

公厕之脏 如厕何时会有尊严



1 味儿难忍“上不了”

国家旅游局局长李金早曾表示,“公厕革命”取得了一些成效,但厕所建设和管理历史欠账非常大,厕所问题是我国社会文明和公共服务体系的短板。

不愉快的如厕经历人们多多少少会有:蹲位本就少,还有几个上了锁;臭味难忍、满坑秽物;手纸、马桶垫圈纸不见踪影;冲水设备罢工,洗手池不出水……记者调查发现,不少市民宁愿绕远去商场“方便”,也不愿就近去“臭味公厕”。

不久前记者去北京工人体育馆也发现,离厕所好几米远,一股刺鼻臭味袭来,一位场内搭脚手架的工人说,有人嫌厕所脏,甚至在设备间、仓库“方便”。

除了脏乱差,为老人、婴幼儿、残疾人等特殊人群服务的公厕也较少。比如母婴卫生间、残疾人卫生间并非每座公厕的“标配”,“中性卫生间”更是少之又少,儿子(女儿)都没办法协助患病老母亲(父亲)上厕所。

洁净、方便的公厕不仅是城市卫生的重要体现,更体现生活质量和尊严。中国社会科学院城市与竞争力研究中心曾发布数据,全国 35 个大中城市居民对本城市卫生环境评价中,满意率仅为 35%。一个突出的问题就是,城市卫生中的如厕环境差。

中国社会科学院财经战略研究院副教授魏翔曾表示,厕所问题是我国旅游业的短板。旅游机构统计发现,来华游客的投诉中,相当部分是投诉厕所不卫生、不舒适。

公厕更关乎健康。中国疾病预防控制中心统计显示,厕所环境差还会带来卫生隐患:农村地区 80% 的传染病都由厕所粪便污染和饮水不卫生引起,其中痢疾、霍乱等 30 多种传染病都与粪便有关。



2 越脏越难打扫 越味儿越难如厕

火车站、公交枢纽站、商业区等人流密集的地方,也往往是如厕舒适度较差的区域。北京市东城区安定门内大街一处公厕的环卫工人林师傅每隔一个小时就要清扫一次厕所。“这两年,不文明现象比过去少了一些,但是不冲厕、不爱护设施设备的现象还是多见。”

北京市市政市容委环卫处处长周学胜表示,公厕之脏就像“破窗理论”,公厕越脏保洁员越难打扫,保洁员扫不干净如厕者就越不注意维护卫生,进而进入恶性循环。

记者调查发现,一个 8 个蹲位公厕一般配两名保洁员,一个车站候车室大多配备 4 名保洁员,多从早上 6 点多工作到晚上 9 点多。保洁员多为五六十岁的女性下岗再就业人员,属于城市低收入群体,加之年龄较大体力有限,工作积极性不高,应付偷懒的情况也存在。

运营维护费用短缺也是较为突出的问题。李金早曾表示,“厕所

革命”需投入的资金量较大,据估算仅建设资金需投入达数百亿元,资金短缺问题比较普遍。

“相比建设资金,更难的是运营维护费用。”北京市市容环卫处主任科员季扬坦言,有些道路、小区新建了公厕,按照后续维护原则应由道路养护单位负责,但一个二类厕所一年运营费用近 10 万元,不少单位或物业负担不起。“之前通惠河南岸有一片平房区,里面有几个旱厕臭到不行,当地管不起,索性就不管了。”

公厕作为市政设施,有些地区的公厕却不“公”,想方便先交钱,不少市民对此颇有微词。

据了解,政府投建的公厕有一定补贴,不允许收费,个人产权自建的厕所允许收费,但价格要符合国家或地方标准。有专家指出,“有偿厕所”的存在也侧面反映出城市公共服务设施不到位问题。如果免费公厕随处可见,“收费”厕所则自然没有生存空间。

3 豪华厕所和“脏乱差”并存 公厕建设该少些供求错位

北京市环卫设计科研所所长张海兵说,公厕作为基本公共服务中的一环,在规划设计、标准上要坚持科学合理实用的原则,提升服务品质和人文关怀,最大限度满足公众需求。

为了改善如厕环境,一些地方在积极动议的同时,也出现了“矫枉过正”的情况。有城市提出将公厕打造成“样板间”,有的还在公厕设置休息室,以木地板装修,配备液晶电视、沙发、音响和空调,单个公厕耗资几十万元,有网民吐槽“修个公厕的钱购买套小三居”。

而一些大城市在步行街、景区等“面子”地方花几十万元打造豪华厕所,游客较少涉足的生活区公厕则相对脏乱。“城市的实力不仅在‘面子’,更在于百姓生活息息相关的‘里子’。”辽宁省社会科学院哲学研究所所长张思宁说。

中央民族大学管理学院教授徐伟表示,公厕建设应坚持清洁适

用环保原则,多造公厕而不是打造豪华公厕,才是真正的便民措施,符合公众所需。

辽宁社会科学院副院长牟岱建议,要减少不必要的浪费,并调整资源配置,把“管不起”的公厕“盘活”。

以北京市为例,陶然亭公园通过改变厕纸盒形式,在满足如厕需求的同时,每年少消耗 2 万多卷手纸,节约了 21 多万元。同时把市内那些物业、单位“管不起”的公厕“收上来”,由财政出钱翻修整治,改善如厕环境的同时赢得民心。

专家认为,“豪华厕所”和“脏乱差厕所”都是供求错位的体现。公厕作为公共产品,应合理、科学地满足公众需求。“公厕等市政设施建设时,应反映人文关怀和服务理念,兼具实用性、功能性、完备性和宜人性。”牟岱说。

(新华社电)