

วัฒนธรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์สาธารณะ

Information Culture in Public Television Stations

จุฑาทิพย์ จันทร์ลุน

Jutatip Chanlun

ดร.น้ำทิพย์ วิภาวิน

Dr.Namtip Wipawin

ดร.วรชัย ครุจิต

Dr.Warat Karuchit

ดร.กษิติธร ภูภราดัย

Dr.Kasitithorn Pooparadai

บทคัดย่อ

วัฒนธรรมสารสนเทศเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร องค์กรที่มีวัฒนธรรมสารสนเทศที่เข้มแข็งมีผลต่อคุณภาพการดำเนินงานขององค์กรด้วย บทความนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมสารสนเทศซึ่งนำเสนอเกี่ยวกับ ความหมาย ความเป็นมา องค์ประกอบ ประเภท ปัจจัย และการพัฒนาวัฒนธรรมสารสนเทศ รวมถึง

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช; Doctoral Student, Doctor of Philosophy Program Information Science, School of Liberal Arts, Sukhothai Thammathirat Open University.

² รองศาสตราจารย์ แขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช; Associate Professor, Program Information Science, School of Liberal Arts, Sukhothai Thammathirat Open University.

³ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์; Assistant to the President for Corporate Communication, National Institute of Development Administration (NIDA)

⁴ ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยนโยบาย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.); Director of Policy Research Department, National Science and Technology Development Agency. (NSTDA)

การศึกษาเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์สาธารณะ และการศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์สาธารณะ

Abstract

Information culture is a part of the organizational culture. Strong information culture can reflect the high-quality organizational performance. This article aims to review literatures that involve information culture including definition, history, components, types, factors, and development of information culture and also to review literatures in public television stations and information culture in public television stations.

คำสำคัญ: วัฒนธรรมสารสนเทศ วัฒนธรรมองค์กร สื่อสาธารณะ สถานีโทรทัศน์สาธารณะ

Keywords: Information culture, Organizational culture, Public broadcasting service, Public television station

บทนำ

ในบทความนี้เป็นบทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสารสนเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในแนวคิดด้านวัฒนธรรมสารสนเทศมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นพื้นฐานในการนำไปศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์สาธารณะต่อไป วิธีการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมสารสนเทศในครั้งนี้ได้บทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ ตำรา บทความทางวิชาการ บทความวิจัยจากวารสารในระดับนานาชาติเป็นหลัก เนื่องจากหัวข้อด้านวัฒนธรรมสารสนเทศยังไม่มีการศึกษาอย่างแพร่หลายในประเทศไทย ดังนั้นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการค้นคว้าวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจึงเป็นฐานข้อมูลวิชาการต่างประเทศ เพื่อทำการรวบรวมบทความทางวิชาการ และบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาศึกษาในประเด็นที่สำคัญทางด้านความหมาย ความเป็นมา องค์ประกอบ ประเภท ปัจจัย และการพัฒนาวัฒนธรรมสารสนเทศ รวมไปถึงการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์สาธารณะ วัฒนธรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์สาธารณะ ตลอดจนการเปรียบเทียบวัฒนธรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์สาธารณะ และสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ทั่วไป

ผลการศึกษาข้อมูลจากหนังสือ ตำรา บทความทางวิชาการ บทความวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

วัฒนธรรม วัฒนธรรมองค์กร และวัฒนธรรมสารสนเทศ

วัฒนธรรม หมายถึง ผลรวมของบรรดาสิ่งต่าง ๆ ที่มีความสลับซับซ้อน ประกอบด้วย ความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม กฎหมาย ประเพณี อุปนิสัย พฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีที่ถ่ายทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษไปยังสมาชิกรุ่นต่อมาในสังคม หรือกระบวนการถ่ายทอดทางสังคมให้คนเกิดความรู้ในการสร้างหรือรักษาสິงนั้นไว้ หรือเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของกลุ่มซึ่งสมาชิกเรียนรู้และรับการถ่ายทอดด้วยการสั่งสอนทั้งทางตรงและทางอ้อม (Saihoo, 1971 ; Prasertsri, 2013) ในการศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศนั้นสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจในเบื้องต้นคือวัฒนธรรมเพื่อให้เข้าใจความหมายพื้นฐานคำว่าวัฒนธรรมในภาพกว้าง ซึ่งวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่อยู่ในทุก ๆ สังคม ในสังคมขององค์กรก็เช่นเดียวกันมีวัฒนธรรมขององค์กรที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับองค์กรนั้นๆ

วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อ อุดมการณ์ ความเข้าใจและข้อสมมุติพื้นฐานของคนในองค์กรที่มีร่วมกันอย่างเป็นระบบที่เกิดขึ้นในองค์กรและใช้เป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมของคนในองค์กรนั้นมีระบบความเข้าใจร่วมกัน (Shared meaning) ระหว่างสมาชิกขององค์กรว่าควรประพฤติปฏิบัติอย่างไร วัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นเสมือน “บุคลิกภาพ” หรือ “จิตวิญญาณ” ขององค์กรและเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้องค์กรดำเนินไปอย่างราบรื่นและยั่งยืน (Sanguanwongwan, 2003 ; Sanyawiwat, 2006 ; Boworn, 1997 ; Wongwaisayawan, 1997) ในการศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศจึงต้องศึกษาวัฒนธรรมองค์กรด้วยเพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานขององค์กรในเบื้องต้นก่อนจากนั้นจึงทำการศึกษาวรรณสารสนเทศในองค์กรนั้นๆ เพราะวัฒนธรรมสารสนเทศเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร (Hoglund, 1998)

วัฒนธรรมสารสนเทศ หมายถึง ผลสะท้อนขององค์กรเกี่ยวกับ ค่านิยม บรรทัดฐาน และการปฏิบัติเกี่ยวกับสารสนเทศโดยผู้ใช้สารสนเทศในองค์กรใช้สารสนเทศตามกระบวนการจัดการสารสนเทศอย่างเป็นระบบในระบบสารสนเทศที่เชื่อมโยงกับประสิทธิภาพขององค์กร วัฒนธรรมสารสนเทศจึงเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่น่า

มาใช้ในการจัดการสารสนเทศขององค์กรอย่างเป็นระบบ เช่น ระบบสารสนเทศในองค์กรเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสารสนเทศ เช่น การใช้สารสนเทศที่เชื่อมโยงกับการเพิ่มผลผลิตเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร เกี่ยวข้องกับทักษะการรู้สารสนเทศ เช่น ทักษะที่ใช้ในการสืบค้นสารสนเทศ เกี่ยวข้องกับค่านิยมและบรรทัดฐานที่เป็นแนวปฏิบัติเกี่ยวกับสารสนเทศ และเกี่ยวข้องกับการบริหารองค์กร(Oliver, 2003 ; Choo et al.,2008)

ดังนั้นจากการสังเคราะห์ความหมายของวัฒนธรรมสารสนเทศกับความเกี่ยวข้องกับแนวคิดอื่นๆ จำแนกความเกี่ยวข้อง ได้เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่ม	ความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสารสนเทศ	ผู้เขียน/ผู้วิจัย
1	วัฒนธรรมสารสนเทศเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ	Davenport,1994; Widen-Wulff, 2000; Curry & Moor, 2003; Choo et al., 2008
2	วัฒนธรรมสารสนเทศเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสารสนเทศ	Ginman, 1993
3	วัฒนธรรมสารสนเทศเกี่ยวข้องกับการรู้สารสนเทศ	Ramirez, 2003; Ponjuan, 2002
4	วัฒนธรรมสารสนเทศเกี่ยวข้องกับค่านิยมและบรรทัดฐาน	Chepailtis,1997; Curry & Moor, 2003; Choo et al., 2008
5	วัฒนธรรมสารสนเทศเกี่ยวข้องกับการบริหารองค์กร	Hoglund, 1998; Oliver, 2011

