

國立政治大學輔導與諮商碩士學位學程

碩士學位論文

心理師經營社群網站之自我揭露經驗探討

Counselors' Experience of Self-Disclosure on the Usage of

Social Networking Sites



指導教授：陳婉真 博士

研究生：鄭芷昀 撰

中華民國 110 年 6 月

中文摘要

隨心理師的職業型態演變，許多從業心理師選擇經營自費諮商，心理諮商專業逐漸進入自由競爭的市場，心理師自身遂成為行銷的「品牌」。跟上網路的發達以及社群網站的普及，愈來愈多心理師以專業身分經營公開的社群網站。

本研究旨在探討心理師經營社群網站的動機、文章自我揭露的決策與考量、社群網站與諮商工作的形象異同，以及經營社群網站對諮商關係造成的影響。本研究採質性方法，共招募四位經營社群網站之執業心理師為研究對象，進行個別研究訪談，透過主題分析法，對心理師經營社群網站的現場經驗形成歸納結論。研究結果如下：

- 一、心理師經營社群網站之動機：(一) 社群網站行銷個人品牌，可提升知名度。(二) 心理師適度公開資訊可增加諮商關係信任度與適配性。
- 二、社群網站自我揭露之考量與決策：(一) 維護諮商當事人隱私，避免撰寫真實案例、明示保密原則。(二) 撰寫文章須避免引發投射、對關係引發負面效應的內容。(三) 維護心理師個人及親友之隱私。
- 三、經營社群網站與專業工作之形象：(一) 期待呈現兩者一致且專業的形象。(二) 兩者呈現的形象仍有差異：(1) 兩者表達與互動方式不同導致形象差異、(2) 社群網站特性與心理師專業特質有差異、(3) 社群網站以心理師為主體，諮商則以當事人為主體。
- 四、社群網站影響諮商關係互動：(一) 文章影響當事人對諮商關係的信任。(二) 當事人透過文章理想化心理師與諮商效能。(三) 文章促發當事人追問心理師的個人私事。

最後，根據研究結果，針對心理師經營社群網站與未來研究提出建議。

關鍵字：心理師、社群網站、自我揭露、諮商關係

Abstract

Following the evolution of the professional occupation type of counselors, many employed counselors have turned to operate self-pay counseling services. As counselors gradually enter free market, they themselves have become the "brands" in marketing. Keeping up with the development of the Internet and the popularity of social networking sites, more and more counselors are operating social networking sites as professional practitioners.

This study aims to explore the counselors' motivations for managing social networking sites; the decisions and considerations of self-disclosure in the articles; the similarities and differences in personal images between social networking sites and counseling work, and the impact of operating social networking sites on counseling relationships. This study applied qualitative research, a total of four counselors who operate social networking sites were recruited as research participants to conduct individual research interviews. Thematic analysis is adopted to analyze and compile the counselors' on-site experiences of operating the social networking sites.

The results of the study are as follows:

1. Motivation of counselors' management of social networking sites: (1) Utilizing social networking site to promote personal brand and enhance the reputation. (2) Moderate disclosure of information of counselors increases the trust and suitability in counseling relationships.
2. Considerations and decisions pertain to self-disclosure on social networking sites: (1) Avoid citing real cases and inform the principle of confidentiality to protect clients' privacy. (2) Avoid content that triggers

projection and negative effects on counselor-relationships. (3) Preserve the privacy of counselors per se and their relatives and friends.

3. Counselors' image in social networking site and counseling work: (1) Expectations of presenting a consistent and professional image in both. (2) Differences still exist in the image presented respectively: (I) The distinctive styles of expressions and interactions lead to different impressions of the image, (II) The characteristics of the social network are different from that of the counselors' in their profession, (III) Social networking site is counselor-centered whereas counseling is client-centered.

4. Social networking sites affect the counseling relationships and interactions: (1) Counselors' articles affect the clients' trust in the counseling relationships. (2) The clients idealize the counselors and counseling efficiency. (3) Counselors' articles urge the clients to inquire about the matters of counselors' privacy.

Keywords: counselors, social networking sites, self-disclosure, counseling relationship.

謝 誌

點開 Facebook，動態回顧浮出，驚覺論文雛形的孵育，已是 3 年前。三年值頻繁生涯轉換，論文進展也同起伏，至今終撰寫謝誌收尾，無不是倚賴身旁師長、家人與友伴在論文及心理上的支持。

感謝指導教授婉真老師，無論在生涯實現、諮商專業學習，以及論文，明燈般耐心指引方向與提點，每每將我從堅持的迷局，引領至更廣闊的視角，且不吝給予肯定，使我能從挫折迷途找回嘗試的信心。同時也很感謝如馨老師與慧蘭老師，悉心閱讀我的論文，協助我以不同觀點檢視研究，並願意在口試時耐心與我一同討論研究的問題。謝謝四位受訪心理師，願意無私分享自身經驗，於論文提供了珍貴的資料，也給予了我在社群網站經營上重要的啟發與省思。謝謝 K，我們的相識，成為這一篇論文誕生的起始。

謝謝明愷助教溫暖的存在，時時給予關照與支持，並且悉心協助我順利完成繁瑣的行政流程。謝謝治勳老師，總幽默又精準打破我的陳舊框架，挖掘深埋的本性。謝謝浩庭，一路詳盡提供我研究方法的指引，方能支撐起論文的骨幹。謝謝芳儀，互相扶持走過同路，無論是學習、論文以及人生，都是煦陽般的支持。謝謝文軒，柔軟理解轉圈的焦慮，一起朝論文彼岸與真我前進。謝謝小 Jo，十年的陪伴，是人生中無法取代的關係。謝謝蔓蒂，睿智的給予我溫暖與鼓勵。謝謝小球、研究所的同學，一起經歷學習的快樂與辛苦。謝謝高中好友佳瑋、于茜、SPER，一路給予溫柔關心以及智慧。謝謝嫵如、睿亭、慧伶，接住、梳理我瑣碎的煩惱。謝謝承諭、嘉翔，時而與我亂聊，使論文生活不至乾枯。感謝輔導室同事，提供過來人的同理與支持，也謝謝你們的包容。

謝謝我的家人，爸爸、媽媽、弟弟、外婆、阿姨與姨丈、思吟，你們的存在即無條件的愛與支持，無時不刻陪著我經歷人生甜苦。最後，謝謝豬豬，攜手走過彼此人生苦樂跌宕，你的糖果與鞭子，我銘記於心。

芷昀 謹誌於桃園 2021.06.30

目 錄

第一章 緒論	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	6
第三節 名詞解釋.....	6
第二章 文獻探討	7
第一節 社群網站發展現況與簡介.....	7
第二節 心理師的專業角色.....	15
第三節 心理師的自我揭露.....	22
第三章 研究方法	43
第一節 研究取向.....	43
第二節 研究參與者.....	44
第三節 研究工具.....	45
第四節 研究程序.....	48
第五節 資料蒐集與分析.....	50
第六節 研究信效度.....	53
第七節 研究倫理.....	55
第四章 研究結果	57
第一節 經營社群網站之動機.....	57
第二節 社群網站自我揭露之考量與決策.....	61
第三節 經營社群網站與專業工作之形象.....	67
第四節 社群網站影響諮商關係互動.....	72
第五章 研究討論	77
第六章 研究結論、建議與反思	84
第一節 研究結論.....	84
第二節 研究建議.....	86
第三節 研究反思.....	89

參考文獻.....	92
附錄.....	107
附錄一 訪談大綱.....	107
附錄二 研究參與邀請函.....	108
附錄三 研究參與同意書.....	109
附錄四 研究參與者檢核回饋表.....	110



表次

表 3-2-1 研究受訪者基本資料表.....	44
表 3-5-1 意義單元編碼範例表.....	51
表 3-5-2 子題歸納範例表.....	52
表 3-5-3 次主題歸納範例表.....	52
表 3-5-4 核心主題歸納範例表.....	53
表 3-6-1 受訪者檢核結果列表.....	55
表 4-1-1 經營社群網站之動機.....	57
表 4-2-1 社群網站自我揭露之考量與決策.....	61
表 4-3-1 經營社群網站與專業工作之形象.....	67
表 4-4-1 社群網站影響諮商關係互動.....	72



第一章 緒論

第一節 研究動機

動機一：研究者接受諮商經驗之啟發

研究者在學習諮商的歷程，曾經接受幾段的諮商。其中有一段諮商關係的起始，是研究者透過公開社群網站的文章閱讀，得知了該心理師的訊息。心理師的文筆敘述細膩，字句中所透露的人性觀、諮商的價值觀，與研究者的理念以及學習的諮商取向相似，遂引起研究者嘗試與心理師進行諮商的動機。

帶著對心理師形象、互動的預期與想像，進入了諮商關係，在這段關係中，研究者覺察了心理師經營社群網站的舉動，隱約影響彼此的互動。例如，當心理師在諮商過程中的呈現，與文章的觀點論述有所差異時，時而引發研究者的困惑；或是心理師在諮商結束後，於社群網站發表了與當次會談主題相關的感想或個人經驗，也使研究者猜測心理師發文的動機與用意。這些經驗不僅使研究者深刻體會諮商關係的特殊性，也發現了心理師在諮商室外的自我呈現，甚至延展了諮商關係的互動範圍，成為無法立即討論與核對的互動經驗，沉積為案主對心理師懸而未解的疑惑。研究者曾與心理師討論社群網站的經營如何對彼此的關係或諮商歷程造成影響，心理師亦表達，諮商者與社群網站經營者的雙重角色，並非獨立的兩種角色，彼此之間的行為與決策相互影響，有時甚至也感到混淆。

研究者對心理師經營社群網站可能延伸的問題感到好奇，例如心理師在文章中揭露個人價值觀或喜好，是否會引發案主的討好與迎合行為，以獲得心理師的認同？心理師如何看待與因應此現象，是避免揭露過多個人價值觀以降低案主討好的可能性，或是視該現象為催化案主自我覺察的討論素材？另外，案主對於心理師社群網站中的文章，可能會有自身的詮釋或是投射，且不一定主動與心理師討論與核對，以致心理師可能沒有機會向案主澄清文章意涵，一如

李茲穎（2012）研究所述：心理師的角色分化為諮商室內與網路上的心理師，後者可能形成諮商中心理師難以掌握的「暗流」，心理師會如何處理與評估？

基於上述經驗，研究者期望以心理師的角度切入，瞭解經營社群網站的心理師如何覺察與看待經營社群網站的自我揭露對於諮商歷程的影響、這些現象會如何進一步影響心理師的決策，以及採取的因應策略。

動機二：社群網站的普及改變了諮商專業型態

網路科技發達的世代，資訊傳播的形式與速度不斷的更新與提升，網路的功能也持續擴充，與人們的生活愈發緊密，網路成為資訊、知識傳遞的重要媒介與資訊儲存空間，使用者亦迅速增加。網路不僅成為資訊、知識提供的平台，也創造了人際溝通和交流的空間，例如以往的即時通、MSN 與 Skype 等通訊軟體，還有部落格、微網誌的設立，到現在擁有龐大用戶的 Facebook、Instagram 等方便與允許即時互動的社群網站。近期調查顯示，臺灣人使用社群媒體與網站的比率是全亞洲地區之冠，使用率為 79.2%（臺灣網路資訊中心，2019）。社群網站不僅擁有快速資訊傳遞的功能，也扮演人際連結與互動的重要管道，憑藉此特色，更吸引了企業、品牌，或是個人，利用社群網站進行行銷與拓展知名度。這些軟體或平台的出現，顯示使用者不再是資訊的接收者，更可以擁有主動參與、呈現自我的權利（李茲穎，2012）。

網路資訊的易得性、溝通互動的便利性，也改變了諮商專業的型態，也形成潛在衝擊與挑戰。因應心理師的職缺需求與工作型態演變，許多從業人員選擇成為「行動心理師」，個人成為了必須推展的「品牌」，「行銷」更較以往受重視，相應的策略則包括了網站或個人社群平台的建立，拓展與社會大眾的連結，除了提供心理教育知識，也增加案源。因此越來越多心理師經營個人的公開社群網站，部分利用 Facebook 經營者，甚至擁有數十萬的追蹤粉絲。Zur（2009）指出，21 世紀的消費文化，改變了諮商使用者的定位，從過去「個案」或「病患」的角色，轉變為「消費者」。身為消費者，使用者更想知道將資

源、金錢投注在諮商，可以從中獲得甚麼。因此如同其他消費行為，使用者想要瞭解關於服務提供者更多資訊，網路正是最容易取得資訊的管道，搜尋引擎的便利和開放性，大幅增加案主取得心理師個人資料的可能。然而，與企業使用社群網站進行行銷不同，心理師建立個人公開資訊平台，面臨的挑戰不只是行銷成效，還有諮商工作的本質。心理師可能將網路做為與案主、潛在案主溝通、傳遞資訊的管道，這同時形成了倫理的挑戰，因為它改變了心理師的透明度，也可能模糊了個人和專業之間的界線 (Behnke, 2008; Zur, 2009)。結合網路的特性，社群網站創造了屬於網路世代的諮商議題。因此，本研究期望探究，在諮商專業型態的演變中，心理師如何定位與認同自身的專業角色，以及其專業認同如何影響心理師經營社群網站的決策，包括起初決定經營社群網站的動機、希望透過社群網站的經營達成的目標，以及影響經營方向的決策因素。

動機三：社群網站的經營重新定義心理師的自我揭露

隨著心理師工作型態的變化，自我揭露的定義與範疇也不斷被更新與擴展。除了心理師個人資訊在網路上的可搜尋性隨著網路發達而大幅提高，構成了無法全然掌握、被動、意外的自我揭露外，社群網站 (social networking sites) 的使用亦引起學者與實務工作者的關注。相較於被動曝光的資訊，社群網站的經營可說是心理師主動、具有更高意圖的揭露自我 (Barnett, 2008)，例如許多機構會在網路上張貼專業或是服務提供者的資訊，以使心理師的形象較為「友善」(consumer friendly)，也讓使用者擁有更多資訊以利選擇切合自身需求的心理師 (Zur, 2009)。許多案主的確透過機構網站或是心理師個人的社群網站，增加對心理師背景的認識。而心理師個人經營的社群網站，文章類型多元，有些以心理衛生教育的推廣、資訊分享為文章主軸，也有心理師分享個人生活經驗，或是揭露個人的成長歷程；部分心理師則分享個人工作相關的內容，例如諮商工作的體會省思，以及對諮商專業議題的觀點與見解。心理師的自我揭露，不再侷限於諮商空間內，而是延伸到了案主更容易觸及之處，揭露

的內容也更加廣泛。

然而，根據 Goffman 的劇場理論，人際互動與自我呈現，隨著不同場域，人們以會扮演符合該情境或角色期待的樣貌，就像是在各種舞台上的演出行為。而社群網站的經營，對於心理師而言，也構成了新的舞台。在這有別於諮商室中的舞台，心理師會如何呈現與揭露自我、在決策時會受到哪些因素的影響，也是本研究所欲探討的問題。

動機四：心理師的網路自我揭露對於諮商歷程之影響

心理師的自我揭露行為，一直是諮商專業領域中備受討論與論證的重要議題，由早期動力、精神分析取向反對諮商者的自我揭露，至今心理師的自我揭露被漸被接納為可使用的介入技術之一。支持此行為的觀點認為，心理師的自我揭露可以促進同盟關係的發展（Carkhuff, 1995; Farber, 2004; Giannandera & Murphy, 1973）、凸顯心理師的真誠與可親近性（Knox et al., 1997; Knox & Hill, 2003; Tantillo, 2004），或是正常化案主的困擾、降低案主的焦慮（Hoffman & Spencer, 1977; Hoffman & Graff, 1977），並且提高案主自我揭露的意願（Farber et al., 2004; Henretty et al., 2014）。

多數研究聚焦心理師在諮商晤談情境中的自我揭露，而近年隨著網路普及與便利，心理師自我揭露的場域與情境已不僅限於諮商進行的過程。國外已有不少研究探討心理師在網路上的公開行為，以及網路的特殊性如何影響使用者的自我呈現。Lehavot（2009）對於心理師使用社群網站提出疑慮，認為社群網站的使用讓社會互動更方便，但不適宜的自我揭露也可能滲入專業的角色。李茲穎（2012）則探討心理諮商人員使用社群網站的經驗指出，案主嘗試在網路上與諮商者互動，以及對諮商者在社群網站上呈現的訊息擁有自己的解讀，都可能使諮商關係中存在另一個角色，即「網路上的心理師」，若諮商者沒有妥善處理，這個額外的角色則會在晤談中形成難以掌握的「暗流」，並影響諮商關係。文字作為溝通與訊息傳遞的媒介，不可避免傳遞心理師的價值觀與態度，

與同時是社群網站追蹤者的案主進行諮商時，這些刻意或非刻意、語言和其隱含的價值觀等自我揭露，對諮商歷程產生甚麼影響、心理師會如何覺察並且因應；在諮商歷程中的覺察，又會如何影響心理師在經營社群網站時自我揭露的決策。針對上述問題，國內的研究目前僅有李茲穎（2012）對心理師經營個人社群網站的經驗進行探討。因此，本研究期望深入探討心理師經營社群網站的行為，如何影響諮商歷程、心理師如何知覺與詮釋，並且有哪些因應的策略。



第二節 研究目的

本研究之研究目的如下：

- 壹、探討心理師經營公開社群網站之動機。
- 貳、探討心理師經營公開社群網站之自我揭露經驗與決策。
- 參、探討心理師經營公開社群網站與諮商工作時的形象。
- 肆、探討以心理師的視角，知覺經營公開社群網站對諮商關係的影響。

第三節 名詞解釋

壹、 心理師

係指通過國家高考合格之心理師，包括臨床心理師與諮商心理師。並且在從事諮商實務期間，同時以心理師的專業角色經營公開社群網站者。

貳、 自我揭露

本研究之自我揭露（self-disclosure）係指心理師向案主揭露除了知情同意之訊息之外的個人相關資訊，包括語言表達、透過語言表達傳遞之價值觀與態度，以及非語言訊息。本研究定義之自我揭露為心理師經營公開社群網站時，張貼文字、照片、語音訊息的行為。

參、 社群網站

社群網站（Social Networking Sites, SNSs）為一種以建立在網路上的平台，其功能主要為提供使用者創建公開、半公開的個人檔案，在此平台中，使用者可上傳文章、影音與影像等資料。此外，社群網站亦提供使用者在網路虛擬空間中，連結人際關係與傳遞私人訊息的功能。常見社群網站如 Facebook、Instagram 等。

第二章 文獻探討

第一節 社群網站發展現況與簡介

壹、 社群網站發展現況

由 Web1.0 進入到 Web2.0 的過程，全球的資訊傳播型態，也由最初始的網站單一向提供資訊，演變為雙向的互動過程，人們的連結性也提高，社群、討論區、社交網站隨之興起，加上搜尋引擎的功能提升，網路成為了一種人人可參與的平台（Web-as-participation-platform）（王秀芬，2011；Dreamers Corp., 2009）。

在網路科技快速更新的世代，由於可及性高、資訊豐富的優點，吸引人們透過網路獲取知識，根據臺灣網路資訊中心於 2019 年，針對臺灣網路的使用者與使用情形調查所發布的臺灣網路報告，有 81% 的人會透過網路來學習，其中有七成會以「網路檢索」的方式學習（臺灣網路資訊中心，2019）。此外，網路打破了地理性的藩籬，縮短人與人之間的互動距離，使用者亦迅速增加，2019 年的調查統計顯示，全國 12 歲以上的上網人數約達 1,898 萬人，全國的上網人數約 2,020 萬人，占整體總人口數高達 85.6%（臺灣網路資訊中心，2019），由於電腦、智慧型裝置如手機、平板等有上網功能的 3C 產品的快速發展，網路的使用愈來愈便利，也使普及率快速提高。

網路提供的服務與功能推陳出新，不僅成為資訊、知識收藏與提供的平台，也創造了人際溝通和交流的雙向互動空間。其中，除了以往的即時通、MSN 與 Skype 等通訊軟體的興盛外，社群網站（Social Network Sites, SNSs）也趁勢而起，直至今日依然持續累積用戶，例如，較早開發的部落格（blog）、微網誌（microblog），到現在擁有龐大用戶的 Facebook、Instagram、Twitter 等即時互動性更為顯著、跳脫制式互動模式的社群網站，已經躍升全球最為廣泛使用的網路媒介。

2019 年臺灣網路報告的調查，指出臺灣人的社群使用率為 79.2%，在亞洲地區，臺灣的社群媒體使用率甚至是排名第一（臺灣網路資訊中心，2019），可得知社群網站也幾乎成為現代人的必需品（蔡家文、姜怡君，2016）。

而社群網站究竟有哪些功能以及效益，使之在全球蔚為風潮？下一段將探討社群網站的定義，以及社群網站的主要功能。

貳、 社群網站定義與功能簡介

根據 Boyd 與 Ellison（2007）的定義，社群網站是一種「以網路為基礎的服務」，主要提供使用者三種功能：（1）在有限域的系統中，創建公開或半公開的個人檔案；（2）能夠清晰列出其他與自己有連結的使用者；（3）能夠瀏覽與他人的連結，以及系統內透過此連結延伸的資訊。蔡家文與姜怡君

（2016）則補充，社群網站亦可以與其他使用者分享連結，並查看使用者在網站中發布的訊息。

目前常見的社群網站包括 Facebook、Instagram、Twitter，以及 LinkedIn。雖然每一種社群網站的功能與特點有所差異，但亦有許多共同特性，例如其主要的功能為創立自己的個人檔案，在此空間裡，個人可以上傳文章、影像、影音等資訊，經常稱為「動態」。此外，使用者也可以「追蹤」其他人所經營的個人空間，來獲得他人如朋友、或公眾人物的資訊。除了資訊的獲得，社群網站共同的重要功能也包括了互動，例如動態底下開放留言，以及「私訊」類似網路聊天室的功能，因此，社群網站也經常是聯繫舊友、結交新友的管道（蔡家文、姜怡君，2016）。

Boyd 與 Ellison（2007）整理了社群網站幾項共同的主要功能，包括個人檔案（Profiles）、朋友／追蹤者／粉絲（Friends, Followers, Fans）、留言（Comments）、私人訊息（Private Messenger）。以下分別介紹：

一、 個人檔案（Profiles）

個人檔案（Profiles）可以說是社群網站的骨幹，它是一獨特的頁面，提供

使用者呈現自身的資訊。通常在使用者註冊了社群網站之後，會被要求回答幾個特定的問題，例如使用者的年齡、所在地、興趣等與自己有關的訊息。除了這些文字訊息，許多網站也要求或建議使用者上傳自己的相片，有些網站則開放上傳影音檔案，或是調整個人檔案頁面編排的模式，以使之更加個人化。

一般而言，個人檔案的目的是要讓自己能藉此為他人所認識，然而，個人檔案的能見度、是否可選擇開放或隱藏部分訊息，社群網站各有相異的程度。以 Facebook 為例，若使用者在同一人際網絡，如互為朋友關係，則雙方能互相瀏覽對方的個人檔案。但 Facebook 至今開放的功能，已能允許使用者根據臉友關係的種類，選擇公開或藏匿的資訊，可調整度是較大的。

二、 朋友／追蹤者／粉絲 (Friends, Followers, Fans)

社群網站有別於其它類型網站的特點是，它允許使用者透過網站結交新朋友、認識陌生它人，同時，它使個人能夠在網路上建立透明的社交網絡，也因社交網絡的可公開性，使得網絡得以不斷擴大。

在註冊了社群網站帳號後，使用者可以開始擴展個人在該網站的人際網絡。社群網站提供搜尋功能，使用者能藉此搜尋到自己認識的人，並且向對方提出交友請求或是追蹤請求，待對方確認之後，兩人即成為雙向的關係。部分社群網站如 Facebook 以及 Instagram，則會根據使用者已有的人際網絡、或是聯結手機聯絡人的資訊，主動推薦「可能認識的朋友」名單給使用者。

大部分社群網站加入好友的機制，要求必須是對等的，亦即上述雙方確認同意成為該網站內的好友，有些則不須是雙向關係；此差異來自對於網站內關係的界定與功能的差異。有些網站擁有「粉絲 (Fans)」以及「追蹤者 (Followers)」的功能，允許使用者在不將他人加入好友的狀況下，也能開啟追蹤功能，對方能夠瀏覽使用者的公開貼文。

此外，個人資訊的能見度，亦有所不同。同樣以 Facebook 為例，在雙方確認過的關係中，使用者可以將對方界定為「摯友 (Close Friends)」、「朋友

(Friends)」、「點頭之交 (Acquaintance)」等，針對不同層級的站內好友，可以分別設定貼文的能見度。

而使用者站內的人際網絡，也可以是公開的，例如 Facebook、Instagram、LinkedIn 等社群網站，都有好友列表。即便非互為好友，在瀏覽權限設定為公開的狀態下，也能觀看對方的好友。因此，社群網站的人際連結可以是非常快速且範圍廣大的。

三、 留言 (Comments)

大部分的社群網站，都有互動的功能，除了加入好友之外，最常見的是留言功能，使用者可以在瀏覽他人貼文、動態時留下公開或半公開的訊息。

四、 私人訊息 (Private messenger)

除了針對互動對象的貼文可以進行留言之外，大部分的社群網站也提供了私人訊息 (private messenger) 的機制，類似於網頁郵件的功能，但即時性更高，如同較早時代的即時通、MSN 等通訊軟體，允許使用者在網站上進行私人對話。

以上為社群網站四種主要的功能與特色，經常以「人際連結與互動」的目的。然而，除了聯繫與維持個人的人際網絡，在大數據時代，網路資訊間的連結大幅提高，社群網站也成為行銷的重要管道，其中包括了企業、品牌，以及個人的知名度推展。例如，Facebook 的粉絲專頁 (fan page) 功能，提供企業品牌做為免費或付費的宣傳平臺，截至 2018 年，臺灣已有將近 80 萬筆 Facebook 粉絲專頁 (趙維孝，2018)。個人也比擬品牌的概念，許多公眾人物多方經營社群網站，社群網站也改變了名人文化。社群網站做為一種「展演的舞台」，公眾人物在平台上可以擁有資訊的主導權，透過文章、影像的分享，以及「粉絲」的累積與互動，得以掌控資訊的發布，達到形塑自身形象的目的，並能控制受眾的關注行為 (謝靜雯，2013)。以經營者的角度來看，社群網站能夠建立鮮明的形象，與其它競爭者做出市場區隔，使個人成為具有辨識度的品牌 (林思

