





**Μονάδα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης / DLU**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ  
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ  
ΤΟΥ COVID-19 ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΔΗΜΟΣΙΟΥΣ  
ΦΟΡΕΙΣ ΥΓΕΙΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΙΑΝΝΑΚΙΔΗΣ**

**ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ, 2023**



**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ  
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**Διατριβή η οποία υποβλήθηκε προς απόκτηση εξ  
αποστάσεως μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Δημόσια  
Διοίκηση – Γενική Διοίκηση στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις**

**ΜΙΧΑΗΛ ΓΙΑΝΝΑΚΙΔΗΣ**

**ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ, 2023**

## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © **Μιχαήλ Γιαννακίδης, 2023**

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της διατριβής από το Πανεπιστήμιο Νεάπολις δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Πανεπιστημίου.

## **Ή ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ**

Ο Μιχαήλ Γιαννακίδης γνωρίζοντας τις συνέπειες της λογοκλοπής, δηλώνω υπεύθυνα ότι η παρούσα εργασία με τίτλο «Η επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης του Covid-19 από τους Δημόσιους Φορείς Υγείας στο διαδίκτυο», αποτελεί προϊόν αυστηρά προσωπικής εργασίας και όλες οι πηγές που έχω χρησιμοποιήσει, έχουν δηλωθεί κατάλληλα στις βιβλιογραφικές παραπομπές και αναφορές. Τα σημεία όπου έχω χρησιμοποιήσει ιδέες, κείμενο ή/και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή.

**Ο Δηλών**

**Μιχαήλ Γιαννακίδης**

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κατάλογος Εικόνων.....	4
Κατάλογος Πινάκων .....	4
Κατάλογος Γραφημάτων .....	4
Ευχαριστίες .....	7
Περίληψη .....	8
Abstract.....	9
Κεφάλαιο 1 - Εισαγωγή.....	10
Κεφάλαιο 2 – Θεωρητικό Υπόβαθρο .....	14
2.1    Η έννοια της κρίσης.....	14
2.2    Επικοινωνία & θεωρίες επικοινωνίας.....	16
2.3    Επικοινωνία Κρίσεων .....	18
2.4    Ο ρόλος του διαδικτυακού περιβάλλοντος & των κοινωνικών μέσων στην κρίση του Covid-19.....	21
Κεφάλαιο 3 – Βιβλιογραφική Ανασκόπηση.....	23
Κεφάλαιο 4 - Μεθοδολογία Έρευνας .....	27
4.1    Ερευνητικός Σχεδιασμός .....	27
4.2    Μέθοδος Συγκριτικής Προτυποποίησης – Benchmarking .....	28
4.3    Δείγμα, Συλλογή Δεδομένων & Ανάλυση.....	29
Κεφάλαιο 5 – Μελέτη Περίπτωσης / Αποτελέσματα .....	31
5.1    ΕΟΔΥ.....	31
5.2    Υπουργείο Υγείας.....	36
5.3    Συγκριτική Ανάλυση.....	40
Κεφάλαιο 6 – Συζήτηση & Συμπεράσματα .....	44
Βιβλιογραφία .....	48

## Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1: Αρχική Σελίδα Facebook ΕΟΔΥ .....	35
Εικόνα 2: Αρχική Σελίδα Twitter ΕΟΔΥ .....	36
Εικόνα 3: Αρχική Σελίδα YouTube ΕΟΔΥ .....	36
Εικόνα 4: Αρχική Σελίδα Facebook ΥΥ.....	39
Εικόνα 5: Αρχική Σελίδα Twitter ΥΥ .....	40

## Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Βασικά Στοιχεία Οργανισμού ΕΟΔΥ .....	33
Πίνακας 2: Βασικά Στοιχεία Υπουργείου Υγείας.....	38

## Κατάλογος Γραφημάτων

Γράφημα 1: Μηνιαίες Επισκέψεις ΕΟΔΥ Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web.....	34
Γράφημα 2: Συνολικές Επισκέψεις ΕΟΔΥ Social Media Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web .....	35
Γράφημα 3: Μηνιαίες Επισκέψεις ΥΥ Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web.....	38
Γράφημα 4: Συνολικές Επισκέψεις ΥΥ Social Media Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web .....	38
Γράφημα 5: Εξάμηνες Επισκέψεις Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web .....	41
Γράφημα 6: Engagement Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web .....	41
Γράφημα 7: Πηγή Κίνησης Ιστοσελίδων Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web .....	42
Γράφημα 8: Πηγή Κίνησης Social Media Ιστοσελίδων Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web .....	43
Γράφημα 9: Social Media Ιστοσελίδων Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web .....	43





**Όνοματεπώνυμο Φοιτητή:** Μιχαήλ Γιαννακίδης

**Τίτλος Μεταπτυχιακής Διατριβής:** Η επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης του Covid-19 από τους Δημόσιους Φορείς Υγείας στο διαδίκτυο

Η παρούσα Μεταπτυχιακή Διατριβή εκπονήθηκε στο πλαίσιο των σπουδών για την απόκτηση εξ αποστάσεως μεταπτυχιακού τίτλου στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις και εγκρίθηκε στις ..... [ημερομηνία έγκρισης] από τα μέλη της Εξεταστικής Επιτροπής.

