

Несколько дней спустя Чу Муюнь отправился на съёмки рекламного ролика, который он получил на вечернем банкете. Он впервые ехал в своём новом автофургоне.

Его помощница, Тянь Синцзы, приехала за ним в жилой комплекс и отвезла в студию. Съёмки завершились всего за несколько часов.

На следующий день официальный аккаунт «Шумейцзя» в Weibo опубликовал серию рекламных фотографий. Давние поклонники, которые до этого держались в тени, внезапно начали оставлять комментарии:

[Кто это?]

[Никогда о нём не слышал, но он просто потрясающий.]

[Пожалуйста, ещё фото!]

В рекламной кампании нового крема с экстрактом древнего жемчуга Чу Муюнь предстал в двух разных образах, передающих тему «тысячелетнего мастерства».

В одном из сюжетов он предстал в образе древнего аристократа. Его простая, но изысканная одежда подчёркивала тонкие пальцы, сосредоточенно растирающие жемчуг в мелкий порошок с помощью каменной ступки.

На другой фотографии он был современным молодым человеком с безупречной бледной кожей, держащим в руках баночку с жемчужным кремом, который переливался всеми цветами радуги.

Чу Муюнь ретвитнул пост и переслал его Лу Ханьчжану в WeChat.

Внезапное «воскрешение» человека, который так долго не появлялся на публике, взбудоражило его хейтеров, которые два года навязчиво преследовали его. Они быстро заполнили комментарии к его ретвиту и продолжили нападки на официальный аккаунт «Шумейцзя» в Weibo, борясь за контроль над самыми популярными комментариями.

[Они даже берут на работу опальных знаменитостей? Отписываюсь.]

[Хех, моя мама пользовалась косметикой этой устаревшей марки, когда я был ребёнком. Идеально подходит для потрёпанной временем вещи.]

[Фу, какая гадость.]

У официального аккаунта «Шумейцзя» в Weibo были сотни тысяч подписчиков, но лишь

немногие из них проявляли активность. В конце концов, они просто продавали косметику, а не создавали фан-клуб. Если не считать подписчиков-зомби, большинство аккаунтов, которые подписались на них, просто участвовали в розыгрышах ретвитов. Пока хейтеры умело доминировали в комментариях, несколько реальных людей высказались:

[Потрёпанная вещь?!]

[Ты что, небесная красавица, чтобы смотреть на это свысока?]

[Что за «гадость»?]

[Требую объяснений.]

Поклонники Ло И начали объяснять, как Чу Муюнь злонамеренно напал на своих сверстников.

Они продолжали спамить в комментариях под постом, оказывая давление на официальный аккаунт и угрожая непрекращающимися действиями до тех пор, пока фотография не будет удалена.

Чу Муюнь устроился поудобнее на диване, сделал глоток чая с молоком и начал листать Weibo.

Он предвидел такую реакцию.

Когда его менеджер вёл переговоры с «Шумейцзя», они упомянули такую возможность, и компания это подтвердила. Даже если реклама в итоге будет отозвана, это не будет считаться нарушением контракта с его стороны, верно?

В кабинете генерального директора Лу Ханьчжан перешёл по ссылке, которую прислал ему Чу Муюнь.

Он увеличил каждое изображение, медленно пролистывая их и сохраняя в своём альбоме, прежде чем перейти к комментариям.

Выражение его лица потемнело.

Он поднял глаза и велел своему стоявшему рядом помощнику:

— Немедленно позвони Цзинь Мину.

— Да, босс.

Чу Муюнь допил чай с молоком и уже собирался зайти на форум, чтобы почитать милую историю и расслабиться, как вдруг заметил популярную тему:

#Официальный аккаунт «Шумейцзя» в Weibo подвергся кибератаке#

«Шумейцзя», один из ведущих отечественных брендов, недавно завоевал популярность в интернете благодаря безопасным составляющим и разумным ценам.

Их официальный аккаунт в Weibo подвергся кибератаке? Кто это сделал? Соперничающие бренды, которые заявили: «Если это дорого, то сначала подумайте, достаточно ли усердно вы работаете»?