ความเป็นมาของวัฒนธรรมสารสนเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของการปฏิบัติทางด้านสารสนเทศในองค์กรมีการกล่าวถึงมาตั้งแต่ทศวรรษ 1980 การตีความด้านวัฒนธรรมสารสนเทศนั้นมีความแตกต่างจากวัฒนธรรมองค์กร วัฒนธรรมสารสนเทศมีความสำคัญและชี้ให้เห็นว่าองค์กรที่มีวัฒนธรรมสารสนเทศที่ดีมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ไม่มีองค์กรใดไม่มีวัฒนธรรมสารสนเทศ ไม่ว่าจะมีการรับรู้ถึงผลกระทบหรือไม่ก็ตาม (Oliver & Foscarini, 2013)

วัฒนธรรมสารสนเทศไม่ใช่เรื่องใหม่แต่ก็ยังไม่ได้นำมาใช้กันอย่างแพร่หลายมากนัก แนวคิดนี้มีแนวโน้มที่จะนำมาใช้ในรูปแบบผสมในโมเดลด้านสารสนเทศ เช่น ในห้องสมุดหรือสาขาสารสนเทศศาสตร์ (เช่น Ramirez, 2003; Oliver, 2003) หรือ การจัดการความรู้

(เช่น Widén-Wulff, 2000; Curry & Moore, 2003) หรือโมเดลทางวัฒนธรรม เป็นต้น จากการศึกษาในปัจจุบันและที่ผ่านมาจะเห็นว่าวัฒนธรรมสารสนเทศมีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสนเทศ (Ramirez, 2003) ค่านิยมและบรรทัดฐานทางสารสนเทศ (Curry & Moore, 2003) Hoglund (1998) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมสารสนเทศในบริษัท ค้นพบว่าแม้มีหนังสือที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่กำลังเติบโตเป็นจำนวนมากแต่การพูดถึงแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมสารสนเทศมีน้อย วัฒนธรรมสารสนเทศเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร และสรุปได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นสารสนเทศในการทำงานเกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานในเชิงบวกขององค์กร การเชื่อมต่อระหว่างวัฒนธรรมสารสนเทศและประสิทธิภาพการทำงานในเชิงบวกได้มีการศึกษาก่อนหน้านั้นในการศึกษาเชิงประจักษ์ของ British Library Research and Development Department ในปี 1995 การศึกษาครั้งนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมสารสนเทศและความสำเร็จของธุรกิจ (Grimshaw, 1995) ในการศึกษานี้ได้ยืนยันว่ากิจกรรมทางสารสนเทศของมนุษย์ทำให้องค์กรได้เปรียบในการแข่งขัน คุณภาพและคุณค่าของสารสนเทศ แหล่งสารสนเทศ การจัดการและการสื่อสารด้านสารสนเทศ มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งวัฒนธรรมสารสนเทศเป็นองค์ประกอบที่สำคัญขององค์กร ทุกองค์กรไม่ว่าใหญ่หรือเล็ก ไม่ว่าจะเป็นประเภทและหน้าที่แบบใดทุกที่ในโลกนี้ล้วนมีวัฒนธรรมสารสนเทศ วัฒนธรรมสารสนเทศเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร และมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถเข้าใจได้ด้วยกิจกรรมในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดการสารสนเทศ (Oliver, 2011)

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมสารสนเทศมีการศึกษาใน 3 ระดับ คือ ระดับสังคม ระดับองค์กร และระดับบุคคล สำหรับการศึกษาในระดับสังคมนั้นเป็นการศึกษาที่มองในมุมกว้างถึงการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมสารสนเทศที่เป็นอยู่ วัฒนธรรมสารสนเทศในระดับสังคมสามารถทำความเข้าใจได้ว่าเป็นอิทธิพลที่ครอบคลุมอยู่ในสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการแสดงออกทางวัฒนธรรมของมนุษย์และระบบสารสนเทศทุกประเภทรวมทั้งระบบเทคโนโลยีและกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น Tredinnick (2008) ได้ศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ในชีวิตประจำวัน จากมุมมองด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง เน้นการศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศดิจิทัลโดยอภิปรายในเรื่องของ ตัวอักษร ความถูกต้อง ความรู้ พลัง การระบุตัวตน และความทรงจำ ภายใต้บริบทที่วาทะของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคม ส่วนการศึกษาในระดับองค์กรนั้นเป็นการศึกษาที่เน้นวัฒนธรรมสารสนเทศกับประสิทธิภาพการทำงานในองค์กรโดยมองว่าองค์กรทุกแห่งมีวัฒนธรรมสารสนเทศอยู่แล้วแม้จะมองไม่เห็นก็ตาม และองค์กรที่มีวัฒนธรรมสารสนเทศเข้มแข็งจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น การศึกษาของ Douglas (2010) ได้ศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศในหน่วยงานภาครัฐของออสเตรเลียตะวันตกซึ่งพบว่าแม้จะมีสารสนเทศแพร่หลายในหน่วยงานภาครัฐ แต่พบว่าคนในหน่วยงานยังใช้สารสนเทศไม่คุ้มค่าและขาดความเข้าใจ การจัดการสารสนเทศและการใช้สารสนเทศในองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร หรือการศึกษาของ Svård (2014) ที่ศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศในเทศบาลของประเทศเบลเยียม พบว่าวัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กรมีผลกระทบต่อการจัดการสารสนเทศในเทศบาล การลงทุนด้านการจัดการระบบสารสนเทศเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อช่วยในการจัดการสารสนเทศและการให้บริการสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพในระดับบุคคลนั้นเป็นการศึกษาพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศของบุคคล ตลอดจนการใช้สารสนเทศในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน การเรียน และการดำเนินชีวิตภายใต้บริบทของสังคมสารสนเทศ เช่น Avdeyev & Reznichenko (2013) ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาของการพัฒนาตนเองด้านทัศนคติในวัยรุ่นภายใต้อิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำการศึกษาเกี่ยวกับวัยรุ่นอายุ 13-15 ปี พบว่าการพัฒนาของทัศนคติในวัยรุ่นจะถูกกำหนดโดยระดับของวัฒนธรรมสารสนเทศ ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมสารสนเทศของวัยรุ่นเป็นตัวกลางในการสร้างทัศนคติของตนเองในตัววัยรุ่น

องค์ประกอบของวัฒนธรรมสารสนเทศ

วัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กรนั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ด้าน (Davenport, 1997, cited in Douglas, 2010 ; Marchand et al, 2000; Correia & Wilson, 2001 ; Ponjuan, 2002 ; Oliver, 2008) ได้แก่

1. **สภาพแวดล้อมทางสารสนเทศ (Information ecology)** ได้แก่ ระบบการปฏิบัติงานของบุคลากรในระดับต่างๆ ค่านิยม และเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. **การเตรียมความพร้อมทางด้านสารสนเทศ (Information orientation)** ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการสารสนเทศ พฤติกรรมสารสนเทศ และ