瑀，2019)。社群網站也成為名人與粉絲之間的交流空間，以 Facebook 為例，全球統計粉絲人數最多的個人粉絲專頁經營者為葡萄牙職業足球員 Cristiano Ronaldo，其粉絲人數高達一億兩千萬人 (Socialbakers, 2020)。

而在諮商專業的領域，以諮商專業人員身分所經營的社群網站數量，也快速增加。心理師所使用的社群網站種類，以 Facebook 為大宗，亦有心理師同時連結 Instagram，因此，下一段將探討 Facebook 與 Instagram 的主要功能。

參、 常見社群網站簡介

依研究者在網路平台所搜尋的資料中，Facebook 以及 Instagram，為目前心理師以專業身分經營個人平臺人數最多的社群網站。以研究者所搜集的數據，目前使用 Facebook 粉絲專頁經營者已超過 120 筆，其中粉絲人數最高為 33 萬人，另外亦有以心理師的個人帳號、而非透過粉專功能所經營的公開個人平臺。使用 Instagram 經營個人平臺的則約有 50 筆，最熱門的帳號約有 2 萬 5 千名追蹤訂閱者。以下分別簡介 Facebook 及 Instagram 的功能。

一、 Facebook

Facebook 至今仍是臺灣使用率最高的社群網站之一，其流量為網站或品牌代表公司中的排名第四名，而在使用社群網站的族群中，達 98.9% 的人使用 Facebook (臺灣網路報告，2019)。

Facebook 為 Mark Elliot Zuckerberg 於 2004 年所創立的社群網站，原本提供哈佛大學內使用，經過不斷擴張，最後開放給 13 歲以上的用戶申請 (數位時代，2008)。直至 2019 的統計，全球每月總共估約有 25 億活躍的使用戶，74% 的 Facebook 使用者每日都會瀏覽 (Omnicores, 2020)。而 Facebook 的功能多元，是提供分享、聯繫關係的平台，其三大服務分別為個人時報動態 (profile)、社團 (group) 以及粉絲專頁 (fan page)。主要功能包括動態訊息 (news feed) 的分享，如文章、圖片或網站的轉貼；對發文者表態，即按讚 (like)、留言 (comment) 與分享 (share) 的功能；另外還有訊息 (message)

以及直播 (live videos) 等多元功能。

其中非常受歡迎的功能是粉絲專頁。粉絲專頁的形式與目的如同「官方網站」。帳戶者皆可申請建立，主要使用族群為企業、組織，也有許多公眾人物會建立粉絲專頁，達到宣傳行銷、與大眾交流的目的。而粉絲專頁的功能與特性，除了共享個人動態的基本功能，粉絲專頁還有其他功能（引自鄧文淵，2013），包括：

- (一) 用戶可以在粉絲專頁塗鴉牆上留言；
- (二) 用戶可以對粉絲專頁按讚、開啟追蹤功能；
- (三) 專頁的資訊是公開的，即便沒有對粉絲專頁按讚也能瀏覽與留言；
- (四) 塗鴉牆的動態可分享至個人頁面，其他用戶不用點進粉專就能瀏覽；
- (五) 設有付費廣告功能，購買可增加粉專的曝光率。

綜合以上 Facebook 粉絲專頁的功能，可以得知它擁有幾個主要的特性，包括公開性、互動性，以及商業性。黃榮華（2010）針對企業粉絲專頁進行的研究中，提出粉絲專頁分為三個構面的特性，包括多媒體性、資訊性，以及顧客互動性。董彥欣（2010）也指出粉絲專頁提供企業、組織經營品牌、產品或服務，增加個人，如公眾人物提升能見度與知名度，同時也開啟了即時互動的可能性。

二、 Instagram

如同 Facebook，Instagram 亦為全球使用率極高的熱門社群網站。據 Omnicore 統計，Instagram 目前單月的活躍用戶，達到了十億人次。其中，用戶年齡層多集中於 18 至 34 歲（Omnicore, 2020）。在臺灣，Instagram 則在社群網站用戶中排行第二，約占 38.8%（臺灣網路報告，2019）。

Instagram 為 2010 年由 Kevin Systrom 以及 Michel Krieger 所創辦。Instagram 的前身是「Burbn」，起初由於 Burbn 系統的功能過於複雜，Kevin 與 Mickel 汲取了 Facebook 與 Hipstamatic 的優勢功能並加以改良，成為 Instagram

(Megan Garber, 2014)，並在 2012 年為 Facebook 所收購。

Instagram 與其他社群網站相似，皆提供使用者一個分享與維繫人際聯結的空間，然而其功能與所能達到的目的，亦有相異且獨特之處，以下介紹

Instagram 幾項主要的功能：

(一) 張貼動態

與其它社群網站相同，Instagram 的主軸為張貼動態。而 Instagram 的動態特色是以圖像或影音為主軸，使用者必須上傳圖片或影音檔案，才能進一步編輯文字內容。動態編輯完成後，將會出現在「動態消息 (Feed)」的串流中，在動態消息中，呈現的是使用者所「追蹤」其他使用者的動態貼文，因此自身的貼文，也會出現在追蹤者 (Followers) 的動態消息裡。

(二) 濾鏡功能

另一主要與其他社群網站不同的特點為「濾鏡」功能，Instagram 提供了數十種的濾鏡，可套用於上傳的圖像，即便不用實體相機，也能產出富有美感的圖像。因此，視覺的吸引力提高了使用者發文、與他人分享的動機 (鄭心怡, 2015)。

(三) 追蹤功能

除了貼文功能，Instagram 同樣也有追蹤、按讚 (like) 與留言的功能。使用者可以透過追蹤鍵，追蹤其他使用者的個人檔案，而接獲追蹤的另一方，可以決定是否同意對方的追蹤、或進一步互相追蹤。與 Facebook 相似，Instagram 同樣能夠設定帳號的公開與否，若將帳號設定為公開，即便他人沒有以追蹤鍵連結好友身分，依然可以瀏覽其貼文內容。非公開的帳號，則須要經同意追蹤，才能瀏覽。在瀏覽動態之後，使用者可以立即對特定的貼文按讚以及留言，該功能讓使用者一旦獲得回饋，便形成即時酬賞的心理機制，進而持續增強了使用者繼續上傳動態的意願 (鄭心怡, 2015)。

(四) 主題標籤功能

Instagram 有一特殊的功能為「主題標籤 (Hashtag)」，只要發文者在文字內容中打上「#」記號，其字體會變成粗體。通常發文者的主題標籤是以單詞構成。其功用與目的類似書籤、關鍵字的標記。透過主題標籤，使用者在搜尋功能中輸入目標的主題標籤關鍵字，便會跑出擁有相同主題標籤的公開貼文。

(五) 訊息功能

Instagram 同樣設有私人訊息的功能，使用者可以利用私人聊天室與他人互動，也能直接透過貼文中的分享鍵，其分享會直接進入使用者的私人訊息。

(六) 連結其他社群平台

Instagram 與其他如 Facebook、Twitter、Tumblr 等社群網站相互連結，使用者張貼動態之後，可以使用分享功能，將此動態分享至上述的社群網站帳號。

綜合以上兩種社群網站之功能與特色，可得知它們具備了「自我呈現」與「連結」的元素。社群網站不僅是個人藉以與他人維繫連結的管道，其網絡資訊互聯性高、使用者眾的特性，也成為企業行銷、公眾人物推展自我重要的空間。在個人品牌化的趨勢中，心理師也積極塑造自身的專業形象；此外，諮商專業發展型態的改變，以及為使諮商專業能更加親近大眾，許多心理師也透過經營社群網站，增加自身的能見度。心理師在專業工作上的角色更加多重，不再僅限於諮商室內的晤談者。下一節將針對諮商人員的專業角色，以及影響心理師對自身專業的認同與定位的因素進行探討。

第二節 心理師的專業角色

由於心理師的工作型態不斷變化，角色愈發多元，也在此過程，持續的重新定位心理師的專業角色。本節將探討心理師的專業認同以及心理師的專業認同與倫理取向：

壹、 心理師的專業認同

一、 專業認同之定義與內涵

專業認同的概念，是由個人的自我認同延伸而來，張春興（1987）認為個人認同的內涵，包括了自我的認同以及社會的認同，而社會認同又分為價值認同、角色認同，以及工作或職業認同。其中工作或職業認同，指的是個人透過工作實現自我價值，而社會大眾對於該職業有既定期待與標準，個人能認識與認同，並且實踐。

專業認同的概念在許多專業領域皆備受重視，例如教育、精神分析與心理學，然而其定義多元。Brott 與 Myers（1999）指出，專業認同有如個人在專業上的自我概念化，做為個人履行專業角色、進行重要的專業決定時的參照，且專業認同發展為一動態的發展過程，而非結果，從專業訓練開始，跨越了整個職業生涯。

王麗容（1980）認為，專業認同是一種漸進的過程，是工作者在既定的社會關係結構裡，透過學習了參考團體在專業上的價值觀、知識、倫理與意識形態，進而內化成參考架構，且形成職業的自我意象與職業人格，進一步對專業職業（professional career）產生認同與執著的過程。Vloet（2006）亦認為專業認同是持續發生的動態歷程，工作者透過專業的實踐，從中反思與詮釋意義。

李華璋（2001）則將專業認同定位為一種標準，是透過工作者參考理想的專業角色典範，以及自身實務經驗與反思而來的。吳慎慎（2003）指出，專業認同是個體對於自身專業角色的知覺與概念，賦予其角色意義，並且依此採取行動。

黃致慧針對藝術治療師專業認同的研究中指出，專業認同是「根據對自我的觀點選擇投入專業，經專業訓練與實務經驗的持續反思，及與社會環境的互動，對自己的專業角色形成個人觀點的歷程和結果」，專業認同也是工作者對其專業的情感，且這份認同會牽引工作者在專業上的行為與態度（引自黃致慧，2007）。而黃致慧（2010）進一步整理專業認同的向度，指出專業認同可由兩種角度探討：一是「專業認同為個人對專業角色的觀點」；另一面向則為「專業認同是個人將專業內涵加以內化、反思與形成觀感的過程」。

管珮君（2013）綜合國內外文獻專業認同之定義，指出專業認同即是「我是一個怎麼樣的專業工作者」，其內涵包括了「專業角色」，意指團體對於特定角色的期待必須遵守的行為規則，並分為「專業角色期望」與「專業行為規範」，前者指的是專業團體期待職業工作者所表現的專業職能，後者則是專業團體對該職業規範必須遵守的行為，其中如助人工作者的專業倫理，是特別被重視的。專業認同的另一部分為「專業歸屬感」、「專業承諾」，以及「專業實踐」，工作者對其職業所形成的團體產生認同，即專業歸屬感；專業承諾是工作者對其專業產生的價值認同與忠誠，且願意持續穩定投入；專業實踐則是工作具體在生活或專業中展現其所學習的認知觀點、情感經驗以及行動，並藉此強化自身的專業認同。以上四種面向構成了動態的專業認同歷程。

綜合上述定義與內涵，專業認同的形成，不僅是個體身為工作者對其專業角色的靜態認知，也包括了個人與社會之間互動的動態歷程，社會的價值觀與文化，影響大眾對於特定專業角色的期待，加上專業團體內形成對專業角色的規範、倫理，個體在實務的實踐中，持續內化上述的參照標準，並對個人的專業工作進行反思，不斷修正與發展專業的自我概念。因此，專業認同也進一步提供專業工作者在專業上的指引。下一段將探討心理師的專業認同發展內涵。

二、 心理師的專業認同

諮商與治療專業，主要聚焦於人類最重要的任務：發展。對於遭遇發展困

境、引發情緒困擾或是普世痛苦經驗的人們，諮商與心理治療可以是有效協他們度過這些困境的方式。諮商專業最具代表性的機構，美國諮商學會（ACA）認為專業諮商是「一種致力於賦能個人、家庭與族群，提升其心理健康、幸福感、教育與生涯目標的專業關係」，並且提供指引，協助人們有方向性的面對生活的挑戰（ACA, 2016）。

心理師的專業認同發展包括了一系列的知識與技能（Bernard & Goodyear, 2019）。Bruss 與 Kpala（1993）認為心理師的專業認同是個人對心理師角色的認知，且透過內在的自我標準，以及外界對心理師專業角色的理想期待，形成看待自己身為心理師的方式。李華璋（2001）則指出，心理師的專業認同是「個人基於對自我的看法而投入專業，並參照理想諮商師典範及持續實務反思而來的標準，對自己是怎樣的一個諮商師形成個人觀點的歷程與結果」（引用李華璋，2001）。其內涵包括了四個面向：（1）經過專業養成，取得心理師資格與其他專業有所區隔的角色；（2）持續精進專業能力與反思，並且能評估自身的專業能力；（3）對諮商專業有自身的信念與價值，也願意投入其中；（4）在經驗與反思的過程中，形成自己的專業認同。

在心理師的諮商生涯中，專業認同發展是持續性的過程。在此過程中，心理師整合了個人自我，如世界觀與個人所重視的價值，以及諮商專業的技術。隨著心理師的訓練與實務經驗的累積、生活與人際經驗，以及過程中的自我省思，心理師的專業認同會逐漸形塑（Skovholt & Ronnestad, 1992）。張素惠

（2006）則認為心理師的專業認同，展現在心理師對專業工作所認定與承諾的價值與精神。

黃禎慧（2011）以諮商心理師為研究對象，統整國內外相關文獻，將其專業認同的內涵分為四個向度：

- （一）專業知能的認同：心理師認同其專業知識、專業技能的學習與培養，亦在執行諮商工作時，持續充實新知識與技術。

(二) 專業理念的認同：心理師對諮商的態度與價值之認同，並能清晰界定自己所扮演的專業角色。

(三) 專業倫理的認同：心理師所認同的原則、道德與倫理，並在實務中實踐。

(四) 專業服務的認同：心理師對其實踐專業工作與具體行為的認同，對於工作有責任感，能夠從經驗中反思問題與解決，並對專業工作有歸屬感，也願意給予生涯承諾。

綜合上述諮商專業認同的定義與內涵，可以瞭解諮商原的專業認同，是在心理師的專業生涯中持續、且具連續性的發展歷程。此歷程包括了對諮商專業的態度、對自身專業的知覺與定位，透過經驗累積與反思，進而發展投入的承諾以及行動。此外，專業認同的形成，在諮商領域中獨特的部分為心理師個人主要諮商取向的發展 (Rønnestadt & Skovholt, 2013)。心理師個人的諮商取向為心理師治療工作的基礎哲學 (Barth, 2016)，包括了心理師的個人價值與信仰、世界觀，以及個人特質 (Jones-Smith, 2016)。當心理師的基礎哲學，結合了其他的知識與技能例如人際技巧、衡鑑能力、專業倫理、個案概念化及處遇計畫的能力，此時心理師的專業認同就會浮現 (Bernard & Goodyear, 2019; Rønnestadt & Skovholt, 2013)。下一段將針對心理師的個人諮商理論取向對專業認同的影響進行探討。

貳、 心理師的理論取向

心理師在學習與實踐的歷程中，會逐漸發展專業的自我認同，並且期望型塑個人獨特的諮商風格 (counseling style)，或稱諮商型態，意即心理師奠基在諮商理論上實踐諮商專業工作，並持續累積經驗，從中反思與修正，琢磨為工作時的風格 (邱珍琬, 2012)。其中，諮商理論提供心理師一個實務操作的基礎，心理師得以在此基礎上，建構其諮商介入策略。例如，在學習過程中，心理師必須熟悉人格理論，因人格理論為諮商理論的基礎，心理師面對不同特質

的案主，須依循理論調整介入策略 (Corey, 2005)。因此，諮商理論如同一只引路地圖，提供心理師指引依據，以此概念化案主的問題，形成有效的介入策略，並且評估諮商歷程 (Fall, Holden, & Marquis, 2017; Wampold, 2012)。個人主要的諮商理論 (personal guiding theory) 是瞭解諮商專業發展的第一步。針對個人主要諮商理論 (personal guiding theory) 的概念，相似的概念有諮商取向 (theoretical orientation) (Rønnestad & Skovholt, 2013)、理論認同 (theoretical identity) (Loganbill et al., 1982) 以及個人諮商理論 (personal theory of counseling) (Watts, 1993)；亦有人會以典範 (paradigm) 稱之，即一種模式、原型，用以明確或隱含的提供行為的依準 (Kuhn, 1969)。

Poznanski 與 McLenna (1995) 則以理論取向 (theoretical orientation) 稱之，其定義為一組具有組織的假設，是心理師進行諮商工作時的理論基礎架構。它提供了心理師對案主的經驗、行為以及需求的假設、形成治療介入技術的基本原理，以及做為評估治療歷程的依據。因此，理論架構可以說是治療介入的基礎，也是特定治療技術的依據。心理師是否能夠持續依據特定的治療架構，進行與之概念一致的介入策略，對諮商的效能是非常重要的部分 (Poznanski & McLenna, 1995)。

Beutler、Machado 與 Neufeldt (1994) 則將諮商理論取向視為心理師系統性發展的工具，目的是為了提高心理治療的效果。Frank 與 Frank (1991) 指出，理論取向是一組概念的架構，心理師根據這些理論對於人性、受苦與療癒的觀點，與案主進行治療工作。

Boy 與 Pine (1983) 也指出，諮商理論在諮商專業工作中，扮演了重要的角色。它給予心理師可操作的指引方針，協助心理師工作，做專業的評估。此外，也使心理師在探求問題時，有依循的方向，並且幫助心理師能夠協助案主有效調整其行為、認知、情緒功能以及人際關係。心理師的理論取向是指南，協助心理師得以對案主的困擾形成概念化，即以理論為基底，描述與解釋案主

的困境 (Johnstone et al., 2011)，並進一步形成諮商目標、諮商計劃，意即指引心理師在案主改變的歷程中可以如何給予協助 (Fall et al., 2010)。

心理師的理論取向，對於其治療策略有極大的影響 (Norcross & Prochaska, 1982, 1983)，心理師採用不同的諮商取向，在核心信念、口語反應，以及特定治療性技術的使用，確實會有差異 (Worthington & Dillon, 2003)。

心理師所選擇與相信的諮商理論架構，與個人特質，例如對人際主導的需求、神經性、開放性等有關 (Poznanski & McLennon, 2003)，也與個人價值觀有關 (Murdock et al., 1998)，同時也會受其專業訓練、專業經驗發展的影響 (Halbur & Halbur, 2006; Poznanski & McLenna, 1995)。此外，心理師的個人經驗、人性觀、世界觀，會影響心理師所相信與選擇的理論取向，並且影響心理師看待案主及其困擾形成的觀點、協助案主處理困難的方式，亦即心理師所做的個案概念化以及處遇，反映了心理師的諮商取向與理念 (邱珍琬, 2012)。

心理師所採用的諮商理論，是建構其諮商風格的影響元素之一 (Holiman & Lauver, 1987)，心理師也持續在其職業生涯中發展的獨特架構 (Barth, 2016)。Watts (1993) 和 Jones-Smith (2016) 認為心理師在訓練的過程中，會逐漸了解他們的核心價值與信念，並且發展個人的主導理論。新手心理師會開始整合各種諮商技術，並納入其諮商的過程。心理師透過保持開放性，持續在實踐中反思，使他們更容易清楚、顯現他們的個人主導理論。個人諮商取向的發展，是個複雜的過程，各種影響的因素會相互作用，並且會在原來持有的理論上，持續的修正與調整 (Norcross & Prochaska, 1983)，心理師結合了理論的基礎以及個人信念與價值觀，在實踐的過程中反覆學習與反思，使個人的諮商取向與風格臻於獨特與細緻 (Jones-Smith, 2016; Watts, 1993)。心理師可能有一主要採納的諮商取向，隨著經驗的逐漸豐厚，以及對其它取向的認識，會慢慢雜揉其他取向的概念，整合成另一種風格的取向 (邱珍琬, 2012)。

綜合上述諮商理論取向的定義與功能，皆凸顯了諮商理論基礎的重要性，

諮商理論使諮商成為有系統、研究支持的專業助人工作。心理師信賴的諮商理論取向，展現了心理師對人性所持的觀點，依此對案主的特質、遭遇的困境，以及諮商歷程中的現象，產生系統性的思考與理解。接續的諮商介入與決策，進而依循與案主核對的詮釋，形成諮商的目標與計劃以協助案主。心理師也會在實踐諮商專業的過程中，結合自身生命與專業經驗，修正對於人性、諮商的觀點。若沒有理論當作基礎，心理師的假設與介入便沒有合理根據（Corey & Corey, 2011），也容易在諮商過程中遭遇阻礙（邱珍琬，2012），並且可能使心理師成為執行諮商技術的技術人員（technician）（Ginter, 1996）。因此，專業的學習與個人經驗的反思，是心理師淬練出個人諮商風格的必經路程。



第三節 心理師的自我揭露

本節將探討自我揭露的概念，包括自我概念的初始定義；諮商關係中心理師在諮商室內、網路上的自我揭露。並且探討心理師自我揭露的相關研究，以及不同理論典範，對心理師自我揭露的行為的觀點差異。而諮商倫理亦是心理師重要的行為判斷依據，因此最後將討論有關心理師自我揭露的倫理議題。

壹、 自我揭露之定義

自我揭露的相似概念最早源自於社會學，但自我揭露 (self-disclosure) 一詞最早由 Jourard 與 Lasakow (1958) 提出，定義為「讓自我 (the self) 能夠被他人所瞭解的過程」，且該行為必須為自願性的 (Jourard, 1970)，意即藉由個體自發性的揭露，讓溝通對象增加對揭露者的瞭解。Cozby (1973) 則將自我揭露定義為「個體透過口語，向他人傳遞任何與自我相關的訊息」。Derlega、Metts、Petronio 與 Margulis (1993) 指出，自我揭露是個體藉由語言及文字，透露自身的經驗、想法與感受予他人得知。

針對自我揭露進行的探討範圍相當廣泛，如：揭露之訊息本身的廣度與數量、訊息內容的深度與私密程度、揭露訊息的時間，以及上述向度之間的關聯性 (Cozby, 1973)。影響個體決定自我揭露多寡、程度的因素相當多元與複雜，包括揭露的主題為何、互動溝通的對象 (Jourard, & Lasakow, 1958; Harris et al., 1999)、揭露者與接收者自身的性別、種族、社會階級與文化背景、情緒狀態等與個人特質 (personality trait perspective) 較為相關的因素 (Cozby, 1973)。另外，與環境相關的因素，物理環境、溝通的管道，例如面對面或透過電子媒介，也會影響自我揭露的意願與決策。

也有理論從人際互動歷程的觀點 (interpersonal process perspective)，視自我揭露為一複雜且動態的過程 (Harris et al., 1999)，從中分析影響自我揭露的因素。Jourard (1970) 指出，個體自我揭露的行為，也會提高互動對象揭露自己的意願。此研究呼應了人際互動中的互惠效應 (reciprocity effect)，互動的雙

方若能回應彼此的揭露，則自我揭露的深度也會越深，也會加深關係中的信任與親密（邱秋雲，2003）。

綜上所述，廣義而言，自我揭露發生於兩人以上的情境，即有揭露者與訊息接收者共同構成的互動過程，揭露者以口語或文字的形式，傳遞與自我有關的訊息，這些訊息可能是客觀的事實、個人經驗，以及對自己、他人或事件的感受。自我揭露發生在面對面的直接互動，也可能透過其他媒介形成的間接互動。而環境的差異、與互動對象的關係，亦會影響揭露的深廣度。

貳、 心理師自我揭露之定義

在心理諮商與治療的範疇中，自我揭露（self-disclosure）是經常被討論的概念，它包含了不同形式與面向的自我揭露，包括案主對心理師的自我揭露行為（Stricker, 2003）、心理師對案主的自我揭露，以及諮商督導關係（Farber et al., 2004）。其中，在心理師對案主的自我揭露部分，定義多元，界定屬於心理師自我揭露的範圍也因此有所差異。狹義的自我揭露定義，區隔了心理師在諮商中對案主、治療關係的感受揭露，只包括心理師非即時、與心理師相關的事實性揭露（Hill & Knox, 2001）。然而 Hendrick（1988）則認為，除了事實性的揭露，心理師揭露的個人資訊，也包括了心理師的情緒感受、過去失敗與成功的經驗，以及價值觀與態度。Hill 與 Knox（2002）將廣義的自我揭露定義為心理師向個案揭露與心理師自身相關的私人訊息。Constantine 與 Kwan

（2003）指出心理師的自我揭露是以語言或非語言，向案主透露自己的資訊。Barnett（2011）認為自我揭露為諮商歷程中普遍且自然發生的一部分。Jourard（1971）將心理師在諮商情境中的自我揭露，視為「心理師的透明度」

（psychotherapists' transparency），也就是案主可以得知心理師相關資訊的多寡程度。Zur（2009）沿用此概念，將透明度定義為「能讓案主獲取關於心理師本身的任何訊息」，也進一步將諮商情境中的自我揭露定義為：除了諮商相關的基本訊息，如心理師姓名、費用、緊急聯絡等知後同意的資訊外，心理師向案主

揭露「個人的」、「非專業相關」的資訊。而影響心理師自我揭露程度的因素，包括心理師所信服的諮商典範、諮商風格，心理師的文化背景、社會化程度，都是心理師做決策的依據。

綜合以上定義，心理師的自我揭露為「以語言、非語言的形式，向案主透露與心理師本身有關的資訊」。該議題經常為諮商工作者討論，然而，不同的諮商理論，因人性觀、信念的不同，對於心理師的自我揭露的觀點亦有差異，以下將探討幾個常見諮商理論對於心理師自我揭露的看法。

