

# ĐẠO ĐỨC VÀ NGUYÊN TẮC HÀNH NGHỀ TƯ VẤN <sup>(1)</sup>

Mai Thị Việt Thắng (*Dịch và giới thiệu*)

*Viện Tâm lý học.*

Đạo đức và nguyên tắc hoạt động nghề nghiệp trong tư vấn được hai tổ chức là Hiệp hội những nhà tư vấn Hoa Kỳ (ACA- American Counseling Association) và Ủy ban cấp chứng chỉ đảm bảo tiêu chuẩn hành nghề tư vấn (NBCC- National Board of Certified Counselor) đưa ra. Quy định về đạo đức và nguyên tắc hoạt động nghề nghiệp trong hoạt động tư vấn gồm 8 phần cơ bản. (1) Những quy định về mối quan hệ trong tư vấn (counseling relationship), (2) Những quy định về nguyên tắc đảm bảo bí mật trong tư vấn (confidentiality), (3) Những quy định về trách nhiệm nghề nghiệp (professional responsibility), (4) Những quy định về quan hệ của nhà tư vấn với những nghề nghiệp có liên quan (Relationships with other professionals), (5) Những quy định về sự dụng trắc nghiệm, đánh giá và lý giải các đánh giá cho khách hàng (Evaluation, Assessment, and Interpretation), (6) Những quy định về đào tạo, giám sát trong hoạt động tư vấn (Teaching, Training, and Supervision), (7) Những quy định về nghiên cứu và xuất bản (Research and Publication), (8) Những hướng dẫn về giải quyết các vấn đề liên quan đến đạo đức và nguyên tắc hoạt động nghề nghiệp (Resolving ethical issues). Trong đó những quy định quan trọng nhất có thể kể đến là: Những quy định về mối quan hệ trong tư vấn, những quy định về nguyên tắc đảm bảo bí mật trong tư vấn, những quy định về trách nhiệm nghề nghiệp. Chúng tôi xin lần lượt giới thiệu những quy định quan trọng này.

## PHẦN A: MỐI QUAN HỆ TRONG TƯ VẤN

### A.1. Chăm sóc khách hàng

a. **Trách nhiệm chính:** Trách nhiệm chính của nhà tư vấn là tôn trọng nhân phẩm và thúc đẩy thực hiện những quyền lợi của khách hàng.

b. **Sự phát triển tích cực:** Nhà tư vấn khuyến khích khách hàng phát

triển phù hợp với mối quan tâm và lợi ích của họ; nhà tư vấn phải tránh không được thúc đẩy mối quan hệ phụ thuộc giữa khách hàng và nhà tư vấn.

c. **Kế hoạch tư vấn:** Nhà tư vấn và khách hàng cùng làm việc để thiết lập và điều chỉnh một kế hoạch tư vấn khả thi và phù hợp với khả năng và điều kiện của khách hàng. Nhà tư vấn và khách hàng cần phải xem xét lại kế hoạch tư vấn để chắc chắn rằng kế hoạch có tính khả thi và hiệu quả, trong khi vẫn tôn trọng sự tự do lựa chọn của khách hàng (xem thêm phần A.3.b).

d. **Sự tham gia của gia đình:** Nhà tư vấn cần nhận ra rằng việc tham gia của các thành viên khác trong gia đình có vai trò quan trọng trong cuộc sống của khách hàng. Nhà tư vấn cố gắng tranh thủ sự thông cảm và tham gia của gia đình như một nguồn lực tích cực để giúp đỡ khách hàng.

e. **Nhu cầu nghề nghiệp và việc làm:** Khi làm việc với khách hàng trong việc tìm kiếm việc làm hay thoả mãn nhu cầu nghề nghiệp, nhà tư vấn cần xem xét một cách toàn diện về khả năng chung, những giới hạn nghề nghiệp, hạn chế về cơ thể, tác động của tính khí, mối quan tâm và khả năng, kỹ năng xã hội, trình độ, các chứng chỉ và những yếu tố liên quan khác của khách hàng. Nhà tư vấn không đặt hay hướng khách hàng tới những vị trí công việc có thể làm ảnh hưởng đến sở thích, mối quan tâm, quyền lợi của khách hàng, của nhà tuyển dụng lao động và của cộng đồng.

