



虚拟偶像的诞生史

□ 杨旭寒（中国戏曲学院，北京 100071）

【摘要】本文通过对近代重要时间节点的经典虚拟偶像的选取，对虚拟偶像的脉络史进行了梳理，并通过对几个重要案例的剖析，阐明了虚拟偶像诞生背后的重要意义。

【关键词】虚拟偶像；数字人；洛天依；初音未来

一、虚拟偶像的定义

虚拟偶像一词是日本人在十九世纪九十年代率先提出来的，现在主要是指通过绘画、动画、CG等技术形式进行制作，在因特网等虚拟场景或现实场景进行如歌手活动，以商业、文化等具体需求制作培养，但本身并不以实体形式存在的人物形象。即所谓的“数字人”。

此外，虚拟偶像进行的偶像活动也不尽相同，往往根据其创作之初，所树立的“人设”形象，在其“针对性”的范围内，进行偶像活动。如虚拟歌姬在实现本身设定目标的同时，不仅可以通过专辑、MV、写真集进行偶像活动；而虚拟主持、播音则是可以通过网络直播等方式，与粉丝进行直接互动。由于其所呈现出的虚拟性、多样性、社会性等无限“模仿”现实中的明星这一定位，所以其在进行“常规”的偶像活动外，还可以汲取粉丝的同人二次创作来丰富自己的内涵，因此与粉丝间的隔阂也小得多。外加上由于是纯粹的“人造”偶像，所以比起真实的人而言，虚拟偶像对于其“日常活动”显然也更加纯粹与自由。

二、虚拟偶像的历程

早在上个世纪九十年代，将二次元文化发挥到极致的日本人就率先“捕捉”到了偶像圈的风向，在无数宅男宅女的心目中总有一个完美的“纸片人”充当着他们对于美好人设的极致追求与渴望，于是便应运而生地提出了“虚拟偶像”这个词汇。而以下要介绍的即是在“虚拟偶像”诞生及发展史上至关重要的转折点，伴随着这些契机的一一成熟，虚拟偶像的成长史也将逐渐浮出水面：

1、林明美

“虚拟偶像”诞生的这一契机，目前绝大多数人都支持的说法，则是源自龙之子工作室制作的《超时空要塞》这部经典的日本动漫中深受无数粉丝所追捧的“梦中情人”林明美。日本TV动画《超时空要塞》主要讲述的便是女主角林明美追逐梦想成为偶像，通过唱歌感

化了宇宙敌人进而保卫地球的故事。

而正是由于日本数十载对二次元文化的不断丰富与发展，逐渐形成体系的日本动漫，风格上也不乏写实基调的作品，而本片便是其中之一。与诸多写实作品一样，由于为了达到令人感同身受的效果，人物小传本身就无限接近现实，甚至跟真人一样，有着自己的三围、身高、体重乃至生日，而正是这早早的伏笔，却成为了日后人们逐渐打破次元壁的契机之一。

而真正让林明美与其余二次元人物区别开，乃至被公认为是虚拟偶像鼻祖的缘故便是其特殊的身份性质——即林明美本身的人设便是歌姬偶像，与现实生活中真实存在的歌手一样，有着符合当时审美的美丽外表及动人歌喉，跟真人一样的真实背景及故事线，到此为止，一个存在于荧幕中的“真实偶像”便在观众的心眼合一中诞生了。

而使其真正与现实结合在一起，让她带着自己从二次元走入三次元的，便是她歌姬的身份，林明美的原版配音 Reba West 在《太空堡垒》第一部里共演唱了6首歌曲。正是这六首出自“林明美”本人的歌，奠定了她被誉虚拟偶像元祖的夯实地位。

2、藤崎诗织

虚拟偶像从起初就不是一条单行道，相比于大众熟知的虚拟歌姬形象，藤崎诗织显然是行走在另一条路——游戏之路的虚拟偶像。

藤崎诗织出自游戏《心跳回忆》，由日本科乐美公司发售，简要而言，其实就是最早的恋爱攻略游戏。

相比于林明美那种缺乏互动的“单相思”，藤崎诗织作为游戏中的角色，显然要能够给予玩家更多的“真实互动”，这也是虚拟偶像逐步发展进化的一个从心理上愈发接近真实的点。而最后推波助澜的，则是藤崎诗织也如林明美一样，她的声优金月真美以藤崎诗织名义发行了个人唱片，且由 King Records 进行总经销。走到这一步，藤崎诗织在现实生活中的真实偶像性质也终于



被充分的调动了起来。

此外，藤崎诗织是《心跳回忆系列》全部女性角色之中科乐美决定将其培养为虚拟偶像的唯一一人，也从这一刻开始起，虚拟偶像的运营开始成为了商业模式的一部分，尽管仍处于试作阶段。

