

本地特稿

中村插牌分田忙

王锡堂 刘青松

1928年3月18日,毛泽东率工农革命军第一军第一师一团、二团来到酃县(今炎陵县)中村,在这里,毛泽东开始思考土地革命的实践问题。

此前,在1927年的八七会议之后,毛泽东曾返回长沙县板仓和湘潭韶山开展农民土地问题调查,草拟了《土地纲领》。同年8月下旬召开的中共湖南省委会议,在制定秋收起义计划的同时,讨论了《土地纲领草案》,确定了开展土地革命的原则、方针及土地分配具体办法等。由于秋收起义受挫,纲领未能付诸实施。

井冈山革命根据地的创建和1928年酃县三月暴动的胜利为实施《土地纲领》创造了条件。毛泽东觉得,现在湘东的革命形势比较好,不妨在这里先试验,摸索经验,然后在根据地全面铺开。但这是一项史无前例的运动,必须要广泛发动群众,获得群众的支持。

毛泽东经过一番认真思索之后,便开始了访贫问苦和发动群众的工作。接连数天,毛泽东把部队干部战士分成若干小组,深入到贫苦农民家里进行宣传发动。一天上午,毛泽东带领几个战士,挑着一担粮食和几件衣服来到联西村叶老汉家。在破旧不堪、黑咕隆咚的矮屋里,刚踏进门的一名战士对叶老汉说:“老人家,我们是共产党领导的工农革命军,是专门帮助穷人闹翻身的。今天,毛委员特意来看望您老人家,送一点粮食和衣服给您。”

叶老汉连忙说:“不要,不要!”毛泽东看出了叶老汉的顾虑,便亲切地对他说:“老人家,您莫害怕,粮食是穷人种的,布是穷人织的。今天,我们从土豪劣绅那里夺回来分给穷人,这叫物归原主。以后,我们还要搞土地革命,没收土豪劣绅的土地归还农民哩!”隔了几分钟,叶老汉才慢慢地说:“说心里话,我是怕你们一走,土豪劣绅又会领着国民党、挨户团打回来,杀我们的头。”

毛泽东听完叶老汉的话,没有急于回答。他叫一名战士找来一把筷子,先取出一根递给叶老汉,叫他折折看,叶老汉没费吹灰之力,就“啪”的一声,把筷子折断了。接着,毛泽东又将一把筷子拴在一起,递给叶老汉折,叶老汉使尽全身力气,也没能把这把筷子折断。

这时,叶老汉的屋里屋外站了不少人,毛泽东一边跟群众打招呼,一边因势利导地对大家说:“刚才大家都看见了,一根筷子容易断,一把筷子就难折。因此,只要我们穷人团结起来,拧成一股绳,就不怕几个土豪劣绅,挨户团也不能奈何我们。”他又说:“小石头能够砸破大水缸,只要我们劳苦大众组织起来,就会像一块坚硬的大石头,不仅能砸烂土豪劣绅的这些小火缸,还能砸烂国民党这个大火缸。”



炎陵周家祠,工农革命军第1军第1师师部旧址

在场的人听完毛委员的话,心里突然豁然,脸上露出了笑容,你一句,我一句,纷纷议论开了。此时,叶老汉再也忍不住了,他抽出含在嘴里的旱烟筒,连声说:“毛委员的话讲得真好,过去我们有句老话,人心齐,泰山移,我们都听毛委员的,团结起来,就一定能把土豪劣绅打倒。”

回到住地后,一些干部战士反映,农民都不敢接送去的東西。毛泽东告诉大家:“农民不敢收我们的东西,是心有余悸,怕我们一走,土豪劣绅会卷土重来,进行报复。我们一定要多宣传,多发动,让他们提高觉悟。白天不好送,就晚上送去。”此后,大家就按毛委员的办法,继续访贫问苦、发动群众。

3月23日,工农革命军第一师师委和中共酃县县委在中村墟头的一家晒谷坪里召开了军民诉苦大会,附近几个村的千余名农民群众踊跃来到这里。在临时搭成的诉苦台上,毛泽东通俗易懂地讲述了一通穷人为何苦、富人为何富的道理后,说:“我们种田人,一年到头累得要死,还是没有吃、没有穿。土豪劣绅不劳动,反而吃得好、穿得好,这就是因为政权掌握在他们的手里,他们是人间的‘狗鱼’,专门剥削穷人、压迫穷人。我们要把土豪劣绅打倒,就得起来革命,推翻这个人剥削人、人压迫人的旧社会。”