## A.2. Tôn trọng sự khác biệt và sự đa dạng

a. **Không phân biệt đối xử:** Nhà tư vấn không được bỏ qua hay khuyến khích những hành vi phân biệt đối xử với khách hàng do sự khác biệt về chủng tộc, màu da, văn hoá, nhóm dân tộc, sự ốm yếu tàn tật, giới tính, tôn giáo, định hướng giới tính, tình trạng hôn nhân, vị thế kinh tế xã hội (xem thêm C.5.a, C.5.b, và D.1.1).

b. **Tôn trọng sự khác biệt:** Nhà tư vấn phải tích cực và nỗ lực để tìm hiểu sự đa dạng về văn hoá của khách hàng. Điều đó không chỉ giới hạn ở việc nhà tư vấn phải học hỏi, tìm hiểu, và xác định lại bản sắc văn hoá, dân tộc đã ảnh hưởng đến niềm tin, giá trị của bản thân nhà tư vấn trong quá trình làm việc (xem thêm E.8 và F.2.i)

## A.3. Quyền lợi của khách hàng

a. **Chia sẻ với khách hàng:** Ngay khi bắt đầu và cả trong suốt quá trình tư vấn, nếu cần thiết, nhà tư vấn phải thông báo cho khách hàng biết về mục tiêu, kỹ năng, lợi ích, và cả quá trình tư vấn. Nhà tư vấn cũng phải cảnh báo cho khách hàng biết về những hạn chế, những nguy hiểm có khả năng xảy ra trong quá trình tư vấn, và những thông tin cần thiết khác. Từng bước, nhà tư vấn phải đảm bảo rằng khách hàng của mình hiểu được về những loại trắc nghiệm, những chẩn đoán sẽ được sử dụng, về thông tin tư vấn được lưu giữ và ghi chép,

về lệ phí và vấn đề chi trả. Khách hàng có quyền được hưởng sự bảo đảm tuyệt đối bí mật về thông tin, được thông báo về những trường hợp thông tin sẽ được chia sẻ với người giám sát, với những đồng nghiệp cùng tham gia tư vấn, trong quá trình tư vấn nhận được thông tin về những người đọc hồ sơ của mình, những người có thể tham gia vào quá trình tư vấn cũng như từ chối những dịch vụ tư vấn và có quyền được nhận lời giải thích về sự từ chối này (xem thêm E.5.a và G.2).

b. *Sự tự do lựa chọn*: Nhà tư vấn phải đề nghị khách hàng tự do lựa chọn khi họ bắt đầu tham gia hoạt động tư vấn, được quyết định nhà tư vấn nào sẽ làm việc. Trong khả năng không thể đáp ứng được những yêu cầu đó của khách hàng thì nhà tư vấn cần phải có lời giải thích đầy đủ (xem thêm A.1.c).

c. *Khách hàng không có khả năng để cung cấp thoả thuận tư vấn*: Khi khách hàng là trẻ em hoặc những người không có khả năng cung cấp thoả thuận tư vấn, nhà tư vấn phải hành động dựa trên nguyên tắc tôn trọng tối đa quyền lợi của khách hàng (xem thêm B.3).

**A.4. Với những khách hàng đang hưởng dịch vụ tư vấn từ một người cung cấp dịch vụ về sức khoẻ tâm thần khác.** Nhà tư vấn với sự đồng ý của khách hàng phải thông báo cho người đang cùng cung cấp dịch vụ về sức khoẻ tâm thần khác để tránh sự hiểu nhầm hay sự xung đột đối với khách hàng (xem thêm B.3).

