



新民眼

导盲犬进楼「一票否决」制合理吗？

解敏

近日,视障人士张先生在申请导盲犬的过程中遭遇了一道难以逾越的门槛,他被居委会告知必须获得所在楼栋居民100%同意,而恰恰就有一户邻居投了“反对票”。这一要求看似体现了对邻里关系的尊重,实则对特殊人群设置了过于苛刻的障碍。

截至2023年,我国有超过1700万名视力障碍人士。导盲犬作为他们的“眼睛”和“助手”,是出行的重要辅助。近年来,多地出台相关规定,明确视障人士可以携带导盲犬进入公共场所或乘坐地铁等交通工具。同时,对于视障人士而言,导盲犬还是生活中的伙伴和精神上的慰藉。因此,保障视障人士申请导盲犬的权利,也是维护他们的基本生活权益和尊严。

小区养宠物犬尚不需要征求邻居的意见,导盲犬作为视障人士的“刚需”,却被设置高门槛,这样的“一票否决”是对特殊群体应享权益的漠视,不仅缺乏合理性,也违背了公共政策的初衷。残障人士,包括视障人士,依法享有与其他公民平等的权利。将导盲犬的申请权完全交由邻居决定,不仅是对残障人士基本生活需求的忽视,更是懒政的一种体现。公共政策的制定应当遵循公平、公正、合理的原则,充分考虑特殊人群的需求和利益,而不是将他们置于被动境地。

我们或许可以从其他政策的转变中寻找启示,老旧小区加装电梯也曾面临“一票否决”的困境。然而,通过不断实践、总结经验,政策也在不断调整完善,相关部门出台了更加灵活和人性化的政策,如提供多种补偿方案、加强居民之间的沟通协商等。如今,老旧小区加梯已经可以有商有量,满足了广大居民的需求。

同样,导盲犬进楼是否可以借鉴这一模式寻求更优解?例如,设立一套征询与沟通机制,正视“反对的声音”,加强相关知识的普及,让居民充分理解导盲犬的重要性和安全性,消除偏见,同时征求他们的意见和建议并提供详尽的解释和说明。这样的做法不仅能够有效避免“一票否决”的僵局,还能更好地促进邻里关系的和谐与稳定。

对待导盲犬的态度,在某种程度上也反映了一个社会对待特殊人群权益的态度。一个包容和温暖的社会,应尽可能地考虑到每一个群体的需求,为他们提供便利和关爱。只有这样,才能让每个人在社会大家庭中享受到应有的尊严和幸福,真正实现社会的公平与正义。

申城街头近日出现一辆特别涂装版公交车

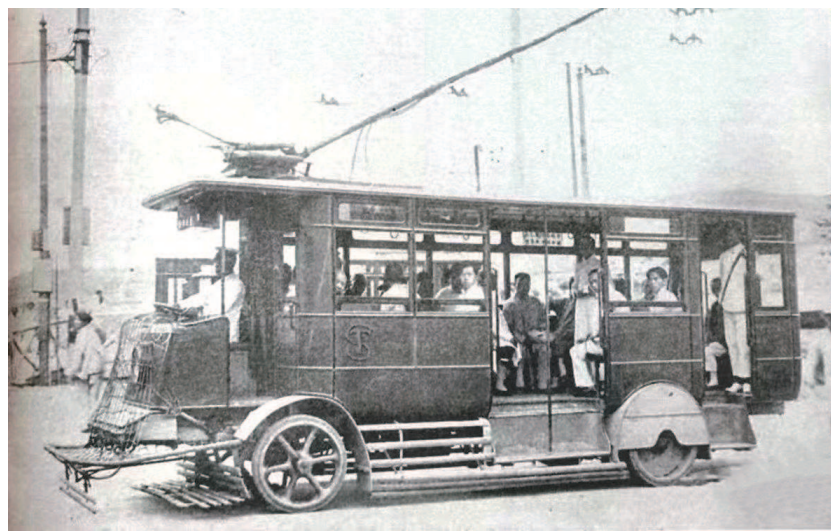
110岁! 复古风! 14路无轨电车穿“新衣”庆生



14路

被称为“百年公交”,于1914年11月15日开通,是当时的英商上海电车公司在上海开辟的第一条无轨电车线路,也是目前全球持续运营时间最长的无轨电车线路。

线路全长8.7公里,途经虹口区、杨浦区和黄浦区的多个热门商圈及景点,包括福州路文化街、南京路步行街、七浦路商圈、四川北路商业街、和平公园、四平路和控江路等。



▲ 早期英商的无轨电车



■ 这辆特别涂装版14路公交车以白绿配色为主基调



■ 车尾有“14路无轨电车运营至今110周年”字样

本报记者 陈梦泽 摄

从上周六开始,细心且幸运的市民可能会发现,有一辆特别的14路公交车悄悄驶上申城街头。与14路制式车型的蓝白配色不同,这辆特别涂装版无轨电车换上了“新衣服”,以白绿配色为主基调。原来,这是两位公交迷为纪念14路110周年生日而准备的惊喜。