到此不难看出，相比于林明美的“单薄”活动内容，藤崎诗织的偶像活动显然要丰富得多，甚至开始以“客串”的方式出现在其余的动漫影视作品，也有了自己的“后援会”，这毫无疑问偶像的地位已经显露无疑，所以作为初期的虚拟偶像，藤崎诗织必然是其中的“领军人物”。

3、伊达杏子 (Kyoko Date)

相比于前面提到的尚且介乎于其余商业门类，属于后续巩固商业地位进而衍生出的半吊子“偶像”，伊达杏子则是纯粹以打造品牌偶像作为最初的商业目的，进而创作出来的货真价实的虚拟偶像。也正是因为其精准到毋庸置疑的偶像定位，以及作为可查询到的世界范围内的首次案例，所以伊达杏子这个名字一直高居于学术圈及各大论文之中，然而作为第一个“纯粹”的虚拟偶像却只被现今的少部分人所知晓。

1996年，Horipro 创立 35 周年，为了纪念该项事件，日本的音乐唱片公司和三维动画的设计师们一共花了将近二十年的时间，试图以纯粹的计算机生成技术，制造一个能够以“血肉之躯”出现在人们视野中的虚拟“爱豆”——不受人为制约，甚至可以身兼数职，只要报酬合理，在全世界任何需要的地方都能瞬间“分身前往”，不会疲劳，不会陷入丑闻的“完美”偶像。而日本娱乐王国 Horipro 堀制作株式会社在耗资数百万美元后，终于在 1996 年 5 月使虚拟偶像短发女孩伊达杏子 (Kyoko Date) 正式出道。

彼时的伊达杏子不仅上过杂志封面，还展开了很多偶像活动，但是由于技术的原因，当时伊达杏子的唱歌与说话则需要两个专业声优来录制。尽管制作时投入巨大，但伊达杏子在发行了一首歌曲《Love Communication》后便因为不被观众买账的原因而一度陷入销售的窘迫。原因与同时期美国在古墓丽影游戏中开发的数字偶像 Lara Croft、韩国 Adamsoft 公司推出的 Adam 如出一辙，即是这几位主打真实的虚拟偶像皆因所囿于当时技术太不成熟，创造出的角色无法满足当时观众的审美需求，所以还未被市场追捧就退出

了舞台。

4、偶像大师系列登场角色

偶像大师是南梦宫公司于 2005 年 7 月 26 日发售的美少女游戏系列，其核心游戏类型为养成模拟。由此不难看出，该系列是在《心跳回忆》里藤崎诗织的成功后继续延续游戏道路，进而形成的虚拟偶像，不过稍有不同的是，这一次将“偶像”的人数空前扩大了，兴许是为了探索不同类型的角色所带来的经济效益，也可能只是为了推出不同性格类型的角色来实现“全范围”的受众覆盖，南梦宫算是下足了血本，为每一个“偶像”都量身定做了她们自己的“故事”。

由当时以早安少女组为代表性的偶像风潮和以及对战性等街机游戏要素的考虑，制作组决定以偶像为主题制作游戏。直至 2005 年 7 月 26 日，偶像大师系列第一次公开发售。

现今偶像大师仍然是代表性的偶像主题 ACG 作品，并受到 LoveLive! 等其他同题材的作品借鉴。关于偶像大师的具体“偶像”活动，除了延续之前的漫画、唱片、游戏、代言、客串等等之外，不得不提的，便是“虚拟偶像”的“真人化”，兴许是 cosplay 文化的风浪初现端倪，南梦宫授权了韩国拍摄的真人电视剧《偶像大师 .KR：追逐梦想》，以及声优扮上二次元角色造型服装进行的《偶像大师》系列的演唱会。这些尝试无疑为之后的虚拟偶像的发展方向做出了良好的探索。

5、初音未来

作为知名度最高的虚拟偶像，初音未来自诞生其就明确了其的“活动内容”——虚拟歌姬，所以甚至可以说她是“林明美道路”真正地开拓者也不为过。

初音最初源于 2007 年 8 月 31 日由 Crypton Future Media 以雅马哈的 Vocaloid 系列语音合成程序为基础开发的、音源数据资料采样于日本声优藤田咲的音源库。而大众所熟知的绿色双马尾形象，则是由初音“生父”KEI 所绘制。从诞生之初，初音未来这个名字就昭示着她的目的——“来自未来的第一次声音”，而经过这么多年的“摸爬滚打”，她的确也完成了她的“梦想”。2010 年 4 月 30 日，发布初音未来 6 种不同声调的版本“初音未来 Append”。相比于“前辈”的发发唱片，以及找“三次元代言人”来说，初音终于打破了跟现实世界中歌手的那层屏障，她凭借着全息投影技术，成为了世界上第一个举办演唱会的虚拟偶像。



