



小學生知需求學理財

時下青少年追求名牌、物質享受，卻缺乏理財計劃。為了鼓勵小朋友養成儲錢習慣，積金局早前舉辦「積金為將來」理財家庭日營，逾百名小學生及家長參加。這活動透過不同的理財遊戲，讓小孩認識金錢的概念、如何善用零用錢，並了解「需要」和「想要」的分別。

小習慣帶來大裨益

積金局營運總監（執法）于海平說：「不要忽視一個小小的儲蓄習慣，因為一滴一滴的儲蓄可以為將來帶來莫大的裨益。」活動中透過5個不同的理財遊戲，帶動小朋友學習理財知識，如「你」想的錢箱」工作坊，讓他們親手為自己設計獨一無二的錢箱，訂立儲蓄目標，以及透過「收支記錄冊」，好好管理及善用零用錢，培養儲蓄的良好習慣。

活動還邀得兒童理財顧問關顯彬及兒童心理學家周婉芬擔任講者，與家長分享兒童理財心得，讓他們進一步了解子女在日常生活中的理財概念，實踐親子理財之道。關顯彬以「熱狗」作為例子來解釋何謂「需要」及「想要」的物品。他說：「我們若要生存，就需要麵包。可是光吃麵包，就會欠缺一些營養素及味道。如果我們能在麵包中放上一條美味的香腸，那就好吃得多了。所以想吃麵包就是我們的需要

港天港地

拍拖源自畫舫並行



「拍拖」一詞源於昔日廣州流行的花尾渡

明天就是甜蜜溫馨的情人節，雙雙對對的情侶除了會摶腳嘅情人節大餐外，也肯定會逼爆旺角、銅鑼灣等鬧市逛街拍拖看電影等。至於為何情侶手牽手逛街享受二人世界會叫做「拍拖」？原來這個俚語是源自廣州昔日一種傳統畫舫。

早在明清時代，廣州已經是華南的主要港口，不少來往南洋與華北沿岸港口的商船或客輪都會停泊廣州；在香港開埠前，廣州一直是華南最大的轉口貿易港。當時珠江口一帶，還流行一種客貨運兼備的內河船，稱為「花尾渡」。

它的船身龐大，規模最大的會築起3層高樓，如現時常見的畫舫，可容納數百人，最上層為茶樓（一等客艙），中層名公艙（二等客艙），下層及船首均為貨艙。花尾渡本身不設動力機艙，必須由一艘小火輪（俗稱「溫底」）以繩纜在前引領拖行。這種裝修漂亮的畫舫被拖行於平靜

(粵語正傳·八)

祁文

成長印記

出類拔萃易招閒言
學習過濾回應批評

英國史學家艾頓爵士 Lord Acton 說「權力使人腐化」。我就認為「權力使人『孤獨』」。憑着不懈努力和嚴以律己，我終於贏得認同，攀上權力的高峰。可是，高於同儕的亢奮感並不持久，旋即被孤獨所取代。對於出類拔萃的我，他們以冷嘲熱諷和鄙視作為回敬。權力，使我和同學疏遠，蘇軾所說的「高處不勝寒」，恐怕就是這個意

思。 「嘩！那個班長真好閃啊！」走廊上，同學故作驚訝。

「人哋一人之下，萬人之上，幾威呀！」旁邊的同學馬上附和。面對着並排掛於胸前上，代表成績卓越、品行優秀的班長章和風紀章，我不禁慨嘆，看來放學後應該找 Miss 張談談封金掛「章」的事。

價，亦會影響個人性格發展與群體生活能力。所以，大家要學習耐心聆聽不同意見，學習分析、過濾及回應評價，從而建立良好的自我形象。

同學要檢討自己待人接物的態度，避免引起其他同學誤會。而你知道當你做一件事的時候，未必每個人都會完全接受你。一定要接納自己的優點和缺點，盡心將每件事情做好。學習與同學溝通，徵詢他們的意見，建立良好人際關係，相處問題就會比較容易解決。

