行炒作。后杨秀宇负责策划,雇佣于某(女,24 岁)在 2008 年北京车展期间假扮清洁工对长丰汽车站台进行清扫工作,并拍摄照片后以名为“最美清洁工”的新闻事件上传至互联网引发网民关注,以达到炒作长丰汽车的目的。为此,尔玛天仙公司收取奥美公司支付的 2.5 万元人民币。

在庭审中,杨秀宇称,这组后来被各大网站广泛发出的照片完全是他个人策划,当时车展上名为“清洁工”的女孩,只是一个勤工俭学的大学生,报酬是一天 200 元,拍摄者是他本人,图片和文字内容也是由他发布。

在此前的供述中,杨秀宇称,起初他的炒作还是追寻“正能量”,例如炒作“天仙妹妹”“最美清洁工”等,但后来发现网民的口味“越来越重”,为了迎合部分网民的审丑趣味,便开始策划炒作郭美美、干露露、杨紫璐等一系列的炫富事件。

庭审中,在被问及“僧人后海船震门”事件时,杨秀宇毫不避讳,“当时续风堂找到我,让我帮着炒他们的画家安某某,我就策划了一个故事,让他以和尚的身份出现,网络上流行‘车震’,我就策划了‘船震’,视频发出去后,再让画家来起诉全体网民,达到让网民关注的目的。”

然而,杨秀宇这样的“劲爆”策划虽然让当事人赚足了眼球,但网络上连篇累牍的负面评价也让当事人有些“吃不消”。庭审中出示的安某某、“杨紫璐”的证言显示,二人均因名誉受损对杨秀宇的“策划”不满。杨秀宇则表示,“杨紫璐”证言虚假,与事实不符。

公司化“运作”网络新闻事件 一些新闻每起收费近 20 万元

新华社北京 8 月 14 日电 (记者涂铭、卢国强)8 日上午 9 时许,杨秀宇和他曾经的下属卢梅被带进北京市朝阳区法院的二层大法庭受审,二人都被检方以非法经营罪提起公诉。一同被起诉的还有杨秀宇经营的两家公司——北京尔玛天仙文化传播有限公司和北京尔玛互动营销策划有限公司,这两家公司被杨秀宇证实为“两个公司、一套人马”。

起诉书共涉及 7 起指控事实,除了为多家企业提供有偿删除互联网负面信息服务外,杨秀宇还被指控策划炒作了数起网络新闻事件,包括网络上流传甚广的“干爹 888 万带我包机伦敦看奥运”“僧人后海船震门”等事件。

检方指控,2011 年 10 月,杨秀宇代表尔玛天仙公司与北京续风堂文化发展有限公司签订网络推广合同,约定对该公司旗下画家安某某进行炒作。后杨秀宇负责策划,安排安某某着僧服与两名女子在北京市西城区后海登船,并在船中引发船体晃动,杨秀宇拍摄视频后将该视频以名为“僧人船震”的新闻事件上传至互联网引发网民关

注,以达到炒作画家安某某的目的。为此,尔玛天仙公司收取该公司支付的人民币 17 万余元。2012 年 4 月,杨秀宇代表尔玛天仙公司与凯撒旅游国际旅行社有限公司签订奥运奢华游网络推广合同,约定对该公司“888 万元包机去伦敦看奥运会开幕式”旅游项目进行炒作。后杨秀宇负责策划,并选择女模特巫某——别名“杨紫璐”,假扮炫富女,杨秀宇拍摄相关图片,利用昵称为“杨紫璐”的个人微博账号在互联网上陆续发布“干爹 888 万带我包机看伦敦奥运”等虚假信息,引发网民关注,以达到炒作该公司奥运奢华游项目的目的。为此,尔玛天仙公司收取该公司支付的人民币 19 万元。

公诉机关认为,尔玛天仙公司和杨秀宇在明知是虚假信息的情况下仍通过信息网络有偿提供发布信息服务,扰乱市场秩序,情节严重,应当以非法经营罪追究其刑事责任。庭审中,杨秀宇当庭自愿认罪,对起诉书指控的事实及罪名均无异议。

而根据杨秀宇之前的供述,曾经在网络上引发巨大争议的“干露露浴室征婚门”“郭美美炫富”等事件,他都是其中的幕后推手。

最鼎盛时仅北京公司就近 50 人 斩断不良产业链需提高违法成本

自从全国范围的打击网络谣言活动开展以来,“立二拆四”“秦火火”等一批虚假网络信息的“推手”受到司法机关的处理,而随着案情的披露,一个靠虚假、低俗信息吸引眼球进而为相关企业、个人推广品牌的“审丑”产业链也浮出水面。

在“立二拆四”案中,这个“产业链”脉络清晰:在产业链的上游,是一些对品牌推广有需求的企业或个人;产业链的中游是部分公关公司;产业链的下游则是“立二拆四”“秦火火”等职业“推手”,以及一些渴望成名的模特、艺人等。

在庭审中,在被问及“干爹 888 万带我包机看伦敦奥运”事件时,杨秀宇坦承,当时旅游公司找到他让他策划推广“奥运奢华游”,他说传统的策划方式难以达到效果,就得靠“网络炒作”,随后这起包含“888 万”“干爹”“包机”等一系列夺人眼球字眼的虚假新闻事件横空出世。

这样的产业链也成就了曾经在国内红极一时的“尔玛”品牌。杨秀宇之前曾供述,尔玛公司最鼎盛时期,仅北京公司就接近 50 人,下设视频部、文案部、媒介部、商务部、客户部等,年毛收入达到千万元级别。

“既有表演者又有观看者,既迎合了表演者的表演欲,又满足了观看者的猎奇欲。这种策划满足了少数人的‘审丑’欲,引发了高关注,让一些急切推广品牌的企业、个人对这些推手趋之若鹜,既败坏了行业生态,也助长了这种不正之风。”一位公关界的业内人士对此痛心疾首。

北京市盈科律师事务所高级合伙人易胜华表示,在目前相关法律并不完善的情况下,除了司法手段对这样的“审丑”产业链进行规制外,建议更多地采用经济手段加以规制,提高一些利用“审丑”牟利的违法成本,从而斩断这样的不良产业链。