

《厕所英雄》上映 “厕所革命”进行时

■ 见习记者 武胜男

厕所话题近来因一部印度影片——《厕所英雄》而备受关注。这部电影改编自真人真事，展现了印度农村家庭普遍没有厕所，妇女必须在野外如厕的现象。电影讲述了女主角贾耶(布米·佩德卡尔饰)嫁给凯沙夫(阿克谢·库马尔饰)后，发现家中没有厕所而坚持离婚，最终掀起一场女性厕所革命的故事。

电影一经上映就引起广泛关注，并获得了盖茨基金会和比尔·盖茨本人的推荐，6月9日比尔·盖茨在博文发文称：“宝莱坞电影《厕所英雄》讲述了一对新婚夫妇的爱情故事，让观众们看到印度在环境卫生方面取得的进步。我很高兴的听说这部电影昨天在中国上映了。”

“厕所革命”最早由联合国提出。《联合国千年发展目标 2012 报告》指出：“发展中地区将近一半人口(25 亿)仍无法获得改善的卫生设施……到 2015 年，全球(基础卫生设施)也将只能有 67% 的覆盖率，远低于实现千年发展目标所需的 75% 覆盖率。”

虽然自 1990 年以来，没有任何卫生设施可用和直接在室外方便的人数已经减少了 2.71 亿，但仍有 11 亿人，15% 世界人口处于根本没有卫生设施可用的环境生活。令人震惊的是，在印度约有 6.5 亿人仍是露天排便——占了全世界露天排便人数的 60%。

“清洁印度”运动成效显著

据媒体报道，2014 年前，印度农村 61% 的房屋没有厕所，很多人只能露天如厕。此前英国“水援助组织”称，印度 2/3 以上人口用不上卫生设施，每年有超过 18.6 万名 5 岁以下儿童因饮用不洁水或卫生环境恶劣而死于腹泻。

联合国 2014 年 5 月的一份报告也显示，印度厕所缺乏现象很容易导致霍乱、痢疾、甲型肝炎和伤寒等传染病，这使印度每年在疾病方面有着巨大开支。

更有统计显示，印度有 50% 以上的强奸案，发生在女性露天如厕的过程中，15% 的印度学校没有女生厕所，23% 的印度女孩进入青春期后因学校没有厕所而选择辍学。

印度政府逐渐意识到厕所的重要性。2014 年，印度总理莫迪开展“清洁印度”运动，并向世界银行贷款 15 亿，用于新建厕所，计划 5 年内打造一个清洁、卫生的印度，并呼吁每人每年至少花 100 个小时打扫卫生。

发起“清洁印度”运动后，印度政府每年专门拨款补贴民众在家里建厕所。2017~2018 年，印度共建设了 82 万个农村公共厕所，提供了 42 万个供水设施。此运动发起 6 个月，全印度就建造了 500 万个厕所。据不完全统计，目前印度全国已有超过 5000 万座的厕所建成。

联合国儿童基金会估计，通过“清洁印度”运动，印度每个家庭每年能在医药费等方面省下约 5 万卢比(约合 5100 元人民币)，也使各邦大量节省了卫生预算费用。

印度北部哈里亚纳邦，还发动了一场 No Loo No I Do(没有厕所，就没有“我愿意”)运动，敦促女性拒绝不能提供带卫生间的房子的求婚者。

相比卫生设施的改善，改变人们的卫生习惯显得更加艰难。虽然印度政府在修建厕所方面取得不错成效，但是厕所使用率并不高。

民众的如厕观念和习惯难以改变，在印度农村露天排便仍为主要方式，他们认为，这样做才是“洁”。这是因为印度教圣典《摩奴法典》把“在远离自家房屋的大自然排泄”当做宗教信条，鼓励信徒去户外方便。他们认为露天排便是亲近自然的表现，也是印度人千年不变的传统，对于一些人来说甚至成为不可改变的文化。相反，厕所作为污秽的象征是决不能建在家里的。

正在北京大学燕京学堂攻读硕士的印度生学生柯岱君(Mohnish Kedia)告诉记者，电影中展现的厕所问题，其实主要存在于印度的农村地区。在印度城市中，虽然厕所较为常见，但只有 5% 的家庭厕所拥有排水系统。如今，印度在厕所卫生改造方面已经有了很大的进步，农村有厕所的比例也达到了 40%，但是与中国相比还有较大差距。由于水资源比较紧缺，印度农村的露天排便也就成了出于经济考虑的选择。

印度各地政府采取了各种措施来鼓励民众使用厕所。比如在印度西部古吉拉特邦的大城市艾哈迈达巴德推出的金钱奖惩措施；印度农村地区成立由政府雇员和志愿者组成的“早安小分队”，黎明就开始在各个村庄巡逻，对户外排便的人公开羞辱；孟买市政府派出专用水车，只要发现有人当街脱裤大小便，就以强力水柱冲向当街便溺者等。