紧接着,十来个贫苦农民登上诉苦台,声泪

俱下地控诉土豪劣绅的剥削压迫。斑斑血泪史激起了与会群众的满腔怒火,在人民群众的强烈要求下,工农革命军当即处决了两个罪大恶极的土豪,并没收了他们的财产。

3月24日,毛泽东在周南学校主持召开了农协骨干会议,专题讨论了土地革命问题,确定没收土豪劣绅的土地,平均分配给农民,采取以原耕地为基础、好坏搭配的方法,同时,给财主家属以生活出路,也分配一定数额的土地。会上,毛泽东举荐周介甫负责这项工作。他说:“介甫同志任过农协会委员长,工作有经验,他同情农民,深受农民拥护,他又有文化,会写会算,农民都会相信他。”与会人员都高声赞同。

会后,道任、联西、中坪、心田等村开展了轰轰烈烈的分田运动。昔日土豪占有的土地,一夜之间全部插上了写有姓名、亩积、坐落、四界的竹牌子。贫苦农民来到田头,摸着写有自己名字的牌子,不禁流下了激动的泪水。他们说:“毛委员来了,红军来了,土地也回来了。”一山之隔的道任村,在周介甫的带领下,搞得最早,搞得最热烈。毛泽东闻讯后,给予了高度赞扬。当时跟随毛泽东来到中村的战士龙开富曾回忆说:“中村插牌分田是我党土地革命的最早试点,它的成功经验为此后桂东沙田的分田运动,为《井冈山土地法》的制定打下了好的基础。”

钩沉

跑步机原是监狱惩治犯人的工具

王振云

跑步现已成为人们健身的时尚运动。有的人为了方便,甚至买了家庭式跑步机,不用出门就达到锻炼的目的。但是,你能想到跑步机是在监狱里诞生的吗?

19世纪初的英国,囚犯一旦被关入监狱,等待他们的命运就是死刑、驱逐或孤独而无所事事的长久关押。而牢房是肮脏且暗无天日的,囚犯就像任人宰割的羔羊,似乎永绝了希望。

英国作家狄更斯(1812—1870)非常有正义感,他站在人类尊严的角度,决定为监狱里的这一弱势群体代言。

他把自己的心声转化为文字,向全社会发出呼吁。因为狄更斯的影响力巨大,一众跟随他的社会团体积极响应,随后一些宗教组织和社会名流更是呼吁监狱改革。政府迫于压力,开始调整整个监狱系统。而让狄更斯及其追随者始料未及的是,他们善意的倡导最终却给囚犯带来无止境的苦刑。

当时英国政府改造监狱的计划是让犯人参加劳动生产,从而既达到惩治的效果,又能给囚犯提供一定的活动机会,以此让社会公众满意。但具体形式是什么呢?英国政府犯了难。直到1817年,英国工程师卡波特解决了这一问题。

卡波特发现,欧洲的农村有很多传动装置,都是让动物采用爬楼梯的方式进行,利用动物的体重产生动力来帮助农民打谷或者汲水。这给了这位工程师很大的启发。于是他自行设计了一种监狱跑步机:一群犯人排成一列,持续踩踏有24条轮辐的大型滚