ค่านิยม ตลอดจนกระบวนการสอนและการเรียนรู้ การสร้าง การวิจัยและพัฒนา โดยมีความร่วมมือและการเชื่อมโยงจากส่วนต่างๆ มีการเรียนรู้จากการปฏิบัติ และการบริการในรูปแบบและเนื้อหาต่างๆ รวมถึงการประชุมและการแลกเปลี่ยนในรูปแบบต่างๆ ภายในองค์กร

3. บรรยากาศด้านสารสนเทศ (Information climate) ได้แก่ การเข้าถึงสารสนเทศและการใช้สารสนเทศ โดยการสร้างสภาพที่สามารถเข้าถึงและใช้สารสนเทศ รวมถึงการจัดโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศให้เหมาะสม นอกจากนี้ยังรวมถึงความต้องการสารสนเทศ การจัดเก็บและการสงวนและเก็บรักษา การเปลี่ยนรูป การเพิ่มคุณค่าสารสนเทศโดยอาศัยช่องทางสารสนเทศ สื่อ และโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ในการดำเนินการ

4. สารสนเทศที่มีภาวะต่อเนื่อง (Information continuum) ได้แก่ การไหลของสารสนเทศในองค์กรซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ตลอดจนการจัดโครงสร้างของสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องด้วยมาตรฐานและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศเพื่อให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านสารสนเทศในองค์กรได้

5. การประเมินวัฒนธรรมสารสนเทศ (The information culture assessment) ได้แก่ การประเมินวัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กรว่าอยู่ในระดับพื้นฐาน ระดับมีทักษะความรู้ หรือระดับการกำกับดูแลข้อมูลในองค์กร

ประเภทของวัฒนธรรมสารสนเทศ

สำหรับการจำแนกประเภทของวัฒนธรรมสารสนเทศ จำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม (Ginman, 1987 ; Correia & Wilson, 1997 ; Widen-Wulff, 2000 ; Sangdee, 2009) คือ กลุ่มที่ 1 จำแนกเป็นองค์กรที่มีวัฒนธรรมสารสนเทศที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

1) วัฒนธรรมสารสนเทศที่เป็นทางการ หมายถึง การใช้สารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศในองค์กร มีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานทางสารสนเทศมาก มีลักษณะเด่นคือ ผู้บริหารองค์กรระดับสูงมีการใช้สารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศภายในองค์กร และใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัยในการจัดเก็บและเข้าถึงสารสนเทศ

2) วัฒนธรรมสารสนเทศไม่เป็นทางการ หมายถึง การใช้สารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศภายนอกองค์กรมีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานทางสารสนเทศน้อย มีลักษณะเด่นคือ จะมีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศในองค์กรน้อย โดยจะมีการใช้สารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศภายนอกองค์กร

กลุ่มที่ 2 จำแนกเป็นองค์กรที่มีวัฒนธรรมสารสนเทศแบบสนับสนุนแบบวัตรกรรม และแบบบริหาร

1) วัฒนธรรมสารสนเทศแบบสนับสนุน หมายถึง เป็นองค์กรแบบปิด สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการที่คนในองค์กรปลอดภัยและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับความรู้และความปลอดภัยและธรรมเนียมปฏิบัติต่างๆ ขององค์กร

2) วัฒนธรรมสารสนเทศแบบนวัตกรรม หมายถึง องค์กรที่มีความยืดหยุ่น พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยจะมีสภาพแวดล้อมแบบเปิด และจะให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงในองค์กร

3) วัฒนธรรมสารสนเทศแบบบริหาร หมายถึง องค์กรที่เน้นการคิดอย่างเป็นระบบแบ่งงานในความรับผิดชอบชัดเจนเป็นองค์กรที่อยู่ในระยะการพัฒนา จะให้ความสำคัญกับทรัพยากรความรู้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทุนทางปัญญา อาทิ ช่องทางการสื่อสาร การประเมินความสามารถหลัก และการพัฒนาองค์กร

ปัจจัยในการพัฒนาวัฒนธรรมสารสนเทศ

การพัฒนาให้เกิดวัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กรนั้นประกอบด้วยปัจจัยด้านต่างๆ (Davenport & Prusak, 1997 ; Choo, 2002 ; Sangdee, 2009) ดังนี้

1. **โครงสร้างพื้นฐานทางสารสนเทศ(Information infrastructure)** ได้แก่ ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรที่ส่งผลต่อการจัดการและการใช้สารสนเทศในองค์กร นอกจากนี้ โครงสร้างการทำงานขององค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารสารสนเทศในองค์กร

2. **ค่านิยม (Value)** เป็นความเชื่อเกี่ยวกับเป้าหมายและอัตลักษณ์ขององค์กรว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างไร ทั้งยังเกี่ยวข้องกับการรับรู้ความสำคัญของสารสนเทศในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการมีทัศนคติที่ดีต่อสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติ

งานและความสำเร็จขององค์กรความสำเร็จหรือผลประกอบการที่เพิ่มขึ้นขององค์กรอาจพิจารณาจากผลกำไร ผลผลิตที่มากขึ้น ซึ่งความสำเร็จขององค์กรสามารถวิเคราะห์ได้จากเอกสารต่างๆ เช่น เอกสารรายงานประจำปี องค์กรที่มีการพัฒนาวัฒนธรรมสารสนเทศในระดับสูงจะส่งผลให้บุคลากรในองค์กรมีการใช้สารสนเทศในกิจกรรมต่างๆ อย่างกว้างขวาง และส่งผลต่อผลิตภาพหรือผลประกอบการขององค์กรที่เพิ่มขึ้นทั้งในด้านของคุณภาพผลผลิตและผลกำไร

3. บรรทัดฐาน (Norm) ได้รับอิทธิพลจากค่านิยม และส่งผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับสารสนเทศ เป็นกฎเกณฑ์และแนวปฏิบัติขององค์กรในด้านสารสนเทศและการควบคุมคุณภาพสารสนเทศที่ใช้ บรรทัดฐานหรือกฎเกณฑ์อาจเป็นสิ่งที่เป็นการกำหนดหรือไม่เป็นทางการก็ได้ บรรทัดฐานที่ไม่เป็นทางการมีอิทธิพลต่อการสร้าง การไหลเวียน และการใช้สารสนเทศของบุคคลและกลุ่มบุคคลในองค์กร บรรทัดฐานหรือกฎเกณฑ์ที่เป็นทางการอาจคงอยู่เพื่อเป็นแนวทางและควบคุมสารสนเทศในฐานะที่เป็นทรัพย์สินขององค์กร

4. การปฏิบัติ (Practice) เป็นรูปแบบหรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับบทบาทขององค์กร โครงสร้างและการปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ ซึ่งการปฏิบัติอาจวัดได้โดยการสังเกต หรือการอธิบายกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหา (Seeking) การจัดการ (Organize) การใช้ (Use) และการแบ่งปันสารสนเทศ (Information sharing) ในการปฏิบัติงานประจำวัน การปฏิบัติในองค์กรบางอย่างอาจเป็นอุปสรรคต่อประสิทธิภาพของการใช้สารสนเทศขององค์กรตลอดจนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมหรือพัฒนาวัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กร

องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นเป็นตัวชี้วัดที่ทำให้เกิดการรวมตัวกันเป็นวัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กร (Abell&Winterman, 1992; Davenport, 1997 ; Correia& Wilson, 2001 ; Choo, 2002 ;Ponjuan, 2002 ; Curry & Moore, 2003)