參、 各諮商理論對自我揭露之觀點

心理師的自我揭露，一直是富爭議、未有定論的議題之一，Hill 與 Knox (2002) 發現，相較性別、種族等人口學的變項，心理師所採用的理論取向，更能預測心理師在諮商中自我揭露的程度。不同理論取向對於自我揭露的觀點有很大的差異，有些理論相當重視心理師的自我揭露，有些則是持反對立場（張齡方、曾裕玲、楊璧如，2012；Hill & Knox, 2002）。例如精神分析／心理動力理論，較少使用自我揭露（Edwards & Murdock, 1994; Simon, 1990），而人本、存在、經驗取向，則認為心理師的自我揭露能夠提升同盟關係，因此期待心理師擁有高度的透明度，亦即允許較大程度的自我揭露。

以下列舉幾個常見的諮商理論取向，對於心理師自我揭露的觀點：

一、 精神分析／心理動力取向

精神分析理論的始祖佛洛伊德（Sigmund Freud），最早為心理師設立了理想的形象。他認為心理師的角色，應該要像一面「空白螢幕」（blank screen）或是鏡子，意即心理師必須對案主保持「不透明」的姿態、維持匿名性，不進行任何自我揭露，才能使案主不受干擾的將自身的重要議題呈現、投射在心理師這面螢幕上（Freud, 1958），進而才能揭開、解釋，並且修通案主的移情現象（Goldstein, 1997）因此，案主對心理師的瞭解越少，案主對心理師的移情才能越「純粹」。

佛洛伊德針對心理師自我揭露提出幾項問題癥結，第一是案主的抗拒（resistance）可能變得更難被克服、案主的移情也更加難以處理，因為心理師的自我揭露，會轉移治療的重點，會干擾移情的發展以及神經性幻想（neurotic fantasies）的投射。此外，諮商的焦點可能從案主轉移到了心理師，案主反而開始分析心理師；更進一步地，案主對於心理師揭露的渴望，可能會難以滿足而不斷想探求心理師相關的事情（Freud, 1958）。另外，心理師的自我揭露，也可能透露了諮商者自身還沒有被解決的反移情，進而破壞了心理師身為重要投射對象的結構（林美珠、田秀蘭譯，2006）。

以上種種後續效應，皆可能影響治療成效。因此，在佛洛伊德或古典精神分析學派心理師的觀點中，任何偏離治療師／心理師空白螢幕形象的行為，特別是心理師的自我揭露，都會被視為是不正確，甚至是不符倫理的（Langs, 1979; Rothstein, 1997）。

雖然精神分析／心理動力取向的心理師／治療師堅持必須維持匿名性，但部分精神分析／心理動力取向的心理師也坦承，在諮商中，心理師完全的匿名是沒辦法做到的。例如，在心理師自己的工作空間擺設，或是他們的衣著，雖然不是直接的語言揭露，依然無可避免的揭露了他們的喜好或特質（Lane & Hull, 1990）。

隨著理論的演變，現代的精神分析學派治療師，也不再全然否定自我揭露的價值。漸漸接受了自我揭露的介入技術。例如，案主可能會對心理師的情緒有所覺察與反應，此時，心理師的情緒則提供了進行真實探索與分析的機會（Billow, 2000, p. 62）。部分心理師不再被禁止揭露他們自身的感受與想法，而是被鼓勵在諮商關係中妥善利用自我揭露。因此，關於心理師自我揭露的討論，不再是「對錯」之分，而是「哪些自我揭露對案主才是有效用的」

（Bernstein, 1999）。心理師也不再是全然的空白螢幕，而是富有情緒、一樣擁有人性的存在。有些心理師甚至也會選擇進一步揭露他們諮商室之外的生活，

例如童年、失落經驗等 (Billow, 2000)。

二、 人本取向

與精神分析有著極大的差異，羅吉斯 (Carl R. Rogers) 的人本取向 (humanistic therapy) 則認為自我揭露是促進療癒的重要因子。人本取向首先將心理師的自我揭露視為幫助建立諮商關係的方式 (Farber, 2006)。心理師透過適當地向案主示範開放性、呈現力量與脆弱之處以及坦露情緒，讓心理師在案主面前是真誠、真實的存在，以及顯露對案主積極的關懷 (Robitschek & McCarthy, 1991)，使諮商關係顯得較為平等 (林美珠、田秀蘭譯，2006)，進而能夠培養案主的信任，引發案主的自我揭露，也讓案主感受到兩人的共同性、引起共鳴，並讓案主感到被心理師所同理 (Kottler, 2003; Knox et al., 1997; McConaughy, 1987)。人本取向也主張，當案主對心理師的信任增加，開方度也會隨之提到，增加了自我覺察與改變的機會 (Rogers, 1951; Truax & Carkhuff, 1967)。

同時，心理師的自我揭露，能讓諮商歷程去神秘化 (Kaslow et al., 1979)，心理師在案主眼中的形象，不再是高高在上、難以親近的，而是富有人性的，雙方的關係能夠較為平等 (Jourard, 1971)，也使案主正在經歷的困擾被涵容與正常化。而心理師人性化的表現，同時也可作為案主的示範 (Lane & Hull, 1990)。

人本取向的核心價值為心理師的真誠一致、對案主無條件的積極關注以及同理，而心理師適宜的自我揭露行為，符應與實踐了人本取向的精神。

三、 認知行為取向

在認知行為取向發展的歷史中，自我揭露是一項有爭議的介入技術。即便同為認知行為取向，不同學者亦有相異的觀點。例如 Wolpe (1984) 認為心理師自我揭露並不能算是認知行為學派的技术之一，Lazarus (1985) 則反對 Wolpe 的看法，認為心理師的自我揭露可以強化與案主的同盟關係，也提升了

示範 (modeling) 以及行為預演 (behavior rehearsal techniques) 技術的效用。Goldfried、Burckell 與 Eubanks-Carter (2003) 認可 Lazarus 的觀點，認為只要是對於案主在諮商期間外的改變產生效用的技術，都可以被納入運用。

他們將心理師的自我揭露視為重要的介入技術。例如，認知行為理論亦重視與案主的關係，透過心理師適時地揭露自身的感受與反應，可以提升諮商關係的連結，並催化案主的揭露 (Goldfried et al., 2003) 也可一般化案主的困擾 (Goldfried & Davison, 1976; Stricker & Fisher, 1990)。

除了提升療癒性的關係，示範 (modeling) 也是心理師自我揭露的功能之一，例如案主遭遇的困擾，可能是心理師也經歷過的，因此心理師透過正向改變經驗的揭露，以及示範其改變的策略，以強化案主情緒、想法與行為改變。

此外，心理師也會挑戰案主在人際上的信念與錯誤假設，他們透過諮商過程的互動產生的感受，給予案主回饋，讓案主能有更多的內省，同時，也一般化他們的困擾，並且由心理師示範更有效的因應策略 (Goldfried et al., 2003)。

四、 女性主義取向／多元文化取向

案主與心理師平等的關係，是女性主義與多元文化取向相當重視的層面，而心理師的自我揭露，則是達成此目的的重要方法 (Brown & Walker, 1990; Mahalik et al., 2000)。

女性主義取向的追隨者，經常公開支持心理師在諮商中做適切的自我揭露 (Mahalik et al., 2000)，認為此介入技術揭示了女性主義的核心價值。由於對權力關係的關注，他們主張，心理師需要進行知後同意，告知介入的方向 (引自修慧蘭，2007)，以讓案主清楚瞭解心理師的背景，同時也讓心理師與案主的關係較為平等與真實、增加彼此的聯結。另外，透過心理師的揭露，也減少案主對自身困擾的羞恥感受。

另一個有別於其他理論的優點是，女性主義治療者主張，當心理師做信念的揭露，允許了案主能夠充分獲得心理師的資訊，因此這些資訊成為了案主選

擇合適心理師的依據 (Knox & Hill, 2003)。心理師可能會揭露自身的信念、生活型態、宗教信仰、階級背景、政治傾向以及性取向，這些資訊的透明，讓案主能夠充分的選擇與知情同意，並且確認與該心理師合作的意願 (Mahalik et al., 2000)。

多元文化取向對於心理師自我揭露的觀點，與女性主義取向相似。多元文化取向支持心理師進行自我揭露，特別是當案主來自與心理師相異的文化背景、擁有的生活型態時，心理師的揭露顯得特別重要 (Goldstein, 1994; Jenkins, 1990; Sue & Sue, 1999)，因為諮商有可能發生在有偏見的文化背景

(Jenkins, 1990)，與心理師自身文化背景相異的案主工作，可能需要向案主做更多的揭露，以讓案主能夠感受心理師是否為值得信任的 (Sue & Sue, 1999)。

諮商情境中，心理師的自我揭露，在揭露的動機、決策的影響因素，皆有別於一般人際關係中的自我揭露。以下章節，將討論諮商情境中的自我揭露。

肆、 心理師的自我揭露

在諮商關係中，自我揭露亦為一重要概念，包括心理師以及案主的自我揭露。然而，諮商關係為有別於一般人際關係的互動型態，心理師在諮商中的自我揭露的內涵，與一般人際關係中的自我揭露是否有所差異？心理師在諮商室內，與諮商室外如網路上的自我揭露與呈現，是否有所差異？本段將由自我呈現理論切入，探討諮商中心理師的自我揭露的類型。

一、 自我呈現理論

自我呈現 (self-presentation) 的概念，最早源自於 1959 年 Goffman 所撰《日常生活中的自我演出》(The Presentation of Self in Everyday Life) 一書，指的是人們有意識地意圖掌握與控制他人對於自己所形成的印象的行為過程，也可稱為印象管理 (impression management) (Schlenker, 1980)。

Goffman 指出，在人際互動中，當個體呈現在他人面前時，他人會試圖獲取關於這個人的資訊，例如社經地位、自我概念、對他們的態度、他的能力，

以及這個人值得被信任的程度。獲得這些資訊的目的，是為了讓他人進而能夠預測對彼此可能的預期，進一步知道如何與對方互動，引起對方期望的回應。如果與對方是陌生的關係，人們可以從對方的行為舉止、外貌蒐集線索，並且連結過去相似的經驗，來形成對此人的印象，並預測對方的行為。有時人們也會從個體的語言表達或是文字資料，來推測對方可能是個甚麼樣特性的人。

由於瞭解上述的人際互動規則，人們知道自身的行為與傳遞出的訊息，將成為互動對象形成印象的線索 (Schlenker & Wowra, 2003)，因此人們也可以預測他人期待對於自己或是特定角色的印象。當個體在他人面前時，有時對於自身呈現甚麼樣貌、對方會如何知覺自己的形象，是有所期望與預設的。例如，個體希望他人推崇自己、期望給人平易近人的形象，以使雙方的互動順利。進而，個體會試圖掌控他人對自己的回應。為了達成這個目的，個體透過特定方式呈現自我，例如表現出與特定形象相符的行為，以及隱匿不符該形象的資訊與行為，好讓他人形成的印象與個體的預期達到一致 (李茲穎，2012)。

Goffman 亦提出了劇場理論 (dramaturgical theory)，把日常生活中的人際互動比喻為一場場的舞臺演出，個體就像是演員，互動的對象則是觀眾。個體在情境中不斷關注他們所接觸的各式各樣觀眾，以及這些觀眾對自己可能形成的印象。經過這些判斷，人們運用特定的技巧維持自己的「演出」。表演者不斷管理自己與他人的交往，在臺前表演、塑造並表現出一個完美無缺的印象。

因此，自我呈現是一種具有意圖性的主動行為，首先透過掌握互動對象、觀眾對特定互動情境中，個體所演出角色的期望，並依據這些資訊，調整自身行為，以塑造與預期符合的形象，達到社會控制 (social control) 的目的 (許慈雅，2011；Baumeister, 1982)。

心理師的自我揭露也是自我呈現的行為，其所欲呈現的形象、行為決定的依據，可能來自於大眾對心理師專業角色的期待、心理師自身的專業角色認同，以及心理師遵循的理論典範。然而，隨著諮商專業人員工作型態的變化，

心理師的「演出舞臺」，已不僅於諮商室內，與案主形成的諮商關係，也可能延伸至諮商室外，心理師的公開活動，如經營公開社群網站，亦成為另一個舞臺的演出。其中，對話、文字構成的自我揭露，是自我呈現的重要元素。心理師在兩個不同場域，分別會如何呈現與揭露自我，以及自我揭露的行為，會對諮商產生哪些功能與影響，以下將探討心理師自我揭露行為的類型及相關研究。

二、 心理師自我揭露之類型

許多學者分別根據揭露的「內容」、「型態」，將自我揭露做分類，以下列舉三種常見的類型：

McCarthy 與 Betz (1978) 依揭露的「內容」，將自我揭露分成「自我涉入的揭露 (self-involving disclosures)」以及「自我揭露的揭露 (self-disclosing disclosures)」。

前者指的是在諮商當中，心理師對案主表達「立即性」的個人反應，後者則是心理師「過去的」個人經驗揭露。

Knox 與 Hills (2003) 同樣以內容向度，將自我揭露分成七個面向。不同類型的揭露，也運用在不同的時機，並對治療歷程產生不一樣的作用。

- (一) 事實性的揭露 (Disclosure of facts)：關於心理師自身客觀的事實，如心理師的學歷、工作經驗等。
- (二) 感受性的揭露 (Disclosure of feeling)：心理師以案主面臨的情境為例，揭露自己可能會出現的情緒感受。
- (三) 洞察性的揭露 (Disclosure of insight)：心理師向案主分享其自身的內在覺察與發現。
- (四) 策略性的揭露 (Disclosure of strategy)：針對案主的困擾，心理師分享其相似經驗，並且提供心理師自身的解決與因應策略。
- (五) 支持性的揭露 (Disclosure of reassurance/support)：心理師表達對案主情緒感受上的同理，以對案主形成支持作用。
- (六) 挑戰性的揭露 (Disclosure of challenge)：心理師以自身經驗引發的感

受，詢問案主是否有相似的反應。

(七) 立即性的揭露 (Disclosure of immediacy)：心理師向案主分享其與案主互動時的感受，增加案主對自我的覺察。

Zur (2009) 則依照揭露的「型態」，將自我揭露分為三個面向：

(一) 刻意的自我揭露 (deliberate self-disclosure)

這一類的自我揭露是諮商情境中最普遍、也最容易被聯想的類型，意指心理師有意地向案主揭露關於心理師個人的資訊。刻意的自我揭露又可分為口頭 (verbal)、以及非語言 (nonverbal) 的揭露。口頭的揭露為心理師透過對話，透露私人相關的訊息使案主知悉，例如心理師的年齡、宗教信仰、婚姻狀況、性傾向、個人經歷等。而非語言的揭露，指的是非透過語言而傳達個人資訊的意圖性的行為，例如在諮商室內放置心理師的家庭照片；另一種非語言揭露則是態度的揭露，如對特定事物的喜惡而產生的情緒表現，即可能透露了心理師的價值觀。

隨著諮商逐漸普及，心理師與案主的關係也從「醫病關係」演變為「消費關係」，意味案主擁有更為彈性的主動抉擇權，心理師則必須提供更豐富的個人資訊，以增加案主選擇心理師的線索。而在 21 世紀，網路便成為案主最容易獲取心理師相關資訊的管道。因此越來越多心理師架設了個人網站，或是將他們的個人介紹張貼在所屬機構的網頁上，該行為雖非發生於諮商室內，依然構成了刻意、目的性的自我揭露。

(二) 不可避免的自我揭露 (unavoidable self-disclosure)

相較於刻意的自我揭露，諮商情境中存在許多非刻意、甚至無法避免與掌控的揭露，這種無法避免的自我揭露經常與日常生活有關，含括的範圍非常廣泛，例如心理師的年齡、性別、外貌等「事實性」的揭露；如辦公室裝潢擺設、心理師的穿著打扮等個人喜好或與文化脈絡有關的揭露。而心理師的肢體語言、表情與情緒表現，也可能是非刻意的自我揭露。上述幾種表現，雖然有

可能是心理師刻意安排的，但更多時候是自然且無法全然控制的揭露。

在國外，有些心理師以自家作為執業的場所，因此家中的擺設，也可能透露心理師的家境狀況、個人品味，甚至是心理師的家庭狀況。在某些規模較小的村落，心理師的個人資訊，如婚姻狀況、宗教信仰，可能因聯繫範圍小、資訊互通有無，更容易被案主觸及。

綜括上述，無法避免、非刻意的自我揭露，明顯較口語、刻意的自我揭露來得普遍。

（三） 意外性的自我揭露（accidental self-disclosure）

意外性的自我揭露，則是在「沒有預料」的狀況下，透露個人訊息給案主。例如，心理師對案主產生沒有預期與計劃的情緒反應；或是在諮商室外的公共場所，無意間遇見心理師，都可算是意外性的自我揭露。

綜合上述三種類型的自我揭露，可以得知自我揭露不僅限於發生在諮商室內的互動，諮商室外可能的實際互動，甚至延伸至便利的網路人際交流空間，主動、被動的自我揭露是無所不在的。如同 Zur（2009）所述，刻意與非刻意的自我揭露有時是互相重疊的，心理師在網路上的呈現，也並非能完全掌控的，除了心理師有計畫性的呈現，非刻意的揭露也會隨之產生，例如文字、照片亦可能透露心理師的文化認同、價值觀，敘事風格的呈現，也會顯現心理師的特質。

然而，心理師自我揭露的行為，對於諮商歷程，以及諮商關係的影響為何，致使成為諮商中備受重視與持續討論的介入技術，以下將討論心理師自我揭露對諮商影響的相關研究。

三、 心理師自我揭露對諮商影響之相關研究

心理師的自我揭露，一直是備受關注與研究的重要議題。針對該議題的討論，已經從「心理師是否可以進行自我揭露行為」此二分的辯論，漸轉移到「心理師的自我揭露有哪些效用與限制」、「哪些類型的自我揭露是有益處的」，

以及進而討論心理師該如何適宜地自我揭露。以下將探討心理師的自我揭露對諮商可能造成的影響，以及心理師自我揭露的決策因素。

(一) 心理師的自我揭露可促進同盟關係

Farber 等人 (2004) 探討案主自我揭露之影響因素的研究發現，緊密的治療同盟關係 (therapeutic alliance)，可以預測案主的自我揭露程度。Truax 與 Carkhuff (1965) 也指出，案主自我揭露的程度，可以做為諮商結果的預測因子。案主的自我揭露是諮商的核心，也被視為心理治療是否成功的指標之一，當案主願意向心理師開放自我，也顯示了案主對心理師的信任，並增加了心理師瞭解案主的機會，利於探索案主的困擾議題 (張齡方等人，2012)。Barrett 與 Berman (2001) 的研究發現，心理師互惠性的自我揭露，例如針對案主的自我揭露，也給予相似的自我揭露，會與案主對心理師的喜愛程度成正比，並且與諮商後的壓力感受成反比。

在諮商初期，心理師透過適度的自我揭露，可以降低案主面對該陌生情境與對象的焦慮，並進而提高案主繼續參與晤談的意願。其中，運用「相似性」的自我揭露，也有益與案主建立良好的工作關係 (Giannandera & Murphy, 1973)。

此外，針對與心理師建立連結有困難的案主，心理師的自我揭露更是可以拉近諮商關係的心理距離，使案主在關係中感到較為自在 (Knox & Hill, 2003)。

(二) 心理師的自我揭露，凸顯心理師的真誠與人性

而心理師的自我揭露，何以催化信任的同盟關係？其中一關鍵的元素為心理師的真誠、真實人性，以及可親近性。心理師透過自我揭露，增加了案主與心理師之間共同性，使案主知覺到的心理師更加真實與富有人性 (Knox et al., 1997; Knox & Hill, 2003; Tantillo, 2004)。

另外，案主可能會對於自身的困擾，感到羞愧或是怪異，因而難以對心理

師坦承揭露。此時，心理師的自我揭露，是一般化、正常化（normalize）案主困擾議題的有效策略。心理師揭露自身部分的弱點，破除案主眼中，心理師完美、難以親近的形象進而造成的壓力，使心理師呈現較無批判性的特質

（Hoffman & Spencer, 1977; Hoffman & Graff, 1977）、值得信任與專業，讓案主感到較有共鳴與安心（Anderson & Anederson, 1985; Knox et al., 1997），並且能更真誠、開放投入諮商（Knox & Hill, 2001）。Knox 等人（1997）的研究發現，心理師的自我揭露，無論是對於立即性或長遠的治療效果都是有益處的。例如，當心理師分享了與案主相似的童年經驗後，案主表示此揭露連結了彼此，感受到關係是更平等的；心理師的分享，也使案主認為自己的經驗被理解了。案主亦感受到心理師對他的信任，進而提升了案主的自我價值感，也使諮商關係更加緊密。

此外，在跨文化的諮商關係中，心理師的自我揭露特別重要。當案主來自於相對弱勢的族群、文化，案主可能會想要先確認心理師是真誠的，才能夠信任諮商關係是夠安全的（Sue & Sue, 1999）。若心理師來自較強勢、主流的文化，曾經受壓迫或歧視的案主，可能會直接或間接地要求心理師做較多的自我揭露，以確保心理師是值得信任的，進而投入諮商（Knox & Hill, 2003）。Knox 等人（1997）舉例，一位同身為女同志的心理師，向案主揭露出櫃的過程，案主從中學習了心理師的經驗，並運用在與家人的溝通。同時，案主陳述，因為心理師的揭露，案主感受心理師是真誠、值得信任的，也看見了心理師的不完美，反而使關係更加安全，同時也一般化了案主的經驗，消融了案主孤單的感受。在此案例中，心理師提供自身的內在經驗與洞察，正常化了案主的經驗，凸顯了兩人的相似性，促進了諮商關係的進展。

（三） 心理師適當的自我揭露，可催化案主揭露的意願

在諮商初期，案主對心理師回應的預期與恐懼，會影響案主自我揭露的程度（Farber et al., 2004），因此若心理師能夠適時回應案主的擔憂，在諮商過程

中核對雙方的互動，可以降低案主的恐懼與焦慮。Hill 等人（1988）發現對於案主而言，心理師的自我揭露是有幫助的，能深化案主接續的情緒投入程度。

Watkins（1990）的研究則發現，心理師自我揭露的程度，會影響案主對心理師，或是諮商關係的滿意度。相較於心理師大量的自我揭露、或者不做自我揭露，適度的自我揭露更能被案主接受，並且能進一步引發案主的自我揭露行為。如果心理師完全不自我揭露，容易被視為是有難以親近、疏遠與費解的，也影響了諮商關係的發展。Henretty 等人（2014）則針對心理師自我揭露的後設研究，發現案主對於進行自我揭露的心理師，有較佳的觀感，同時，他們也較願意向心理師揭露自己。

總結上述研究，心理師適度的自我揭露，能夠讓案主感到較為安心與信任，並進而提升案主在諮商中向心理師揭露的意願。

（四） 心理師的揭露，提升案主的自我洞察

心理師的自我揭露，有時能夠促進案主的內在洞察（Hill & Knox, 2001），增進案主對自身想法、感受與行為的理解（引自林美珠、田秀蘭，2006）。邱珍琬（2007）指出，心理師有時扮演案主的楷模或是經驗傳遞者，若心理師能適度使用自我揭露，除了展現真誠、提升信任之外，也可以使案主在其困擾議題上，產生新的洞察與觀點。

Knox 與 Hill（2003）認為，立即性的揭露對於關係是有幫助的，它允許心理師與案主核對與討論在諮商中當下的互動，透過諮商關係互動的討論，可以覺察關係中的互動，是否也是案主在諮商室外、日常人際互動的模樣，以及這些模式如何造成案主的困擾，進而提升案主的人際覺察。

即便是沒有在諮商過程中習慣做自我揭露的心理師，也會在諮商階段結束的時期，與案主討論歷程中彼此的互動與關係（Hill,1989）。特別是當治療到了此階段、案主準備要回歸到自己的生活，這些自我揭露強化了心理師的真實與真誠、凸顯心理師的人性，為諮商關係卸除神秘面紗，並且賦能案主，協助案

主在諮商結束後、回到生活中，依然能夠繼續成長與進步（Knox & Hill, 2003）。

綜括上述，心理師的自我揭露，無論是提供新觀點，或是針對此時此地的諮商歷程，真誠的討論，都能夠為案主開一扇新窗，對於固有的困擾，有不同於舊經驗的洞察，並能催化案主的改變。

（五） 自我揭露的種類差異，引發案主不同感受

然而，並非所有心理師自我揭露的內容，都會對案主或諮商關係有相同的影響，不同面向的心理師自我揭露，引發案主的感受也會有所差異。

Hill、Mahalik 與 Thompson（1989）的研究將自我揭露分成寬慰性的自我揭露（reassuring disclosure）以及挑戰性的自我揭露（challenging disclosure）。前者是指支持、強化或一般化案主的觀點、感受與行為，而挑戰性的自我揭露則是挑戰案主的觀點、感受與行為。案主與心理師一致認同，相較於挑戰性的自我揭露，寬慰性的自我揭露較有助益，其支持的效果讓案主感到較為舒服自在，在這樣的狀態下，也使案主能較深刻的經驗自我，提升諮商的進展。同時，寬慰性的自我揭露也讓諮商關係較為平等，案主較不容易感到受傷，也創造了較安全的空間探索自我。

McCarthy 與 Betz（1978）則將自我揭露分成「自我涉入」的自我揭露（self-involving disclosures）以及「自我揭露」的揭露（self-disclosing disclosures），前者意指心理師對案主的個人反應，是屬於立即性的；而後者則是指心理師過去的個人經驗。他們發現，相較於心理師個人的經驗揭露，進行自我涉入自我揭露的心理師，被案主視為較為溫暖、可靠的。

Hoffman-Graff（1977）將心理師的自我揭露，分為正向與負向。正向的自我揭露為分享個人力量、優勢、正向經驗與個人特質；而負向的自我揭露則是透露關於個人的缺點、或是負向的個人經驗與特質。研究中發現，相較於正向的自我揭露，負向自我揭露的使用對於接收者產生的感受反而是較為正面、同