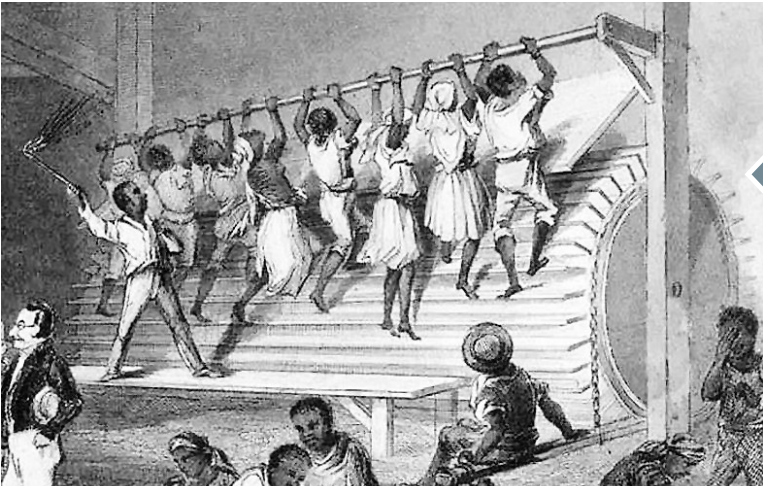
轮,以此来发电、抽水 and 碾磨粮食。

这种监狱跑步机试用一段时间后,狱卒发现效果奇佳,犯人的体力都转化成了动力,拿来搞生产创收,还能补贴监狱开支。而且犯人从跑步机上下下来后,根本再无体力打架闹事。很快,这种监狱跑步机在英国监狱得到普及,甚至还传到了大洋彼岸的美国。而犯人们却为此付出了极高的代价。他们经常被迫每天踩滚轮6个小时以上,这相当于每天垂直攀登1500米到4300米的高山。有的犯人甚至被要求在炎炎夏日里每天踩整整10个小时,等于爬升了5000米。他们挥汗如雨地工作,在日复一日的单调和压抑中为驱动滚轮消耗了身体太多的能量。

很多犯人在不久后就因承受不住这超高的消耗死去。英国作家王尔德(1854—1900)就曾因猥亵罪受过该刑罚。两年监狱生活的折磨,严重透支了他的健康,出狱两年后,他就英年早逝,年仅46岁。

这种监狱跑步机日渐受到人道主义者的指责,1902年,英国终于宣布废除这种用于惩罚的跑步机。

20世纪60年代,美国肯尼斯·库珀博士提出有氧代谢运动理论,跑步运动逐渐风靡起来。工程师斯陶伯抓住这一机会,设计出了第一台真正意义的家用跑步机。这种跑步机与监狱跑步机原理有些相似,都需要脚步不停,否则就会从机器上摔下来。这也是跑步机的名字“treadmill”的由来。在不断的改良下,现代跑步机已逐渐深入到千家万户。



十九世纪英国版画中的“跑步机”形象

时事聚焦

▶▶▶28821206 责任编辑:刘珠显 美术编辑:黄洞庭 校对:马晴春

手机App广告乱象何时休?

7月8日,工信部发布信息显示,经过对手机App用户反映强烈、投诉较多的“弹窗信息标识近于无形、关闭按钮小如蚂蚁、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓”等违规行为进行集中整治,2021年第二季度,开展弹窗信息用户投诉举报数量环比下降50%,误导用户点击跳转第三方页面问题同比下降80%。

记者调查发现,当前手机App广告难以关闭、侵害隐私、涉黄涉赌、弄虚作假等问题仍屡禁不止,治理力度不能减弱。

App广告风险让你的手机变“手雷”

“我手机里有20多款App,不少一打开就弹出广告,使用时也会时不时弹出。”北京朝阳张女士告诉记者,手机App广告“轰炸”令她非常烦恼。

上海等多地消费者权益保护机构发布信息称,当前网民深恶痛绝的手机App广告乱象仍然“顽疾难断”。

——或无法关闭或“隐藏”关闭,广告关闭难上加难。上海市消费者权益保护委员会称,在对600款App广告行为分析后,发现近六成在使用时会弹出广告,其中近七成没有“关闭键”。此外,在App个性化广告中,仅14%有关闭入口。

日前,记者使用微信、汽车之家、36氪等手机App时发现,个性化广告推荐关闭入口选项设置隐蔽,流程繁琐,用户难以发现。以微信为例,记者依次点击设置—子菜单—“关于微信”—“隐私保护指引”,才发现“个性化广告”的选择入口以蓝色字体标注“埋藏”在相关条文中。系统提示,这项关闭操作有效期仅为6个月,且关闭后仍会看到广告。

——一个广告“炸”出一串广

告,广告推送威胁隐私安全。杭州的鲍女士近来忧心忡忡。“我发现我只要在一款电商App上浏览过什么商品,其他App上竟然就会反复收到这类商品的广告推送。”记者调查发现,鲍女士的遭遇并非个案,许多用户都有类似的体验和忧虑,甚至还有部分用户因此遭受损失。

