

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงบทบาทเชิงวารสารศาสตร์แบบก่อกกระแสของผู้จัดการออนไลน์ในช่วงวิกฤตการณ์ทางการเมืองไทย พ.ศ. 2549 ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้จัดการออนไลน์แสดงบทบาทดังกล่าว และความรู้สึกขัดแย้งต่อบรรทัดฐานแห่งวิชาชีพของสื่อมวลชนของผู้จัดทำเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ โดยใช้วิเคราะห์เนื้อหาทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ พาดหัวข่าว ข่าวการเมือง บทความ บทวิเคราะห์ทางการเมือง และการเสนอแนะการเมืองของผู้จัดการออนไลน์ โดยศึกษาเป็น 4 ช่วงเวลาดังตั้งแต่วันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2549 – 19 ตุลาคม พ.ศ. 2549 และการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการ ผู้สื่อข่าว และผู้จัดทำเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน รวมทั้งนักกิจกรรมที่ทรงรงค์เคลื่อนไหวเรื่องสื่อมวลชน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้จัดการออนไลน์ได้แสดงบทบาทเชิงวารสารศาสตร์แบบก่อกกระแสในช่วงวิกฤตการณ์ทางการเมืองไทย พ.ศ. 2549 ในการต่อต้านรัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร อย่างชัดเจน
2. ทิศทางการนำเสนอเนื้อหาของผู้จัดการออนไลน์มีลักษณะต่อต้านรัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ถึงร้อยละ 93.60 ของหน่วยการศึกษาทั้งหมด
3. ลักษณะการใช้ภาษาในการนำเสนอเนื้อหาของผู้จัดการออนไลน์ ได้แก่ การใช้คำเสียดสี การใช้คำที่สร้างขึ้นใหม่ การใช้คำเพื่อสื่อความหมายที่ตรงกันข้าม การเปรียบเทียบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับเรื่องเล่าหรือนิทานปรัมปรา การใช้สมญานามแก่บุคคลที่เป็นข่าว เพื่อต่อต้านรัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร
4. ผู้จัดทำเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์สร้างกรอบการรับรู้ของสื่อโดยการเลือกประเด็นหลักในการนำเสนอเนื้อหา การใช้ภาษา การเลือกใช้ภาพ การเลือกแหล่งข่าว รูปแบบการนำเสนอ การนิยามปัญหา และการตัดสินทางศีลธรรม
5. ที่มาของแหล่งข่าวของผู้จัดการออนไลน์ในช่วงวิกฤตการณ์ทางการเมืองไทย พ.ศ. 2549 เป็นแหล่งข่าวที่ต่อต้านรัฐบาลพบเป็นจำนวนสูงที่สุด
6. ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้จัดการออนไลน์แสดงบทบาทเชิงวารสารศาสตร์แบบก่อกกระแสในช่วงวิกฤตการณ์ทางการเมืองไทย พ.ศ. 2549 คือ ปัจจัยทางเทคโนโลยี ปัจจัยด้านผู้นำองค์กรหรือเจ้าของสื่อ และปัจจัยด้านสถานการณ์ทางการเมือง
7. ผู้ผลิตเนื้อหาในผู้จัดการออนไลน์ไม่มีความรู้สึกขัดแย้งต่อบรรทัดฐานแห่งวิชาชีพของสื่อมวลชน เนื่องจากต้องการปกป้องผลประโยชน์ของสาธารณะ

This study is a qualitative and quantitative research. The research aimed at studying the advocacy journalism role of Manager Online website during the 2006 political crisis, the factors influenced on this role, and the conflict on code of ethics upon content producers of this website. The study relies on the following research methodologies : content analysis on 5 categories of content including headlines, political news, articles, analyses cartoons. The timeframe for content analysis is 4 periods during 23rd January – 19th October 2006. Furthermore, in-depth interviews were carried out with editors, content producers of Manager Online, media professionals, communication scholars and media activists .

This research has these findings:

1. Manager Online clearly plays the advocacy journalism role during the 2006 political crisis by opposing the Thaksin Shinawatra administration;
2. 93.60% of content from the sampled units of analysis in Manager Online was found to be against the Thaksin Shinawatra administration;
3. The styles of language appeared on Manager Online are irony, creating new words, contrasts, and metaphor;
4. The producers of Manager Online apply these framing techniques – theme selection, figures of speech, stories (myths and legends), slogans, photos, use of news sources, presentation, problem definition, and moral evaluation;
5. Most of the news sources used by Manager Online were against the Thaksin Shinawatra administration;
6. The factors that influenced on the advocacy journalism role of Manager Online during the 2006 political crisis are technology, organization ownership and political crisis;
7. The content producers of Manager Online have no conflict on code of ethics because they think they are protecting the public interest.