

「台灣輔導與諮商學會」 會務報導

鍾灝鋌

本會第47屆理監事已於113年3月召開第六次理監事會議，針對會務業務、各類型繼續教育專業課程活動、輔導與諮商相關事務及法規修訂已如火如荼展開；而例行舉辦十數年之「全國輔導與諮商碩博士研究生學術研討會暨輔導與諮商系所主管共識會議」，希冀透過學術論文發表與討論，促進研究生間的交流與研究氛圍；同時也將藉由「全國輔導與諮商系所主管會議」，邀請全國26家相關系所主管/代表針對各項重要議題進行討論與匯集意見，共同擘劃與促進輔導諮商專業領域發展。今年將由本會主辦，屏東大學教育心理與輔導學系承辦此項重要活動，於113年5月10日（五）舉辦。會中將有演講與論文發表進行，精彩可期。

本會於今年度也規劃許多精彩課程

與演講，後續諮商心理專業督導認證/換證課程陸續開辦，歡迎有興趣者踴躍參加。

最後，感謝會員們的支持與鼓勵，本會秘書處即將出版電子報，內容涵蓋會務、專業知識、互動交流專區等，歡迎至本會心理健康專區網頁下載（<https://reurl.cc/oV6Qg>）。有歡迎隨時追蹤本會臉書粉絲專頁（台灣輔導與諮商學會粉絲專頁、輔諮區）及Instagram（tgca1958），提供第一手資料、法規、輔導諮商最新訊息及專業領域分享。

任何建議與回饋對學會而言皆彌足珍貴，歡迎針對各項業務提出寶貴意見；若您尚未成為本會會員，也歡迎加入學會這個大家庭，一起在輔導與諮商專業領域努力。



台灣輔導與諮商學會針對 輔導與諮商專業人員媒體形象自律之聲明

2024.03.17

近日輔導與諮商專業人員（以下簡稱輔諮人員）經營社群媒體與代言產品情形日益增多，部分內容恐有損及輔導與諮商專業形象及專業倫理之虞，此現象亦已引發主管機關（如：110年11月29日衛部醫字第1101667891號函）、專業社群與社會大眾之關注。台灣輔導與諮商學會（以下簡稱本會）謹以專業組織立場，發表以下提醒與呼籲：

1. 於法有據，有守有為：

依中華民國93年6月8日頒布之衛生署（現衛福部）衛署醫字第0930203280號函「醫事人員代言產品之處理原則」中第三點「涉及藉其醫事專業身份為一般性產品代言、宣傳」，以及衛生福利部105年11月17日衛部醫字第1051667434號令核釋醫療法第八十六條第七款所稱「以不正當方式為宣傳」之範圍。

2. 務必遵行專業倫理：

各領域專業人員依循該專業領域制定之專業倫理規範，以提供民眾專業服務。本會制定之「輔導與諮商專業倫理守則」對輔導與諮商專業人員媒體形象相關守則條文，臚列如下：

3.3.5. 代言見證人：輔諮人員不得邀請可能會承受不當影響之目前、之前的當事人，或是任何人為其代言產品。輔諮人員若要邀請當事人為其見證，須與當事人討論各種利弊得失並且獲得其同意。

3.3.6. 推銷產品：輔諮人員不得利用諮商、教學、工作坊、訓練或督導關係，以欺瞞或運用不當影響力推銷產品或其他訓練活動。

3.3.8. 媒體言論：輔諮人員透過公開演講、示範、廣播或電視節目、錄音（影）檔、電子產品、印刷品、郵件、網路或其他媒介提供建議或發表評論時，須確保所陳述之內容係依據正確的文獻或實務而來，符合專業倫理守則，且接收訊息者不會誤以為如此即已進入專業的助人關係中。

3.6. 圖利自己：輔諮人員不得利用其專業地位，圖謀私利。

8.12. 社群媒體：輔諮人員若想要在社群媒體同時建立虛擬與個人專業形象，須分別建立專業與個人的網頁和簡介，以清楚區隔二者之不同。輔諮人員清楚向當事人說明使用社群媒體的利弊與界限。輔諮人員不得在公開的社群媒體揭露任何應保密的資訊。

綜上法規與專業倫理之提醒，本會嚴正呼籲：

1. 諮商心理師具醫事人員身份，應依法審慎考量產品代言、宣傳之內容與方式，並以法規及倫理守則評估是否因代言與宣傳涉及不當廣告招攬業務，避免觸法與損害當事人權益。

2. 輔導與諮商專業人員亦應避免產品代言或宣傳，並審慎管理專業與個人於社群媒體之界限，並思量個人公開言行對專業社群公眾形象之影響。

本會發表此聲明，請大家參閱，並為維護諮商專業共同努力

聲明之網址連結：

http://www.guidance.org.tw/news.php?action=view&new_no=1710741296