ระยะการพัฒนาวัฒนธรรมสารสนเทศ

ในการพัฒนาวัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กรนั้นสามารถจำแนกการพัฒนาได้เป็น 4 ระยะ (Davenport, 1997) ได้แก่

1. **ระยะการพัฒนา** คือ เป็นระยะที่องค์กรใช้สารสนเทศส่วนใหญ่จากภายใน มักใช้สารสนเทศในช่วงสั้นๆ โดยให้ความสนใจสารสนเทศที่จำเป็นต้องใช้ในกิจกรรมที่จำเป็น เช่น สารสนเทศด้านขายและการโฆษณา มีการใช้สารสนเทศภายนอกองค์กรน้อย
2. **ระยะฟื้นฟู** คือ เป็นระยะที่องค์กรมีการรวบรวมและเผยแพร่สารสนเทศภายในองค์กรเพื่อความร่วมมือในการปฏิบัติงาน มีวัฒนธรรมสารสนเทศแบบเสี่ยงภัย องค์กรจะตระหนักถึงความสำคัญของสารสนเทศในการบริหารและการปฏิบัติงานเพื่อให้ตอบสนองความต้องการต่อการแข่งขัน
3. **ระยะวุฒิภาวะ** คือ เป็นระยะที่เน้นการใช้สารสนเทศจากภายในมากกว่าภายนอก มีวัฒนธรรมสารสนเทศแบบทำจริงเล่นจริง ความสนใจในการใช้สารสนเทศเริ่มคงที่ องค์กรมีโครงสร้างแบบราชการ เน้นการควบคุมซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการไหลของสารสนเทศภายในองค์กร บุคคลมีความเชี่ยวชาญน้อยลง
4. **ระยะเสื่อมถอย** คือ เป็นระยะที่บุคลากรในองค์กรมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสารสนเทศ ไม่สนใจข่าวสารภายนอก มีการสื่อสารภายในองค์กรน้อย มีวัฒนธรรมสารสนเทศแบบกระบวนกร ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อสารสนเทศภายใน การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรลดลงอย่างต่อเนื่อง

สถานีโทรทัศน์สาธารณะ

แนวคิดพื้นฐานของสื่อสาธารณะนั้นจะมีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ออกอากาศที่ให้ประโยชน์สาธารณะมากกว่าการให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมและผู้ฟัง และไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรสูงสุดให้แก่ผู้ผลิตเช่นเดียวกับสื่อเชิงพาณิชย์ปรัชญาพื้นฐานที่แตกต่างกันระหว่างสื่อสาธารณะและสื่อเชิงพาณิชย์ คือ สื่อสาธารณะมีจุดมุ่งหมายที่จะเข้าถึงประชากรของประเทศโดยมุ่งเน้นการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านต่างๆ โดยเป็นเสมือน “พื้นที่สาธารณะ” ของประชาชนทุกคนในประเทศ ในขณะที่สื่อเชิงพาณิชย์มีเป้าหมายทางการค้าและมีรายได้หลักมาจากค่าโฆษณา ผู้ชมรายการจึงเปรียบเสมือนเป็นผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าต่าง ๆ สื่อเชิงพาณิชย์จึงเปรียบเสมือนเป็นตลาดที่เป็นพื้นที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน กล่าวได้ว่า ความแตกต่างที่ชัดเจนของสื่อเพื่อสาธารณะและสื่อเชิงพาณิชย์อยู่ที่จุดมุ่งหมายในการดำเนินงานว่าจะมีเป้าหมายเพื่อการค้าหรือมุ่งเพื่อสร้างคุณภาพให้กับสังคม สื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting: PSB)

เป็นนวัตกรรมทางสังคมของประเทศพัฒนาแล้วซึ่งให้บริการทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ โดยต้องการแก้ไขปัญหาเรื่องโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ที่ไม่คิดค่าบริการและโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกแบบต่างๆ ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและพลเมืองหลายกลุ่ม ซึ่งรวมถึงเด็กและครอบครัวที่ไม่มียากำลังซื้อโดยมุ่งหวังให้คนเหล่านี้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองและมีสุขภาวะดีขึ้น (Pongsudhirak & Kanchanach-
auchat, 2003)

ลักษณะสำคัญของสถานีโทรทัศน์สาธารณะคือ 1) ต้องเป็นอิสระจากรัฐบาลและกลุ่มทุนจึงจะสามารถเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อประโยชน์สาธารณะได้อย่างแท้จริง การเป็นอิสระจากรัฐบาลจะช่วยให้สามารถนำเสนอข่าวสารที่ครบถ้วนรอบด้าน และตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลได้ ส่วนการที่ต้องเป็นอิสระจากกลุ่มทุนนั้นเกิดจากในหลายกรณี กลุ่มทุนที่ดำเนินธุรกิจอย่างผิดกฎหมายหรือไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้สร้างความเดือดร้อนต่อประชาชนอย่างมาก สื่อโทรทัศน์จึงควรมีหน้าที่ตรวจสอบกลุ่มทุนด้วย นอกจากนี้ กลุ่มทุนยังมีบทบาททางการเมืองอย่างกว้างขวาง การไม่เป็นอิสระจากกลุ่มทุนจะทำให้ไม่สามารถเสนอข่าวสารที่ครบถ้วนรอบด้านและตรวจสอบการกระทำของนักการเมืองซึ่งเกี่ยวพันกับการทำธุรกิจของกลุ่มทุนได้ 2) ประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการชมรายการที่มีคุณค่า ได้แก่ รายการข่าวและรายการสถานการณ์ปัจจุบันที่มีความเที่ยงตรง รายการการศึกษาและบันเทิงสำหรับเด็กและเยาวชนที่เอื้อต่อการเรียนรู้พัฒนาสติปัญญา รายการสารคดีทางด้านวิทยาศาสตร์สังคมและวัฒนธรรมที่มีคุณภาพสูง น่าติดตาม และให้ความรู้ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายรายการบันเทิงที่สนุก เพลิิดเพลิน ให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์และยกระดับรสนิยมของคนในสังคม 3) รายได้ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะซึ่งสถานีโทรทัศน์สาธารณะต้องเป็นอิสระจากธุรกิจจึงไม่สามารถหารายได้เชิงพาณิชย์จากการโฆษณา รายได้ของโทรทัศน์สาธารณะจะได้จากเงินช่วยเหลือของรัฐบาล หรือจากเงินบริจาค ค่าบริการต่างๆ รวมถึงรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญาของสถานีโทรทัศน์เอง (Tangkitvanich et al., 2007)

สถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในลักษณะบริการสาธารณะในประเทศไทยที่ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทความนี้มี 2 สถานี ได้แก่ 1) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ (National Broadcasting Services of Thailand: NBT) เป็นหน่วยงานของรัฐบาล มีสถานะเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติของประเทศไทย สังกัด

กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของราชการ และนำเสนอรายการที่เป็นสาระความรู้ โดยเฉพาะด้านการศึกษาศิลปวัฒนธรรม และ ประเพณี 2) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai Public Broadcasting Service: ThaiPBS) ดำเนินการโดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ภายใต้ พ.ร.บ. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มีภารกิจเพื่อดำเนินการผลิตรายการ ให้บริการข่าวสาร ความรู้ สาระบันเทิง ที่มีคุณภาพ และมาตรฐาน โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ สนับสนุน การพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรมบนพื้นฐานของความเป็นไทย