理、溫暖以及可信任的。Reynolds 與 Fischer (1983) 對於正負向的自我揭露則有不同的定義。正向的自我揭露被定義為諮商者對案主狀態、行為的正向感受或反應；而負向的自我揭露則是對案主負向的感受予反應。然而，與 McCarthy 與 Betz (1978) 的研究結果一致：當心理師使用自我涉入的自我揭露，給案主的感受較個人過去經驗的自我揭露，來得可靠與專業。Remer、Roffey 與 Buckholts (1983)、Andersen 與 Anderson (1985) 亦研究心理師正負向的自我揭露對案主造成的影響，其定義與 Reynolds 及 Fischer 的定義較為相似，他們皆發現，相較於負向的自我涉入自我揭露，正向的自我涉入自我揭露，意即心理師表達對案主的正向感受，是對案主較有助益的。

不同的心理師自我揭露，也會對不同類型的案主產生不一樣的效果。例如，重視心理內省與覺察的案主，會對洞察型的自我揭露感興趣，而較容易產生不安全感的案主，則可能偏好支持性的自我揭露 (Knox & Hill, 2003)。

此外，Knox 與 Hill (2003) 也提出了「立即性自我揭露」(disclosure of immediacy) 的概念，與其它種類的自我揭露不同，立即性的自我揭露指的是心理師透露諮商過程「當下」(in-the-moment)、「此時此地」(here-and-now) 正在發生的歷程之反應。此類型的自我揭露，對心理師與案主雙方而言，都較非立即性的揭露來得有張力。

綜合上述研究，自我揭露的種類繁多，不同的揭露內容，對案主的影響也可能有極大的差異。在諮商專業工作型態的演變中，自我揭露的行為已不侷限於諮商室內與案主的對話，而是延展到了諮商室外，如心理師出版著作，以及在網路上經營個人社群平台、寫文章，都屬自我揭露的範疇。然而，網路上的自我揭露行為，因非同步、也非面對面的特性，擁有其特殊的心理機制，該現象是否影響心理師在諮商室內外自我揭露的決策，以下將針對網路上的自我揭露進行探討。

四、 網路上的自我揭露

網路的普及，改變了面對面的人際互動模式，創造了新的互動型態。使用者透過電腦網路的连接，互相交換資訊、訊息，以達成溝通的目的，稱為「電腦中介傳播」(Computer-Mediated Communication, 又稱 CMC) (Sproull & Kiesler, 1986)。社群網站亦是 CMC 發展的產物。社群網站重新定義了人際互動的模式，創造了有別於日常面對面的人際交流，社群網站的主要功能與特色之一，是提供人們一個自我呈現的空間，也可以說，社群網站是讓人們可以向認識、或不認識的對象展現、揭露自我的地方 (Manago et al., 2012)。人們透過網路上的自我呈現與揭露，主要有幾個目的 (林祐興, 2009; 陳姿蓓, 2010; Derlega et al., 1993):

- (一) 記錄日常生活
- (二) 抒發情緒、表達情感 (Expression)
- (三) 引發他人共鳴，尋求觀眾支持，獲得社會認可 (Social Validation)
- (四) 認識朋友、發展關係 (Relationship Development)
- (五) 澄清自我、社會控制 (Social Control)

然而，網路上的自我呈現，與一般面對面人際互動中的呈現與揭露相似的是，透過在網路平台書寫、創作，人們向他人展演自己 (李茲穎, 2012)。一如 Goffman (1959) 的舞臺理論，人們面對不同的情境與互動對象，會依對方對自身角色可能的期待，演出符合此期待的行為與形象。但網路依然因其非同步、人際線索減少的特性，與真實生活的互動特性有所差異。網路上的自我，可以被視為真實生活世界自我、經修飾的延伸 (劉惠涓, 2006)，亦即「網路延伸我」(高筱綺, 1999)。

Goffman (1959) 的劇場理論針對個體的人際展演，提出前台 (front stage) 與後台 (back stage) 的概念，前者指的是個體依據觀眾對特定角色的期待，控制著自身的言語行為表達，以塑造特定的形象與印象；後台則是沒有觀

眾，個體能夠將角色腳本擱置一旁，不必刻意營造形象。而網路社交平台對於經營者而言，可能是前台，一如前述研究，個體藉由網路平台的自我揭露，來修飾真實生活中的自我形象，甚至型塑線索，並營造正面的自我形象 (Walther, 1996)。

然而，網路平台非同步、人際線索減少、主要以文字表達的特性，也讓這個空間可能成為人們的後台 (廖思逸, 2006)，意即真實生活的情境裡，個體必須掌控著自身的語言、非語言行為，以符合各種角色的規範與期待；但是在脈絡減少的網路上，人們可以較為自在的表達自我 (陳惠玲, 2002)。

人們在社群網站的自我揭露，會因為對象的不同，致使揭露的內容與方式有所差異 (Hsu et al., 2011; Bak et al., 2012)。例如許慈雅 (2011) 針對社群網站與組織中人際關係改變關聯性的研究，發現人會透過資訊的篩選，過濾負面的訊息，藉此調節自身在現實生活中的形象。

對於心理師而言，以心理專業人員的角色經營公開社群網站，亦是一種展演，觀眾、閱聽者對於心理專業人員的角色期待、心理師對自身專業角色的定位、倫理考量，也可能是心理師在網站上揭露的決策考量因素。然而，在社群網站上的心理師，是否可以被視為諮商室的延伸？案主對於諮商室內外的心理師的期待，是否有所差異？心理師如何定位諮商室裡、社群網站中的角色形象？心理師如何透過網站上、諮商室內的呈現，回應案主的期待？以及社群網站如何避免成為心理師的後台，將不適合揭露的情緒與想法行動化 (acting out)？以上的問題，皆凸顯心理師經營公開社群網站的行為，與一般大眾使用社群網站的動機、特性有所差異，並且需要縝密與審慎的考量、決策。

五、 自我揭露之倫理議題

諮商是以互動為本質的歷程，因此自我揭露是諮商歷程中重要的元素，而心理師進行自我揭露的行為，是否妥當，在心理治療領域中，持續受到討論與爭議 (Hill & Knox, 2002)。Kiesler 與 Van Denburg (1993) 指出，諮商關係與

其他所有類別的人際關係的差別，在於案主能夠和一位全然關注自己的人互動，並且能得到對案主情緒、想法直接與真誠的回應。因此，心理師必須謹慎決策，要揭露哪些內容、向誰揭露、為何揭露，以及如何揭露（Goldfried et al., 2003）。若心理師能妥善運用、嚴謹考量個案的需求，自我揭露可以是重要且有效的治療技術。

部分諮商專業倫理因有明確的標準定義，心理師很容易遵循與進行倫理判斷，然而，自我揭露倫理的判斷困難許多，雖然自我揭露的行為廣泛存在於諮商歷程，但其標準無法被明確規範、也因為自我揭露可能會對個案造成負面影響及正面效果、沒有單一的共識（Taylor et al., 2010），故使諮商倫理守則當中，沒有單獨以自我揭露所訂定的項目。但是已有相關研究指出心理師自我揭露的行為，亦能對諮商關係產生關鍵的影響，乃至攸關個案的福祉，因此自我揭露行為也被視為重要的倫理議題。

例如，在 APA（American Psychological Association's Ethics Code）出版之諮商人員倫理守則中，並沒有單獨針對心理師的自我揭露所做的規範（APA, 2016），但準則 3.05、關於雙重關係的倫理內容，被延伸至心理師的自我揭露。心理師必須評估其自我揭露內容，是否可能有失心理師的客觀性以及影響諮商工作效能，不恰當的自我揭露亦可能如同不當的雙重關係，會對諮商造成嚴重的傷害（Behnke, 2015）。與心理師經營公開社群網站等諮商室外自我揭露行為較為相關的倫理守則，有中華民國諮商心理師公會全國聯合會訂定之「諮商心理師專業倫理守則」（2012）第十五條「諮商心理師透過演說、示範、印刷品、郵件、網路或傳播媒體提供訊息，從事心理諮商教育推廣工作時，應符合本守則規範，注意理論與實務的根據，慎防閱聽人可能產生的誤解」。此項倫理守則揭示心理師身為知識傳遞者的倫理責任。雖無特別指涉當閱聽人也同時是個案時所需遵循的其他原則，但根據上述相關研究顯示，諮商室外的自我揭露行為亦會對個別諮商的歷程造成影響，因此也成為必須謹慎的原因之一。

在揭露的內容層面，盧怡任與王智弘（2012）在針對心理師倫理判斷的調查中，發現 93.1%的心理師認同自我揭露做為諮商介入技術是合乎倫理的行為，由此可知，自我揭露已經成為廣泛運用的技術（Pope, 1987）。然而，並非所有的自我揭露，都被普遍視為符合諮商倫理。舉上述研究中與自我揭露相關的行為項目為例，有 52.5%的心理師認為「對案主表達自己（心理師）對案主的失望」，以及 85.4%則認為「表達自己（心理師）被案主吸引」是不符合倫理的作法。因此，如何向案主自我揭露、揭露的程度應如何衡量，以及自我揭露可能對案主產生的影響，都是心理師必須謹慎考量且評估的面向。

此外，雖然許多心理師將多元性傾向的自我揭露視為治療中重要的介入，但亦有學者提出，此舉可能會導致案主或心理師過度專注在彼此的相似性，並模糊了專業界線，或使角色混淆（Cole, 2006; Satterly, 2006）。心理師適切的自我揭露，讓案主對心理師的生活有部分的了解，使案主知覺的心理師更加真實與富有人性。然而，若是過於私密的揭露，在諮商中則是非必要的，也不會有上述的效果，反而可能會增加案主的負擔、甚至嚇跑案主，並且模糊了心理師與案主之間的專業界線。相較於過於私密的個人資訊，例如性取向，專業相關的訊息還是較為妥當的（Watkins, 1990; Knox & Hill, 2003）。

在揭露的程度層面，Watkins（1990）的研究發現，相較於心理師大量的自我揭露、或者不做自我揭露，適度的自我揭露更能被案主接受，並且能進一步引發案主的自我揭露行為。如果心理師完全不自我揭露，容易被視為是有難以親近、疏遠與費解的，也影響了諮商關係的發展；而心理師若做過多的自我揭露，治療關係的界線則會被模糊，也會將對案主的焦點，轉移到心理師身上。

在揭露的時機層面，Hill 與 Knox（2003）建議心理師做自我揭露必須非常謹慎，並檢視自我揭露的動機。有些狀況並不適合自我揭露，例如心理師發現自我揭露是為了滿足自身需求、當自我揭露可能使重心從案主轉移到心理師、擾亂諮商步調，或評估可能增加案主的負擔，甚至模糊治療界線、引起移情的

狀況時，心理師會避免自我揭露（Farber et al., 2004）。

總括上述，自我揭露可以是心理師有利的工具，然而，若未經審慎考量而做的揭露，對諮商可能會有負面的效應，甚至對案主造成傷害。

相較於諮商中面對面的互動，心理師經營公開社群網站所構成的自我揭露行為的拿捏與衡量，可能是更為複雜的。其一，文字資訊容易造成誤讀，且不見得有機會與案主核對與澄清，進而造成案主對心理師的誤解；其二，如李茲穎（2012）的研究發現，對於案主而言，社群網站與諮商室內的心理師，可能會分化為兩種角色，造成不一致的現象，以致形成關係中的暗流。因此，心理師經營公開社群網站的行為，亦是需要謹慎以對的。

綜括上述文獻，針對心理師自我揭露的研究已累積豐碩，近十年由於網路的快速發展，亦已有不少研究聚焦心理師在網路上的公開行為以及網路自我呈現的特殊性。然而，較無研究連結心理師網路公開的自我揭露行為與諮商工作之關聯，國內的研究目前僅有李茲穎（2012）針對心理師經營個人社群網站的經驗進行探討。因此，本研究欲從心理師經營公開社群網站的經驗，瞭解心理師在網路自我揭露時的決策考量，以及網路上的自我揭露，對心理師、諮商歷程有哪些影響。

第三章 研究方法

本研究以半結構訪談法，探討執業心理師以專業身分經營公開社群網站時，進行自我揭露之經驗，包括經營公開社群網站的動機、經營社群網站自我揭露的決策、心理師在社群網站及諮商工作時的形象、經營公開社群網站對於諮商關係產生的影響。期透過訪談的歸納，瞭解實務現場所面臨之現象，以及對於社群網站上的自我揭露的行為決策與因應策略有所啟示，提供欲經營或正在經營社群網站的心理師面對該議題的指引。本章內容共分為七節，依序如下：研究取向、研究參與者、研究工具、研究程序、資料蒐集與分析、研究信效度以及研究倫理加以說明。

第一節 研究取向

在研究取向的抉擇，本研究採取質性研究取向進行。質性研究的目的是在於探索、描述、解釋，呈現過程導向（process-oriented）的經驗（鈕文英，2007；齊力，2003）。質性研究聚焦於人的主體性，重視的是對研究參與者主觀經驗、現象詮釋與意義的理解，研究者乃站在研究參與者之立場，融入其研究情境，深入瞭解受研究者的經驗、感受以及詮釋事件與情境的觀點（潘淑滿，2010）。透過質性研究所欲瞭解的是個體在特定社會脈絡中，透過人與人的互動，獲得的意義（齊力，2003），並且透過特殊案例的研究，對於研究問題有更全面、也更加深入的理解（陳向明，2002）。

本研究旨在探討心理師，在以諮商專業身分經營公開的社群網站時，自我揭露的經驗。因應諮商專業工作的型態變遷，心理師的專業角色定位更加多元，心理師經營公開社群網站的行動，意味心理師的自我呈現由諮商室中擴展到了公眾可觸及之處。心理師的自我呈現及自我揭露，是諮商專業中持續受到討論的議題，心理師倚賴的諮商理論典範、對其多元專業角色的定位與認知，形成了心理師對於諮商關係、介入技術的觀點，並影響心理師在自我揭露議題

上的決策。本研究欲探索心理師對自身專業角色的知覺、觀點與期待，進一步瞭解基於此認知與觀點，心理師如何決定社群網站的經營主軸、自我呈現與揭露的形象，以及心理師如何知覺社群網站的經營，以及諮商晤談工作兩者之間的連結或影響。此外，心理師所經營的社群網站，可能成為心理師與案主之間的話題，心理師如何經驗與詮釋案主對於該現象的理解與感受，以及後續如何處理、因應此互動歷程等心理師的經驗，皆是本研究欲深入探討的內容。綜合上述研究目的，本研究聚焦於心理師在此特定關係、事件脈絡中的觀點、知覺，以及經驗歷程。

綜合上述原因，研究者採取質性研究取向，透過互動，更深入了解心理師在此一行為的經驗與觀點，以及如何進一步影響心理師的決策歷程。

第二節 研究參與者

本研究之對象為曾經或正於執業期間，以心理師專業身分經營公開社群網站之心理師。本研究參與者之取樣條件如下：

- 一、具中華民國之國家高考合格之心理師，包括諮商心理師及臨床心理師；
- 二、執業期間，工作內涵以成人心理諮商與心理治療為主；
- 三、從事諮商實務期間，同時以心理師專業身分經營公開社群網站。

本研究以立意取樣為研究對象的選擇原則，研究者彙整經營公開社群網站之心理師名單，依據研究條件篩選受訪對象，最終招募四位符合條件且有意願之受訪者。受訪者的性別、心理師職稱、訪談次數等基本資料，列如下表：

表 3-2-1

研究受訪者基本資料表

受訪者代碼	性別	心理師職稱	工作年資	訪談次數	訪談地點
A	男性	諮商心理師	4 年	2	租用會議室
B	男性	諮商心理師	9 年	1	心理諮商所

(續下頁)

C	男性	諮商心理師	15 年	1	心理諮商所
D	女性	諮商心理師	10 年	1	心理諮商所

第三節 研究工具

本研究之工具分為研究人員以及物件工具，研究人員包含研究者、協同分析者；物件工具包含訪談大綱、訪談札記。以下分別述之：

壹、 研究人員

在質性研究的訪談中，研究者自身即為主要資料收集與分析的研究工具（鈕文英，2007）。訪談是一種「夥伴關係」的「對話」的歷程，透過雙向的互動，共同建構對於研究現象的詮釋。研究者必須針對研究的現象蒐集相關資料，經整理與反思，對研究現象有較為全面的了解。此外，研究者在訪談的過程中，不僅是提問者，更需扮演良好的「積極聆聽者」，融入與體驗受訪者的經驗（潘淑滿，2010）。因此，研究者的專業學習、實務經驗，皆幫助研究者形成研究方向與執行。以下說明研究者的專業學習背景與實務經驗。

一、 研究者學習背景

研究者畢業於國立政治大學心理學系，在大學期間，曾經修習「生命經驗與自我認同」，初步學習並進行長者的生命故事訪談。研究者目前就讀國立政治大學輔導與諮商碩士學位學程，在學期間曾經修習過「諮商與心理治療理論」、「諮商與心理治療實務研究」、「教育研究法」、「諮商倫理研究」、「心理測驗與評量研究」等諮商理論與研究方法課程，同時，也參與課程外的研習講座，如「自費諮商心理師經驗談」、「關係取向深度心理治療系列課程」等。透過上述課程學習，汲取諮商與研究的理論知識與技術。

二、 研究者實務經驗

質性研究的執行者，必須對人際關係擁有較高的敏感度（潘淑滿，2010）。

研究者目前為高職專任輔導教師，過去也曾擔任國中輔導教師。在兼職、全職實習，以及正式工作的過程，皆在資深心理師的督導下，磨練與精進自身諮商實務技巧，並培養與案主建立信任關係、積極聆聽與同理的能力，發展平等、非指導性與友善的諮商樣貌。此外，雖研究者沒有經營公開社群網站的類似經驗，但由於工作場域的性質，使得研究者在扮演諮商者角色的過程，案主有機會在諮商情境外與研究者產生互動，或是接觸研究者在諮商室外所呈現的樣貌。研究者深刻體會，心理師的介入與行為決策，無論是諮商室內與外，皆可能對諮商關係產生影響，因此也引發研究者對於經營公開社群網站此富有相對大量的自我揭露行為，與諮商關係、歷程是否有所連結與影響產生好奇。

三、 研究者自身接受諮商之經驗

研究者接受諮商的經驗中，其中一段即是透過社群網站的文章，得知心理師而建立的諮商關係。在此段諮商經驗中，以案主的身分深刻感受社群網站的經營，為諮商關係帶來許多值得討論的議題，例如心理師在晤談中與網站上呈現形象的差異、心理師於諮商結束後上網發表與晤談相關感想等，皆使研究者對於心理師存有更多疑惑。在晤談中，心理師亦揭露身為社群網站經營者與諮商者雙重角色間平衡的兩難。此次經驗催化研究者探究該議題的興趣，也得以由案主的角度初步覺察心理師經營社群網站與諮商歷程之間可能存在相互影響的關聯。

貳、 物件工具

一、 訪談大綱

本研究採取半結構式深度訪談，以開放式的問題擬訂訪談大綱並做為訪談架構，訪談過程依受訪者的敘述，彈性調整訪談大綱的問題與順序，以利訪談的定位與聚焦。訪談大綱主要分為四個部分：

(一) 受訪心理師公開社群網站之經營現況與經驗

主要了解受訪者的專業經驗、目前工作概況，以及以專業身分經營公開社

群網站之動機。

(二) 受訪者經營社群網站自我揭露的考量與決策

瞭解受訪者在經營社群網站自我揭露時的決策，以及背後的動機與考量。

(三) 受訪者經營社群網站與從事諮商專業工作時的形象異同

此部分欲瞭解受訪者在經營社群網站時，期望塑造的形象，以及受訪者知覺在社群網站上的呈現，與諮商晤談工作時的形象，是否有異同。

(四) 受訪者覺知社群網站的經營對於諮商關係的影響

由於公開社群網站的經營，亦為大眾選擇心理師的管道之一，因此諮商當事人可能在接受諮商的同時，知悉、或追蹤心理師的公開社群網站，心理師分別扮演了專業諮商者以及網站經營者的角色。此部分欲了解受訪者覺察經營社群網站的行為，如何影響諮商關係的互動。

二、 訪談筆記

訪談過程中與結束後，記錄訪談過程中的觀察，如受訪者語言、非語言訊息、研究者的疑問、想法，以及省思，以利後續訪談修正與資料分析之參考。

三、 研究參與邀請函

研究者透過電子郵件，寄發研究參與邀請函予目標研究對象，進行邀請的動作。邀請函內容包含：研究主題、研究目的、研究對象以及條件設定、研究訪談進行的方式，以及資料保密原則，協助受邀請之對象瞭解研究的相關資訊，並且形成參與與否的決定。

四、 研究參與同意書

在受邀請之研究對象同意參與研究後，研究者先以電子郵件寄送研究參與同意書，並於正式訪談之前，由研究者口頭說明研究同意書內含，請研究者簽署紙本同意書。研究參與同意書內容包含：研究目的、研究的進行方式、研究資料的處理與保密原則、研究參與者權益，以及研究者的聯絡資訊。研究參與者簽署同意書後方能進行正式訪談。

五、 研究參與者檢核回饋表

初步完成訪談資料的整理與分析後，研究者會以電子郵件將初步分析結果以及研究參與者檢核回饋表予研究參與者。透過此程序，邀請受訪者閱讀分析結果，以確認內容分析符合受訪者經驗的程度。研究者透過研究參與者的回饋，進一步作內容分析的修正，以能貼切受訪者的原意。

第四節 研究程序

本節說明研究程序，包括文獻蒐集與形成方向、正式研究、研究資料處理與分析，以及撰寫研究結果，以下分別說明：

壹、 文獻蒐集與形成方向

本研究旨在探討心理師經營公開社群網站自我揭露的經驗，以及心理師在網站經營者與心理師身分之間的連結與轉換。研究者由自我揭露、社群網站使用、心理師的專業認同等面向，進行研究文獻的資料蒐集與彙整；同時，研究者長期關注與追蹤以諮商專業身分經營之公開社群網站，以對心理師經營社群網站的現象有初步的認識，並提高對相關議題的敏感度。另外，訪談大綱經由與指導教授討論後確立，並將於訪談過程中彈性調整與修正，以更貼近研究目的與問題。

貳、 正式研究

在確認研究方向與訪談大綱後，進入正式的研究階段，共分為三個階段。由於本研究以立意取樣的方式蒐集受訪對象，因此，第一階段首先依據研究者所彙整以心理師專業身分經營之社群網站名冊。依據名冊，揀選其直接服務對象以成人為主之心理師。確認目標受訪者後，進入第二階段，研究者以電子信箱寄發研究邀請以及研究相關說明，並且確認符合研究條件之受訪者，預計共篩選四至五位。徵得受訪者同意後，續以電子郵件寄發訪談大綱供訪談前準

備，並與受訪者約定訪談時間與地點。

第三階段進入正式訪談。本研究採取半結構式的訪談 (semi-structured interviews)，在訪談前先形成訪談方向並擬定訪談大綱，研究者於訪談時，再次向受訪者說明研究目的、訪談進行方式、訪談錄音、資料處理方式、以及保密原則等權益。確認受訪者瞭解與同意後，簽署紙本研究同意書，並開始進行正式訪談。訪談次數以一次為基礎，視第一次訪談狀況，若有需要則再增加第二次訪談，每次訪談時間約為 1 至 1.5 小時。在進行訪談時，訪談依據半結構的訪談進行，研究者透過傾聽和提問，而構成的雙向互動 (鈕文英，2007)，並且依據研究參與者的回應，彈性的調整問題內容或者順序，期研究者創造開放、平等的雙向互動關係，催化研究參與者分享與敘述其經驗的意願，並進入研究參與者的脈絡與視角，展開對話與進一步意義的理解。

參、 研究資料處理與分析

研究者依據訪談錄音檔謄寫訪談逐字稿，輔以研究者訪談札記，透過主題分析法分析與歸納資料。整理後的文字資料，交由受訪者做核對，確認研究者所歸納分析之內容，與受訪者的意思、談話脈絡一致。

肆、 撰寫研究結果

最後一階段，與受訪者確認與核對分析資料後，根據訪談資料分析結果，撰寫綜合性的討論與結論，回應研究問題。並針對研究歷程、研究結果提出省思與在實務、研究上的建議。

第五節 資料蒐集與分析

壹、 資料編碼原則

在將訪談錄音檔謄寫為逐字稿後，為方便後續的文本分析，遂將逐字稿內容進行編碼，以下進一步說明編碼原則：

- 一、以 R 代表研究者兼訪談者。
- 二、以英文字母 (A、B、C、D) 代表研究參與者。字母的順序代表參與研究的時間順序，以 A 為第一位進行初次訪談的研究參與者，依此類推。
- 三、大寫字母後的第一位阿拉伯數字 (1、2) 代表研究參與者訪談的次序，例如：1 表示第一次訪談。
- 四、大寫字母後的第二至三位阿拉伯數字 (1、2 等) 代表研究參與者該次晤談的訪談段落順序。

綜合上述編碼原則，列舉兩例呈現編碼方式：

- (一) A-2-10：代表研究參與者 A 於第二次訪談中，第 10 個段落。
- (二) D-1-2：代表研究參與者 D 於第一次訪談中，第 2 個段落。

貳、 資料分析方法

研究者在訪談過程中所蒐集到的資料，例如錄音檔案、觀察筆記等，都必須轉化為文本 (texts)，並進一步進行資料分析。資料分析的目的是在蒐集的龐大資料中，以比較、歸類的方式，層級汲取形成資料的概念以及主題 (潘淑滿，2010)。

本研究採取高淑清所提倡的「主題分析法 (thematic analysis)」作為資料分析的方法。主題分析法之目的為以系統性分析的方式梳理龐雜的訪談資料、文本，以貼切的語言，歸納出共同的主題 (themes) 或是組型 (patterns)，以及詮釋主題命名背後所蘊含的意義。對應質性研究的要旨，研究者以及研究參與者互為平等的主體，主題的確立，乃經由雙方相互瞭解與同意，所產出對研究參

與者經驗的詮釋與意涵（高淑清，2001），且研究者在資料分析的歷程，需要反覆與文本資料對話，並且以受訪者的視角與脈絡，瞭解資料內容的意義（潘淑滿，2010）。

本研究以心理師的經驗探討為主軸，期透過主題分析法，細膩咀嚼並詮釋訪談文本，深入理解心理師在經營公開社群網站、諮商晤談經驗中的所感所思。以下依據高淑清（2008）說明資料分析步驟：

