

後Z世代的師德師風建設不可忽視



師德師風 大家談

立法會議員、
教聯會副會長

師德師風的建設被視為提升新時代教師素質、辦好人民滿意教育的首要任務。2025年《教育強國建設規劃綱要》提出「實施教育家精神鑄魂強師行動」，強化師德失範「零容忍」機制，推動師德建設與教師招聘、考核、晉升全環節掛鉤。教育部亦印發《新時代高校教師職業行為十項準則》《中小學教師職業行為十項準則》，明確師德底線，要求各地將師德師風作為教師評價「第一標準」。《大公報》着力弘揚師德師風，所主辦的「香港優秀師德師風獎」已經踏入第二屆，值得點讚。

「師德」與「教師專業操守」的分別
教師專業操守只是對教師職業倫理的最低要

求，師德則是對老師的最高標準，不僅關乎教師的直接道德水平，也是直接人格的表現，以符合社會期望的道德標準，對青少年學生發揮言傳身教的作用。

教育局制訂的《教師專業操守指引》，分別列出「應該」及「不應」做的行為例子，例如應該「堅守廉潔公正，以正直無私、不偏不倚的態度完成教學工作，客觀真實評鑒學生表現」；不應該「以任何原因或形式歧視、嘲諷或羞辱學生，令學生感到難堪」等，基本上都是教師職業倫理最低的要求。

中國人社會講求尊師重道，最高境界是教師的職業人格和本身人格一致，其他行業則沒有這樣的要求。作為老師，一言一行都受到學生觀察，言傳之外，也重身教，其道德形象完全表露在學生眼前。因此，如果教師的職業人格與真實人格一致，是最好典範。當然我們毋須強求所有老師都達到這種境界，但如果能夠向此方向邁進，是值得鼓勵和讚賞的。

教師所彰顯的道德性，體現在具體教學行為上，包括：1.關愛學生。不論學生階層、民族、宗教信仰，水平，都抱着同樣關愛。2.為學生利益着想。3.向學生傳授知識外，還培養良好的品格，輔導健康的成長。

如何應對Z世代

Z世代甚至後Z世代的學生成長於網絡和AI時代，他們的心理狀態和行為與前幾代人有所不同。教師應加深對這一代的理解，持續學習，了解他們的特徵，並在溝通中積累經驗。

例如，新世代的學生可能更重視網上社交而非現實中的人際互動。表面上，他們在現實生活看似正常，但在網絡上卻可能遭受欺凌、不被認同、受到孤立等，自我價值感低落；或在成年人眼中的瑣事，對他們卻是大事。若教師只關注現實世界，可能錯失輔導的良機與風險點。

此外，新世代學生習慣利用AI完成作業，教

師需要教導他們什麼是真正的學習，什麼是抄襲，這些都是重要的輔導內容。老師和學生之間的代溝，是科技時代的代溝，故此，老師不能想當然地用自己的成長經歷和價值觀來理解青少年，否則容易產生偏差。

師友關係的確立

現今世代對學生「擺老師款」固然行不通，但走向另一個極端，強求「亦師亦友」的關係，只能視作最高境界，而非必然的標準。這不僅需要教師具備人格魅力，做朋友還需講緣分，不能強求。在這兩個前提下，不能將「亦師亦友」視作師德的合格要求。

筆者認為寧可「師而不友」，絕對不能「友而忘師」，不能夠為了交朋友而忘記老師應有的角色和身份。若過於強調友誼，將難以有效處理學生的偏差行為，學生也可能会誤解彼此間「親密無間」的「友誼」。因此，「亦師亦友」只能視作最高境界，切忌「友而忘師」甚至「非師非友」。

港東港西

信和7·1與市民慶回歸 派2.8萬杯雪糕爆谷

為慶祝香港特別行政區成立28周年，信和集團將於7月1日推出一系列慶祝回歸精彩活動，與市民一同歡度這個具有歷史意義的節日。當日，信和集團將於旗下指定商場及利東街免費派發共2.8萬杯雪糕及爆谷，並特別為小朋友準備可愛的40厘米熊貓造型氣球。信和集團表示，希望透過這次活動與市民分享節日喜悅，傳遞幸福與祝福，攜手構建更美好的未來。

鄭晴提醒市民，記得於7月1日當日，在指定時間內前往參與活動的信和集團商場，即可領取相關禮品，數量有限，手快有手慢無。詳情將於信和集團官方網站及社交媒體平台陸續公布，大家要留意最新消息。



信和集團七月一日在旗下指定商場及利東街免費派發雪糕及爆谷，並特別為小朋友準備可愛的40厘米熊貓造型氣球。

無人機+AI普查馬蹄蟹 識別精準度達90%

今日是「國際馬蹄蟹日」，馬蹄蟹又名蠶，是地球最古老物種之一。海洋公園保育基金聯同香港中文大學和香港城市大學，運用無人機和人工智能技術，在下白泥泥灘進行馬蹄蟹普查先導計劃，系統目前對馬蹄蟹幼體的識別精準度已達九成以上，團隊計劃將系統引進大嶼山水口灣等泥灘。