Любопытные пользователи кликнули по хэштегу и увидели хаос под официальным постом в Weibo. Многие встали на защиту бренда:

[Что не так с классическим брендом, которым пользовалась моя мама? То, что он до сих пор существует, говорит о его качестве и репутации!]

[Где же уродство? Ты что, слепой?]

Самые смелые высказывались с язвительными замечаниями:

[При ближайшем рассмотрении это просто муравьиные фанаты. Побалуйте себя чем-нибудь получше — это выглядит намного лучше, чем ваш драгоценный Ло И!]

«Муравьиные фанаты» — так пренебрежительно называли поклонников Ло И, сравнивая их с муравьями, которые роятся повсюду.

[Муравьиные фанаты снова взялись за кибербуллинг.]

[Настоящие интернет-хулиганы высшего уровня.]

Прочитав объяснения фанатов, один из пользователей сети выразил недоумение:

[Как беспристрастный наблюдатель, не поддерживающий ни одну из сторон, я даже не узнаю эту малоизвестную знаменитость. Погодите, так его называют «опальной знаменитостью» из-за того, что он раскритиковал образ Великого Императора в исполнении Ло И на фейковом

аккаунте?]

Другой пользователь вмешался в разговор:

[Какое раздутое эго! Разве не общеизвестно, что Ло И сыграл Великого Императора из рук вон плохо?]

[Я проверила Weibo этой малоизвестной знаменитости. Его травят в интернете уже два года подряд! Это ужасно. Мне его жаль.]

[Его фандом всегда был таким, они не выносят даже намёка на критику. А актёрская игра их кумира просто ужасна.]

Поклонники Ло И упорно защищали его:

[Критика — это нормально. Даже мы, фанаты, признаём, что его игра была неидеальной. Но комментировать могут зрители, а не коллеги-актёры. Может, он просто завидует славе Ло И?]

Непредвзятые пользователи сети тут же возразили:

[Плохая игра Ло И — это объективный факт. Он совершенно не подходит на роль Великого Императора. Почему бы его коллегам не покритиковать его? Мастер по ремонту холодильников лучше разбирается в эффективности охлаждения!]

[Он даже не использовал свою основную учётную запись! Он публиковал посты с одноразового аккаунта. И теперь муравьишки считают, что они правы? Берегитесь, однажды вы окажетесь за решёткой и получите по заслугам.]

Чу Муюнь забросил свои милые любовные романы и с энтузиазмом принялся листать Weibo.

Он впервые увидел, как много людей его защищают.

Пока Чу Муюнь спал, онлайн-драма продолжала набирать обороты. Скучающие пользователи сети откопали его прошлые работы, а авторы контента, подхватившие эту тему, начали снимать видео, в которых сравнивали его актёрское мастерство с мастерством Ло И.

[Когда один холодильник критикует другой за эффективность охлаждения, давайте рассмотрим их профессиональные возможности.]

Результат был ошеломляющим. Чу Муюнь полностью затмил Ло И.

В течение двух часов после публикации видео поклонники Ло И сообщили о нём, и оно было удалено. Но после этого появилось множество загадочных коротких видео, в которых автор тонко намекал на произошедшее с помощью подмигиваний и кивков.

Фанаты не успевали следить за новостями, а обычные зрители заполнили каждое видео мемами: [Трагедия, вызванная неисправностью холодильника.]

Сбитые с толку зрители вмешались в разговор: [Холодильник? Какой холодильник? У какой марки проблемы?]

В этом хаосе и безумии команда «Беспорядочности» воспользовалась возможностью подлить масла в огонь.

Официальный аккаунт «Беспорядочности» Weibo опубликовал постер с обратным отсчётом до начала съёмок. Все уже гадали, заменят ли в последнюю минуту недавно опозорившегося исполнителя главной мужской роли, и постер подтвердил, что третий исполнитель главной мужской роли действительно был заменён.

Теперь имена Чу Муюня и Ло И стояли рядом, разделённые только одним именем.

Интернет взорвался.

Ещё до начала съёмок съёмочная группа вызвала огромный ажиотаж.

<http://bllate.org/book/14355/1271656>