一、 文本的抄錄謄寫

將錄音檔逐字記錄為文本，謄寫的內容除了敘述的文字，也包括了受訪者話語間的語氣、表情、聲調，以及沉默等，以完整呈現訪談過程。

二、 反覆閱讀整體文本

完成文本謄寫之後，首先進行文本整體性的閱讀。在此步驟，研究者抽離自身的先備知識，以使研究參與者的經驗能夠如實浮現，並且使研究者形成對此文本最初始的理解。

三、 發掘與標記重點意義單元並開放編碼

此階段將從整體的文本中，發現受訪者經驗的視框（framing），即在情境中話語的意義、概念，並且挑揀與劃記重要事件，形成「意義單元」，進一步針對這些意義單元給予命名，編碼方式如下表。

表 3-5-1

意義單元編碼範例表

逐字稿編碼	意義單元	原文
A-1-40	即便維持資訊空白， 也會引發形象的聯想	如果套到社會情境來的話，那就是我甚麼都找不到你的資訊，那你會不會是個跟不上時代、會不會是反而...我要講的東西反而你可能不會聽得懂。

（續下頁）

B-1-29 除了人性，專業身分 我覺得我本來就是用心理師這個身分在
也是經營社群網站的 寫東西的，所以我覺得大家看到的不會
重要考量 覺得只有我是作家，可能看清我是心理
師，所以倫理議題這些東西我就一併先
思考好，包括保密原則的東西。

四、 再次閱讀整體文本

在以「部分」視角形成了意義單元後，再次回到文本的整體閱讀。透過再次全面性的閱讀，對於文本產生新的理解。

五、 分析意義單元，群聚形成子題

在此階段，經過文本的反覆閱讀，再次檢視意義單元，增加或修改意義單元，並且群聚意義單元，形成「子題」，歸納方式如下列表。

表 3-5-2

子題歸納範例表

逐字稿編碼	意義單元	子題
A-1-42	在諮商情境內外的形象、本質一致	呈現與諮商時一致的形象
B-1-23	心理師期待呈現的形象一致	
C-1-53	文章表現與諮商時呈現的模樣相近	
C-1-55	不會在社群網站塑造不同的人設	

六、 歸納次主題

形成子題後，將子題叢集、歸納為次主題，歸納範例如下表。

表 3-5-3

次主題歸納範例表

逐字稿編碼	意義單元	子題	次主題
C-1-105	避免揭露私人生活以維護隱私		

(續下頁)

D-1-15	重視個人隱私，回覆文章的留言避免 透露過多個人資訊	避免揭露私人 資訊	維護心 理師個 人生活 隱私
D-1-19	隱私維護主要是揭露個人訊息的考量		
B-1-77	避免透露個人隱私，以維護人身安全		
D-1-14	不使朋友曝光於社群網站以維護隱私	避免揭露牽涉	
D-1-42	考量隱私維護與個案投射，避免將親 友公開於社群網站	親友的內容	

七、 形成核心主題

在次主題形成後，連結各次主題之間的關聯，萃取出核心主題組型，並且思考主題的經驗本質，進行主題的命名，主題歸納範例如下表。

表 3-5-4

核心主題歸納範例表

子題	次主題	核心主題
經營個人品牌提升知名度 社群網站能有效增加曝光率	網站行銷個人品牌， 提升知名度	經營社群網站之動機
時代需求驅使資訊透明化 公開資訊增加諮商關係適配度	心理師公開資訊增加 諮商關係信任度	

第六節 研究信效度

發展研究的歷程，研究的品質為首要的原則，在量化研究層面，有許多公式性的原則和方法能針對研究資料加以檢核，例如利用統計方法進行明確、數據化的信度、效度考驗，然而質性研究雖與量化研究有共同原則，如 Howard (1985) 所提出：預測正確性、內部連貫性、外部一致性、創造力與簡化（引自連廷嘉、徐西森，2006），但質性研究之理論基礎、邏輯路徑與方法學有別於

量化研究，因此對研究品質的檢測方法也有所差異。根據 Lincoln 與 Guba (1999)，主張質性研究的信實度分別為：可靠性 (dependability)、可確認性 (confirmability)、可遷移性 (transferability)，及可信性 (credibility)。研究透過正確使用研究工具與方法、成員查核，期提高研究信效度，以下分別敘述：

壹、 可靠性 (dependability)

本研究採取半結構訪談法，訪談大綱的確立，經與指導教授、同儕的商討，以及相關文獻的閱讀，確認訪談問題能夠契合研究主題。研究訪談部分，研究者除與受訪者建立信任關係，使受訪者能開放分享自身經驗，亦提升訪談技巧，使訪談內容與研究核心問題相呼應，並且於訪談後記錄訪談反思以及訪談時出現的問題，逐次修正或調整訪談技巧。訪談資料由研究者親自繕打，分析歸納後的資料，交由受訪者檢視核對，確認原始資料與分析結果的可靠性。

貳、 可確認性 (confirmability)

可確認性指涉研究的客觀性與一致性。研究者於訪談時，致力於釐清與確保對於受訪者分享內容的理解正確，並且反思、注意自身對於研究問題、提問的立場，避免使提問、文本的分析有所偏誤。在完成分析資料後，亦將歸納為主題後的結果以及引用受訪者的段落，交予受訪者確認引用是否得當、主題敘述是否符合受訪者之原意，依據受訪者提出之建議進行討論與修正，以符合研究之可確認性。

參、 可遷移性 (transferability)

可遷移性意指研究者將受訪者對經驗與感受的陳述，有效地轉換為文字敘述 (高淑清, 2018)。研究者透過反覆閱讀訪談資料，對受訪者的經驗產生理解，在編碼以及形成主題的歷程，密切與指導教授、同儕討論，並且與受訪者核對，力求文義的轉換確切，提高研究的可遷移性。

肆、 可信性 (credibility)

本研究進行資料分析歷程中，將逐字稿，以及經研究者反覆閱讀後，形成意義單元，並編譯、彙整之語句及概念，形成次主題與核心主題，透過成員查核 (member checks)，即交予受訪者檢核，檢視與受訪者所陳述之經驗相符合，以增加研究的可信性 (credibility)。以下為受訪者的檢核結果列表：

表 3-6-1

受訪者檢核結果列表

受訪者	符合經驗程度	閱讀後感想
A	95%	非常用心，訪談資料的整理十分恰當
B	90%	我覺得引用段落都跟我想要陳述的意思一致，擷取得很好，謝謝你的貼心
C	100%	謝謝您的整理與分析，這是這時代心理師面臨的新議題，很高興看到有相關研究
D	—	貼切程度高

第七節 研究倫理

研究倫理為研究者進行研究時，所必須遵守的行為規範（引用自林天祐，2002）。在質性研究中，研究者與研究參與者的互動頻繁、關係密切，研究者擁有傾聽他人生命經驗的特權，在此關係中，研究者須更加謹慎避免對研究參與者造成傷害，遂也凸顯了研究倫理的重要性（鈕文英，2007）。以下分別說明本研究的倫理原則：

壹、 研究知情同意

邀請受訪者時，在邀請信件中詳細說明研究目的、研究進行方式、程序、受訪者的隱私權維護、資料保存與處理方式等，並取得受訪者的知情同意。此外，在訪談開始前，請受訪者簽署研究同意書後，始能進行研究訪談。

貳、 維護保密與隱私權

為維護研究者的保密與隱私權，研究者須妥善保存訪談錄音檔、訪談記錄等研究資料，不得提供非研究者運用，上述資料於本研究完成後銷毀。另外，除了研究對象匿名性，也因社群網站公開的特性，為避免他人將研究結果與受訪者做比對，導致受訪者身分暴露，因此在研究結果的呈現，謹慎避免呈現可能為比對線索之資料，如具有身分辨識度的內容，以維護受訪者之隱私權。

參、 訪談錄音權益

在訪談前的知情同意，確實告知訪談錄音檔的隱私保密原則，錄音檔案將在研究結束後銷毀。以及在訪談過程當中，受訪者有權利隨時暫停錄音。

肆、 誠實原則

研究者確實告知研究目的、方法，並且於訪談時積極聆聽、尊重受訪者之經驗，覺察自身之價值觀，避免因個人經驗影響受訪者的述說。此外，研究者詳實繕打逐字稿，並將研究結果交予受訪者核對，以確保符合受訪者之原意。

第四章 研究結果

本章分為四節，第一節為經營社群網站之動機，第二節為社群網站自我揭露之考量與決策，第三節為經營社群網站與專業工作之形象，第四節為社群網站影響諮商關係互動，以下將依序敘述。

第一節 經營社群網站之動機

心理師經營公開社群網站的動機，主要來自心理師職業形態的轉變，致使心理師必須將自身專業形塑為品牌，並透過普及的社群網站提高曝光度，增加個案來源；同時也促進有諮商需求的民眾與心理師之適配性，以下依序討論。

表 4-1-1

經營社群網站之動機

主軸	核心類目	主要類目
經營社群網站 之動機	網站行銷個人品牌，提升知名度	經營個人品牌提升知名度
		社群網站能有效增加曝光率
	心理師公開資訊增加諮商關係信任度	時代需求驅使資訊透明化
		公開資訊增加諮商關係適配度

壹、 網站行銷個人品牌，提升知名度

一、 經營個人品牌提升知名度

受訪者普遍認為，在競爭度高的時代，曝光度與知名度是直接影響自費心理諮商經營順利與否的關鍵，為提升知名度，必須拓展行銷視角，形塑個人專業的品牌，以增加案源。

一個就是這個時代，就是說...自費心理諮商這個行業來說的話，如果你沒有一些曝光度，你沒有上節目、你沒有出書、你沒有上廣播，你沒有粉專的話，基本上你就會很難有知名度。(D-1-29)

我覺得有一個轉換是因為跟我開始做行動（心理師）有關係，對，我需要

更多收入的來源，更多人知道我，因為你做行動（心理師）你一定就，變得有點經營你個人品牌的概念，你需要曝光讓更多人知道，你才会有收入…。(C-1-51)

我覺得做行動（心理師）好像這是一個蠻重要的，如果你都沒出去，就是要很有名，大家才會來找你諮商，而且現在諮商師那麼多，不像以前學生時代檯面上就那幾個人，就知道要找那幾個，現在滿街都是心理師阿，為甚麼我要找 A 不找 B，你有聽過他嗎？好像比較有名一點？(C-1-119)

其實很直覺就是因為我離開專任然後開業，然後發現說其實不去透過一些社群媒體經營的話，基本上是沒有人認識你的，就是沒有辦法去經營…然後也開了我自己的粉專，說真的就是為了能夠吸引別人可以認識你，希望 maybe 可以慕名而來。(D-1-4)

我覺得當一個現在這個時代的心理師，也是要會經營自己，要不然我覺得真的要當行動（心理師）去存活的話，那可能要非常非常久的時間。(A-1-5)

二、 社群網站能有效增加曝光率

社群網站的普及使資訊流通更加迅速，受訪者認為利用社群網站的經營，使有意進行心理諮商的民眾得以透過網路更容易觸及心理師的資訊，並能夠有效增加個人資訊的曝光率，增加心理師的知名度。

應該我就用一個自己的粉專，比較可以把那些大家的關注稍微轉到，知道這個文章誰寫的嘛，對，他要找人諮商也知道可以找誰啊，等等的，所以那時候才想說，那就放到…弄一個個人的粉絲頁，好，所以當初有一個契機是這樣，那至少別人知道這些文章是誰寫的。(C-1-8)

所以我發現這是…大家，就是人家可以找得到你的地方啦，對，所以當時有點是期待說讓大家比較可以找得到我。(C-1-12)

因為後來臉書文化就跑來台灣嘛，我記得我以前念研究一開始，是很不熟悉臉書的使用，後來發現我身旁好多人都有用 FB，然後我發現 Facebook 好像

變成一種新的網路分享平台。(B-1-12)

貳、 心理師公開資訊增加諮商關係信任度

一、 時代需求驅使資訊透明化

隨時代演進，足夠的資訊方能增加消費者、使用者對品牌的掌握度，心理師亦同品牌，在網路適度公開自身資訊，顯示心理師的與時俱進；同時，有心理諮商需求的民眾能對心理師的資訊有初步了解，協助其做抉擇。

像我自己找心理師，我也會想先知道這個人到底是甚麼樣子，我也不知道這個人的個性、這個人的喜好、不知道這個人長得圓的還是扁的，所以我就覺得網路平台是一個供大家公開檢視的地方，那我就把一切盡可能透明化嘛。(B-1-94)

大家很習慣網路上去搜尋，搜尋得到，看到有別人有搜尋得到，買東西也會看討論，才會覺得好像它…，有多增加一點對它的認識這樣子。(C-1-70)

如果說在一個網路時代裡面，都找不到這個心理師的資訊，那那個反而會不會是叫做跟不上時代？就是你不揭露也是一種揭露，所以，那你揭露了哪些東西，對當事人來說反而是更人性的。(A-1-35)

如果套到社會情境來的話，那就是我甚麼都找不到你的資訊，那你會不會是個跟不上時代、會不會是反而…我要講的東西反而你可能不會聽得懂？(A-1-40)

二、 公開資訊增加諮商關係適配度

心理師在網路上的公開資訊，協助有諮商需求的民眾，在抉擇心理師時，初步評估心理師符合自身需求的程度，並增加進入諮商的意願，不需待第一次諮商才能做確認所花費的時間與費用成本，因此受訪者認為有助於增加與當事人關係的適配度。

說要來找你談話，他對你毫無認識的時候，你今天隨便遇到一個人，都想google他是誰嘛，對阿，所以如果他完全不知道你是誰，他怎麼有那個強大

的，覺得可以，比如說你今天要去餐廳吃飯，你要不要先 google 一下他的評價怎麼樣？如果都沒有人回應你也覺得，去還怕怕的，所以我覺得包含心理師也有一點這樣，如果他在網路上都找不到你任何的資料，我覺得他好像也不會去找你欸？（C-1-68）

我覺得我也在幫助真的想找我的人，先來確定，好啊，這些東西，看起來好像覺得 ok 我再來，那我不需要額外，因為心理諮商對某些人來講真的費用不便宜，然後，我就不用讓他覺得好像來找一個也不知道是怎麼樣的人，他好歹可以預期來到這裡會有怎麼樣…我會說甚麼話，可能啦，因為有時候文章會寫，或者，我看事情的角度大概是這樣。（B-1-95）

比方當事人要找心理師的時候也會有適配性的問題啊…如果你讓對方在進入跟你談之前，他先有一個覺得，他有辦法跟你談嗎？他如果今天 google 完看你寫的東西或是看你比方說在螢幕上的形象，或是網路直播，他覺得這個人就是看起來跟我不合，我覺得也幫大家省一個，他走進來諮商才能夠知道你是誰的情況。（C-1-95）

小結

本節探討心理師經營公開社群網站的動機，由受訪者之經驗可瞭解，隨網路資訊傳遞愈加迅速、資訊取得便利，資訊透明化成為趨勢。心理師職業型態的多元化，部分心理師選擇經營自費心理諮商。受訪者在工作型態的轉換過程，體會在自費心理諮商市場，專業身分視同待行銷的品牌。在網路成為抉擇心理師最方便的管道時，提升自身網路的知名度與辨識度，成為心理師在執行心理諮商外同等重要的工作，而社群網站即民眾觸及率高的網路平台，提供了心理師有效經營品牌的空間。此外，以民眾的角度而言，心理諮商所費不貲，決定投入金錢與時間進入諮商前，需先蒐集心理師的資訊，初步評估與確認是否符合需求，當心理師適度公開自身資訊，能增加民眾抉擇意願，此舉對心理師而言亦能有效增加諮商關係的適配性，減少核對需求所耗費的成本。

第二節 社群網站自我揭露之考量與決策

本節探討心理師經營社群網站時，自我揭露的考量因素。透過受訪對象的經驗，心理師所重視的面向大致有「維護當事人隱私權」、「維持諮商關係單純與一致」以及「維護心理師個人生活隱私」，以下分別敘述。

表 4-2-1

社群網站自我揭露之考量與決策

主軸	核心類目	主要類目
社群網站自我揭露之考量與決策	維護當事人隱私權	避免直接撰寫真實案例
		避免聚焦當事人的事實性陳述
	維持諮商關係單純與一致	向當事人或讀者說明保文章案例撰寫原則
		避免引發當事人投射的內容
	維護心理師個人生活隱私	避免書寫工作反思影響諮商關係動力
		避免揭露私人資訊
		避免揭露牽涉親友的內容

壹、 維護當事人隱私權

一、 避免直接撰寫真實案例

心理師普遍避免在社群網站中撰寫真實的當事人事例，以避免當事人對號入座、有所投射，影響諮商關係的信任；也讓讀者或有諮商需求的民眾瞭解在諮商中向心理師揭露的事情會被保密。心理師會混合許多事例、杜撰案例的背景資訊，或者僅就眾多當事人的共同點描繪虛構的典型案例。

當然你可能怕當事人誤解阿，有可能啦，就是說，我覺得有些當事人他可能會是比較敏感，或是潛在當事人啦，他可能會看你粉專覺得想來諮商的，所以會讓，也許他來做諮商會有一些顧忌啦，覺得你會不會把我們講的東西寫出去，有可能，所以我覺得避免讓當事人有這樣的誤會，或對我有一些投射。(C-1-45)

應該說讓每個人都可以對號入座，那就等於是保守住他們的秘密，恩，每個人看起來都像我，那這就代表這一定不是我阿。(B-1-66)

如果在(文章)裡面有列出一些對話的話，那些對話也盡可能的會，也會避免跟不管是跟過去或現在的當事人是好像非常非常重疊的部分。(A-1-18)

我在寫文章的時候，比較不是因為看到這個當事人這樣，所以我去寫出這篇文章，而是我看到很多當事人都有類似的一個共同點，那我會根據這個共同點去描繪出一個典型的當事人。(A-1-24)

如果我真的要寫某一個狀態，要不我就是把它跟很多不同的混在一起寫，要不我就是，大部分的情節都是虛擬的，只留下這個主題，比如說家庭議題，我覺得應該算夠模糊了，因為很多人都來談跟爸媽的關係，那這件事情可能是真的，但他的職業阿、身分阿、外表阿，甚至他裡面的對話我全部都會再調過。(B-1-53)

我其實以前有時候會寫我在諮商室講的話，會把它記下來，也許我就講了某一句話，把它寫下來這樣子，對，但就不會有當事人的狀態，我也不會描述當事人的背景，就是說我在裡面說了某一句話，類似這樣，所以它幾乎是完全不太帶到對方的背景資料。(C-1-33)

二、 避免聚焦當事人的事實性陳述

當心理師在文章中舉出案例時，會避免撰寫真實當事人的事實性陳述以及在諮商中所說的話語，而是以一般化的方式，將重點置於對事件可能產生的想法，或是以他人的對話取代當事人的話語。

會有這個考量(杜撰案例情節)也是我會希望我的當事人不會覺得欸為甚麼有保密原則，你還把我的東西寫進來，然後，我也會盡可能把文章的主軸放在，遇到這個困難的時候人是怎麼想的，所以讓看的人知道，原來這樣我想不奇怪，原來這是人很正常的狀態。(B-1-56)

但是就很尷尬就是會，我覺得就是要去解釋這件事情，所以我覺得解釋很

麻煩，所以我就那樣寫，但是我會用的方式就是，就是別人說的、或是有時候把朋友的話寫進去，有可能阿，但我們不是諮商關係所以就，對，就這樣。

(C-1-44)

三、 向當事人或讀者說明保文章案例撰寫原則

心理師重視當事人的隱私，同時也須讓讀者瞭解心理師對此事的重視，對於諮商較能有安全感。因此心理師會在社群網站中特別註明當事人隱私的保護措施，也會於實際進行諮商時，再次向當事人說明與保證個人隱私的維護。

我知道有一些人本來就是看了文章才來的，所以需要讓這件事情變得公開透明化，雖然看到網路文章會這樣寫，但我還是覺得我親自再解說一遍，因為會有保密原則嘛，所以在解釋保密原則這條就會先再提這件事了，然後會跟他保證這個東西不會變成某種教材。(B-1-68)

就是我覺得這一點（在文章註明保護當事人隱私措施）是重點啦，這點也同樣是讓想要來找你諮商的人，知道他的東西不會被隨便寫出來。(A-1-22)

貳、 維持諮商關係單純與一致

一、 避免引發當事人投射的內容

心理師於社群網站撰寫文章時，普遍會以讀者、潛在當事人的視角，檢視有可能會引發不當聯想、對心理師產生投射的內容，盡可能避免引發誤解，影響諮商關係的信任。

我不曉得有多少我的當事人在看，對，所以，像我通常我周末不接案，那很多人問我說可不可以約禮拜六，我通常說我禮拜六我沒有排工作，那，但是，很難去抓說會不會有些當事人心裡覺得說，為甚麼？禮拜六你都出去玩？之類的，就是，我覺那些很多不必要、讓他們會有一些想法的事情，我都會想要避免掉。(D-1-18)

引發太多的想像空間或甚至是爭議的時候，那我覺得這個就是要極力避免的，那這個我覺得不管是不是精神分析、是不是空白螢幕，我覺得都是要盡量

避免的，對。我會覺得這個部分蠻重要的。(A-1-90)

我自己以前有一個前輩他有說，網站是一個很容易被投射的地方，所以寫文章的時候他會去思考如何避免投射這件事，但這件事不可能消滅，也不可能阻止當事人不投射，可是他有在想，在文字的範圍內盡可能做到真實跟完整的陳述，因為把一件事情說得越清楚就越不會有投射。(B-1-35)

投射也是一個問題，所以我覺得在我和其他人的部分，我都會把它淡化掉。(D-1-43)

比如說我爸來留言，然後當事人看到了心理師的爸爸來，心理師是不是其實也像個小孩一樣，還在被他爸爸給，也許是掌控、也許是照顧，不知道當事人心理會怎麼想。(A-2-4)

二、 避免書寫工作反思影響諮商關係動力

考量維持適當且明確的關係界線，心理師不會在社群網站撰寫個人諮商工作的反思，以避免當事人對號入座，也避免造成當事人對心理師的疑惑、進而影響關係動力，甚至破壞諮商關係的信任。

如果我的當事人看到我在那裡反思他的工作，我跟他的工作做甚麼，我在反思，我自己想想有點怪。我在想，如果我是當事人，我也不想看我的心理師甚麼都沒告訴我，自顧自寫一篇文章，然後在談他反思跟我的工作，那他幹嘛不告訴我？(B-1-60)

不太會（撰寫諮商工作心得），因為我怕那個當事人會看到，有些人敏感就覺得，你那個應該在講我吧。(D-1-50)

一來我覺得在晤談你跟當事人討論我的反思很奇怪…我覺得這樣好像把一些本來好像應該跟你說清楚的事情，用另外一種方式說，那到底哪一個才是真的？然後，幹嘛要這樣？(B-1-62)

可能我不會在今天這個 session 完之後我就寫出這篇文章，我可能會寫了可是排兩個月後才發出來，他可能也沒有意識到，因為這可能是整個 session 裡面

提到的一小塊，對。但是，應該不會看起來覺得那是一個工作心得，對。因為我覺得那對當事人的信任感會不好。(D-1-51)

參、 維護心理師個人生活隱私

一、 避免揭露私人資訊

心理師衡量私人生活的揭露，避免於社群網站中透露過多個人隱私，維持適當的界線，同時也保護個人的人身安全。

有些人會 po 去哪裡吃到好吃的東西，或是去哪裡玩的，我完全…幾乎沒有，可是我覺得那是跟我本來的個性有關係，其實就算我自己個人的 FB 我也很少 po 自己的這些東西，我也很少 po 照片…可能比較隱私一點，所以我就更不會在我的粉專上面這樣子。(C-1-105)

像下面的那些回應阿甚麼的，通常我會不太，不太去正面回應一些可能對我有辨識度的事情。(D-1-15)

後來最主要我覺得是我自己想要一部份的隱私空間，就是心理師，這個職業我還是希望能有一些些的，恩，那個詞怎麼講，神秘嗎？或者說至少不是那麼的…不是那麼的…有一點隱形度啦，就是我不希望說我的行蹤都是那麼的透明。(D-1-19)

我不會透露太多個人隱私的細節，因為我覺得心理師，我還是會考慮到人身安全這件事情，對。像我不知道有沒有聽過是這樣．．可是像有些網紅可能會常打卡阿，然後貼我在哪裡啊，那大家都知道活動就這幾區，其實我覺得這樣有點危險啦，我自己對這方面比較謹慎。(B-1-77)

二、 避免揭露牽涉親友的內容

心理師會避免在社群網站中揭露周遭親友的事件、相片，或是與親友互動的內容，以保護親友的個人隱私，也避免他人對親友產生不適宜的想法。

我在 po 照片的時候，我盡量不 po 我的朋友，這也是保護我的朋友，因為我覺得，就是…人家也不見得想要被曝光，因為你在網路上你怎麼知道誰看這

些東西，所以我大部分照片都是我自己，就是看到就很多一個人，但其實是，如果有朋友，朋友的臉也可能拍得不是那麼清楚。(D-1-14)

我覺得不會揭露的部分是，是比如說，現在的關係是怎麼樣…那我不會跟我的當事人揭露的一個原因是…這個東西可能會影響到另外一個人…所以我就不會去做揭露。因為如果只是我自己的事，那我覺得我可以揭露，但比如說是我爸我媽的狀況現在怎麼樣，那這個東西可能會影響他們對其他人的看法的話，那我就不會揭露。(A-1-33)

我不太會去把我生活中的其他人放進去，像有些人可能會把自己的家人，在經營粉專的時候，一天到晚 po 自己的老公還有小孩互動，我也不會，因為我覺得說這就是我的粉專。(D-1-42)

小結

本節探討心理師經營社群網站、撰寫文章時的考量，主要有三個面向，分別為當事人福祉與權益、諮商關係動力，以及心理師的個人考量。當事人福祉與權益部分，包括避免揭露當事人的隱私、告知讀者與當事人書寫文章時的保密原則；諮商關係動力的部分，則是避免書寫可能引起不當投射與影響關係動力的內容；心理師的個人考量則是維護個人及親友隱私。