#### **A.5. Nhu cầu và giá trị cá nhân của nhà tư vấn**

##### **a. Nhu cầu cá nhân**

Trong mỗi quan hệ tư vấn, nhà tư vấn vừa phải nhận thức được tính thân mật, gắn gũi và trách nhiệm của mình trong việc củng cố mối quan hệ tư vấn, vừa phải tôn trọng khách hàng, tránh những hành vi nhằm thoả mãn những nhu cầu cá nhân của mình dựa trên những chi phí của khách hàng.

b. *Giá trị cá nhân*: Nhà tư vấn phải ý thức được giá trị, thái độ, niềm tin và hành vi của mình và sử dụng giá trị, thái độ, niềm tin và hành vi của mình trong một hoàn cảnh xã hội có tính đa dạng và khác biệt. Nhà tư vấn không được áp đặt những giá trị của riêng mình lên khách hàng (xem thêm C.5.a).

#### **A.6. Quan hệ sóng đôi**

a. *Tránh mối quan hệ sóng đôi trong những trường hợp có thể*. Nhà tư vấn cần nhận thức rõ vị trí và sự ảnh hưởng của mình đối với khách hàng để từ đó tránh lạm dụng và khai thác lòng tin, sự phụ thuộc của khách hàng. Nhà tư vấn phải hết sức cố gắng để tránh quan hệ sóng đôi trong những trường hợp có thể làm tổn hại đến quan hệ và sự đánh giá trong nghề nghiệp và ảnh hưởng nguy hại đến khách hàng của mình. Những ví dụ về quan hệ sóng đôi đó là: có quan hệ gia đình, xã hội, kinh tế, nghề nghiệp cùng với khách hàng. Trong

những trường hợp không thể tránh khỏi mối quan hệ sóng đôi, nhà tư vấn phải có những cảnh báo về mặt chuyên môn, ví dụ như bản thoả thuận làm việc, tư vấn dưới sự giám sát và hướng dẫn, ghi chép lại toàn bộ những gì có liên quan để đảm bảo không ảnh hưởng và làm tổn hại đến quan hệ hay việc làm dụng mối quan hệ này (xem thêm F.1.b).

b. **Quan hệ tương hỗ và quan hệ thứ bậc:** Nhà tư vấn không nhận những người sau đây làm khách hàng của mình: những người quản lý, giám sát, hoặc những người có trách nhiệm đánh giá công việc của mình.

### **A.7. Quan hệ tình cảm và quan hệ tình dục với khách hàng**

a. **Khách hàng hiện tại:** Nhà tư vấn không được có bất cứ một mối quan hệ tình cảm hay quan hệ tình dục nào với khách hàng. Nhà tư vấn không được nhận tư vấn cho người nào có quan hệ tình cảm và tình dục với mình.

b. **Với những khách hàng cũ:** Nhà tư vấn không có mối quan hệ tình cảm hay quan hệ tình dục nào với khách hàng cũ của mình ít nhất trong thời gian hai năm kể từ khi kết thúc mối quan hệ tư vấn. Trong trường hợp nhà tư vấn có mối quan hệ tình cảm và quan hệ tình dục đối với khách hàng sau hai năm kể từ khi kết thúc mối quan hệ tư vấn, nhà tư vấn phải xem xét và ghi chép lại mối quan hệ đó, xem xét nó có mang tính lạm dụng khách hàng không. Các yếu tố cần xem xét đó là thời gian đến tư vấn, hoàn cảnh kết thúc tư vấn, lịch sử cá nhân và tình trạng sức khoẻ tâm thần của khách hàng, mức độ ảnh hưởng của nhà tư vấn lên khách hàng... Tránh tình trạng nhà tư vấn lập kế hoạch để có mối quan hệ tình cảm hoặc quan hệ tình dục với khách hàng của mình sau khi kết thúc tư vấn.