经历多次“试错”

“其实这不是第一次为14路庆生,每年这个时候,我们一群志同道合的公交爱好者都会举办庆祝活动。”此次特别涂装的发起人周颀闻告诉记者,10月底,自己初步有了给14路涂装的想法,得到另一位公交迷廖辉的支持后,两人联系了上海公共交通广告有限公司,最后在11月7日确定了设计方案。11月10日,这辆特别涂装的14路无轨电车终于完成改造,驶上街头。

周颀闻坦言,自己并不是专业做设计的,所以在色彩、图样上经历了多次“试错”。“在确定车身色调时,我们参考了上个世纪的无轨电车,前车身为绿色,后车身为白色,此次纪念涂装延续了这种绿白拼接的搭配,非常具有历史意义。”然而,原先的绿色“调色配方”已经无法知悉,于是,周颀闻以现代审美,用马卡龙色调了一种绿色来代替。

在车身纹样上,周颀闻原本想把所有运营过上海无轨电车的公司logo,以时间顺序来排布;但考虑到可能存在侵权问题,就放弃了这一设计思路,最终还是沿用了原来车身上的4道剪影。

“这4道剪影其实代表了4种车型:带轨道的有轨电车、最早期的无轨电车(603型无

轨电车)、上世纪八九十年代的sk561系列(上海生产过的数量最大的无轨电车车型)和上世纪九十年代以后公交车的大概轮廓。”周颀闻说起这些如数家珍。

除了颜色和车型的传承,这次纪念涂装还重点突出了百年公交和110周年主题,车身两侧印上了“From 1914”,车尾也加上了“14路无轨电车运营至今110周年”这句话。

双方一拍即合

到了11月9日上线这天,周颀闻和廖辉凌晨5时就抵达了东新桥车站,静待14路的头班车发车,顺便也看看新涂装上路的实际效果。

细看之下,周颀闻和上海公交广告公司的工作人员发现,车尾的呈现效果并不理想,有一部分没有贴上白色涂装,原先车身上的大片蓝色显露了出来。经过沟通协调,仅用了一个白天,新涂装就改造完成,最终版本在11月9日深夜亮相,车身广告连成一片,看起来协调多了。

上海公交广告公司新媒体运营部主管卜晓东告诉记者,在得知周颀闻、廖辉这两位公交迷想在14路开线110周年之际改版特别涂装后,公司觉得这是一个非常好的合作项目,既能展示上海电车的悠久历史,又能成为久事公交与公交迷良性互动的典型案例,所以双方很快达成了初步意向。

在时间紧、任务重的情况下,公司合理安排了画面设计套稿、上刊时间选定、停车场协调等工作,在施工时又安排工作人员到现场加班监督,最终按时实现公交迷朋友的心愿,以最快速度完成了涂装。

希望唤起关注

近年来,随着城市不断发展,无轨电车数次面临“要不要保留”或“可压缩至多少规模”的问题。目前,上海的无轨电车仅剩6条线路,即14路、15路、19路、20路、23路和24路,可以说每条线路都是公交迷眼中的“宝贝疙瘩”。

像周颀闻、廖辉那样喜欢无轨电车的公交迷有很多,他们时刻关注着上海无轨电车的最新进展。2018年,为了配合四平路路面施工,四平路曲阳路处到吴淞路武进路处将近3公里的线网被拆除,14路不得不降下“辫子”运行。

路面恢复后,久事公交现代交通公司引入了国内首次应用的新型绝缘单臂梁。这种单臂梁不仅具备优越的绝缘性能和机械强度,还有效增强了线网的安全性和稳定性,此外整体美观性也得到显著提升。随着工程结束,今年国庆期间,14路线网终于被接通,成为全程能够架线、拥有完整电车里程的无轨电车。在公交迷的眼里,14路终于能“骄傲”地架起自己的“小辫子”了,这是一件令人振奋的事。

“说起上海的城市历史,很多人第一时间会想到石库门等建筑,但在上海的城市剪影中,14路等无轨电车就像一块块历史悠久的‘活化石’,见证了百年沧桑,在过去它仅仅被当作一种交通运输工具而不被重视,这次的新涂装希望能唤起市民的关注。”廖辉说,14路从只有1公里里程,甚至没有被公交公司挂牌,到后来的数次延伸和调整,就和蓬勃发展的上海一样,为自己的悠久历史不断书写全新的篇章。

本报记者 任天宝