第三節 經營社群網站與專業工作之形象

本節探討心理師在經營社群網站時，期望與嘗試建立的形象，以及與從事諮商專業工作時所展現的形象，是否有所異同。研究發現部分受訪者期待雙重角色的形象一致。此外，受訪者覺察社群網站的特性與心理師工作的本質有差異。以下就「社群網站的形象設定」，以及「雙重角色的形象差異」分別敘述。

表 4-3-1

經營社群網站與專業工作之形象

主軸	核心類目	主要類目
經營社群網站 與專業工作之 形象	社群網站形 象的設定	期待呈現與諮商時一致的形象
		呈現心理師的專業形象
		避免呈現與專業形象不符的特質
	社群網站與 專業工作形 象的差異	社群網站的表達與互動方式不同使形象有所差異
		社群網站的特性與心理師專業本質相異
		社群網站以心理師生活為主體，諮商則以當事人為中心

壹、 社群網站形象的設定

一、 期待呈現與諮商時一致的形象

受訪者期待自己在社群網站所欲呈現的形象、態度，與在當事人諮商工作時沒有太大差異，盡可能使兩者是較為一致的，並不特別設定與執行諮商工作時相異的形象。

我覺得，我覺得我自己不管跟當事人的時候，在諮商室內或諮商室外，或網路上，我覺得我都是同一個人…所以我覺得我在每個時候，至少我自己覺得啦，就算在網路上的時候，我的回應，也會是就如同我在諮商室裡面的回應一樣，對，可能差別，差別就是回到當事人自己的解讀了啦，但對我來說都是一樣。(A-1-43)

(有些人在經營粉專上面可能它有一些人設對不對?) 阿對對! 那個人設

這樣子，那我覺得…我好像沒有，我自己感覺我沒有差異那麼大啦，我沒有說我粉專是另一個樣子，心理師在做諮商是另外一種樣子。(C-1-55)

我覺得我自己的表現應該沒有差別很大啦，就是說我 po 的東西跟我講的話，就是我平常在諮商裏頭的樣子。(C-1-53)

雖然我覺得我盡可能啦，我對自己的期待是，我在大多數的地方看起來都差不多，會有細微的變化，但是我希望盡可能差不多。(B-1-23)

二、 呈現心理師的專業形象

受訪者期望在經營社群網站時，呈現心理師的專業度。如揭露個人經歷的困境經驗或是較為脆弱的面向時，衡量讀者或當事人在閱讀時，可能會產生的感受，避免撰寫自身目前還未解決的難關，以使有諮商需求的讀者，較能夠信任、信服心理師。

我們不可能說，完全不給當事人一個想像是說，我們是比較強大的，強大這個詞可能不太好，我們是相對能夠比較整理好自己的，在心智上面是比較強大的，當然這個也是一個事實…但是我們還是得給當事人一個形象是，我們在這方面的確是專業的。(A-2-15)

我要不是我有一些比較深入的覺察，要不就我已經有一些不一樣，我覺得我才會寫，因為…如果我是一個心理師，沒有覺察又我的生命的難關也沒有任何的改變，寫出來看起來是一個情緒的抒發，那我不確定當事人看到會有甚麼感覺。(B-1-73)

你（心理師）現在還是很脆弱的話，你現在出來講這些，或是我現在真的去找你做治療，真的會有幫助嗎？因為你好像也是有病的？(A-2-14)

我知道有些當事人看到可能會覺得這個心理師很真誠，可是，我也在猜，有些人看到可能會覺得「啊，連心理師都遇到這個麻煩？然後他自己也沒有走過，那他這樣可以幫助我嗎？」(B-1-74)

他（讀者或當事人）跟你有一定的信任程度，可是，可是你卻，有點像是

戳破了他對你的治療期待的時候，那反而會對，對想來諮商或諮商中的當事人可能會有一個反效果。(A-2-8)

三、避免呈現與專業形象不符的特質

心理師在社群網站所呈現的形象，拿捏特質展現的程度，避免與心理師的形象有所抵觸。

比如說朋友，回的訊息來亂的，可能就是，畢竟你在上面還是要有一個形象，所以你還是個心理師掛在上面…比如說我在諮商的時候會有諮商的樣子，那我在玩樂的時候會有玩樂的樣子，我不會把玩樂的樣子帶到諮商當中。(A-1-87)

就像比如說我最近…發的那些限時動態，在講關於愛這件事情，我自己會開一點玩笑，甚至有時候，如果是稍微熟一點點的粉絲，可能還會，多稍微嘴他一點點之類的，但是不會真的到，不管是開玩笑還是表達自己的難過或是表達自己其他跟親人之間的事情，不會真的超出。(A-2-12)

貳、社群網站與專業工作形象的差異

一、社群網站的表達與互動方式不同使形象有所差異

受訪者在經營社群網站後，發覺文字書寫的表達以及諮商時與當事人的當面互動，會因為互動的即時性與否、互動時所能傳遞的語言及非語言程度不同，會導致兩者呈現的形象可能會有所差異。

只有從文字的時候，個案可能會覺得比較冷漠一些，或者是因為文字創造出來的那個氛圍跟當面創造出來的氛圍還是有些落差。(A-1-44)

我覺得接案是活生生的坐在這裡，然後看到你的表情、聽到你的聲音，每個當事人的個性又不一樣，有些可能比較溫和、有些比較激動、有些比較有挑戰性，所以，我就不可能跟我在文字這過程當中是一模一樣的。(B-1-21)

我覺得是寫字的習慣跟說話的習慣我覺得它還是有一個微妙的變化，我覺得有些人寫東西就是他平常講話的樣子，可是我覺得我的書寫模式跟說話模式

好像有點不一樣，我不會直接…我會把我的感覺轉換成書寫時候的風格，所以這兩個我覺得也會有點差異。(B-1-31)

二、 社群網站的特性與心理師專業本質相異

受訪者認為經營社群網站，需具高度自我揭露特性，方能與閱聽者產生連結，吸引其注意力，然心理師職業本身的特性，使心理師自我揭露的程度有限，因此以心理師的專業身分經營社群網站的行為，產生了矛盾之處。此外，網路的步調快速、資訊開放，與心理師較為深層、內斂的特質也有所差異。受訪者認為經營社群網站必須兼顧、平衡兩者的特點。

這個我覺得包含做心理師的人格特質都稍微內斂一點欸，對阿，然後我們對自我揭露其實沒有那麼的高，就是一定是那種還在工作上的，覺得沒有要那麼高的自我揭露，可是你經營這個如果你不做自我揭露，基本上你就沒什麼情感出去你知道嗎，那大家就不會特別覺得跟你有甚麼連結…。(C-1-58)

我就真的覺得普遍心理師都比較低調啦，對，才會做到這個職業裡頭來嘛，然後它又是一個比較深層的一個行業，需要沉澱下來談話，比較內斂一個，比較願意沉思的行業，對於那種快阿、然後你要很外放阿的那種，我覺得跟這種，網路上的那種步調很不一樣啦。(C-1-60)

我目前覺得這兩個角色，就我目前的方式它沒有到那麼的衝突，可是我如果真的想要用心經營這個社群網站，我就覺得那可能會有一點衝突…我覺得當初如果我意識到我要變成這個在經營的角度，我就覺得我可能不會做了。(C-1-62)

三、 社群網站以心理師生活為主體，諮商則以當事人為中心

受訪者 D 則認為經營社群網站與進行諮商工作時的主體不同，社群網站展現以心理師為主軸的生活與形象；在諮商中，則避免將個人帶入關係當中，須以當事人為中心，並盡可能將自身透明化。

不過我覺得形象有落差是勢必的，因為這是專業，是工作，然後那個是生

活嘛，就比如說那個是你要呈現出來的樣子，當然有些人還是想維持專業啦。

(D-1-66)

我希望他們在這邊感覺到這五十分鐘都是他的，我是透明的，或是我完全是一個鏡子，與我無關。(D-1-67)

小結

本節討論心理師在社群網站的形象，並比較心理師於社群網站與諮商工作時展現形象的異同。多數受訪者認為社群網站所呈現的形象，與從事諮商工作時表現的特質與態度是一致的，並不特別為社群網站構思相異的角色特質。然而，專業度的呈現仍是受訪者顧慮的因素，期望透過專業的展現，增加有諮商需求之民眾的信任感。此外，雖然受訪者盡量使社群網站與諮商現場的形象一致，但仍覺察社群網站的特性與心理師專業工作本質的差異，如在社群網站與諮商關係中主體性的不同、網路的快速對比諮商較為深層緩慢；又如自我揭露程度的差別。上述差異使受訪者在經營社群網站時須有所取捨。

第四節 社群網站影響諮商關係互動

研究發現心理師經營社群網站的舉動，影響了心理師與當事人的互動，包括心理師的文章引發當事人的共鳴、提升信任關係；但同時心理師在社群網站的揭露也可能引起當事人對關係的聯想與投射。此外，文章會使當事人對心理師與諮商有所期待，當事人也會將文章內容帶到諮商中討論。以下就上述現象敘述。

表 4-4-1

社群網站影響諮商關係互動

主軸	核心類目	主要類目
社群網站影響諮商關係互動	文章影響當事人對諮商關係的信任	文章揭露增加諮商的信任關係
		文章引發當事人對心理師的聯想
	當事人透過文章理想化心理師	當事人對心理師的想像與現實有落差
		諮商效能的期待落差導致失望
	文章自我揭露促發當事人追問心理師私事	當事人探問心理師經驗以評估困擾是否可解決
	當事人透過探問心理師經驗試探信任關係	

壹、文章影響當事人對諮商關係的信任

一、文章揭露增加諮商的信任關係

受訪者的經驗普遍顯示經營社群網站有助於增加讀者、有諮商需求的民眾對於心理師的信任。讀者從文章獲得共鳴，產生對心理師的認同與期待，進而選擇進入諮商。因而心理師認為在諮商正式開始之前，當事人閱讀文章的行為，也算是建立關係的過程。

根據我在網站上揭露的東西，我覺得他們更能夠去找到一些一種被，就覺得這個人應該會懂我…那它們（文章）也更會讓讀者覺得有共鳴，那有共鳴之後其實就是已經在，呃，他見到你這個本人之前，已經開始在跟他建立關係了，所以進來的時候也許他對你的信任就比一般去心理諮商的時候再多了一

些。(A-1-51)

當我比較知道他是怎麼來預約的時候，我就知道欸有些可能，互信關係夠，可以加快一下晤談的速度，可能啦，不一定。(B-1-83)

對阿對阿，我覺得其實那就是一種建立關係的方式，對。你這樣講所以，當然我們有一個公開的形象也許對有些個案來說，他已經在建立關係，他覺得他在跟你建立關係，他透過你的文字，好像我跟你已經建立某種關係一樣（在見面之前？）對，在見面之前。(C-1-85)

二、 文章引發當事人對心理師的聯想

心理師在社群網站的揭露，可能會促發當事人的聯想，對於心理師的形象有所投射，或是對於文章內容有自己的解讀，進而對心理師產生情緒。另外，若心理師在文章中書寫案例，也可能引發當事人的移情、質疑關係的信任。

阿對對，你說的很好，為甚麼（心理師）寫到他沒寫到我呢？這樣子阿，我講的沒讓你有甚麼感覺甚麼的，所以可能會有一點點的…就是對個案來說會有一點點影響啦。(C-1-48)

比如說對比較，比較脆弱的個案來說，也許你就是他的那個替代性的爸媽，可是這個時候你爸卻來回文，說叫這個兒子要加油，那我覺得這個對個案來說看到會蠻混亂的，是我的心理師不夠強壯，或我的心理師跟他的爸爸還是很緊密的關係。(A-1-89)

其實就會變得，我覺得會比較複雜，所以會是新的挑戰是真的，應該說我們也會遇到個情況，就是個案他來，他帶著一個是在網路上，雖然我覺得我沒有要揭露很多，但他一定會有他的投射…他覺得多一個認識我或是對我產生投射的管道，所以確實有可能他來諮商的時候他是帶著他投射的我跟我在互動。(C-1-72)

可能有個案類似抱怨，有點像抱怨，他好像覺得他被冷落的感覺，有種他覺得我的心力是不是都放在演講上面？…所以當然有一些他（個案）的投射

在，有點覺得，但是那個他本身就有很多對心理師的一些敵意…他想說你可能花很多時間在演講，對接個案一定就隨便講講就好了，我覺得他的感覺有點像這樣。(C-1-77)

貳、當事人透過文章理想化心理師

一、當事人對心理師的想像與現實有落差

當讀者、當事人從心理師文章中或者心理師的回應中獲得共鳴，可能會理想化心理師，並賦予期待，期望能夠在諮商中被高度理解。然實際參與諮商後，感受與此期待可能會有些落差，甚至終止諮商。

也有另外一方面啦，多一些是好處，比較不好的可能是他也會對你產生一些理想化，所以這個有好有壞。(A-1-52)

雖然我還算在網路上蠻活躍的，可是我沒有像某一些心理師一樣這麼有名，那我覺得人有名到一個程度，人會寄予更高的幻想。(B-1-37)

我會開放問問題讓大家回答嘛，然後有一些問的時候，我覺得，可能覺得我回答的有打到他，那他可能就會想要來諮商，但，然後之後他來諮商，他可能會覺得說好像不是這麼一回事，可能是在上面的回應的確那句打到他了，但不可能來的時候每一句都打到他，那他就覺得，諮商好像沒那麼有效，那他可能就走了。(A-1-56)

可以從個案的感覺當中能夠去感覺到說他抱有很大的期待…也有個案比如說追蹤我的粉專追蹤到很久了，然後他覺得來到我這邊是能夠，他一直都很想要親自的跟我聊聊，但來了之後呢，他其實也覺得不錯，可是就是沒有他預期的好，或者是聊了之後第一次他反而沒有被很了解的感覺，然後之後就沒有再來了。(A-2-43)

二、諮商效能的期待落差導致失望

受訪者發覺讀者／當事人閱讀心理師的文章後，認為獲得了許多得以自助的知識，或是因文章引發的共鳴，對於能夠被心理師理解、並解決問題投以高

度期待，然而諮商非能速成，因此與當事人對諮商效能的期待產生落差。

越覺得他（心理師）會理解我（個案），那我抱的期望就越大嘛，那那個期望不可能說，因為真實的諮商是要慢慢的磨的，不太可能說一次兩次以內就解決，那抱著期望那麼大，然後來，然後就只會更加的幻滅而已。（A-1-53）

我覺得很多個案來，甚至有些上過我的培訓課程來的，那他也會覺得，呃，他好像已經知道很多東西了，那他好像應該會很快好起來，但卻沒有。那這個狀況其實蠻常發生的。（A-1-55）

參、 文章的自我揭露促發當事人追問心理師私事

一、 當事人探問心理師經驗以評估困擾是否可解決

在諮商中，當事人會針對心理師在社群網站中關於個人經驗的自我揭露，做進一步的探問。心理師覺察當事人並非對心理師的經驗感到好奇，而是透過探問，瞭解自己的困擾是否有可能獲得解決。

我自己的經驗是，就是讓個案感覺到被同理，他知道，因為真的在那個很絕望的狀態，覺得莫名其妙，我說他對自己的症狀覺得莫名其妙，然後因為莫名其妙所以對於治療是很悲觀的，那這樣抱持很大的疑問是我到底會不會好？（A-2-53）

比較多的情況是對你感到好奇，這個好奇可能是想要拉近關係，可能是有很多其他不同的目的，目的不一定不好的…因為他們想要知道，可能不是真的說，欸…就像○○○能不能好起來一樣，他們並不是真的想知道我是怎麼好起來的，他有一部份是想要知道沒錯，但更大部分是想要知道他自己有沒有好起來的可能。（A-2-56）

二、 當事人透過探問心理師經驗試探信任關係

有時當事人進一步探問心理師在社群網站的自我揭露，心理師認為其用意多半不是對心理師的好奇，而是透過探問，側面評估、試探心理師是否能夠真正理解自己的困擾。

那其實他也想會知道的是，到底我能不能夠理解他，對阿。那基本上這部分我，大概也都會說，適當的說，因為說太多，因為要說其實說不完，在短時間內說不完，所以我通常會適當的說，讓他們，重點讓他們知道說，我是也有類似的狀況，然後我其實是理解他的，揭露到這個程度就可以了。(A-1-93)

有一些是他們可能問你有沒有孩子、有沒有結婚這種的，但是那種比較多都是說，他來有…比方我談婚姻的議題阿，他想知道我有沒有結婚啊，那我可能讓他知道我有結婚啊，就是比較知道婚姻中發生甚麼事情，比較能理解夫妻中的衝突，或是親子教養上遇到，我覺得我可能會提到我有孩子這件事情…理解他，對，我能不能懂那些經驗。(C-1-109)

小結

此節討論心理師經營社群網站、撰寫文章的舉動，對於有閱讀文章的當事人之關係與互動，有何影響。由研究對象的經驗可得知，社群網站文章能使讀者、當事人感受共鳴，在進入諮商之前即對於心理師存有較佳的印象，促使諮商信任關係的建立。然而，透過文章對心理師構築的形象，或是感受被心理師理解，也可能理想化心理師與對諮商的期待，進而因為落差而感到失望甚至終止諮商。此外，當事人對於文章中心理師揭露的資訊，也可能會有所聯想與投射，並產生對關係的存疑。而心理師的文章，也成為當事人在諮商中進一步探問心理師私人經驗的來源，當事人透過探問評估與試探自身問題是否能被得到解決，以及心理師是否有足夠的相似經驗以理解當事人。

第五章 研究討論

壹、經營社群網站之動機

2001 年時，《心理師法》通過心理師成立心理諮商所與心理治療所，心理師的職業型態，有了新的選擇，經營自費心理諮商成為近年心理師投入的熱門職業型態。本研究蒐集現有近 130 筆心理師經營的社群平台，以 Facebook 粉絲專頁為例，追蹤人數最高的前 30 筆，有將近三分之二的心理師是經營自費諮商或擔任行動心理師。而本研究的四位受訪心理師，亦皆以自費心理諮商為主要工作型態，其中三位則由教育機構的專任工作轉職。

當自費心理諮商形成競爭市場，如何營造心理專業形象、如何行銷也成為心理師的必備能力（王金石、朱翠瑾，2003），以行銷 4P 模組而言，必須提供行銷管道，讓需求者了解心理諮商的服務（吳禹廷、何慧儀，2017）。

受訪者普遍深刻感受，在民眾選擇眾多的市場，心理師本身即為品牌，心理師的曝光度、知名度，會影響經營自費心理諮商的案源。一如 Zur（2009）對民眾與諮商的距離之觀察，消費文化的盛行，諮商使用者從病患的角色，轉變為主動的消費者，消費者在選擇的過程，更加需要掌握「品牌」的資訊，預測所投入諮商的資金能夠獲得的效益。因此，能讓自身專業品牌在市場中展現獨特性、提高曝光度，也是受訪者選擇對外經營心理師公開身分的動機之一。

網路的普及與更新，使資訊流通更加快速，幾乎成為行銷必備的工具。在心理諮商領域，已有眾多心理諮商機構設立網站，提供資訊並增加曝光率（葉寶玲，2013）。其中，社群媒體在台灣的使用率高達 79.2%（臺灣網路資訊中心，2019），亦已有許多心理師運用 Facebook 進行推廣、宣傳（吳禹廷、何慧儀，2017）。受訪者亦鑒於社群網站的流行，一致選擇社群網站為經營專業身分的媒介，除了宣導心理健康知識，也附加了行銷、提高知名度的功能，此與葉寶玲（2013）針對心理師架設網站的動機之研究結果是相似的。

此外，受訪者認為，在網路搜尋引擎方便的時代，除了心理師有提升曝光度的需求，民眾抉擇心理師，也如同消費行為，決策前會搜尋相關資訊，對心理師有初步的認知，並藉以評估心理師符合自身需求的程度。若是無法獲取任何心理師的個人資訊，反而可能引發民眾對心理師的聯想，或因為不確定感而降低選擇的可能性，如 Zur (2009) 的觀點，心理師的公開資訊能塑造較為親切的形象，並使大眾有足夠資訊選擇切合自身需求的心理師。Watkins (1990) 的研究也指出，若心理師完全不做自我揭露，當事人容易感到關係的疏遠。因此，社群網站可使有心理諮商需求的民眾，較容易藉由此管道取得心理師的相關資訊，也使心理師能達成心理諮商專業的行銷目的：建構心理諮商的正向形象、提供民眾選擇 (王智弘，2007)。

本研究另發現，心理師公開的網路資訊，除了是民眾抉擇心理師的判斷依據，其影響也延伸至諮商的進行。由受訪心理師的角度而言，當事人對心理師已有部分認識，能夠提高雙方的適配性，並降低從諮商晤談開始後方能評估是否合適、所需耗費不低的資金與時間成本。

然而四位受訪者經營社群網站的歷程並非相似，部分受訪者最初經營的動機是提升知名度、增加工作來源，但也有受訪者起初的動機是記錄與分享，例如受訪者 B 所陳述「我一開始成立部落格跟臉書的專頁都不是為了行銷，我覺得比較像是我看這老師們寫文章，我覺得對我很有幫助，然後我覺得我生命有得到一些滋養，…但我覺得我自始至終的動機主要還是希望可以分享我覺得我喜歡跟有幫助的事情，可是當然啦，我覺得這幾年行動心理師的曝光率很重要，所以我還是會帶著一點點推銷我自己的動機在經營這件事情，就是把已經很有熱情的東西變得更有規格跟系統化的一套模式在做。(B-1-13)」。此外，也有受訪者期望透過社群網站，達到心衛推廣的作用，如受訪者 A 提及「其實有蠻多自己的想法，會想要跟更多人分享…比較像是心衛推廣的想法，比如說我對於 O O 有蠻多自己的想法，我剛開始經營粉專就是這樣嘛，那時候寫一些感

情的文章，或是寫一些這個情緒的文章…然後覺得好像可以結合一些比較專業的東西進來，然後再傳遞給更多人。所以我覺得第二個主要目的就是心衛推廣。(A-1-13)」。

貳、社群網站自我揭露之考量與決策

自我揭露原指在諮商晤談中，心理師向當事人揭露自身相關的資訊、感受等，也普遍被視為諮商技術之一 (Pope, 1987)。然隨時代演變與心理諮商工作型態的變化，心理師自我揭露的定義也進而延展，除了網路資訊發達造成被動的自我揭露，心理師經營社群網站、撰寫文章的行為，可視為廣義、延伸至諮商室之外且更為主動、刻意之自我揭露 (Zur, 2009; Barnett, 2008)。而對照 Knox 與 Hills (2003) 對心理師自我揭露的分類向度，受訪者在社群網站的自我揭露，主要是事實性、感受性、洞察性的自我揭露，即不牽涉與當事人的互動、而是以心理師為主體之自我揭露。本節探討心理師在經營社群網站時所做自我揭露的考量與決策，發現主要有三個面向的考量，包括重視當事人福祉、評估對諮商關係之影響，以及心理師個人的考量。

研究發現心理師經營社群網站時的考量，如同實際諮商晤談，諮商倫理是重要的依據。首先為當事人的保密原則，在「台灣輔導與諮商學會諮商專業倫理守則」中的諮商機密項目，以及「諮商心理師專業倫理守則」中，皆規範心理師必須維護當事人的隱私，若必須揭露相關資料時，也需以當事人的利益為優先考量 (台灣輔導與諮商學會，2001；中華民國諮商心理師公會全國聯合會，2012)。心理師經營社群網站時，多會於文章中舉出事例以說明概念或引起讀者閱讀興趣，若無經當事人同意，公開其資訊，是違反倫理規範之行為 (周佑芯、蔡忠霖、林婕妤、顏莉穎、陳玉容、吳芝儀，2021)。王智弘 (2004) 亦提及，諮商的專業行銷與一般商業行銷的做法不同，必須符合諮商專業倫理的原則。而研究受訪者普遍認同且謹守當事人的保密原則，除了倫理的明文規範，也避免破壞諮商信任關係而對當事人造成傷害。受訪者若撰寫案例，則抽

取重要議題，並混合當事人背景資料或建構虛構角色的方式，以防當事人投射或對號入座。受訪者亦會將社群網站的保密原則，一併列為當事人的知後同意項目，較為不同的是，部分受訪者會額外在社群網站註明案例的虛構性，以使有意尋求諮商的民眾及早瞭解自身能夠被保障的權益。

此外，心理師的自我揭露是否可能引發關係動力的擾動，也是心理師決策時的重要考量。APA (American Psychological Association) 諮商人員倫理守則中，規範心理師自我揭露之前必須評估是否可能影響諮商效能，以及不適宜的自我揭露猶如形成不當的雙重關係，對當事人有負面影響 (Behnke, 2015)；Watkins (1990)、Knox 與 Hill (2003) 的研究則指出，心理師不恰當、過多的自我揭露，可能模糊心理師與當事人的關係界線，或是擾亂諮商步調，使當事人產生移情 (Farber et al., 2004)。受訪者的經驗與上述研究相似，覺察自我揭露可能會引起當事人對心理師的聯想或投射，因此嘗試以讀者的視角，避免撰寫負面影響關係或投射的內容。此外，有受訪者避免撰寫諮商工作心得或省思，認為此舉會破壞關係的單純，影響關係動力、動搖信任關係，如同關係中的「暗流」(李茲穎，2012)。

第三個部分是心理師的個人考量，為「心理師的透明度」，即心理師揭露自身資訊多寡的程度 (Jourard, 1971)。其中心理師對諮商專業的信念、採用的理論會影響心理師自我揭露的程度 (Hill & Knox, 2002)，有研究受訪者認為需要維持一定程度的隱形；另則是使用社群網站時普遍被重視的潛在隱私風險 (許碧香，2020)，受訪者維護自身與親友的隱私，也避免使自己與親友暴露於人身安全的風險。

參、經營社群網站與專業工作之形象

Goffman (1959) 以劇場比擬人際互動，認為個體與他者的互動，像是戲劇演出，個體為演出主角，他者為觀眾，個體依照互動情境，展演出符合他者期待的形象與模樣。因此這些互動也形成了個人的「前台」，即需要刻意掌控形象