### **A.8. Với nhiều khách hàng**

Khi nhà tư vấn đồng ý cung cấp dịch vụ tư vấn cho hai khách hàng trở lên có quan hệ với nhau, ví dụ hai vợ chồng, cha mẹ và con cái, nhà tư vấn phải xác định rõ từ ban đầu “ai là khách hàng của mình”, mối quan hệ của họ với người kia. Nhà tư vấn cần phải ý thức rõ ràng về việc mình sẽ bị vướng vào mối xung đột vai trò và vì vậy luôn phải tự ý thức, điều chỉnh và rút lui kịp thời (xem thêm B.2 và B.4.d).

### **A.9. Tư vấn trong nhóm**

a. **Chọn lọc khách hàng:** Nhà tư vấn phải có một quá trình làm việc trước để chọn lọc những khách hàng tham gia nhóm. Nhà tư vấn phải phân loại và lựa chọn những khách hàng có nhu cầu, có mục tiêu phù hợp với mục tiêu của nhóm, những khách hàng có thể gây cản trở cho quá trình làm việc của nhóm, hay những người sẽ có khả năng bị tổn thương hay bị nguy hiểm khi tham gia trải nghiệm nhóm.

b. **Bảo vệ khách hàng:** Trong nhóm, nhà tư vấn phải cảnh báo trước để có sự bảo vệ khách hàng trước những tổn thương về thể chất và tâm lý.

#### **A.10 Lệ phí và sự trao đổi (xem thêm D.3.a và D.3.b)**

a. **Tìm hiểu và thông báo trước:** Nhà tư vấn phải giải thích trước cho khách hàng về những thoả thuận về tài chính để chi trả cho hoạt động tư vấn và dịch vụ nghề nghiệp như chính sách thu phí, những biện pháp xử lý về pháp luật trong trường hợp không trả phí (xem thêm A.11.c).

b. **Đặt ra những mức phí:** Khi xem xét để đặt ra mức phí cho dịch vụ tư vấn, nhà tư vấn phải xem xét tình trạng tài chính của khách hàng và điều kiện nơi sinh sống. Trong trường hợp mức phí đã được đặt ra nhưng không phù hợp với khách hàng, cần có sự trợ giúp để đưa ra một mức phí phù hợp cho khách hàng (xem thêm A.10.d, d.3.a, và D.3.b).

c. **Không khuyến khích sự trao đổi:** Nhà tư vấn phải tự kiểm chế và cẩn thận trong khi nhận quà hoặc các hình thức trao đổi dịch vụ từ phía khách hàng như một cách thức chi trả chi phí tư vấn. Việc thoả thuận và trao đổi này có thể dẫn đến xung đột về sau, dẫn đến sự lạm dụng, hoặc làm thay đổi bản chất của mối quan hệ nghề nghiệp. Nhà tư vấn chỉ được tham gia vào sự trao đổi này khi đảm bảo chắc chắn rằng không có sự lạm dụng khách hàng. Nếu khách hàng yêu cầu trao đổi, nhà tư vấn cần có một bản hợp đồng rõ ràng trong khuôn khổ hoạt động tư vấn tại cộng đồng (xem thêm A.6.a)

d. **Dịch vụ miễn phí (pro Bono service):** Nhà tư vấn có thể đóng góp cho xã hội bằng việc cung cấp những dịch vụ miễn phí trong khuôn khổ những hoạt động chuyên môn của mình hoặc chỉ lấy một khoản chi phí tài chính nhỏ.