在文化方面，影视圈导演选择了用电影的方式来向民众传播厕所存在、使用的必要性，并让大家看到印度在厕所卫生方面取得的进步。

中国进入厕所革命新时代

印度与中国有着巨大的历史文化差异，但是印度厕所反映的一些问题，仍然对中国厕所革命有参考价值。

2015 年以来，我国大力推行“厕所革命”，在城市和乡村大规模开展厕所改造工程。

厕所问题不仅关系到旅游环境的改善，也关系到广大人民群众工作生活环境的改善，关系到国民素质提升、社会文明进步。自 2015 年起，国家旅游局在全国范围内启动三年旅游厕所建设和管理行动。行动启动以来，取得明显成效，截至 2017 年 10 月底，全国共新建改建旅游厕所 6.8 万座，超过目标的 19.3%。厕所革命逐步从景区扩展到全域、从城市扩展到农村、从数量增加到质量提升，受到广大群众和游客的普遍欢迎。

如今，中国已经进入“厕所革命”新时代，技术创新发挥大效应。不少地方的厕所正向生态化、低碳化、智能化方向发展。政府鼓励企业，创新性研发防腐、除菌、除垢、节水、非接触智能应用等针对性技术解决方案，“因地制宜”满足全国不同区域的厕所改建需求，以科技创新推动一场升级版的“厕所革命”。

联合国儿童基金会 WASH 项目专家杨振波认为，“厕所革命”要因地制宜，如西北地区缺水，就不适合推广冲水式厕所；也要因人而异，如考虑到儿童、孕妇、残障者、老人的特殊需求；还要因户而异，政府不应该一刀切，应该根据不同家庭多样的需求，有针对性改造。

杨振波还表示，中国在“厕所革命”中，应尝试市场化，不能



《厕所英雄》电影海报

仅依靠政府，私营机构、企业、公益组织和大众都应该参与。

所谓市场化，应该包含两个方面，一个是“社会市场化”，即以政府、企业、公益机构等为主体，分析目前厕所改造的问题和现状，制定厕所改造的理念、标准和规则，同时倡导社会正确认知厕所问题，提高民众的厕所文化水平；

另一个是“商业市场化”，即从供给侧和需求侧培育厕所改造所需要的市场，让企业更好参与进来。

他认为，企业在技术上有着自己的优势，应该鼓励企业进行创新，研发好的设备，开发自己的市场，建立自己的产业链。以上这两个方面所涉及的主体都不可或缺，只有彼此加强合作，才能合力实现厕所革命的目标。

需破解厕所文化缺乏问题

在厕所革命中，中国和印度存在类似问题，中国人的观念、印度人的信仰，以及两国农村公民的如厕习惯，都是导致厕所革命推动的主要阻力。

在中国农村地区，大部分人还是习惯使用旱厕，并且旱厕在农村地区依然大量存在。甘肃地区的一个农民家庭，庭院外有一个非常干净的厕所，厕所内部有坐便器，地上贴着瓷砖，墙上挂着镜子，不过看起来已经很久没有使用。

厕所的主人说：“这是经常在外打工的儿子实在受不了家里的旱厕，专门修建的厕所，现在儿子又外出打工，我们就在外面随便

解决下，习惯了。”所以建好的厕所成了闲置，而厕所建在家外则是因为听信风水先生说如果建在家里会导致“阴阳不和”。

杨振波强调，中国厕所革命最大的“瓶颈”，就是缺乏厕所文化，厕所仍被视为藏污纳垢的场所，这是厕所革命要解决的首要问题。

印度很多民众也认为，排泄物是污秽、不洁之物，只有贱民(印度种姓制度中地位最低的一种人)才会接触，如果在家庭中安装厕所，就是把肮脏之物置于家里，并且还亵渎了神灵。这就造成了在两国的农村地区，即使建了厕所，还是有很多人保持原来的如厕习惯。

We are water 基金会代表 Lrene Palomo Lopez 说：“我们会通过做传播的方式，跟一些合作伙伴包括一些非营利组织合作做一些传播性质的活动，来提高大家对厕所这个问题的公共意识。”

纪录片导演、国际公益学院厕所文化研究中心志愿者向一民也计划拍摄更多厕所文化题材的作品，来唤醒民众对厕所文化的认知，他说“厕所在当下中国应该拿到台面上探讨。”

杨振波认为，无论是印度的“清洁运动”还是中国的“厕所革命”，都应当紧跟国际潮流。在中国推进“厕所革命”，可以结合许多政府工程，将厕所议题融合贯穿其中，这些工程如“健康中国 2030”、农村人居环境整治三年方案、精准扶贫，以及危房改造、学校改造、移民搬迁等，实现可持续发展目标。



盖茨关于《厕所英雄》的微博