

春天何其美好，春日又何其短暂，许多人选择野餐来尽享春光。“野餐热”背后，记录着人们对于自然的向往与热爱。与往年朋友圈零星可见的野餐相比，今年的疫情成为野餐频频出现的放大器。毕竟，长期的居家生活，使得人们渴望走近自然的心情蓬勃而起。在明媚的阳光和新鲜的空气中来一次野餐，正是向往外出的一个宣泄口。

不过，社交时代的野餐，更添了一份“数字”风味。正如一位博主所说，朋友圈里的野餐，关键不在“野”，也不在“餐”，而是在好看。在春风和煦的绿色原野上，一张格子花桌布，西餐的刀叉、几盘精致水果、几件西式点心、有时还带着一瓶红酒；有的参与者则拗出各种姿势，希望在图片中展示自己最美好的一面。对于一些人而言，这些朋友圈展示出的美图，是春日野餐最重要的成果之一。标配的布置、炫丽的食物，搭建起美好生活的场景，如果不通过社交媒体展示一番，似乎总觉得有些许缺憾。

这类“制式野餐”的流行，与电商平台和网络社区的推动不无关系。在各式生活类社区里，“野餐”已经成为一门“显学”，仅一个社交购物平台就有超过 10 万篇野餐话题的文章。从野餐篮、户外垫，到保险箱、吊床，某网购平台上主打“精致野餐道具”的商户，不少也获得了成千上万的成交量。当人们通过各种网络攻略弄明白“野餐需要准备什么”，往往就可以在电商平台一键下单；看清楚哪里景色宜人、适合野餐，便可以打点装备、随时出发。这种便利极大激发出人们野餐的热情。



图片来源：搜狐网

细心的人发现，朋友圈里的不少野餐都很“洋气”：只见三明治，不见肉夹馍；只见三文鱼，不见辣鸭脖……的确，相比中国，西方社会形成了更为成熟定型的野餐文化。《野餐史》作者沃尔特·利维认为，近代以来，野餐的出现伴随着村庄没落、城市兴起。在欧洲工业化和城市化的进程中，生活在钢铁森林中的人对大自然产生更深的向往，于是乎，带着食物饮料、举家前往郊野或者公园，享用一顿与自然共生的下午茶，既昭示着市民生活的富裕与闲暇，也内化为很多人的生活方式。经过影视作品和社交网络的传播，这样的野餐也走到了更多的国家和地区。

事实上，对自然的向往是人类共通的感情，野餐也从不只有一种形式。流传千古的《兰亭集序》，源自一场会稽山阴的“曲水流觞”，这不也是中国历史上一次被永久铭记的“野餐”？在今天的西藏，淳朴的藏族人依旧保留了“过林卡”的传统，每到春暖花开的日子，雪域高原上的藏族同胞都会带着食物举家来到公园、郊野，沐浴着春光席地而坐，吃东西唱歌玩耍，尽情享受这场和春天的“约会”。

抛却具体的形式，野餐其实是人们对于自然的一次“表白”。当人们第一次尝试野餐的时候，心中或许就怀揣着和大自然来一次亲密接触的向往。但除了“制式野餐”，我们的眼界不妨放得更宽一些，或许不那么精致，但可能会更加真诚。无论是一次周末登山、一次假期徒步，还是到农村体验生活、感受农业生产，亲近自然的方式有千万种。告别模板、拒绝套路，放下种种包袱，省却筹备烦劳，感受自然的精微律动，感受阳光的和煦温暖，或许能让我们和自然贴得更近。

既然希望亲近自然，何妨让表现更加自然？很多时候，自然的美感，或许正来自丰富的多样性，来自每个偶然邂逅的瞬间，来自与万物生长的那种久别重逢。

这正是：绿树红花爱春光，纷纷出游野餐忙。玩法不必一个样，自然而然又何妨？

（来源：人民日报评论）