#### **A.11. Kết thúc quan hệ tư vấn hoặc giới thiệu khách hàng**

a. **Cấm không được bỏ rơi khách hàng:** Nhà tư vấn không được bỏ rơi khách hàng trong tư vấn. Nhà tư vấn có thể trợ giúp khách hàng trong việc sắp xếp những dịch vụ chữa trị tiếp theo nếu thấy cần thiết, trong trường hợp mình không tiếp tục được hay sau khi đã kết thúc quan hệ tư vấn.

b. **Không có khả năng tiếp tục trợ giúp khách hàng:** Nếu nhà tư vấn nhận thấy rằng mình không có khả năng trợ giúp khách hàng, nhà tư vấn không được nhận khách hàng đó và không được kết thúc mối quan hệ tư vấn ngay lập tức. Với kinh nghiệm làm việc của mình, nhà tư vấn phải có hình thức giới thiệu khách hàng để tìm một dịch vụ hỗ trợ khác thay thế. Trong trường hợp khách hàng không chấp nhận sự giới thiệu của nhà tư vấn, nhà tư vấn có thể kết thúc mối quan hệ này.

c. **Kết thúc quan hệ hợp lý:** Khi nhà tư vấn kết thúc mối quan hệ tư vấn, nếu có thể, nhà tư vấn phải có thoả thuận với khách hàng trong những điều kiện: có những căn cứ rõ ràng rằng việc tiếp tục mối quan hệ tư vấn không

mang lại lợi ích cho khách hàng, khi không đòi hỏi phải tiếp tục dịch vụ tư vấn, khi dịch vụ tư vấn này không phục vụ đúng nhu cầu và mối quan tâm của khách hàng, khi khách hàng không trả phí, hoặc khi cơ sở tư vấn không cho phép tiếp tục cung cấp dịch vụ tư vấn (xem thêm A.10.b và C.2.g).

## A.12. Sử dụng máy tính và công nghệ

### a. *Sử dụng máy tính*

Khi sử dụng những phần mềm máy tính ứng dụng trong dịch vụ tư vấn, nhà tư vấn phải có những đảm bảo (1) khách hàng có hiểu biết về máy tính, có khả năng về thể chất và tình cảm để sử dụng những phần mềm ứng dụng, (2) việc ứng dụng của máy tính phải phù hợp với nhu cầu của khách hàng, (3) khách hàng hiểu về mục đích và cách thức sử dụng, (4) theo dõi việc sử dụng của khách hàng để cung cấp thêm những thông tin, sửa chữa những lỗi hay việc sử dụng chưa phù hợp và trợ giúp khi cần thiết.

b. *Giải thích về những hạn chế*: Nhà tư vấn phải đảm bảo rằng việc khách hàng được cung cấp đầy đủ những thông tin như một phần trong mối quan hệ tư vấn, khách hàng phải được giải thích một cách đầy đủ về những hạn chế của máy tính và công nghệ tin học.

c. *Tiếp cận với những phần mềm ứng dụng*: Nhà tư vấn phải cung cấp những cơ hội ngang bằng cho khách hàng về những ứng dụng các phần mềm ứng dụng trong quá trình tư vấn (xem thêm A.2.a)

## PHẦN B: ĐẢM BẢO TÍNH BÍ MẬT TRONG TƯ VẤN

### B.1. Quyền được tôn trọng cá nhân

a. *Tôn trọng tính cá nhân và riêng tư*: Nhà tư vấn coi trọng quyền được tôn trọng cá nhân và đảm bảo bí mật cho khách hàng, tránh tiết lộ những thông tin không đảm bảo và không hợp pháp.

b. *Trường hợp miễn trừ (trường hợp được khách hàng cho phép)*: Quyền được tôn trọng cá nhân của khách hàng sẽ được miễn trừ khi khách hàng hoặc người đại diện hợp pháp của khách hàng cho phép.

c. *Những ngoại lệ*: Những đòi hỏi chung đối với nhà tư vấn là phải giữ bí mật cho khách hàng, nhưng trong một số trường hợp ngoại lệ, đòi hỏi chung về việc giữ bí mật không còn hiệu lực như *khách hàng có những dấu hiệu chuẩn bị làm hại bản thân hoặc người khác, hoặc khi pháp luật yêu cầu tiết lộ những thông tin*. Nhà tư vấn có thể tham khảo ý kiến của các nhà chuyên môn khi nghi ngờ về tính pháp lý của những trường hợp ngoại lệ phải tiết lộ thông tin.