馬蹄蟹早在4.75億年前已存在，比早期恐龍還要早2.3億年在地球上出現，其形態在過去數億年沒有多大的改變，故有「活化石」之稱，是地球上最古老的物種之一。

馬蹄蟹體積小，要記錄數量並不容易，以往採用的目測方式，受制於潮汐漲退時間、地理環境因素影響，假設150米乘1000米的範圍，需要最少四

人，需時約一至兩小時，自去年起使用系統後，可減省至每次需一人，約30分鐘內完成。

參與普查的城大化學系副教授張肇堅表示，本港的馬蹄蟹主要棲身於東北部沙頭角一帶的泥灘，幼年馬蹄蟹在泥灘上孵化並生活約十年，成年蟹則在海底繁殖，現時本港旅遊業着力發展生態旅遊，但同時要兼顧馬蹄蟹的保育，他建議參考新加坡做法，在保護區設置橋樑或其他管制措施。

馬蹄蟹又名蠶，是地球最古老物種之一。



昂坪360×迪士尼水晶纜車 米奇與好友陪你打卡

不少知名品牌推出聯乘活動，透過吸納對方「粉絲」產生協同效應，昂坪360與香港迪士尼樂園現有合作，昂坪360由明日（21日）起至8月31日，推出11架以迪士尼為主題的水晶纜車，昂坪市集亦將舉辦「預熱派對」，設有米奇與好友等主題裝置，包括

約5.5米高的城堡裝置，讓市民「打卡」。

迪士尼主題水晶纜車限定來回套票，成人票價350元，小童和長者分別為215元和235元。香港迪士尼樂園度假區行政總裁莫偉庭表示，希望藉活動吸引更多旅客參與香港迪士尼20周年活動。



昂坪360推出11架以迪士尼為主題的水晶纜車，讓市民「打卡」。

「舊城中環」酒吧 登陸瑞士巴塞爾展會

旅發局早前與巴塞爾藝術展（Art Basel）簽訂策略合作協議，於全球多個巴塞爾藝術展會設置沉浸式體驗區。今年，旅發局前往瑞士，首度與巴塞爾展會合作，於當地時間6月19日至22日打造以「舊城中環」為主題的沉浸式酒吧——「香港吧」，邀請旅客親身體驗香港獨特的藝術文化。

「香港吧」港味十足，旅發局把香港馳名的港式奶茶、咖啡，加入伏特加調製成「鴛鴦天尼」雞尾酒，讓訪客品嚐香港中西文化交融的獨特「味」力。另提供多款富地道特色小食及雞尾



「香港吧」以「舊城中環」為設計靈感，以獨特風味的餐飲體驗帶領訪客感受香港地道生活。

酒，如鮮味的「上湯雲吞」，青檸、海鹽、羅勒和汽水製成的無酒精雞尾酒「七鹹道」等，帶領訪客踏上一場多重感官之旅，深入探索香港文化敘事。

防護中心更新指引 免醫生過度用抗菌藥

【大公報訊】記者華英明報道：衛生署衛生防護中心昨日（19日）推出名為《效果》的新版抗菌素指引，讓全港醫生為住院病人處方抗菌藥物時作為參考，避免過度使用抗菌藥物，導致抗菌素耐藥性的問題加劇。

中心顧問醫生馬紹強表示，鑒於抗菌素耐藥性情況不斷演變，中心聯同多名專家根據本地抗菌素耐藥性數據，並按照最新的國際與本地文獻修訂了指引，供醫生參考，以便可以更精準地處方抗菌藥物。

中心昨日舉辦論壇，為超過150名與會的公私營醫護人員介紹指引的主要更新內容，包括常見傳染病的治療藥物、針對已知病原體的抗菌藥物，及預防手術感染的藥物建議。新版指引亦闡述了個別抗菌藥物的建議劑量和不良反應。

中心昨日亦已去信全港醫生，呼籲他們參考新指引，為有需要的病人處方合適的抗菌藥物，以進一步遏止耐藥問題擴散，並保障現有治療方法的有效性。

以質素提振消費



透視鏡
蔡樹文

近年因為市民及旅客消費模式的轉變，為本港零售業和餐飲業帶來不同程度的影響，各界關注如何提振本地消費市場，為經濟注入發展動力，特區政府推出一系列措施，相關行業亦有自救行動，整體數據顯示，消費市場開始呈回穩跡象。

提振本地消費，政府的角色是透過政策扶持消費市場健康發展，例如，創造各種有利條件吸引外地遊客來港，至於能否獲得遊客消費的紅利，還須靠商戶提供高質量的產品服務，最終由消費者「用錢」投票。

零售及飲食消費模式不斷轉變。商戶必須順應市場，才能生存。近年消費者愛參考社交平台的評價，「性價比」十分重要。香港因為經營成本較高，價錢難與鄰近地區直接比較，當然要以質素取勝，包括服務水平，若果店員「口黑面黑」，對客人愛理不理，網絡員評一傳十，十傳萬，別說外地遊客，即使本地人亦會卻步，誰願意花錢買難受？

一方面要發掘新的消費增長領域，促進潛在需求轉化為實際消費，一方面同時要在消費產品和服務供給方面提質擴容，行動不能單靠一方面，而是政府搭台、商家唱戲、消費者參與，三方參與才能成事。

西灣河文娛中心重開 周末同樂日免費入場

今個周末有好去處，為慶祝西灣河文娛中心完成翻新及改善工程後重新開放，康文署於明日及後日（21日及22日），舉行西灣河文娛中心同樂日，一連串節目包括精彩的舞獅、街舞及歌唱表演等。

同樂日將於今個周末下午1時至5時30分舉行，同樂日典禮將於星期日（22日）下午1時在文娛中心劇院舉行。所有活動免費入場。「劇場一日遊」工作坊須憑電子門票免費入場，網上報名已截止。有關活動詳情，可瀏覽www.lcsd.gov.hk/tc/swhcc/aboutus/funday.html。