สำหรับสถานีโทรทัศน์สาธารณะในต่างประเทศนั้นได้มีการดำเนินงานมาเป็น เวลานานหลายทศวรรษ การศึกษาในบทความนี้ได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องจากสถานีโทรทัศน์สาธารณะที่เป็นต้นแบบจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกจำนวน 6 สถานี ได้แก่ 1) สถานีโทรทัศน์บีบีซี (BBC) ของประเทศอังกฤษซึ่งถือเป็นสถานีโทรทัศน์ สาธารณะที่เป็นแม่แบบสำคัญของสถานีโทรทัศน์สาธารณะทั่วโลก 2) สถานีโทรทัศน์เอบีซี (ABC) ของประเทศออสเตรเลียซึ่งมุ่งเน้นรายการที่ช่วยในการสร้างประสบการณ์และ เอกลักษณ์ของชาติให้ประชาชนได้รับเนื้อหาที่หลากหลายเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินชีวิต 3) สถานีโทรทัศน์ซีบีซี (CBC) ของประเทศแคนาดา ทำหน้าที่เป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะ แห่งชาติเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับประชาชนทั่วประเทศ 4) สถานี โทรทัศน์พีบีเอส(PBS) ของประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรทำหน้าที่ เผยแพร่รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนอย่างทั่วถึงและ เท่าเทียม 5) สถานีโทรทัศน์เอ็นเอชเค(NHK) ของประเทศญี่ปุ่นทำหน้าที่สถานีโทรทัศน์ สาธารณะแห่งชาติที่เปิดโอกาสให้ทุกคนได้เข้าถึงเนื้อหาการรายการอย่างเท่าเทียมเพิ่ม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และ 6) สถานีโทรทัศน์ยูเล่ (YLE) ของประเทศฟินแลนด์ ทำหน้าที่ให้บริการข่าวสารแก่ประชาชนโดยไม่คำนึงถึงระดับรายได้หรือที่อยู่อาศัย

การศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์สาธารณะ

จากการศึกษาในประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรมสารสนเทศพบว่า การศึกษา วัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กรเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจมากที่สุด เนื่องจาก ประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขององค์กรนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการมีวัฒนธรรมสารสนเทศ

ที่ดีด้วย นอกจากนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมด้านสารสนเทศของคนในองค์กรที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขัน คุณภาพของสารสนเทศ และการเห็นคุณค่าของสารสนเทศตลอดจนแหล่งสารสนเทศ การจัดการสารสนเทศ และการสื่อสารที่ดีในองค์กร มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร (Grimshaw, 1995; Oliver, 2011) การมีวัฒนธรรมสารสนเทศที่เข้มแข็งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของสถานีโทรทัศน์สาธารณะ ทำให้มีผลงานหรือผลผลิตที่จะเผยแพร่ออกไปมีคุณภาพสูง หากสถานีโทรทัศน์สาธารณะมีวัฒนธรรมสารสนเทศที่เข้มแข็งแล้วก็จะส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่สารสนเทศที่ดีมีประโยชน์แก่ประชาชนด้วย สารสนเทศ เป็นทรัพยากรสำคัญในการทำงาน จึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญในการดำเนินงานในสถานีโทรทัศน์ เพราะการทำงานที่มีประสิทธิภาพในสถานีโทรทัศน์นั้นเกิดจากการมีสารสนเทศที่ดี ดังนั้นในสถานีโทรทัศน์จึงต้องมีการสร้างวัฒนธรรมสารสนเทศที่ดี ที่มุ่งให้เกิด ค่านิยม ทักษะคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศและแนวทางในการจัดการสารสนเทศที่มีในสถานีโทรทัศน์เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยช่วยเพิ่มความสามารถและการผลิตให้มากยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มความเข้มแข็งให้กับการทำงานในสถานีโทรทัศน์

การศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเบื้องต้นทางด้านวัฒนธรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์สาธารณะในประเทศไทยจำนวน 2 สถานี ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสและต่างประเทศจำนวน 6 สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ BBC ของอังกฤษ สถานีโทรทัศน์ ABC ของออสเตรเลีย สถานีโทรทัศน์ CBC ของแคนาดา สถานีโทรทัศน์ PBS ของสหรัฐอเมริกา สถานีโทรทัศน์ NHK ของญี่ปุ่น และ สถานีโทรทัศน์ YLE ของฟินแลนด์มีประเด็นสำคัญจากการศึกษาดังต่อไปนี้ (Wisetsomwong, 2008 ; Paoluanthonget al., 2011 ; Australian Broadcasting Corporation, 2016 ; Canadian Broadcasting Corporation, 2016 ; Public Broadcasting Service, 2016 ; British Broadcasting Company, 2015 ; Nippon HosoKyosai, 2015 and Finnish Broadcasting Company, 2015)

1. **ด้านวิสัยทัศน์** พบว่าวิสัยทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของไทยและต่างประเทศมีวิสัยทัศน์ที่คล้ายคลึงกัน หรือมีทิศทางไปในทางเดียวกันคือ เป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อสาธารณะ บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งวิสัยทัศน์นี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักในการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์สาธารณะ

2. ด้านโครงสร้างองค์กร พบว่าโครงสร้างองค์กรของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของไทยและต่างประเทศมีโครงสร้างองค์กรแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

2.1 องค์กรแบบราชการ คือ เป็นองค์กรที่สังกัดหน่วยราชการหรือเป็นหน่วยงานภาครัฐ และอยู่ภายใต้การบริหารงานของหน่วยราชการ มีโครงสร้างการดำเนินงานตามลำดับชั้นอย่างชัดเจน

2.2 องค์กรอิสระ คือ เป็นองค์กรที่เป็นหน่วยงานในลักษณะหน่วยงานภาครัฐ มีการควบคุมตรวจสอบจากหน่วยงานภาครัฐ แต่มีการบริหารงานในลักษณะองค์กรอิสระที่มีอำนาจการตัดสินใจภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายกำหนด

2.3 องค์กรเอกชนไม่แสวงหาผลกำไร คือ เป็นองค์กรที่อยู่ในรูปแบบองค์กรเอกชน แต่การดำเนินงานนั้นไม่ได้แสวงหาผลกำไร มีวัตถุประสงค์การดำเนินงานเพื่อสาธารณะ

3. ด้านการบริหาร พบว่าการบริหารองค์กรของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของไทยและต่างประเทศมีการบริหารงานใน 2 ลักษณะ ได้แก่

3.1 การบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการบริหาร คือ การบริหารงานภายในหน่วยงานมีการสรรหาคณะกรรมการบริหารเข้ามาดำเนินงานด้านการบริหารภายในสถานีโทรทัศน์ ซึ่งการสรรหาคณะกรรมการบริหารนั้นจะสรรหามาจากบุคคลที่มีความแตกต่างในสาขาอาชีพ เพื่อให้ได้คณะกรรมการที่มีความหลากหลายเข้ามาดำเนินงาน นอกจากนี้การบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการยังทำให้เกิดความโปร่งใสและมีความน่าเชื่อถือในการบริหารงาน

3.2 การบริหารแบบราชการ คือ การบริหารงานเป็นไปตามระเบียบบริหารราชการแผ่นดินในสังกัดของหน่วยราชการ ผู้บริหารได้มาจากการสอบหรือการย้ายตามลำดับสายงานซึ่งมีการสับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสม และมีการบริหารงานเป็นลำดับชั้น

