T156617

กลอยกมล ขวัญเยื้องพันธุ์ : วัฒนธรรมองค์กรและการปรับตัวทางวัฒนธรรม ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 . (ORGANIZATIONAL CULTURE AND CULTURAL DYNAMICS OF TELEVISION OF THAILAND CHANNEL 11) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ , 451 หน้า.
ISBN : 974 - 17 - 4050 - 6 .

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา วัฒนธรรมองค์กร วัฒนธรรมการสื่อสาร และการปรับตัวทางวัฒนธรรม ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 (สทท.11) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมองค์กร สทท.11 มีวัฒนธรรมองค์กรราชการโดดเด่น มีค่านิยมแห่งการยึดมั่นในความเป็น "รัฐนิยม" กล่าวคือมีหัวใจแห่งการทำหน้าที่เพื่องานประชาสัมพันธ์ของรัฐ และความต้องการมีอิสระทางความคิด ยังเป็นลักษณะนิสัยของวิชาชีพสื่อมวลชนที่ยังมีอยู่ในตัวตนของคนสื่อ แต่ด้วยวัฒนธรรมองค์กรการเมืองมีอิทธิพลเหนือกว่าวัฒนธรรมองค์กรราชการและวัฒนธรรมองค์กรสื่อมวลชน เนื่องจากเป็นสายผู้บังคับบัญชา ทำให้การแสดงออกอยู่ในรูปของค่านิยมแห่งการยอมรับ "การถูกปิดกั้นการมีอิสระทางความคิด " ผลที่ตามมาของค่านิยมข้อนี้ก็คือ ยังผลให้เกิดความเชื่อที่ว่า "ทำตามใจนายจะปลอดภัยที่สุด" เมื่อแบบแผนพฤติกรรมการเอาใจนายเด่นชัดขึ้น การเสนอหน้า พยายามไม่ขัดใจนาย การรับปากทำงานตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาทุกชนิดไว้กลายเป็นแบบแผนพฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับ ทำให้เจ้านายพอใจได้ในทุกระดับ ลักษณะที่พบมากอีกอย่างหนึ่งคือ ลักษณะของ "ความคลุมเครือ" ของวัฒนธรรมการสื่อสาร ไม่มีอะไรชัดเจน ไม่มีอะไรแน่นอน

เกี่ยวกับวัฒนธรรมการสื่อสารภายในองค์กรของสทท.11 ยังคงใช้การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรตามวัฒนธรรมองค์กรราชการเป็นหลัก ในขณะที่การสื่อสารด้วยโทรศัพท์มือถือก็เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการสื่อสารภายในองค์กร ทำให้การทำงานสะดวกรวดเร็ว และทันสมัย เข้ากับยุคสมัยมากยิ่งขึ้น

ส่วนการปรับตัวทางวัฒนธรรม สทท.11มีความเคลื่อนไหวเตรียมพร้อมรับกับการปฏิรูประบบราชการโดยการใช้ระบบการวัดผลแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์(RBM)เข้ามาประเมินผลงาน และการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรมหาชนยังไม่สัมฤทธิ์ผล ขณะที่องค์กรมีแนวคิดปรับเป็นSDU (Service Delivery Unit) แทน ส่วนการปรับตัวทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับมาตรา 40 คือ สทท.11ได้จัดทำแผนแม่บทพัฒนาสื่อวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยฯ (พ.ศ.2542-2546) ขึ้น เตรียมความพร้อมพัฒนาทั้งด้านบุคคลากร อุปกรณ์ และ เทคโนโลยี

TE 156617

The objective of this research is to study the organizational culture, communication culture, and cultural dynamics of Thai Television, channel 11.

The corporate culture of this research showed that the personnel of channel 11 have prominent bureaucratic value judgments, such as holding on State Convention, accepting dependence mass media mind (under control of state), showing off and always being Mr. Yes in a meeting with boss, feeling safe when doing activities according to boss's command or boss's satisfaction, filling with vagueness and uncertainty in policy .The Bureaucratic Organizational Culture is still a dominant culture among the three cultures (Bureaucratic Organizational Culture, Mass Media Organizational Culture, and Political Organizational Culture).

The communication culture of Thai Television, channel 11, has mainly performed by writing bureaucratic documents as much as using mobile phones. The mobile phone is going to play an important role in the television field of the communication culture because it facilitates effective communication.

About cultural dynamics of Television of Thailand, channel 11, to welcome to the new bureaucratic policy, they are using the Result Based Management (RBM) evaluation system. The organization does not yet transform to be The Autonomous Public Organization, but plan to be the Service Delivery Unit (SDU) instead. They develop Master Plan for Development of Mass Media of Thailand (1999 – 2003), which include manpower, instrument, and technology development.