d. *Đối với những khách hàng có bệnh lây truyền hoặc những bệnh nguy hiểm*: Nếu có đủ thông tin để khẳng định rằng khách hàng của mình có

bệnh lây truyền hoặc những bệnh nguy hiểm đến người khác, nhà tư vấn phải xem xét và tiết lộ những thông tin này cho người có quan hệ với khách hàng của mình về khả năng bị lây nhiễm. Trước khi tiết lộ thông tin với đối tượng thứ ba, nhà tư vấn phải đảm bảo chắc chắn rằng khách hàng chưa hề tiết lộ thông tin này với đối tượng thứ ba và cũng không có ý định tiết lộ thông tin trong tương lai.

e. **Sự tiết lộ thông tin theo yêu cầu của toà án:** Khi toà án yêu cầu phải tiết lộ thông tin của khách hàng nhưng không có sự đồng ý của người đó, nhà tư vấn có thể yêu cầu toà án không tiết lộ những thông tin có nguy cơ gây tổn hại đến khách hàng hoặc đến mối quan hệ tư vấn.

f. **Tiết lộ thông tin tối thiểu:** Trong những trường hợp đòi hỏi phải tiết lộ thông tin, nhà tư vấn chỉ tiết lộ những thông tin cơ bản nhất và nếu có thể, nhà tư vấn cần thông báo trước với khách hàng về việc tiết lộ thông tin của mình.

g. **Giải thích về những hạn chế:** Ngay trong giai đoạn đầu của quá trình tư vấn và trong cả suốt quá trình sau đó, nếu có thể, nhà tư vấn cần thông báo cho khách hàng biết những hạn chế về việc đảm bảo tính bí mật và xác định những tình huống có thể dự đoán được về việc tiết lộ thông tin.

h. **Những người có liên quan:** Nhà tư vấn phải nỗ lực hết sức trong việc đảm bảo tính bí mật của khách hàng đối với những người có liên quan như đồng nghiệp, giám sát, trợ lý và những người tình nguyện làm việc.

i. **Những người trong nhóm làm việc:** Nếu việc chữa trị của khách hàng đòi hỏi phải được xem xét, bàn bạc bởi một nhóm làm việc, nhà tư vấn phải thông báo cho khách hàng biết về sự tồn tại của nhóm làm việc cũng như thành phần tham gia của nhóm.

## **B.2. Đảm bảo bí mật trong khi làm việc với nhóm và với gia đình**

a. **Làm việc với nhóm:** Khi làm việc với nhóm, nhà tư vấn phải xác định rất rõ về tính đảm bảo bí mật và những giới hạn của nó, phải giải thích về tầm quan trọng của việc đảm bảo bí mật trong nhóm và thảo luận về những khó khăn trong việc duy trì tính bí mật trong khi làm việc nhóm. Thực tế cho thấy, việc giữ bí mật khó có thể được đảm bảo khi có sự giao tiếp giữa những thành viên trong nhóm.

b. **Tư vấn gia đình:** Khi làm việc với gia đình, thông tin về một thành viên trong gia đình không được tiết lộ cho thành viên khác trong gia đình khi không được sự đồng ý của thành viên đó. Nhà tư vấn phải đảm bảo tôn trọng tính riêng tư và cá nhân của mỗi thành viên trong gia đình.

**B.3. Đối với khách hàng là người nhỏ tuổi hay người không có khả năng đưa ra thông tin thoả thuận:** Khi nhà tư vấn làm việc với trẻ nhỏ hay những khách hàng không có khả năng đưa ra thông tin thoả thuận, việc tham

gia của cha mẹ hay người bảo vệ hợp pháp trong quá trình tư vấn là cần thiết. Nhà tư vấn hành động dựa trên nguyên tắc tôn trọng quyền lợi cao nhất của khách hàng và đảm bảo tính bí mật.