4. ด้านงบประมาณและรายได้ พบว่าสถานีโทรทัศน์สาธารณะทั้งไทยและต่างประเทศได้รับงบประมาณและรายได้ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

4.1 งบประมาณและรายได้จากภาครัฐ คือ รัฐเป็นผู้จัดสรรงบประมาณและรายได้ให้แก่สถานีโทรทัศน์สาธารณะ

4.2 งบประมาณและรายได้จากการบริจาค คือ มีหน่วยงาน องค์กร มูลนิธิ ต่างๆ บริจาคให้แก่สถานีโทรทัศน์สาธารณะ

4.3 งบประมาณและรายได้จากการหารายได้เอง คือ สถานีโทรทัศน์มีการหารายได้จากทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ผลิตขึ้นเอง เช่น การขายภาพข่าวของรายการของสถานีทำให้มีรายได้มาใช้ในการกิจการของสถานีโทรทัศน์เอง

4.4 งบประมาณและรายได้จากภาษีค่ารับชมรายการ คือ ได้จากการหักภาษีจากประชาชนซึ่งเป็นภาษีที่เรียกว่า ภาษีค่ารับชมรายการโดยหักตามจำนวนสัดส่วนรายได้ของประชาชนผู้มีรายได้แต่ละคนในประเทศ

5. ด้านนโยบายสารสนเทศพบว่านโยบายด้านสารสนเทศที่พบในสถานีโทรทัศน์สาธารณะทั้งของไทยและต่างประเทศนั้นมี 3 ประเภท ได้แก่

5.1 นโยบายการจัดการสารสนเทศ คือ สถานีโทรทัศน์มีนโยบายด้านการจัดการสารสนเทศโดยตรงเพื่อจัดการสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์ให้เป็นระบบและได้มาตรฐาน

5.2 นโยบายเสรีภาพด้านสารสนเทศ คือ นโยบายที่เน้นให้ทุกคนสามารถเข้าถึงสารสนเทศจากสถานีโทรทัศน์ได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

5.3 นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ นโยบายที่เน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการงานภายในสถานีโทรทัศน์ ซึ่งรวมไปถึงการบริหารจัดการด้านสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์ด้วย

6. ด้านหน่วยงานบริการสารสนเทศพบว่าหน่วยงานบริการสารสนเทศของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของไทยและต่างประเทศนั้นมี 2 ประเภท ได้แก่

6.1 ห้องสมุดข่าว คือ เป็นส่วนงานที่ทำหน้าที่ในจัดเก็บข่าวและรายการที่ทางสถานีโทรทัศน์ได้ผลิตขึ้น ซึ่งลักษณะของการจัดเก็บจะจัดทำในรูปแบบฐานข้อมูล มีรูปแบบการลงรายการที่เป็นมาตรฐาน สำหรับการจัดเก็บจะมีระบบการจัดเก็บที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละสถานีโทรทัศน์

6.2 พิพิธภัณฑ์และห้องสมุด คือ สถานีโทรทัศน์มีพิพิธภัณฑ์ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่จัดเก็บสิ่งของต่างๆ ที่มีคุณค่าของสถานีโทรทัศน์ตลอดจนประวัติความเป็นมาของสถานีโทรทัศน์ สำหรับห้องสมุดเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่จัดเก็บและให้บริการทรัพยากรสารสนเทศที่ผลิตขึ้นในสถานีโทรทัศน์ ตลอดจนทรัพยากรสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

กับการทำงานในสถานีโทรทัศน์เพื่อให้มีแหล่งจัดเก็บและให้บริการสารสนเทศที่เป็นระบบสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

นอกจากนี้จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเบื้องต้นสามารถเปรียบเทียบประเด็นด้านวัฒนธรรมสารสนเทศของสถานีโทรทัศน์สาธารณะกับสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ได้ในประเด็นดังต่อไปนี้ (Pongsudhirak & Kanchanachachat, 2003 ; Tangkitvanich, et al., 2007 and Srivithaya, et al., 2009)

1. เป้าหมายในการจัดตั้ง สถานีโทรทัศน์สาธารณะมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะเข้าถึงประชาชนของประเทศโดยมุ่งเน้นการสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านต่างๆ โดยเป็นเสมือนพื้นที่สาธารณะของประชาชนทุกคนในประเทศอย่างทั่วถึง ในขณะที่โทรทัศน์เชิงพาณิชย์มีเป้าหมายทางการค้าและมีรายได้หลักมาจากค่าโฆษณา ผู้ชมรายการจึงเปรียบเสมือนเป็นผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าต่าง ๆ ที่สื่อสารผ่านสื่อเชิงพาณิชย์ ดังนั้นจึงเปรียบเสมือนเป็นตลาดที่เป็นพื้นที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน จากวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันเริ่มแรกทำให้การวางเป้าหมายและการบรรลุวัตถุประสงค์องค์กรแตกต่างกัน สถานีโทรทัศน์สาธารณะเน้นการเผยแพร่ข่าวสารสาระที่เป็นประโยชน์ต่อคนหมู่มากโดยไม่หวังผลกำไร ในขณะที่สถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์เน้นการเผยแพร่ข่าวสารที่หวังผลทางด้านจำนวนผู้ชมและรายได้

2. การบริหารงาน สถานีโทรทัศน์สาธารณะเป็นองค์กรในการกำกับดูแลจากภาครัฐซึ่งทำงานภายใต้พระราชบัญญัติที่ออกมาควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด และมีการตรวจสอบโดยภาครัฐและภาคประชาชน รวมไปถึงการมีจริยธรรมทางวิชาชีพในการควบคุมการทำงานของบุคลากร ในขณะที่สถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์จะมีกลุ่มทุนเป็นผู้ดำเนินงาน หรือให้การสนับสนุนในบางครั้งเป็นระบบเครือญาติที่เข้ามาบริหารงานและเป็นกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบนโยบายที่กำหนดโดยผู้บริหารสถานีและทำงานภายใต้ภาวะการแข่งขันทางการตลาดเพื่อสร้างผลกำไร การมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนน้อยรวมไปถึงการตรวจสอบการดำเนินงานภายใน ส่วนการทำงานนั้นยึดจริยธรรมสื่อมวลชนเป็นสำคัญเช่นเดียวกัน

3. การให้บริการ สถานีโทรทัศน์สาธารณะมุ่งเน้นให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากการชมรายการที่มีคุณค่าทั้งสาระและสาระบันเทิงรับชมได้ทุกเพศทุกวัยอย่างทั่วถึง สารสนเทศที่เผยแพร่จะมีความหมายที่ผู้ชมสามารถรับชมได้ทุกคนเน้นรายการสาระที่เป็น

ประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันจึงให้ความสำคัญกับการคัดสรรสารสนเทศที่จะนำเสนอออกไปซึ่งในกระบวนการนี้มีกรอบจริยธรรมการทำงานของสถานโทรทัศน์สาธารณะเป็นตัวกำหนด ส่วนสถานโทรทัศน์เชิงพาณิชย์เน้นรายการที่สามารถสร้างความนิยมแก่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งส่วนมากเป็นรายการบันเทิงที่สามารถดึงดูดผู้ชมได้เป็นจำนวนมาก และสามารถสร้างรายได้จากการโฆษณาสินค้า ซึ่งรายการที่ได้รับความนิยมสูงจะมีอัตราการโฆษณาที่สูงและมีเป็นจำนวนมาก โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณภาพของเนื้อหารายการที่เผยแพร่ออกไปมากนัก เน้นในด้านการทำผลกำไรจากรายการนั้นๆ เป็นสำคัญ

