

萬聖節廣告驚嚇 四成人情緒不安



▲ 影音使團指出，萬聖節廣告或令人情緒不安。

(陳遠東攝)

萬聖節快到，有關廣告無處不在，但不是人人抵受得住驚嚇場面。一項調查發現，40%受訪者觀看相關廣告後，出現情緒不安及惶恐，部分人更有幻聽或幻覺。有精神科醫生指出，長者及小童受驚後易出現情緒問題，建議避免接觸驚嚇廣告。

「影音使團人生熱線」本月進行網上調查，共收集 827 份問卷，發現 40%受訪者每天接觸萬聖節廣告，94%人不想接收相關廣告。另外，25%人指觀看驚嚇廣告後感到情緒不安，14%有惶恐或緊張，2%更出現幻聽或幻覺。熱線於本月亦接獲約 80 宗相關求助個案。

眾多廣告中，以海洋公園全城哈囉喂系列最為驚嚇，53%人選為最具驚嚇性廣告；其次是迪士尼黑色世界系列，佔 28%。影音使團曾就該類廣告向廣管局查詢，對方回覆，指 6 至 10 月共接獲 20 多宗相關投訴，內容針對廣告令兒童受驚及在不適合時段播放。

巴士上不停播 乘客心寒

自言膽小及怕黑的周太說，在巴士上看過萬聖節宣傳廣告後，出現短暫情緒不安，又勾起童年受嚇回憶，近日入睡後經常發噩夢，更曾在睡夢中嚇醒。她無奈表示，經常要乘長途巴士進出屯門，來回程被逼看這些驚嚇廣告 6 至 8 次，期間雖會迴避螢光幕，但仍被片中的尖叫声嚇着。

熱線高級經理關倩華說，巴士上不斷重播鬼故式廣告，乘客即使感害怕，亦避無可避，建議政府監管播放內容、頻率及時限，播放時亦要出現

提示字眼。

調查亦發現，95%人擔心相關廣告對下一代造成不良影響。精神科專科醫生丁錫全說，若年幼時因受驚而潛藏負面情緒，日後再度受驚，便容易出現長期情緒問題，情況持續，更可能患上驚恐症等精神病，建議小童、長者及有精神病紀錄人士，避免接觸驚嚇廣告。

臨牀心理學博士陳國平牧師表示，自 10 月開始在網上呼籲受萬聖節廣告驚嚇的人士，與人生熱線輔導員傾談。有近百個受影響人士分享經歷，他們描述自己的感受，找尋感受與自己實際的關係，如童年時曾受恐怖事件驚嚇，或童年時曾有心理創傷經歷，例如親人突然離世、被虐待、被禁錮，受影響的情緒潛藏在內而當時沒有處理，最近卻因萬聖節驚嚇廣告而勾起從前的情緒心理問題。

通常他們發現自己的負面感受與以上事件有關係，明白受過往事事件影響，找出根源，是一個不錯的治療效果。🌍