#### **B.4. Về việc ghi chép và lưu giữ**

a. *Sự cần thiết phải ghi chép*: Nhà tư vấn phải lưu giữ lại những thông tin ghi chép về khách hàng nhằm phục vụ cho mục đích cung cấp dịch vụ tư vấn cũng như trong trường hợp có sự đòi hỏi của pháp luật, theo những quy định của cơ sở làm việc.

b. *Tính bí mật của thông tin ghi chép*: Nhà tư vấn phải có trách nhiệm đảm bảo tính an toàn và bí mật của những thông tin mà mình đã ghi chép, đã lưu giữ, chuyển sang cho người khác, hay tiêu huỷ những thông tin ở dạng viết tay, ghi âm, máy tính, hay lưu giữ ở bất cứ hình thức nào.

c. *Cho phép ghi chép và quan sát*: Trước khi tiến hành ghi chép và quan sát, nhà tư vấn phải xin phép khách hàng.

d. *Khách hàng tiếp cận thông tin ghi chép và lưu giữ*: Nhà tư vấn cần phải nhận ra rằng, việc ghi chép và lưu giữ thông tin là vì lợi ích của khách hàng. Vì vậy, khi những khách hàng có đủ năng lực hành vi yêu cầu, nhà tư vấn phải để người đó tiếp cận với những thông tin đã ghi chép dưới dạng bản gốc hay phô tô, trừ những trường hợp thông tin có thể gây ra sự hiểu nhầm của khách hàng hay những thông tin có ảnh hưởng xấu đến khách hàng. Trong trường hợp khách hàng không phải là một người, việc tiếp cận thông tin chỉ dành cho từng người trong phân ghi chép về mình chứ không được xem bản ghi chép về người khác, nếu chưa có sự đồng ý.

e. *Sự chia sẻ hay chuyển đổi*: Nhà tư vấn phải xin phép bằng văn bản trong việc chia sẻ những thông tin hay chuyển đổi những thông tin bí mật (trừ những trường hợp đã được liệt kê trong mục I. Nhà tư vấn phải từng bước đảm bảo rằng việc nhận được những thông tin ghi chép trong quá trình tư vấn là một phần rất nhạy cảm trong việc lưu giữ thông tin bí mật về khách hàng.

#### **B.5. Nghiên cứu và đào tạo**

a. *Yêu cầu về thay đổi thông tin*: Tất cả những thông tin về mối quan hệ tư vấn được dùng trong mục đích nghiên cứu, đào tạo, hay xuất bản phải được giấu tên thật của những người được tham gia.

b. *Thoả thuận về việc xác định danh tính*: Việc xác định danh tính của một khách hàng trong bất cứ xuất bản phẩm nào hay trong hoạt động giới thiệu nào cũng phải được sự đồng ý của khách hàng và đảm bảo khách hàng đã xem qua về nội dung.

#### **B.6. Tư vấn**



a. **Tôn trọng tính cá nhân và quyền lợi riêng tư.** Những thông tin có được trong quan hệ tư vấn được thảo luận nhằm mục đích chuyên môn đối với những người thực sự quan tâm. Nhà tư vấn phải nỗ lực để bảo vệ khách hàng để tránh việc bị xác định danh tính và tránh việc vi phạm quyền lợi cá nhân.

b. **Với những cơ sở hợp tác:** Trước khi chia sẻ thông tin với những cơ sở hợp tác, nhà tư vấn phải cố gắng đảm bảo rằng cơ sở hợp tác đó có những chính sách phục vụ cho khách hàng, bảo vệ tính cá nhân và bí mật của khách hàng.

*(Còn nữa)*

### Chú thích

1. Nguồn: [www.counseling.org](http://www.counseling.org).