“手机App推给我的网贷广告实在太多,我头脑一发热,就掉坑里了。”家住武汉的梅女士今年24岁,她告诉记者,因为自己曾浏览使用过某网贷App,之后连续几个月她在不同的App上收到“海量”网贷广告,不知不觉陷入“网贷陷阱”。

——部分手机App广告涉黄涉赌涉假问题仍存在。记者发现,用百度App浏览部分网页时,网页上的涉黄广告仍能正常显示。还有不少直播类、视频类手机App中含有违法广告图片,点击后将用户导向涉赌涉黄等违法内容。另有部分手机App广告打着“超低折扣”“薅羊毛”等旗号,诱导消费者至售假网站网购。

记者还发现,部分手机App广告会诱骗用户点击包含窃取信息、远程操纵等病毒的链接,严重威胁用户安全。

暴利诱惑、规范漏洞、技术难题 加大监管治理难度

前瞻产业研究院发布数据显示,截至2020年末,我国安卓应用共计330.7万款,IOS应用共计210.1万款,庞大的市场规模中也隐藏着不小的风险隐患。

业内人士向记者透露,当前手机App广告收费已非常成熟且高度细化。有的广告按照曝光量收费,每人收费5元至20元不等,这类多是信息流广告;有的按照点击量收费,每次点击约1元,这类多是个性化定制广告;有的按投放时间收费,可选择24小时内任一时间段投放广告,不同App费用差距较大,这类多是开屏广告。朋友圈广告更加“简单粗暴”,目标人群、投放时间、投放地区都能明码标价。

清华大学新闻学院教授沈阳表示,与传统广告相比,手机App广告隐蔽性更强、精准度更高、主动性更强、转化率更优,对广告主吸引力很大。因此,尽管广告法、互联网广告暂行管理办法等规范已出台实施,但治理业内乱象难度依然不小。

暴利引人趋之若鹜。记者调查发现,正常的App广告价格已有相当的利润空间,而违规广告因大多涉赌涉黄,价格更高,往往是正

常市场价格的数倍之多,有些甚至能达到数十倍。

部分平台心存侥幸,钻规范漏洞。某视频App平台运营人员韩先生告诉记者,手机App以闭环广告为主,通过图片和视频设置“购买链接”,消费者直接跳到其他平台的购买页面,广告展示平台不用负责任。

记者还从不少用户处了解到,部分App平台会在使用授权协议中玩“文字游戏”蒙骗用户。北京市民韩女士告诉记者,小红书等App在个性化服务设置条款中声称自己不会使用用户聊天内容,但用户行为数据“将被用来推测个人的兴趣爱好”“这些行为记录可以细化到包括浏览记录在内的使用记录,并且能够分析用户所阅读的文章咨询内容”。还有一些App的此类条款中规定,如公司被并购或收购,这些隐私数据将一并移交给购买方,不必经用户同意。

此外,技术上的难题也增大了治理难度。北京市市场监管局表示,由于手机App种类繁多,不同类别App从事广告经营活动的方式和广告发布主体也不尽相同,监管方需要持续针对海量各广告行为进行具体甄别,难度很大。



漫画:乱象丛生 新华社发 徐骏作

市场、技术、规范多角度发力治理“断病根”

中国人民大学商法研究所所长刘俊海表示,手机App广告乱象已侵犯消费者隐私权、安全保障权、知情权与选择权。他认为,应加强执法力度,制裁和打击手机App开发主体、平台机构及相关灰色产业链,激活公司理性自制的免疫力。

中国信息通信研究院安全研究所数据安全研究部陈洁建议引进公益诉讼,让违法违规手机App广告发布主体切实承担相应责任。行业协会应开展自清行动,进一步明确App广告发布者的责任义务,明确企业社会责任,杜绝违法违规垃圾广告投放,将消费者友好型的合规理念植入到相应技术主题、市

场主体,重视从技术研发方面堵住漏洞。

记者了解到,北京市市场监管局目前正在加强对互联网新媒体广告活动监管方法和手段的调研,完善互联网广告的监测技术,提升监测的准确性、时效性。

工信部方面表示,App用户权益保护关乎人民群众获得感、幸福感和安全感,把整治App侵害用户权益作为“我为群众办实事”重要举措,不断加大工作力度,扎实推进App专项整治往深里走、向实里去,强化提升用户感知,为广大群众营造更安全、更健康、更干净的APP应用环境。

新华社北京7月9日电