的場域；「後台」則與前台相反，是個體評估不須掌控自身行為與形象的場域。本研究針對受訪者以心理師的角色經營社群網站以及執行諮商工作時，所呈現的形象進行探討，發現以心理師專業角色經營的社群網站，並不如一般個人使用的社群網站，可成為不刻意塑造形象、跳脫角色腳本的後台空間，而是必知覺並接收讀者、即觀眾的角色期待、並呈現特定形象的前台。而由受訪者對社群網站與諮商工作的認知，可瞭解兩者皆為心理師的前台，且期待兩者所展演的形象是盡可能一致的。

此外，Goffman (1959) 認為在互動過程中，人們會試圖透過關於對方的資訊，因此人們也會依互動中他者的期待、互動情境，來掌握自我呈現的模樣 (Baumeister, 1982)，並可能表現出符合特定形象的行為。而社群網站提供使用者透過自我揭露來形塑正向的形象 (Walther, 1996)，心理師亦同，吳禹廷與何英奇 (2017) 以行銷的觀點解析諮商專業如何與大眾連結，指出心理師創造自身品牌，透過品牌營造與傳達專業的諮商形象與內涵。研究受訪者以專業身分經營社群網站時，重視專業形象的維持，在自我揭露時考量能否兼顧專業度，避免與專業形象有所衝突的自我揭露，以維持讀者的信任度。此舉反映了心理師的決策，也來自對自身的專業認同。心理師的專業認同，是心理師實踐專業角色、做決策時的參照 (Brott, & Myers, 1999)，在本研究中，心理師的決策除了考量心理師的角色期待，也會參照諮商的倫理原則，如同管珮君 (2013) 指出專業認同包括了專業角色期望，以及專業行為規範。此外，心理師在社群網站時形象的設定與期待，會嘗試以讀者的觀點，思考文章自我揭露的內容與程度，一如張春興 (1987) 提出個人認同中的內涵所述，專業認同當中包含了社會對職業既定的期待。

然而，即便期望社群網站與諮商工作時呈現的形象一致，兩者仍可能有差異。其一，如陳惠玲 (2002) 敘述相較於面對面互動，網路的互動沒有非語言行為等的脈絡，人們較能自在的表達；劉惠涓 (2006) 亦提及網路非同步、限

縮之人際線索，致使網路互動與生活面對面互動的特性有差異，受訪者覺察在諮商時與社群網站撰寫文章的表達習慣、方式不一樣，而當事人也可能感受到此差異，受訪者認為此差別與兩者互動所展現的訊息類別，比如是否有非語言訊息所造成。

另外，心理師感受經營社群網站的行為，與諮商專業工作有本質上的差異而造成矛盾。例如網路的快速，對比諮商是較為緩慢、深沉的步調；以及社群網站的高度自我揭露、曝光，與心理師須有限度的自我揭露，亦是受訪者知覺的差異性，因此需在兩端之間衡量並達成平衡。

肆、社群網站影響諮商關係互動

網路普及與社群網站的興起，成為心理師傳遞資訊、推廣心理衛生知識的契機，網路也連結起心理師與有諮商需求的民眾之連結。然此現象改變當事人所能獲取心理師資訊的程度，亦即心理師的透明度，雙方之間的界線也有了改變 (Behnke, 2008; Zur, 2009)。社群網站擴展了心理師自我揭露的定義與範疇，經營社群網站所撰寫的文章亦可視為自我揭露的行為。

本研究發現心理師在社群網站的自我揭露對當事人或關係的影響，與在諮商中自我揭露的影響，各有相似與相異之處。心理師適度的自我揭露，可以增加當事人感受到自身與心理師的相似性、共同性，也使心理師呈現平易近人與真實的形象 (Knox et al., 1997; Knox & Hill, 2003; Tantillo, 2004)，也可以降低當事人初參與諮商的焦慮 (Giannandera & Murphy, 1973)。此外，心理師自身經驗的揭露，也能一般化當事人對自身困擾的羞愧，降低當事人對於被批判的恐懼 (Hoffman & Spencer, 1977; Hoffman & Graff, 1977)，也使當事人感受關係較為平等 (Knox, 1997)。本研究受訪者普遍覺察，瀏覽其社群網站的當事人，因從中獲得共鳴感，進而在諮商之前，即間接與心理師建立連結，並且相信自身困擾較有可能為心理師理解，對心理師的信任感因而提升。

然而，如李茲穎 (2012) 研究發現，社群網站與諮商時的心理師，以當事

人的角度而言，可能是不一致的角色，當事人對於心理師在社群網站的揭露，會形成特定形象的想像，或是對文字內容有異於心理師本意的解讀，皆可能對諮商關係造成影響。本研究的受訪者亦提及，社群網站的自我揭露會引發當事人對心理師的聯想與投射，進而對心理師或關係產生質疑；另外，當事人也可能將心理師理想化，對心理師或諮商寄予高度期望，即便文章與諮商對當事人的助益本有性質上的差異，但當事人不見得能夠理解，因此對心理師與諮商的效能產生失望的感受，甚至決定終止諮商關係。

此外，由研究受訪者的經驗得知，有部分當事人會針對心理師在社群網站的自我揭露做進一步的探問，對受訪心理師而言，當事人的追問並非負面現象。受訪者利用此現象，評估當事人的動機與狀態。而受訪者覺察，當事人通常並非對心理師的私事感到興趣，而是藉此瞭解自己的困擾是否有解決的可能性，有時也側面試探心理師是否可以理解自己經歷的困擾，由此可知，當事人對於自身的困擾是否有機會被解決的信心，或是心理師是否為能信任的工作同盟是重要的。Strong (1968) 連結人際溝通的理論，提出諮商者的可信任性、呈現專業感，對於諮商效能有所助益，因此心理師能覺察社群網站文章「創造」關係的互動，就能運用之促進諮商關係的提升。而邱珍琬 (2007) 認為心理師的自我揭露有時能提升信任、為當事人的困擾帶來新的觀點，當事人的提問反而是讓心理師瞭解與覺察其焦慮的契機，心理師能夠給予同理，並且以自身經驗作為當事人的支持，提升當事人的信心。

第六章 研究結論、建議與反思

本章共分為三節，第一節為研究之摘要結論，第二節根據研究結果，針對心理師經營社群網站之建議以及對未來相關研究提出建議，第三節為研究反思。

第一節 研究結論

本研究旨在探討心理師以專業身分經營社群網站、在社群網站自我揭露的經驗與決策，以質性訪談的方式訪問四位心理師的經驗，瞭解經營社群網站的動機、社群網站自我揭露的決策、社群網站與諮商場域的形象異同，以及心理師知覺經營社群網站的行為，對諮商關係會造成之影響。

壹、經營社群網站之動機

一、網站行銷個人品牌，提升知名度

心理師職業型態的變化，自費心理諮商成為許多心理師的職涯選擇，而自費諮商的競爭市場，促使心理師必須進行自我行銷，個人專業品牌化。網路的發達與社群網站的興起，提供心理師曝光的管道，因此透過經營社群網站，使大眾更易觸及心理諮商，並提升心理師個人曝光率與知名度，增加案源。

二、心理師公開資訊增加諮商關係信任度

當心理諮商由被動的醫療處遇，漸擴展為民眾主動選擇的行為，心理諮商也轉化為一種消費模式，有諮商需求的民眾如消費者，依據自身需求選擇心理師。足夠的資訊成為選擇時的判斷依據，因此心理師適度於網路公開資訊，使民眾能夠選擇符合需求的心理師，提高諮商關係的適配性，減少確認適配性所需花費的時間與費用成本，同時也增加諮商的信任度。

貳、社群網站自我揭露之考量與決策

一、維護當事人隱私權

心理師在社群網站會以人物故事作為舉例，然心理師亦普遍重視當事人的隱私權，因此皆避免在社群網站撰寫真實的當事人案例，而是混合或虛構人物

背景、抽取常見當事人的議題杜撰，以維護當事人的權益、避免對諮商的信任關係造成傷害。

二、維持諮商關係單純與一致

心理師於社群網站撰寫文章時，謹慎斟酌內容是否可能引發讀者、諮商當事人對心理師的聯想與投射，以讀者的視角拿捏自我揭露的內容，避免影響諮商的信任關係。另外，心理師也避免撰寫諮商工作心得與省思，以避免當事人對號入座，或是對關係動力產生負面的影響。

三、維護心理師個人生活隱私

心理師撰寫文章時，重視個人隱私的維護，一方面保護自身的人身安全，同時也與當事人維持適度的界線，以避免混淆。此外，心理師亦著重親友的隱私，因此避免在社群網站透露親友的資訊。

參、經營社群網站與專業工作之形象

一、社群網站形象的設定

研究發現受訪者普遍期望在社群網站所呈現的形象、態度，與諮商晤談時是盡可能一致的。受訪者也希望透過社群網站呈現心理師專業的形象，增加信服力，讓尋求諮商的民眾、當事人對心理師能產生信任。另外，心理師也會在個人特質與期待心理師所應展現的特質之間做權衡，避免兩者有明顯的矛盾。

二、社群網站與專業工作形象的差異

社群網站的文字陳述，與諮商時面對面的口語表達，因非語言訊息、溝通即時性的差別，致使呈現的形象也會有些差異。此外，受訪者認為社群網站快速、高度自我揭露的特性，與諮商工作較為內斂、緩慢的特質，以及有限度的自我揭露，有矛盾之處，因此需在經營社群網站時有所權衡。

肆、社群網站影響諮商關係互動

一、文章影響當事人對諮商關係的信任

心理師經營社群網站、撰寫文章的行為，對於諮商關係的建立有所助益，

在當事人進入諮商前，文章引發的共鳴即幫助當事人與心理師建立信任的連結。然讀者與當事人對心理師的文章可能有各自的解讀，因而對心理師或關係產生聯想或投射，進而影響關係。

二、當事人透過文章理想化心理師

由於當事人可能從心理師的文章獲得共鳴，因此對心理師或諮商效能有高度的期待，期望自身經驗能為心理師所理解，當進入諮商後，因期待與實際的落差而感到失望，甚至終止諮商。

三、文章的自我揭露促發當事人追問心理師私事

心理師經營社群網站，在諮商中所衍伸的互動，即為當事人追問心理師社群網站的自我揭露。心理師則傾向探索當事人探問的動機，覺察當事人可能藉此評估自身困擾能否解決，以及透過探問心理師的經驗，評估自身困擾是否能被心理師理解。

第二節 研究建議

壹、心理師經營社群網站之建議

一、以當事人的權益為優先考量

心理師經營社群網站所吸引的讀者，可能成為心理師的當事人，加上諮商關係的特殊性，使得心理師經營社群網站，所需考量的面向不僅是曝光率、推廣的成效，還包括諮商倫理議題。心理師須以當事人視角，思考社群網站的文章對當事人產生的可能影響，雖然文章對當事人的效應並非心理師可完全掌控，但心理師仍可依循諮商倫理的原則，維護當事人的隱私、傳遞正確訊息、拿捏自我揭露的程度等，並提高社群網站對當事人影響的敏感度，以維護當事人的權益。

二、覺察且運用經營社群網站對關係的影響

心理師經營社群網站為心理師的諮商工作帶來多面向的效益與影響，除了增加民眾的心衛知識，也幫助心理師擴展知名度，增加案源。心理師與當事人

的連結，不再只是諮商室內的晤談互動，如當事人透過文章，增加對心理師的信任感。然而社群網站的自我揭露或互動，也可能引發當事人的投射與聯想、討好，影響關係動力。因此心理師必須敏覺社群網站的身分或文章，對當事人產生的意義，然而當事人、心理師與網路行為三者所構成的互動，對關係並非絕對負向，若心理師能覺察，雙方的互動、當事人的反應也能成為諮商中討論的契機與素材，例如連結當事人本身的困擾議題，並為當事人帶來新的覺察。

三、建立心理師經營社群網站的督導制度

由於心理師經營公開的社群網站，將諮商關係的互動延伸到了諮商室外，受訪者普遍覺察社群網站的經營，對關係的互動的確產生影響。然經營社群網站時，不僅是撰寫文章的決策，還有許多由社群網站的功能衍伸的互動，例如發文內容、回覆留言的時間與方式等。受訪者 A 即認為，以上社群網站的互動，有別於諮商對談的互動，但並非每位心理師督導都經營社群網站、能提供相關的經驗並加以指導，如受訪者 A 所述「我的督導在這方面並沒有，他並沒有、完全沒有經驗，所以我們討論起來，可能他只能就他原本的經驗去做想像，可是其實在這個網路的領域，又到了另一個層面，它是一個完全不同的層面，那，對於要怎麼去維繫這樣子的關係，有時候在網路上面跟個案，或是跟我的受眾之間的關係，那這個東西我是覺得值得探討。(A-2-42)」。

受訪者 A 亦提即「在網路上開粉專這件事情，我自己覺得不管是倫理，或是方式、回覆方式、po 文方式啊，各種留言方式、回覆留言方式這些，其實我認為都需要一個督導。(A-2-41)」。無論是受訪者 A，或其他受訪者的經驗，能得知經營社群網站時的決策，普遍會考慮對諮商關係所產生的影響，這些決策同時也涉及倫理議題，必須謹慎以對。因此若建立經營社群網站的督導制度，可使欲經營社群網站之心理師能有方向可循，做出適切的決策。

貳、未來研究建議

一、以諮商當事人為主體進行研究

本研究試圖瞭解心理師如何對經營社群網站的自我揭露進行決策，以及以心理師的視角覺察經營社群網站對諮商關係的互動產生的影響。受訪者所能觀察到的現象包括文章增加當事人的信任，同時可能理想化心理師，或是當事人主動討論與追問心理師文章揭露的個人經驗等。然受訪者亦感無法全然得知或掌握社群網站的文章，會如何在諮商關係中發酵，例如當事人是否因透過文章得知心理師的價值觀，出現討好的行為，或是其他文章所引發當事人的想法、感受，當事人不見得會主動在諮商中提及。因此建議未來研究可以當事人的經驗為主體，瞭解透過社群網站決定參與諮商的當事人，或是諮商同時有瀏覽社群網站的當事人，如何看待心理師的文章，以及由當事人的視角，瞭解心理師經營社群網站，會如何影響雙方的互動，作為心理師在經營社群網站、撰寫文章時的決策參考。

二、社群網站上的互動對關係的影響

受訪者在訪談中提及，在經營社群網站時，須面對的決策範疇不僅是撰寫文章此自我揭露的行為，當事人與心理師在社群網站上的互動，如回覆當事人文章留言、私人訊息等，亦是延伸了雙方關係的接觸互動，例如「我覺得心理師經營社群網站會面對一個比較大的問題，是當個案私訊的時候，比如說，我在上面有沒有回他？或者是我隔了多久回他？或者是，我回他到底是在這一次諮商之後，應該說兩次諮商中間，還是說，我們已經要諮商了，那我到底要不要回他？就是那個回覆時間的問題，或是回覆時間延遲多久這種問題，我覺得是比較需要拿捏的（A-1-75）」、「我有一個當事人有跟我談到，他那時候傳了一個東西（社群網站私人訊息），我沒有回太多，我請他找他原本系統的人幫忙，這件事讓他覺得不太舒服，我就花了一點時間跟他聊聊這件事情（B-1-119）」。

除此之外，社群網站有能夠即時互動的直播功能，心理師所呈現的不只文字，

也包含更多非語言訊息，以及與觀眾的互動，心理師在這個功能的操作上，是否也有與文字揭露時不同的考量？由此可知，除社群網站文章撰寫，網站上具有互動性的操作，對於關係亦會造成影響，也觸及更多倫理議題，心理師亦須審慎斟酌。因此建議未來可針對這一部分進行更仔細的探索與研究。

第三節 研究反思

壹、研究歷程反思

一、牽涉倫理議題的研究困境

此研究議題探討心理師的經驗與決策，然關於諮商專業的決策，實則牽涉諮商倫理議題。倫理議題的研究有兩個較為困難的層面，一為研究者對於倫理議題的主觀立場，除了可能影響文獻的蒐集方向，更會直接影響訪談問題的設計，在進行訪談時，也容易發生預設立場的引導問答，降低了訪談資料的可信度。因此，在研究者的訪談問題中，除了依據文獻提出，部分則是以研究者自身經驗，詢問受訪者的經驗與想法，針對後者的問題，研究者會說明問題的由來是研究者的體驗，將重點置於受訪者相關的經驗，並且延伸詢問經驗的細節，以避免模糊焦點或對受訪者形成主觀的立場而影響其回答。

其二，倫理議題的問題設計，影響受訪者是否容易依據倫理原則，回答偏向客觀、或是專業期待的內容。研究者試圖避免過度詢問受訪者「認同與否」或是聚焦「認知」的問題，盡可能將重點置於受訪者的具體經驗、事件發生過程，再由過程的描述帶出受訪者觀點，期能深入瞭解受訪者的真實經驗。然由訪談資料的整理，覺察在該部份訪談，探尋受訪者經驗仍有再更仔細的空間，也應在受訪者陳述經驗後，當下梳理與釐清受訪者在做各決策的動機與考量。

二、經營社群網站與心理師諮商取向的關聯性

訪談過程，研究者針對受訪者是否認為主要採用的諮商取向，影響其經營社群網站自我揭露的決策做提問，發現受訪者普遍認為非以諮商取向做為決策

的直接依據，而會以諮商倫理的原則作為考量。然研究者也曾聽聞有其他心理師認為經營社群網站的行為，與自身諮商取向的論點相為矛盾，因而選擇不經營社群網站。心理師自身的諮商取向，是否影響經營社群網站的決策，或者會如何產生影響，尚需進一步探討，如將研究對象擴展至各種理論取向的心理師，以量化方式調查、瞭解各取向的心理師對於經營社群網站之態度，並輔以質性敘述了解其理論取向的觀點，比對其經營社群網站時決策的考量，進而瞭解心理師採用諮商理論與決策之關聯性。

貳、研究主題之反思

一、經營社群網站的權衡

回想過去尋求自費諮商的經驗，在選擇心理師的過程，除了地區性、費用是考量因素，心理師的社群網站也是重要依據。雖然自費諮商機構普遍提供心理師的名單與專長，但是發現若心理師有經營社群網站，心理師的形象、印象更加立體，一旦從文章「感受」心理師的特質，或是從心理師文章的見解獲得共鳴，選擇該心理師的可能性即增加了。由受訪者的經驗亦得知，曝光率的确是經營社群網站的重要動機之一。然而除了有效增加辨識度的優點，經營社群網站對於雙方進入諮商後產生的效應，實為複雜。研究者自身諮商的經驗，也曾發生誤解文意、心理師重新解釋的狀況，如同受訪者提及，讀者對心理師的文章，各有自己單方面的解讀；此外，透過文章引發的共鳴以及對心理師形成的印象，確實會進一步對晤談的模樣有既定的想像與期待，然實際晤談牽涉關係的互動，與文字的確容易有差異，對照受訪者的經驗，若心理師沒有覺察此現象與處理，落差造成的負向感受有可能使當事人終止諮商。再者，站在當事人的角度，若諮商進入較為深度的階段，心理師的舉止，更容易引發當事人對心理師的聯想，若心理師能覺察並討論，對於關係甚至是當事人的困擾可以是助力，但是風險在於當事人不一定能主動提出、心理師也無法全然的掌握，則可能造成未被覺察的關係擾動。綜括上述，心理師經營社群網站的確需多方權

宜，無論是文章的類別、文章塑造的形象，或是讀者對文章的聯想，都是經營者可以思考的面向。

二、研究者個人經驗的影響因素

此研究的發想最初源自於研究者身為諮商當事人角色時的經驗，因而對於心理師經營社群網站時的決策，以及由社群網站衍伸的關係互動感到好奇，進而透過文獻的佐證形成研究目的與訪談問題。然而在訪談後，比對、整理研究者自身的經驗，對於研究者自身透過經驗所形成的問題，是否與研究者的學術背景而產生的視角有關，產生了疑惑。例如受訪者 D 提及「我不會在我粉專上面寫我甚麼取向，因為對我來說，可能粉絲也看不懂吧，絕大部分是不懂…只有相關科系的才會知道，不然如果我在上面講說我甚麼取向，『甚麼東西啊？』（D-1-65）」，研究者接受諮商的經驗，確實會關注心理師在社群網站公開其諮商採取的理論取向或是對諮商的觀點，當心理師的談話與論述有所出入時，的確會對心理師產生疑惑，進而影響關係。以該例子而言，若當事人並非諮商背景，是否的確不會有上述諮商時的狀況發生？

因此，究竟非諮商背景的當事人，對於心理師經營社群網站對諮商關係產生之影響的知覺，是否與諮商背景的當事人有差異，需要透過以當事人為主要的研究，尚能有更仔細的瞭解與驗證。

參考文獻

中文文獻

- Dreamers Corp. (2009 年 3 月 17 日)。甚麼是 Web 2.0? 【部落格文字資料】。
<http://dreamerscorp.com/blog/%E4%BB%80%E9%BA%BC%E6%98%AFweb-20/>
- 中華民國諮商心理師公會全國聯合會 (2012)。諮商心理師專業倫理守則。
http://gc.ncue.edu.tw/history_report_file/1386160714_2.pdf
- 王文科、王智弘 (2010)。質的研究的信度和效度。彰化師大教育學報, 17, 29-50。
- 王秀芬 (2011 年 6 月 29 日)。網路社群媒體發展分析【部落格文字資料】。
<https://mic.iii.org.tw/AISP/FreeS.aspx?id=2965>
- 王金石、朱翠瑾 (2003)。執業心理師專業培養與心理診所專業經營之模式研討。諮商與輔導, 215, 16-20。
- 王智弘 (2004)。後心理師法時代社區諮商輔導機構發展的重要議題—服務轉型、倫理建立與媒體運用。九十三年全國生命線年會大會手冊, 58-64。
- 王智弘 (2007)。助人專業如何運用媒體以進行專業行銷。台灣心理諮商通訊, 204。 <http://www.heart.net.tw/204-1.html>
- 王麗容 (1980)。我國社會工作人員專業認同與專業滿足之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺灣大學, 臺北市。
- 吳禹廷、何英奇 (2017)。諮商心理師的行銷之道。諮商與輔導, 374, 21-26。
- 吳禹廷、何慧儀 (2017)。從社會學行銷觀點談心理諮商的推廣。諮商與輔導, 383, 24-29。
- 吳慎慎 (2003)。教師專業認同與終身學習：生命史敘說研究 (未出版之博士論

- 文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 李茲穎 (2012)。「你今天 fb 了嗎」— 心理諮商人員使用社群網站之經驗與決策探討 (未出版之碩士論文)。國立臺北教育大學，臺北市。
- 李華璋 (2001)。諮商人員專業認同歷程分析研究 (未出版之碩士論文)。國立彰化師範大學，彰化縣。
- 周佑芯、蔡忠霖、林婕妤、顏莉穎、陳玉容、吳芝儀 (2021)。斜槓心理師專業認同與生涯承諾之探討。諮商與輔導，423，15-18。
- 林天祐 (2002)。認識研究倫理。載於臺北市立師範學院輔導中心，研究論文與報告撰寫手冊 (96-134)。臺北市：臺北市立師範學院輔導中心。
- 林本炫 (2007) 不同質性方法的資料分析比較。周平、楊弘任 (主編)，質性研究方法的眾聲喧嘩。嘉義縣：南華教社所。
- 林思瑀 (2019)。教養專家社群網站內容行銷之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 林美珠，田秀蘭 (譯) (2006)。助人技巧：探索、洞察與行動的催化 (原作者：Clara E. Hill)。學富文化。
- 林祐興 (2009)。影響部落客自我揭露意圖因素之研究—以台灣地區為例 (未出版之碩士論文)。朝陽科技大學：臺中市。
- 邱珍琬 (2007)。諮商技術與實務。五南圖書。
- 邱珍琬 (2012)。我的諮商理論取向及型態形成過程—一個自述研究。應用心理研究，56，55-97。
- 邱秋雲 (2003)。網路戀情者個人特質與其網戀經驗之初探 (未出版之碩士論文)。國立交通大學，新竹市。
- 修慧蘭 (譯) (2007)。諮商與心理治療理論與實務 (原作者：Gerald Corey)。雙葉書廊。
- 高淑清 (2001)。在美華人留學生太太的生活世界：詮釋與反思。本土心理學研

究，16，225-285

- 高淑清 (200818)。質性研究的 18 堂課：首航初探之旅。麗文文化事業。
- 高淑清、廖昭銘 (2004)。父母親職經驗之現象詮釋：以家有青春期子女為例之初探。應用心理研究，24，117-145。
- 高筱綺 (1999)。個人溝通風格、對網路空間的認知及其個人網頁自我呈現之研究—以交通大學學生為例 (未出版碩士論文)。國立交通大學，新竹市。
- 張春興 (1987)。心理學概要。東華書局。
- 張素惠 (2006)。義務張老師自我效能與專業認同之研究 (未出版之博士論文)。國立暨南大學，南投縣。
- 張齡方、曾裕玲、楊璧如 (2012)。自我揭露在諮商中的功能與限制。輔導季刊，48 (4)，54-62
- 許慈雅 (2011)。社交網站與組織內人際關係改變之關聯性研究—以 Facebook 為例 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，台北市。
- 許碧香 (2020)。社會大眾參與社群網站認知風險之研究。全球管理與經濟，16 (1)，45-64。
- 連廷嘉、徐西森 (譯) (2006)。諮商與心理治療質性研究 (原作者：McLeod, J.)。心理出版社。
- 陳向明 (2002)。社會科學質的研究。五南圖書出版。
- 陳姿蓓 (2010)。請看我表演！探討網路社交平台的自我展演 (未出版之碩士論文)。國立臺灣藝術大學，新北市。
- 陳惠玲 (2002)。Goffman 劇場理論主要概念的提出。網路社會學通訊期刊，20。 <https://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/20/20-14.htm>
- 陳惠玲 (2002 年 1 月 15 日)。Goffman 劇場理論主要概念的提出。網路社會學通訊期刊，20。 <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/20/20-14.htm>
- 鈕文英 (2017)。質性研究方法與論文寫作。雙葉書廊。