4. งบประมาณและรายได้ รายได้ของโทรทัศน์สาธารณะจะได้จากเงินช่วยเหลือของรัฐบาล หรือจากค่าบริการต่างๆ รวมถึงเงินบริจาคซึ่งถือเป็นรายได้หลัก และไม่สามารถหารายได้จากการขายโฆษณาได้ ส่วนสถานโทรทัศน์เชิงพาณิชย์มีรายได้จากค่าโฆษณาซึ่งเป็นพื้นที่ให้กับผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าหากอัตราการโฆษณาสูงรายได้ก็จะสูงตามไปด้วย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการสนับสนุนจากกลุ่มทุนต่างๆ อีกด้วย

5. องค์กรประกอบและปัจจัยการพัฒนาวัฒนธรรมสารสนเทศในส่วนนี้ องค์กรจะเน้นไปที่ค่านิยมองค์กร บรรทัดฐาน และระบบการทำงานของคนในองค์กร ซึ่งค่านิยมและบรรทัดฐานขององค์กรถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บุคลากรในองค์กรตระหนักในสิ่งที่เป่าหมายขององค์กร เพราะค่านิยมคือสิ่งที่เป่าหมายที่องค์กรจะก้าวไปให้ถึง ส่วนบรรทัดฐานเป็นแนวทางในการปฏิบัติในองค์กรที่เกิดขึ้นจากค่านิยม ซึ่งส่งผลไปยังระบบการทำงานของคนในองค์กรนั้นๆ ด้วย สถานโทรทัศน์สาธารณะมีค่านิยมในองค์กรที่เน้นการดำเนินงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนในประเทศอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม เมื่อองค์กรตระหนักในค่านิยมนี้แล้วจึงส่งผลต่อระบบการทำงานซึ่งรวมไปถึงการทำงานด้านสารสนเทศด้วยที่เน้นการนำเสนอสารสนเทศที่มีคุณค่าเพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์ที่แท้จริง สำหรับสถานโทรทัศน์เชิงพาณิชย์มีเป่าหมายในการดำเนินงานเพื่อแสวงหาผลกำไรของกลุ่มทุนต่างๆ ดังนั้นแนวคิดและระบบการทำงานจะเน้นกระบวนการทำงานที่สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรได้มากที่สุด สารสนเทศใดที่สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กรก็就会被เผยแพร่ออกไปแก่ผู้ชม ซึ่งในจุดนี้เป็นจุดที่ให้ความสำคัญกับสารสนเทศที่เผยแพร่ออกไปแตกต่างกัน ในส่วนของโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการเตรียมความพร้อมทางสารสนเทศ บรรยากาศและการรับมือกับ

สารสนเทศที่มีภาวะต่อเนื่องนั้นในสถานีโทรทัศน์ทั้งสองประเภทได้มีการพัฒนาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมปัจจุบัน แต่อาจมีความแตกต่างกันในแง่ของการลงทุนที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกันโดยสถานีโทรทัศน์สาธารณะเน้นการขยายการเข้าถึงให้ครอบคลุมเพื่อให้ประชาชนได้รับสารสนเทศอย่างเท่าเทียมกันซึ่งในส่วนนี้การดำเนินงานอาจมีความล่าช้าเนื่องจากอยู่ในลักษณะหน่วยงานภาครัฐการดำเนินการต่างๆ จึงต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารระดับสูงรวมถึงประชาชนที่ต้องเข้ามามีส่วนร่วมสำหรับสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์นั้นสามารถทุ่มงบประมาณในการดำเนินงานที่สามารถทำได้รวดเร็วกว่าเพื่อเป็นการลงทุนทางธุรกิจและหวังผลกำไรในระยะยาวได้ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีในสถานีโทรทัศน์

บทสรุป

บทความนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสารสนเทศเพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความเป็นมา องค์ประกอบ ประเภท ปัจจัย และการพัฒนาวัฒนธรรมสารสนเทศ รวมไปถึงการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์สาธารณะเพื่อนำประเด็นการศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศไปใช้ในการศึกษาวัฒนธรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์สาธารณะ จากการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมสารสนเทศเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งเป็นผลสะท้อนขององค์กรเกี่ยวกับ ค่านิยม บรรทัดฐาน และการปฏิบัติเกี่ยวกับสารสนเทศ วัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กรที่ดีคือองค์กรที่มีการใช้สารสนเทศตามกระบวนการจัดการสารสนเทศเชื่อมโยงกับประสิทธิภาพขององค์กรโดยมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการสารสนเทศขององค์กรอย่างเป็นระบบ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางสารสนเทศ การวางแผนทางด้านสารสนเทศ บรรยายากด้านสารสนเทศ การปรับตัวด้านสารสนเทศ และการประเมินวัฒนธรรมสารสนเทศ ในการจำแนกวัฒนธรรมสารสนเทศจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 วัฒนธรรมสารสนเทศที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และกลุ่มที่ 2 วัฒนธรรมสารสนเทศแบบสนับสนุนแบบนวัตกรรม และแบบบริหาร การพัฒนาได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานทางสารสนเทศ ค่านิยม บรรทัดฐาน และการปฏิบัติเกี่ยวกับสารสนเทศในองค์กร วัฒนธรรมสารสนเทศในองค์กรมีระยะในการพัฒนาซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ได้แก่ ระยะการพัฒนา ระยะฟื้นฟู ระยะวุฒิภาวะ และระยะเสื่อมในส่วนของการศึกษาสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการแบบสาธารณะนั้น

ทำการศึกษาสถานีโทรทัศน์ในประเทศ 2 สถานีและต่างประเทศอีก 6 สถานีสถานีโทรทัศน์สาธารณะทั้งหมดมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณะชนแบบไม่หวังผลกำไร เน้นการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่มีสาระ น่าเชื่อถือ ประชาชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และเข้าถึงได้คนอย่างเท่าเทียมกันทุกคน มีประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษา ได้แก่ วิสัยทัศน์ โครงสร้างองค์กร การบริหาร งบประมาณและรายได้ นโยบายสารสนเทศ และหน่วยงานบริการสารสนเทศ นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบประเด็นด้านวัฒนธรรมสารสนเทศระหว่างสถานีโทรทัศน์สาธารณะและสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการทำงานที่ดีในองค์กร นั้นพบว่ามีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสารสนเทศที่ดีด้วย รวมไปถึงพฤติกรรมด้านสารสนเทศของคนในองค์กร คุณภาพ และการเห็นคุณค่าของสารสนเทศ สิ่งเหล่านี้ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ดังนั้นการศึกษาวรรณกรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์สาธารณะจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจเพื่อให้ทราบวัฒนธรรมสารสนเทศของสถานีโทรทัศน์สาธารณะและเพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบวัฒนธรรมสารสนเทศที่เหมาะสมสำหรับสถานีโทรทัศน์สาธารณะต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุชะฎีนิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สารสนเทศศาสตร์) สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เรื่อง วัฒนธรรมสารสนเทศในสถานีโทรทัศน์ไทย : กรณีศึกษาสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยและองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย และได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากโครงการปริญญาเอกกาญจนาภิเษก (คปก. รุ่นที่ 16) ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เอกสารอ้างอิง

- Abell, A. & Winterman, V. (1992). **Information Culture and Business Performance**. London: British Library Research and Development Department.
- Australian Broadcasting Corporation. (2016). **About the ABC**. Retrieved 30 June 2016, from <http://about.abc.net.au/how-the-abc-is-run/>.