我們在青少年成長階段，自我形象的建立非常重要。老師對自己信任和重視，固然會增強個人自信心，但同輩之間的評

供稿：香港電台電視部

【港台節目《上網問功課——心裡有個謎》第16集明天（14日）上午10時至10時半於亞洲電視本港台播映】

通識新世代

通識平台

快訊

港首個韓語文化中心成立

香港中文大學專業進修學院設立全港首個「韓語文化中心」，中心內除韓語書籍及教材外，還有許多韓國報紙、雜誌，並提供韓國大學以及在港與韓國有關的就業等資料。
開放時間：周一、三、五（下午2時-晚上8時）
周二、四（上午10時-下午1時；2時-6時）
周六（中午12時-下午5時）
地點：九龍旺角山東街90A號
香港中文大學專業進修學院旺角教學中心A座23樓
費用：免費
查詢電話：2209 0469
相關網頁：www.scs.cuhk.edu.hk/klecc

百科新趣

常看電視易憂鬱

美國一項研究指出，青少年長時間看電視和打電腦遊戲，成年後可能罹患憂鬱症。研究觀察接觸電子媒體的4142名青少年，他們在DVD和互聯網未盛行的1995年開始參與研究時，並未有憂鬱徵狀。

這些青少年每天平均接觸各式媒體5.68小時，包括看電視2.3小時、聽廣播2.34小時、看錄影帶0.62小時及玩電腦遊戲0.41小時。7年以後，參與研究的青少年平均已21.8歲，其中308人（7.4%）出現憂鬱徵狀。

這項研究由匹茲堡大學醫學院專家波利邁克（Brian Primack）主導，結果刊登在《精神醫學期刊》（Archives of General Psychiatry）。研究報告指出：「在校正模型下，參與者在追蹤調查之前罹患憂鬱症的機率，隨著看電視時數顯著增加。」「此外，接觸電子媒體總時數愈長者，每天多使用一小時，罹患憂鬱症機率愈高。」

另外，研究亦發現女性罹患憂鬱症的機率比男性低。研究的專家指出，以社交、運動及動腦活動取代看電視、玩電腦遊戲，可能有助預防憂鬱症。

當機立畫

卡通候機室



候機室是不少人出門旅遊或公幹時都會使用的地方，在台灣的桃園國際機場有一個Hello Kitty候機室，粉紅色的候機室包括地板、座椅、天花板、牆面處處都可以看到Kitty的圖樣，讓旅客都忍不住停留多一會。不管是否Kitty迷，看到這麼趣致的設計，心情都格外輕鬆愉快，並頻頻拿起相機拍照留念。

圖文：旅遊愛好者 宥臻

徵稿細則

世事洞明皆學問，宇宙萬物俱通識。

本報「通識新世代」多個欄目歡迎師生投稿，刊出後，略致薄酬，細則如下：

第一版「通識頭條」之通識我見，就每期專題寫五百字回應或申述；

第三版「通識平台」，「我教通識」、「通識教室」，歡迎教師自述或推廣通識課的教學法、選材法，以資交流，1000字為限；

「茶水站」歡迎師生暢談通識教學、教書育人的經歷感受，500字為限；

「走出校園」、「交流動態」讓師生講述考察、參觀學習的見聞，500字為限；

「百科新趣」期待有關科普文教新動向新發現的文章，400字為限；

「當機立畫」徵求照片、畫作和漫畫，須附圖說，講主題談心得，200字為限。

投稿者請附個人資料，即任教或就讀的學校、居所、電話以及電郵，寄往香港北角健康東街39號柯達大廈2座3樓大公報「通識新世代」，或電郵至 ed@takungpao.com.hk。



楊家樂（左）獲得儲蓄計劃寫作比賽高小組冠軍，他透過創作學懂善用金錢的道理

▼兒童理財顧問關顯彬與家長分享如何在日常生活中協助子女建立理財概念



品。經評審後，由德信學校三年級生黃一諾及聖公會聖紀文小學五年級生楊家樂，分別獲得寫作比賽初小組及高小組的冠軍。黃一諾說，以前沒有儲錢習慣，但從活動中明白到金錢的重要，會將一半的利是錢存入銀行，留作升學之用。而楊家樂則希望儲錢給媽媽拍攝婚紗照，達成她的心願。