- 黃致慧 (2008)。藝術治療師專業認同之研究 (未出版之博士論文)。國立高雄師範大學，高雄市。
- 黃榮華 (2010)。Facebook 行銷模式研究—以 7-Eleven 粉絲專頁個案為例 (未出版之碩士論文)。國立臺北科技大學，臺北市。
- 黃禎慧 (2011)。諮商心理師專業認同與工作滿意度之探究 (未出版之博士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 葉寶玲 (2013)。心理諮商所與心理治療所網站經營經驗初探：中部地區兩例個案之訪談分析。輔導季刊，49 (3)，28-35。
- 董彥欣 (2010)。探討 facebook 粉絲專頁使用意圖及其對品牌形象、購買意願之影響：以 KKBOX 為例 (未出版之碩士論文)。國立中正大學，嘉義市。
- 廖思逸 (2006)。公開的秘密—從網路日記看網路上的公開與私密 (未出版碩士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 管珮君 (2013)。專業認同的內涵及其形塑—以跨社工與諮商專業工作者為例。國立嘉義大學，嘉義市。
- 臺灣網路資訊中心 (2019)。2019 臺灣網路報告【部落格文字資料】。
https://report.twNIC.tw/2019/assets/download/TWNIC_TaiwanInternetReport_2019_CH.pdf
- 臺灣輔導與諮商學會 (2002)。台灣輔導與諮商學會諮商專業倫理守則【部落格文字資料】。http://www.guidance.org.tw/ethic_001.html
- 趙維孝 (2018 年 2 月 8 日)。粉絲頁末日來臨？全台粉絲頁數據說話，群眾黏著度將更重要 (上集) — 粉專大健檢，全台粉絲專頁經營概況全面觀測 (3)【部落格文字資料】。
<https://blog.qsearch.cc/2018/02/%e7%b2%89%e7%b5%b2%e9%a0%81%e6%9c%ab%e6%97%a5%e4%be%86%e8%87%a8%ef%bc%9f%e5%85%a8%e5%8f%b0%e7%b2%89%e7%b5%b2%e9%a0%81%e6%95%b8%e6%93%9a%e8%aa>

[%aa%e8%a9%b1%ef%bc%8c%e7%be%a4%e7%9c%be%e9%bb%8f%e8%91%97/](#)

齊力 (2003)。質性研究方法概論。載於齊力、林本炫 (主編)，**質性研究方法與資料分析** (1-19)。南華大學社會所。

劉惠涓 (2006)。部落格做為大學女性學生的另一個自我呈現空間：以南部某科技大學資管系為例 (未出版碩士論文)。樹德科技大學，高雄市。

潘淑滿 (2003)。質性研究—理論與應用。心理出版社。

蔡家文，姜怡君 (2016 年 4 月 11 日)。人際互動的新場域—社群網站 (Social networking sites) 【部落格文字資料】。

<https://scitechvista.nat.gov.tw/c/sZ8T.htm>

衛生福利部 (2001)。心理師法。臺北市：衛生福利部。

鄧文淵 (2017)。超人氣 Facebook 粉絲專頁行銷加油讚 (四版)。碁峰圖書。

鄭心怡 (2015)。即時通訊的使用行為對人際關係之影響 -以 LINE APP 為例 (未出版之碩士論文)。樹德科技大學，高雄市。

盧怡任、王智弘 (2012)。諮商心理師倫理判斷與倫理行為之調查研究。教育心理學報，43 (4)，783-803。

謝靜雯 (2013)。從媒體中介到社群中介——名人和粉絲透過社群網站的觀展和想像 (未出版之碩士論文)。國立政治大學，臺北市。

英文文獻

American Counseling Association (2016). ACA in the news: Definition of professional counseling [Web blog message]. <https://www.counseling.org/aca-community/learn-about-counseling/what-is-counseling>

American Counseling Association (2020). 20/20 Consensus definition on counseling [Web blog message]. <https://www.counseling.org/about-us/about-aca/20-20-a-vision-for-the-future-of-counseling/consensus-definition-of-counseling>

- Andersen, B., & Anderson, W. (1985). Client perceptions of counselors using positive and negative self-involving statements. *Journal of Counseling Psychology, 32*, 462-465.
- Bak, J., Kim, S., & Oh, A. (2012). Self-disclosure and relationship strength in Twitter conversations. *Proceedings of the 50th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, 60-64*.
- Barnett, J. E. (2011). Psychotherapist self-disclosure: Ethical and clinical considerations. *Psychotherapy, 48*(4), 315-321.
- Barrett, M. S., & Berman, J. S. (2001). Is psychotherapy more effective when therapists disclose information about themselves? *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 69*(4), 597-603.
- Barth, A. L. (2016). Developing a personal guiding theory of counseling: A qualitative exploration. <https://commons.lib.niu.edu/handle/10843/18666>
- Barth, A. L., Rheineck, J. E., & Merino C. (2019). Exploring counselors' personal guiding theories: A qualitative study in portraiture. *The Qualitative Report, 24*(6), 1227-1241. <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol24/iss6/3>
- Baumeister, R. F. (1982). A self-presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin, 91*(1), 3-26.
- Behnke, S. (2015, March). Ethics, self-disclosure and our everyday multiple identities. *Monitor on Psychology, 46*(3).
<http://www.apa.org/monitor/2015/03/ethics>
- Bernard, J. M., & Goodyear, R. K. (2019). *Fundamentals of clinical supervision* (6th ed.). Pearson.
- Bernstein, P. L. (1999). Why the efficient market offers hope to active management. *Journal of Applied Corporate Finance, 12*(2), 129-136.
- Beutler, L. E., Machado, P. P. P., & Neufeldt, S. A. (1994). Therapist variables. In A.

- Bergin & Garfield (Eds.), *Handbook of psychotherapy and behavior change* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Billow, R. M. (2000). From countertransference to "passion". *The Psychoanalytic Quarterly*, 69(1), 93-119.
- Boy, A. V., & Pine, G. J. (1983). Counseling: Fundamentals of theoretical renewal. *Counseling & Values*, 27(4), 248-255.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brott, P. E. & Myers, J. E. (1999). Development of professional school counselor identity. *Professional School Counseling*, 2(5), 339-348.
- Brown, L. S., & Walker, L. (1990). Feminist therapy perspectives on self-disclosure. In G. Stricker & M. Fisher (Eds.), *Self-disclosure in the therapeutic relationship* (pp. 135-154). Plenum Press.
- Cole, G. W. (2006). Disclosure, HIV, and the dialectic of sameness and difference. *Journal of Gay & Lesbian Psychotherapy*, 10, 7-25.
- Constantine, M. G., Kwan, K-L, K. (2003). Cross cultural considerations of therapist self-disclosure. *Journal of Counseling Psychology*, 59(5), 581-588.
- Corey, G. (2005). *Theory & practice of counseling & psychotherapy* (7th ed). Brooks/Cole.
- Corey, M. S., & Corey, G. (2011). *Becoming a helper*. Brooks/Cole, Cengage Learning.
- Cozby, P. C. (1973). Self-disclosure: A literature review. *Psychological Bulletin*, 79(2), 73-91.
- Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S. T. (1993). *Self-disclosure*. Sage Publications, Inc.
- Edwards, C. E., & Murdock, N. L. (1994). Characteristics of therapist self-disclosure

- in the counseling process. *Journal of Counseling & Development*, 72(4), 384-389.
- Fall, K. A., Holden, J. M., & Marquis, A. (2010). *Theoretical models of counseling and psychotherapy* (2nd ed.). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Fall, K. A., Holden, J. M., & Marquis, A. (2017). *Theoretical models of counseling and psychotherapy* (3rd ed.). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Farber, B. A. (2006). *Self-disclosure in psychotherapy*. Guilford Press.
- Farber, B. A., Berano, K. C., & Capobianco, J. A. (2004). Clients' perceptions of the process and consequences of self-disclosure in psychotherapy. *Journal of Counseling Psychology*, 51(3), 340-346.
- Frank, J. D., & Frank, J. B. (1991). *Persuasion and healing: A comparative study of psychotherapy* (3rd ed.). Johns Hopkins University Press.
- Freud, S. (1958). Recommendations to physicians practicing psychoanalysis. In J. Strachey (Ed.), *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud* (Vol. 12, pp. 109-120). Hogarth Press.
- Giannandrea, V., & Murphy K.C. (1973). Similarity self-disclosure and return for a second interview. *Journal of Counseling Psychology*, 20(6), 545-548
- Ginter, E. J. (1996). Three pillars of mental health counseling-watch in what you step. *Journal of Mental Health Counseling*, 18(2), 99-107.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor.
- Goldfried, M. R., & Davison, G. C. (1976). *Clinical behavior therapy*. Holt, Rinehart, & Winston.
- Goldfried, M. R., Burckell, L. A., & Eubanks-Carter, C. (2003). Therapist self-disclosure in cognitive-behavior therapy. *Journal of Clinical Psychology*, 59(5), 555-568.
- Goldstein, E.G. (1994). Self-disclosure in treatment: What therapists do and don't talk

- about. *Clinical Social Work Journal*, 22, 417- 433.
- Goldstein, E.G. (1997). To tell or not to tell: The disclosure of events in the therapist's life to the patient. *Clinical Social Work Journal*, 25, 41-58.
- Halbur, D. A., & Halbur, K. V. (2006). *Developing your theoretical orientation in counseling and psychotherapy* (2th ed.). Pearson College Div.
- Harris, S. M., Dersch, C. A. & Mittal, M. (1999). Look who's talking: Measuring self-disclosure in MFT. *Contemporary Family Therapy*, 21, 405-412.
- Hendrick, S. S. (1988). A generic measure of relationship satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*, 50(1), 93-98.
- Henretty, J. R., Currier, J. M., Berman, J. S., & Levitt, H. M. (2014). The impact of counselor self-disclosure on clients: A meta-analytic review of experimental and quasi-experimental research. *Journal of Counseling Psychology*, 61(2), 191-207.
- Hill, C. E., & Knox, S. (2001). Self-disclosure. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 38(4), 413-417.
- Hill, C. E., Helms, J. E., Tichenor, V., Spiegel, S. B., O'Grady, K. E., & Perry, E. S. (1988). Effects of therapist response modes in brief psychotherapy. *Journal of Counseling Psychology*, 35(3), 222-233.
- Hill, C. E., Mahalik, J. R., & Thompson, B. J. (1989). Therapist self-disclosure. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 26(3), 290-295.
- Hill, C.E., & Knox, S. (2002). Self-disclosure. In J.C. Norcross (Ed.), *Psychotherapy relationships that work: Therapist contributions and responsiveness to patients* (pp. 255-265). Oxford University Press.
- Hoffman, M. A., & Spencer, G. P. (1977). Effect of interviewer self-disclosure and interviewer-subject sex pairing on perceived and actual subject behavior. *Journal of Counseling Psychology*, 24(5), 383-390.
- Hoffman-Graff, M. A. (1977). Interviewer use of positive and negative self-disclosure

- and interviewer-subject sex pairing. *Journal of Counseling Psychology*, 24(3), 184-190.
- Holiman, M., & Lauver, P. J. (1987). The counselor culture and client centered practice. *Counselor Education and Supervision*, 26, 184-191.
- Hsu, C-W., Wang C-C., & Tai, Y-T. (2011). The closer the relationship, the more the interaction on facebook? Investigating the case of Taiwan users. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(7-8), 473-476.
- Jenkins, A.H. (1990). Self-disclosure and the nonwhite ethnic minority patient. In G. Stricker & M. Fisher (Eds.), *Self-disclosure in the therapeutic relationship* (pp. 117-134). Plenum Press.
- Johnstone, L., Whomsley, S., Cole, S., & Oliver, N. (2011). *Good practice guidelines on the use of psychological formulation*. British Psychological Society.
- Jones-Smith, E. (2016). *Theories of counseling and psychotherapy: An integrative approach* (2nd ed.). Sage.
- Jourard, S. M. (1971). *Self-disclosure: An experimental analysis of the transparent self*. John Wiley.
- Jourard, S. M., & Jaffe, P. E. (1970). Influence of an interviewer's disclosure on the self-disclosing behavior of interviewees. *Journal of Counseling Psychology*, 17(3), 252-257.
- Jourard, S. M., & Lasakow, P. (1958). Some factors in self-disclosure. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 56(1), 91-98.
- Kaslow, F., Cooper, B., & Linsenberg, M. (1979). Family therapist authenticity as a key factor in outcome. *International Journal of Family Therapy*, 1(2), 184-199.
- Knox, S., & Hill, C. E. (2003). Therapist self-disclosure: Research-based suggestions for practitioners. *Journal of clinical psychology*, 59(5), 529-539.
- Knox, S., Hess, S. A., Petersen, D. A., & Hill, C. E. (1997). A qualitative analysis of

client perceptions of the effects of helpful therapist self-disclosure in long-term therapy. *Journal of Counseling Psychology*, 44(3), 274-283.

Kottler, J. A. (2003). *On being a therapist*. Jossey-Bass.

Lane, R. C., & Hull, J. W. (1990). Self-disclosure and classical psychoanalysis. In G. Stricker & M. Fisher (Eds.), *Self-disclosure in the therapeutic relationship* (pp. 31-46). Plenum Press.

Lehavot, K. (2009). "MySpace" or yours? The ethical dilemma of graduate students' personal lives on the internet. *Ethics & Behavior*, 19(2), 129-141.

Loganbill, C., Hardy, E., & Delworth, U. (1982). Supervision: A conceptual map. *The Counseling Counselor*, 10(3), 3-42.

Mahalik, J. R., Van Ormer, E. A., & Simi, N. L. (2000). Ethical issues in using self-disclosure in feminist therapy. In M. M. Brabeck (Ed.), *Practicing feminist ethics in psychology* (pp. 189-201). American Psychological Association.

Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfield, P. M. (2012). Me and my 400 Friends: The anatomy of college students' facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Developmental Psychology*, 48(2), 369-380.

McCarthy, P. R., & Betz, N. E. (1978). Differential effects of self-disclosing versus self-involving counselor statements. *Journal of Counseling Psychology*, 25(4), 251-256.

McConaughy, E. A. (1987). The person of the therapist in psychotherapeutic practice. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 24, 303-314.

Megan Garber (2014, July 2). Instagram was first called 'Burbn' [Web blog message]. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/07/instagram-used-to-be-called-brbn/373815/>

Murdock, N. L., Banta, J., Stromseth, J., Viene, D., & Brown, T. M. (1998). Joining the club: Factors related to choice of theoretical orientation. *Counselling*

Psychology Quarterly, 11, 63-77.

Norcross, J. C, & Prochaska, J. O. (1982). A survey of American clinical counselors:

Affiliations and orientations. *The Clinical Counselor*, 35, 4-6.

Norcross, J. C, & Prochaska, J. O. (1983). A national survey of clinical counselors:

Characteristics and activities. *The Clinical Counselor*, 35(2), 5-8.

Norcross, J. C., & Prochaska, J. O. (1983). Clinicians' theoretical orientations:

Selection, utilization, and efficacy. *Professional Psychology: Research and Practice*, 14, 197-208

Omnicores (2020, April 22). Facebook by the numbers: Stats, demographics & fun

facts [Web blog message]. <https://www.omnicoreagency.com/facebook-statistics/>

Pope, K. S., Tabachnick, B. G., & Keith-Spiegel, P. (1987). Ethics of practice: The

beliefs and behaviors of counselors as therapists. *American Counselor*, 42, 993-1006.

Poznanski, J. J., & McLennan, J. (1995). Conceptualizing and measuring counselors'

theoretical orientation. *Journal of Counseling Psychology*, 42, 411-422.

Poznanski, J. L., & McLennan, J. (2003). Becoming a counselor with a particular

theoretical orientation to counseling practice. *Australian Counselor*, 38, 223-226.

Remer, P., Roffey, B. H. & Buckholts, A. (1983). Differential effects of positive

versus negative self-involving counseling responses. *Journal of Counseling Psychology*, 30, 121-125

Reynolds, C. L. & Fischer, C. H. (1983). Personal versus professional evaluations of

self-disclosing and self-involving therapists. *Journal of Counseling Psychology*, 30, 451-454.

Robitschek, C. G., & McCarthy, P. R. (1991). Prevalence of counselor self-reference

in the therapeutic dyad. *Journal of Counseling & Development*, 69(3), 218-221.

Rogers, C.R. (1951). *Client-centered therapy*. Massachusetts, MA: Houghton Mifflin.

- Rønnestad, M. H., & Skovholt, T. M. (2013). *The developing practitioner: Growth and stagnation of therapists and counselor* [Kindle Edition]. Taylor & Francis.
- Rothstein, A. (1997). Introduction to symposium on aspects of self-revelation and disclosure: Analyst to patient. *Journal of Clinical Psychoanalysis*, 6, 349-361.
- Satterly, B. A. (2006). Therapist self-disclosure from a gay male perspective. *Families in Society*, 87, 240-247.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Brooks/Cole.
- Schlenker, B. R., & Wowra, S. A. (2003). Carryover effects of feeling socially transparent or impenetrable on strategic self-presentation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 871-880.
- Simon, H. A. (1990). Invariants of human behavior. *Annual Review of Psychology*, 41(1), 1-20.
- Skovholt, T. M., & Ronnestad, M. H. (1992). *The evolving professional self: Stages and themes in therapist and counselor development*. Wiley.
- Skovholt, T. M., & Ronnestad, M. H. (2003). The hope and promise of career life-span counselor and therapist development. *Journal of Career Development*, 30(1), 1-3.
- Socialbakers (2020). All facebook pages [Web blog message] .
<https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total>
- Sproull, L., & Kiesler, S. (1986) Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science*, 32, 1492-1512.
- Stricker, G. (2003). The many faces of self-disclosure. *Journal of Clinical Psychology/In Session*, 59, 623-630.
- Stricker, G., & Fisher, M. (Eds.). (1990). *Self-disclosure in the therapeutic relationship*. Plenum Press.

- Strong, S. R. (1968). Counseling: An interpersonal influence process. *Journal of Counseling Psychology, 15*, 215-224.
- Sue, D.W., & Sue, D. (1999). *Counseling the culturally different: Theory and practice* (3rd ed.). Wiley.
- Tantillo, M. (2004). The therapist's use of self-disclosure in a relational therapy approach for eating disorders. *Eating Disorders, 12*(1), 51-73.
- Taylor, L., McMinn, M. R., Bufford, R. K., & Chang, K. B. T. (2010). Counselors' attitudes and ethical concerns regarding the use of social networking web sites. *Professional Psychology: Research and Practice, 41*(2), 153-159.
- Truax, C. B., & Carkhuff, R. R. (1965). Client and therapist transparency in the psychotherapeutic encounter. *Journal of Counseling Psychology, 12*(1), 3-9.
- Truax, C. B., & Carkhuff, R. R. (1967). *Toward effective counseling and psychotherapy*. Aldine.
- Van Denburg, T. F., & Kiesler, D. J. (1993). Transactional escalation in rigidity and intensity of interpersonal behaviour under stress. *British Journal of Medical Psychology, 66*(1), 15-31.
- Vloet, K. (2006). Career learning and teachers' professional identity: narratives in dialogue. *International Conference on the Dialogical Self, 69-84*.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research, 23*(1), 3-43.
- Watkins, C. E. (1990). The effects of counselor self-disclosure: A research review. *The Counseling Counselor, 18*(3), 477-500.
- Watts, R. E. (1993). Developing a personal theory of counseling: A brief guide for students. *TCA Journal, 21*(1), 103-104.
- Wolpe, J. (1984). Behavior therapy according to Lazarus. *American Counselor, 39*(11), 1326-1327.

Worthington, R. L., & Dillon, F. R. (2003). The theoretical orientation profile scale-revised: A validation study. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development, 36*, 95-105.

Zur, O., Williams, M. H., Lehavot, K., & Knapp, S. (2009). Psychotherapist self-disclosure and transparency in the Internet age. *Professional Psychology: Research and Practice, 40*(1), 22-30.



附錄

附錄一 訪談大綱

一、 心理師公開社群網站之經營現況與經驗

- (一) 您擔任心理師的資歷大約多久的時間？
- (二) 您目前的專業工作概況、工作分配為何？
- (三) 您經營社群網站的動機及期望透過經營社群網站達到的目的為何？
- (四) 您以心理師身分經營社群網站的時間大約有多久的時間了？
- (五) 您在諮商工作中主要採用的諮商理論為何？

二、 經營社群網站自我揭露的考量與決策

- (一) 在諮商中您會進行自我揭露嗎？您會揭露甚麼？
- (二) 您的社群網站經營主軸、文章內容類型為何？主要閱聽對象為何？

三、 知覺經營社群網站與從事諮商專業工作時的形象異同

- (一) 您同時是心理師與社群網站經營者，對您而言這兩個角色相同之處為何？
- (二) 承上敘述，對您而言這兩個角色相異之處為何？

四、 受訪者社群網站的經營對於諮商關係的影響

- (一) 就您所知，透過您經營社群網站的接觸，而成為您的案主的比例？
- (二) 就您所知，在您的案主當中，有追蹤或瀏覽您社群網站的案主比例？
- (三) 若透過社群網站而認識您、進而進入諮商中的案主，您會與案主討論他是如何選擇的嗎？
- (四) 案主是否在諮商過程中與您討論社群網站的內容？會討論些什麼？
- (五) 若您在社群網站中分享諮商的心得或化名故事，您會事先與此書寫案例的案主討論嗎？

附錄二 研究參與邀請函

親愛的受訪者您好：

我是國立政治大學輔導與諮商碩士學位學程研究生鄭芷昀，目前在陳婉真教授的指導下，進行【心理師經營社群網站之自我揭露經驗探討】之研究。本研究的目的是探討心理師在以諮商專業身分經營公開社群網站時，自我揭露的經驗，包括心理師對諮商專業的角色認同、理論認同，如何影響經營社群網站時自我揭露的決策。並且探究心理師經營社群網站時的自我揭露，對於心理師身為諮商者的角色、諮商歷程會產生哪些層面的影響，以及心理師會採取的因應策略。期望透過您的經驗分享，提供心理師在經營公開社群網站時，自我揭露決策的參考指引。

誠摯邀請您參與研究。若您符合以下條件：目前為執業臨床或諮商心理師、以動力取向成人諮商工作為主，並於執業期間，同時以專業身分經營公開社群網站，都歡迎您參與研究。

本研究的進行方式為一對一的半結構式訪談，所需時間約為一個半小時。在訪談之前，會先提供訪談大綱供您閱覽。經您同意後，訪談全程進行錄音，錄音資料僅供研究分析使用。錄音檔案將會轉謄為逐字稿並進行內容分析，並在研究完成後銷毀。此外，為維護您的權益，將遵守保密原則，在訪談資料中，可能辨識您個人身分的個人資料，將以匿名方式處理與呈現。研究結果部分，也會邀請您做核對與確認，以確保符合訪談原意與研究客觀性。

最後，誠摯邀請您參與本研究，您的參與對於心理師經營社群網站時的決策，有十分可貴的價值。若對本研究有任何疑問，歡迎您與研究者聯繫，聯繫方式為：

E-mail：aimer99509119@gmail.com

期待您的協助。

敬祝

平安順心

國立政治大學輔導與諮商碩士學位學程

指導教授：陳婉真 博士

研究生：鄭芷昀 敬邀

附錄三 研究參與同意書

研究說明

親愛的研究參與者，您好：

非常感謝您願意參與研究、提供您寶貴的經驗。以下茲針對研究目的、訪談流程，以及研究參與者權益進行說明：

一、研究目的

本研究旨在探討心理師以專業身分經營公開社群網站時，進行自我揭露之經驗，包括心理諮商人員如何看待自己的自我揭露議題、形成決策的影響因素與歷程，進而在諮商歷程中實施因應的策略。

二、訪談流程

本研究的進行方式為一對一的半結構式訪談，所需時間約為一個半小時。訪談次數原則上為一次，並視訪談資料完整度，若有需補充之處，會再與您另約訪談。訪談過程中將進行錄音，訪談結束後，由研究者謄為逐字稿。

三、研究參與者權益

受訪資料僅供學術研究使用，訪談錄音檔將於研究完成後銷毀。訪談資料中任何足以辨識您個人身分的個人資料，如年齡、性別，將以匿名方式處理與呈現。研究結果部分，也會邀請您做核對與確認，以確保符合訪談原意與研究客觀性。另外，於訪談過程中，您有拒絕回答訪談問題以及中止訪談之權利，若您有任何疑問，也可以隨時向研究者提出。

國立政治大學 輔導與諮商碩士學位學程

指導教授：陳婉真 博士

研究生：鄭芷昀

E-mail：aimer99509119@gmail.com

=====

同意聲明書

本人_____經研究者說明，已充分瞭解本研究目的、訪談流程，以及研究參與者權益，茲同意參與「心理師經營社群網站之自我揭露經驗探討」之研究。

研究參與者簽名：

日期：

研究者簽名：

日期：

附錄四 研究參與者檢核回饋表

親愛的心理師，您好：

我是政治大學輔導與諮商碩士學位學程、由陳婉真教授指導的研究生鄭芷昀，再次感謝您參與我的碩士論文「心理師經營社群網站之自我揭露經驗探討」的研究訪談，也謝謝您願意在訪談過程中，信任研究者並分享您的個人經驗，提供了極寶貴的資料。研究資料的分析結果目前已進行告一段落，誠摯懇請您針對研究結果中引述您的資料與分析結果，評估是否符合您的經驗，若有需調整修正之處或匿名處理需再調整的部分也歡迎您提出，我將做修正調整。

一、閱讀完分析結果後，我覺得文本與我的經驗之貼切程度（請填寫百分比，或留下您閱讀後的想法）

二、閱讀完分析結果後，我認為需要修改或補充之處（可就您的想法，直接於研究結果的內文畫上底線，並寫上修正建議）

三、參與研究後，我想給予研究者的回饋

四、心理師是否願意收到論文：

否

是，請寄發電子版，信箱：_____

是，請寄送紙本，姓名：_____

地址：_____

非常感謝您的參與及協助，再煩請您填寫完研究參與者檢核回覆表後，可連同須修正的研究結果 mail 給我，以利進一步的修正，謝謝您！

國立政治大學 輔導與諮商碩士學位學程 研究生
鄭芷昀 敬上