

宋莉乐在上海体验皮影制作。受访者供图

视觉和内容上未必精彩刺激，但同样具有价值。

在她的经验中，短视频与慢内容遵循两套逻辑。传播度最高的短视频只有几秒，画面有足够冲击力，让服饰本身成为语言，不需要过多修饰，但若要体验非遗手工，或科普服饰背后的历史、文化、工艺，文案就变得相当重要。

选题也并非凭空而来。有时，她先从地区出发，再寻找当地文化特色。比如去重庆，不只拍传统内容，也会拍重庆独特的地貌与建筑。她参与“洋盆友”等团队的内容创作，选题会经过讨论，但她更看重内容能否让自己产生真实兴趣。

宋莉乐举了两个例子。

一个是内蒙古。她跟随新华社春节报道赴呼和浩特体验蒙古族新年，穿戴传统服饰，到一位蒙古族大哥家中过新年。围着篝火，听他唱传统蒙古族诗歌，那种感觉她从来没有过。她原本以为蒙古族服饰的华丽、沉甸甸的金银首饰只是审美选择，后来才明白，这与马背民族不断迁移的生活方式有关。尤其是妇女，会把全部家当、一些金银珠宝挂在身上，方便迁移。一个民族的审美风格，背后反映的是他们几千年的生活智慧和习惯。

另一个是畲族。她个人尤其喜欢畲族服饰，认为它属于相对冷门的一类。很多人印象中的少数民族在云贵川一带，畲族却在华东的福建、浙江一带。她去畲乡参加“三月三”活动，第一次认真观看畲族凤凰装。凤冠体积非常大，看起来很夸张，也很精美。特别吸引她的是，这样的造型设计与畲族传统中女性地位很高有关，它是身份的象征。

有一年冬天，宋莉乐去希腊旅行，带了一些民族服饰拍视频。拍摄时，路人很少过来打扰；反而在她休息、和朋友坐在路边吃东西间隙，路人上前夸赞民族服饰之美，并好奇在哪里能买到。他们没想到，这其实是中国的传统服饰。这个细节让她意识到，服饰作为视觉符号，可以引发好奇；但好奇之后，还需要更多解释、更多故事，才能真正完成理解。

宋莉乐也坦率承认自己对文化认知的局限。比如拉祜族，2024 年 4 月她在上海拍过相关服饰，“祜”这个字，读音和写法她一开始都不熟悉，了解也不深入。这种坦率，使她的内容少了一点全知视角，多了一点真实探索感。

因此爆款之后，她更愿意让服饰自己说话，也让自己的学习过程被看见。

分享嘉宾宋莉乐。摄影 / 胡辰玮