這一系列小學生創意理財活動，是由

(撰文：鍾燕冠)

放眼世界

聖索菲亞大教堂
宗教共融傳奇

聖索菲亞大教堂是拜占庭建築的代表作

土耳其古都伊斯坦布爾的聖索菲亞大教堂（Hagia Sophia），土耳其語名為Ayasofya）始建於532年，獲譽為現存最古老、保存最完整的東正教教堂。及至15世紀中葉，教堂又被土耳其人改建為清真寺，時至今日它仍是全球僅有、結合東正教與伊斯蘭教文化的宗教建築。

聖索菲亞大教堂的歷史可追溯至公元4世紀古羅馬帝國的君士坦丁大帝，他為了向東拓展勢力，遂於臨近黑海與地中海交界的要津拜占庭城，建立新國都君士坦丁堡（Constantinople），並於335年開始修築供奉「智慧之神」索菲亞的聖索菲亞教堂。後來教堂遇上幾次火災和地震而損毀，至532年東羅馬帝國君主查士丁尼一世下令重修，歷時5年竣工，奠定現今聖索菲亞大教堂的規模。此後千多年來，它一直是全球最大的教堂，直至17世紀才被羅馬教廷的聖伯多祿大教堂取代。

由於君士坦丁堡位處歐亞交界，東西方來往的商人絡繹不絕，令它成為中世紀歐洲最繁盛的都城。當地盛行的拜占

庭建築藝術，以「洋葱頭」圓穹頂為其標誌，既承繼了古羅馬的建築風格，亦融合了東方的波斯、米索不達米亞、敘利亞建築特色，成為中世紀歐洲的主流建築風格。

聖索菲亞大教堂的大圓穹頂直徑達32.6米，僅遜聖伯多祿大教堂、佛羅倫斯聖母百花大教堂及羅馬萬神殿的主穹頂。教堂內鑲嵌了不少五彩繽紛的玫瑰玻璃窗，墩子及牆壁則用大理石及色彩斑斕的馬賽克嵌畫鋪砌，描繪聖母、耶穌基督、聖徒及天使的畫像更鑲滿金箔裝飾，氣派非凡。

曾標誌拜占庭藝術全盛期的聖索菲亞大教堂，也見證了其沒落。公元1453年土耳其奧斯曼蘇丹穆罕默德二世率領突厥兵團攻陷君士坦丁堡，聖索菲亞大教堂被信奉伊斯蘭的新國君改建為清真寺，並移走東正教聖像、祭壇及遺物，用灰漿遮蓋了馬賽克鑲嵌畫，代之以星月圖案、古蘭經讀經台、朝拜龕等，四方還建起伊斯蘭宣禮塔。一直到1935年，聖索菲亞大教堂成為結合東正教與伊斯蘭教文化的博物館，延續其宗教共融的傳奇。

(宗教建築·二)

祁文

觀潮一得

模仿+搞笑=「山寨」風

內地颳起一陣神奇的「山寨」風。山寨這個詞並不陌生，原指舊時佔王為王的土匪，強盜的巢穴；大概從去年開始，「山寨」再次被人們提起，並成為流行詞彙。網友引用了山寨的非官方意味，重新定義，特指那些粗陋地模仿知名事物，加以改動又自成一體的行為以及所造出來的事物。

早在好幾年前，仿冒品盛行的內地就有這樣的「山寨」行為出現了。首先是手機製造商對國外名牌手機落手，在其英文名稱上做文章，譬如著名的三星、英文拼寫為Samsung，便有了名為Samsung和Samsung的「山寨機」。山寨機在外形上也與原版手機相似，加上品牌名字的細微改動，明顯意圖誤導消費者購買。此後，也有不少廠商效仿，但此伎倆很快就被消費者識破。

不過，這種看似高明實際拙劣的手法

明娜