

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ โครงสร้าง และเนื้อหาของเว็บไซต์ของคณะละครเวทีไทยร่วมสมัย ตลอดจนทัศนคติที่คณะละครเวทีต่อการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์และความคิดเห็นของผู้เข้าชมเว็บไซต์ ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเว็บไซต์ของคณะละครเวทีร่วมสมัยจำนวน 20 เว็บไซต์ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์ของคณะละครเวทีแต่ละคณะทั้งสิ้น 10 เว็บไซต์และการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าชมเว็บไซต์ด้วยแบบสอบถามจำนวน 119 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

เว็บไซต์ของคณะละครเวทีร่วมสมัยสามารถแบ่งได้เป็น 6 ประเภท ตามเนื้อหาและการออกแบบ จัดเรียงหน้าเว็บไซต์ซึ่งถูกกำหนดโดยแนวคิดเรื่องสุนทรียทัศน์ทางสังคมของคณะละครเวทีแต่ละคณะ ได้แก่ เว็บไซต์ที่เป็นศูนย์กลางข่าวสาร เว็บไซต์ของคณะละครเวทีเพื่อชุมชน เว็บไซต์ของคณะละครเวทีเพื่อสังคม เว็บไซต์ของคณะละครเวทีเพื่อความบันเทิง เว็บไซต์ของคณะละครเวทีเพื่อเด็กและการศึกษา และเว็บไซต์ของคณะละครเวทีเพื่อศิลปะร่วมสมัย

คณะละครเวทีร่วมสมัยใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ใน 3 ด้านดังนี้คือ ใช้เป็นพื้นที่แสดงตัวตนและเก็บข้อมูล ใช้ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลงาน และใช้เพื่อพบปะพูดคุยกับกลุ่มคนที่มีความสนใจด้านละครเวที

จากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ในการให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้เข้าชมมากกว่าการเพิ่มยอดขายบัตร และเห็นว่ายังไม่สามารถใช้เว็บไซต์แทนสื่อมวลชนได้ในฐานะเครื่องมือสื่อสาร เนื่องจากการสร้างเว็บไซต์ต้องใช้เวลา และยังขาดบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะทาง อย่างไรก็ตาม Social Networking อย่าง hi5 เป็นนวัตกรรมใหม่ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารแทนเว็บไซต์และเว็บบอร์ดได้

ผู้เข้าชมเว็บไซต์มีทั้งเพศชายและหญิงเท่าๆกัน อายุประมาณ 20-35 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำทุกวัน แต่นานๆ ครั้งจึงจะเข้าชมเว็บไซต์ของคณะละครเวทีร่วมสมัย เพราะเห็นว่าเว็บไซต์ขาดการอัปเดต จึงไม่ดึงดูด และเนื้อหาไม่น่าสนใจ จะใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เพื่อรับทราบข่าวประชาสัมพันธ์เท่านั้น ส่วนความต้องการมีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์กับคณะละครเวทีอยู่ในระดับต่ำ

This research aims to study form, structure and content of Thai contemporary theatre companies' websites. It also includes a survey of theatre companies' perceptions of the uses of websites and viewers' responses. The information is drawn from 20 contemporary theatre websites, interviews with 10 webmasters and questionnaires sent out to 119 website-viewers. The research found out that:

Thai contemporary theatre companies' websites can be divided into 6 groups according to their contents and designs, which are determined by each company's socio-aesthetic concept. They are an information hub for all theatre companies, websites for community theatre companies, websites for social issues orientated theatre companies, websites for commercial theatre companies, websites for educational and youth theatre companies, and websites for contemporary Thai dance-theater companies.

Thai contemporary theatre companies use the website in three different ways; as an online address and an archive of their works, as a public relation tool, and as a platform to interact with theatre-enthusiasts. Most webmasters interviewed perceive that a website should be used to provide useful and educational information for the viewers rather than to increase tickets sales. Websites cannot replace mass media in terms of promotion as it is time-consuming to create and maintain a website, as well as because of the lack of technical staff. However, innovative social network, for example Hi5, has now replaced websites and webboards as communication platform.

Websites viewers are both male and female between age of 20-35, who frequently using internet but rarely visiting contemporary theatres websites. This is due to the lack of updated information and uninteresting content. Therefore, the viewers use website to acquire information about the companies' activity rather than to interact.