与真实偶像相同，初音也拥有着“自己”各种风格迥异的形象，而这些不同着装搭配的初音被网友称为是“初音亚种”。除了每年的几十场世界各地巡回演唱会，初音真正的成功应该是得到了官方的认可，其中的初音亚种“雪未来”自2010年便被确立为日本北海道札幌冰雪节的应援角色。

不过相比于南梦宫公司那种“全盘输出”的套路，初音却有些太过“单纯”，反而被牢牢捆绑在了音乐的道路上——鉴于初音作为一个拥有庞大粉丝群体的二次元虚拟偶像，有不少用户希望CD化、动画化、游戏化，在2007年10月开始陆续有些企业向CRYPTON提议各种以角色为中心的企画，包括电子游戏、漫画、人物模型。对此负责企划及贩卖的佐佐木涉在当时表示会“慎重考虑，但CRYPTON未必能够负荷大型的计划”，所以大部分也是推掉。这也就造就了初音的“不忘初心”与“专一”。

6、洛天依

看准了日趋成熟的“虚拟偶像”市场，在天津电视台“东方栀子”的如法炮制失败后，上海禾念信息科技有限公司按照初音未来的步调，又如法炮制了中国第一个成功的案例——洛天依。

洛天依是以Yamaha公司的VOCALOID3语音合成引擎为基础制作的全世界第一款VOCALOID中文声库和虚拟形象。拥有庞大的粉丝群体“锦依卫”，是国内最早实现盈利的虚拟歌手。

相比于“东方栀子”连形象都要抄袭的硬伤，洛天依则只是借鉴了商业“模板”，简单来说，便是从初音未来的资料中筛选出虚拟偶像需要具备哪些条件和要素，然后再有样学样地搭建中国元素主导的虚拟偶像。

洛天依是画师ideolo根据2011年12月1日开始征集、2012年1月17日公布评选结果的“VOCALOID CHINA PROJECT征集人物形象”活动中评选大赏作品之一“雅音宫羽”（画师MOTH投稿）进行重绘的正式角色人设。

但不得不肯定的是洛天依借着中国的旗帜，刚诞生不久便达到了初音未来“政治”的高度。单单是洛天依参与的重大项目就不胜枚举，几乎全国通行的卫视春晚都出现过洛天依的身影，尤其是在被众多从事演绎道路的国人奉为至高舞台的央视春晚也未曾缺席。甚至中俄科技创新年宣传报道中，她与俄罗斯虚拟歌手共同演唱

的单曲《出发向未来》，并中俄头条客户端正式发布。兴许正是由于上述的种种，洛天依也成为了在二次元充斥，甚至彼此争得“头破血流”的日本，也拥有了一席之地。不过距离洛天依如初音未来那样响彻世界，尽管身处于如今的互联网时代，但仍需要在接下来的好一段时间内，不小的努力。

三、结语

综上所述，虚拟偶像的诞生脉络绝对是清晰可见的，尽管蓝本是基于科技与商业的融合，但随着互联网技术的发展，虚拟偶像发展也往往映射出同时期的技术水平、造型风格、性格定位以及审美趋势。当然，如果按类型来剖析，目前作为部分大众生活中的一部分，虚拟偶像的创作与经营方式同时也杂糅着各种当下流行的衣食住行及文化娱乐活动。

此外，对于虚拟偶像而言，在诸多方面相比于真实的爱豆而言，都要方便得多，不需要休息，不需要多余的情感，甚至在一定程度上因为她并非是真实的人，所以对于纯粹的“完美人性、完美人格”，甚至可以说是零“绯闻”，尽管由于粉丝或者不怀好意的人会倾注给它“变向扭曲”的“爱”，可能出现很多“同人”本子，但单纯就业绩和经济效益而言是投入与回报比，对于娱乐公司而言始终是最划算的买卖。

而对于打破次元壁来说，虚拟偶像一直停滞在三次元与二次元之间最薄弱的一环，尽管其出现的目的，或者说最终走向，应该是完全地“打破”这一层壁障，但不容置疑的是，人们对其的理解，仍旧在“真”与“假”的泥淖之中徘徊。虚拟偶像的进步一直都处在无限想要复制“真人”的过程中。因而其自诞生以来所涉及到的内容几乎等同于真实的现实世界，再加上虚幻想象中的异次元世界，所以就题材选择来说，相对于真人要更加丰富，也更加详实。

【参考文献】

- [1] 李 稼，陈飞扬. 网络虚拟偶像及其粉丝群体的网络互动研究——以虚拟歌姬“洛天依”为个案[J]. 中国青年研究，2018(06):20-25.
- [2] 张 旭. 从虚拟制造到真实消散——以“初音未来”为例论数字技术对当代人的影响[J]. 艺术广角，2016(06):15-20.
- [3] 穆思睿. 浅析虚拟偶像的定位及与其它动漫形象的区别[J]. 戏剧之家，2018(10):89+114.