- Avdeyev, A. Y. & Reznichenko, M.A. (2013). Information culture as a factor in developing self-attitude in adolescents. **Middle-East Journal of Scientific Research**, 17 (11): 1520-1524.
- Boworn, P. (1997). **Theories of Public Organization**. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- British Broadcasting Company. (2015). **Inside the BBC**. Retrieved 20 September 2015, from <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare>.
- Canadian Broadcasting Corporation. (2016). **Policy 2.9.1: records and information management**. Retrieved 30 June 2016, from <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/acts-and-policies/management/corporate-secreteriat/2-9-1/>.
- Chepailtis, E. (1997). **Information ethics across information culture**. Retrieved 30 November 2015, from <http://www.lib.umi.com/dissertation/fullcit/9214112>.
- Choo, C. W. (2002). **Information management for the intelligent organization: the art of scanning the environment**. 3rd ed. New Jersey: Information Today.
- . (2006). **The Knowing Organization: How Organizations Use Information to Construct Meaning, Create Knowledge, and Make Decisions**. 2nd ed. New York: Oxford University Press.
- Choo, W. C. et al. (2008). Information culture and information use: an exploratory study of three organizations. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, 59(5):792–804.
- Correia, Z. and Wilson, T.D (2001). Factors influencing environmental scanning in the organizational context. **Information Research**, 7 (1). Retrieved 30 November 2015, from <http://InformationR.net/ir/7-1/paper121.html>.
- . (1997). Scanning the business environment for information : A grounded theory approach. **Information Research**, 2(4) : 1-10. Retrieved 1 December 2015, from <http://www.informationr.net/ir/2-4/paper21.html>

- Curry, A. and Moore, C. (2003). Assessing information culture an exploratory model. **International Journal of Information Management**. 23: 91–110. doi:10.1016/S0268-4012(02)00102-0.
- Davenport, T. H. (1994). Saving IT's soul: Human-centered information management. **Harvard Business Review**, 72(2) : 119-131.
- Davenport, T., H., & Prusak, L. (1997). **Information Ecology. Mastering the Information and Knowledge Environment**. New York: Oxford University Press.
- Douglas, J. (2010). **The identification, development and application of information Culture in the Western Australian public sector**, Doctoral Thesis, Faculty of Computing, Health and Science, Edith Cowan University, Joondalup.
- Finnish Broadcasting Company. (2015). **Aboutyle**. Retrieved 20 October 2015, from <http://yle.fi/aihe/about-yle>.
- Ginman, M. (1993). **Information Culture and Business Performance**. Turku: Institution for biblioteksvetenskapochinformatik, Abo.
- _____. (1987). Information culture and business performance. **IATUL Quarterly**, 2(2) :93–106.
- Grimshaw, A. (1995). **Information culture and business performance**. Hatfield, UK: University of Hertfordshire Press.
- Hoglund, L., (1998). "A case study of information culture and organizational climates". **Swedish Library Research**, 34 : 73-86. Retrieved 25 November 2015, from http://bada.hb.se/bitstream/2320/6858/1/h%C3%B6glund_a_case_study_of_information.pdf.
- Makesrithongkum, B. & Bunnag, K. (2013). **The news consumption behavior by people of different ages in Thai Society**. Retrieved 7 December 2015, from <http://www.thaihealth.or.th/Content/16310-คนไทยต่างวัยบริโภคข่าว%20ทีวีแชมป์เฟชั่นยุคพุ่งแรง.html>.

- Marchand, D. A., Kettinger, W. J. & Rollins, J. (2000). Information orientation: people, technology and the bottom line, **Sloan Management Review** 42(3), pp. 69-80.
- . (2001). **Information Orientation: The Link to Business Performance**. New York: Oxford University Press.
- National Statistical Office. (2008). **Digital TV: Thai TV turning point**. Retrieved 15 November 2014, from <http://www.nic.go.th/gsic/e-book/TV-Digital.pdf>.
- Nippon HosoKyosai. (2015). **NHK annual report 2015-2016**. Tokyo: NHK.
- Oliver, G. (2003). Cultural dimensions of information management. **Journal of Information & Knowledge Management**. 2(1): 53-61.
- . (2008). Information culture: exploration of differing values and attitudes to information in organisations. **Journal of Documentation**, 64(3): 363-385.
- . (2011). **Organizational Culture for Information Managers**. Oxford: Chandos Publishing.
- Oliver, G. & Foscarni, F. (2013). **Records Management and Information Culture: Tackling the People Problem**. Facet Publishing.
- Paoluangthong, R. and others. (2011). Public broadcasting service. Bangkok: Kledthai.
- Pongsudhirak, T. & Kanchanachauchat, W. (2003). **Public Service Broadcasting: full report**. Bangkok :The Thailand Research Fund.
- Ponjuan, G. (2002). **Role of collaboration among leaders from various sectors in creating an information culture**. Retrieved 20 November 2014, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.196.4341&rep=rep1&type=pdf>
- Prasertsri, R. (2013). **Organizational Behavior**. Nontaburi: Green Apple Graphic Printing.
- Public Broadcasting Service. (2016). **About PBS**. Retrieved 30 June 2016, from <http://www.pbs.org/about/about-pbs/>.

- Ramírez L, E. (2003). **Information literacy to improve or create reading and information culture**. Presentado en International Conference on Information Literacy Experts (versión inglés-español), UNESCO, 17p. Disponible en: Retrieved 20 November 2014, from <http://www.nclis.gov/libinter/infolitconf&meet/papers.html>.
- Saihoo, P. (1971). **History and Culture**. Bangkok: Thaiwatanapanit.
- Sangdee, P. (2009). **Development of Information Culture in the Higher Educational Institutes**. Doctor of Philosophy Thesis in Information Studies, Graduate School, Khon Kaen University.
- Sanguanwongwan, W. (2003). **Management and Organisational Behaviour**. 3rd ed. Bangkok: Odeon Store.
- Sanyawiwat, S. (2006). **Theories and Strategy of Social Development**. 6th ed. (Revised). Bangkok :Chulalongkorn University Press.
- Srivithaya, S. and others. (2009). **Research Report: Corruption in the State Enterprise: Case Study of MCOT Public Company**. Bangkok: Secretariat of the Senate.
- Svärd, P. (2014). "The impact of information culture on information/records management". **Records Management Journal**, 24(1): pp. 5 – 21.
- Tangkitvanich, S. et al. (2007). **The Creation of Thai Public Broadcasting Service**. Bangkok: Thailand Development Research Institute.
- Travica, B. (1999). **New Organizational Designs: Information Aspects**. Stamford, CT: Ablex.
- Tredinnick, L. (2008). **Digital Information Culture: The Individual and Society in the Digital Age**. Oxford: Chandos Publishing.
- Widén-Wulff, G. (2000). Business information culture: a qualitative study of the information culture in the Finnish insurance business. **Information Research**, 5(3). Retrieved 30 June 2014, from <http://informationr.net/ir/5-3/paper77.html>

Wisetsomwong, P. (2008). **The develop and the establishment of the first public television in Thailand**. Master of Arts (Communication). Dhurakij Pundit University.

Wongwaisayawan, S. (1997). **Organizational Clture**. Bangkok: Forpress.