**Εξεταστική Επιτροπή:**

Πρώτος επιβλέπων (Πανεπιστήμιο Νεάπολις Πάφος).....[ονοματεπώνυμο, βαθμίδα, υπογραφή]

Μέλος Εξεταστικής Επιτροπής: .....[ονοματεπώνυμο, βαθμίδα, υπογραφή]

Μέλος Εξεταστικής Επιτροπής: .....[ονοματεπώνυμο, βαθμίδα, υπογραφή]

## Ευχαριστίες

Με την παρούσα διπλωματική μελέτη στο πλαίσιο του ΠΜΣ της μονάδας εξ αποστάσεως εκπαίδευσης (DLU) στην Δημόσια Διοίκηση – Γενική Διοίκηση του Τμήματος Οικονομικών & Διοίκησης του Πανεπιστημίου Νεάπολις Πάφου ολοκληρώνονται οι σπουδές μου και η ίδια η συγγραφή της εργασίας αποτελεί την ολοκλήρωση μιας μακράς πορείας προς την απόκτηση του μεταπτυχιακού αυτού τίτλου. Το ταξίδι αυτό ήταν μακρύ αλλά ιδιαίτερα σπουδαίο, κυρίως ως προς στην ακαδημαϊκή γνώση αλλά και τη δια βίου μάθηση, όμως παράλληλα και πολύ δύσκολο, καθώς συνδυάστηκε τόσο με τις οικογενειακές μου υποχρεώσεις όσο και με την καθημερινή μου εργασία. Οπότε, η επιτυχής ολοκλήρωση της διπλωματικής διατριβής θα ήταν αδύνατο να ολοκληρωθεί χωρίς την ασταμάτητη και μεγάλης σπουδαιότητας στήριξη και βοήθεια κάποιων πολύ σημαντικών ανθρώπων.

Έτσι, αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω βαθύτατα τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Σχοινιωτάκη, για την αδιάκοπη καθοδήγηση και τις πολύτιμες και εύχρηστες συμβουλές του, αλλά και φυσικά για την εμπιστοσύνη και εκτίμηση που μου έδειξε καθ' όλη την διάρκεια της συγγραφής της διπλωματικής μου διατριβής. Επιπλέον, θέλω επίσης να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές και καθηγήτριες της Σχολής, για όλες τις πολύτιμες γνώσεις και εμπειρίες που μου προσέφεραν σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου, αλλά και το διοικητικό προσωπικό της σχολής.

Καταληκτικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω φυσικά τόσο την οικογένεια μου, όσο και το στενό μου οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον, που με υπομονή και κουράγιο πρόσφεραν την απαραίτητη ηθική συμπαράσταση για την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας. Αφιερώνω την ολοκλήρωση αυτής της μελέτης στην γυναίκα και τον γιο μου.

## Περίληψη

Στην εποχή του κορονοϊού, τα social media διαδραμάτισαν σπουδαίο ρόλο τόσο ως προς τις υγειονομικές όσο και τις κυβερνητικές υπηρεσίες του δημοσίου στη διάδοση πληροφοριών σχετικά με τις συνθήκες, τους κινδύνους και τα μέτρα ατομικής προστασίας για τον περιορισμό της εξάπλωσης της νόσου. Παρά το γεγονός ότι η δημόσια υγεία ήταν ικανή να εντοπίζει καταστάσεις έκτακτης ανάγκης και να ανταποκρίνεται γρήγορα, η επικοινωνία σχετικά με αυτές τις κρίσεις και τα μέτρα που προτείνονται για την αντιμετώπισή τους αποτελεί ακόμα σπουδαία πρόκληση. Ο βασικός σκοπός της διπλωματικής αυτής μελέτης είναι ο προσανατολισμός στον τρόπο διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού στην επικοινωνιακή πολιτική των δημόσιων φορέων υγείας, τόσο στα κοινωνικά δίκτυα όσο και γενικότερα στο διαδίκτυο, μέσω της αναζήτησης και ανάλυσης της επικοινωνιακής πολιτικής και διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού από τους υγειονομικούς δημόσιους φορείς της Ελλάδας, χρησιμοποιώντας το λογισμικό του Similar Web. Πραγματοποιήθηκε μια μελέτη περίπτωσης αλλά και η μέθοδος της συγκριτικής προτυποποίησης (benchmarking) βέλτιστων πρακτικών μεταξύ του ΕΟΔΥ, του Υπουργείου Υγείας, και της ιστοσελίδας της κυβέρνησης για τον κορονοϊό. Η μελέτη παρουσιάζει ένα νέο, ολοκληρωμένο πλαίσιο των παραγόντων που εμπλέκουν το κοινό στην επικοινωνία του κορονοϊού από την κυβέρνηση και τους δημόσιους φορείς, μέσω εμπειρικών δοκιμών των μετρήσεων των ιστοσελίδων και πλαισίων περιεχομένου υγείας, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, του στυλ των μηνυμάτων και των διαδραστικών χαρακτηριστικών που διαθέτουν. Αξιοποιώντας αυτή τη γνώση και αξιοποιώντας τη δύναμη που έχει την σημερινή εποχή το διαδίκτυο αλλά κυρίως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι κυβερνήσεις, οι δημόσιοι φορείς και οι οργανισμοί υγείας μπορούν να καθορίσουν το κοινό και την καθολικότητά τους, πως θα το προσελκύσουν, και σπουδαιότερα, σε ποιες πτυχές θα δώσουν έμφαση σε μια προσπάθεια να μειώσουν την εξάπλωση της νέας ασθένειας. Η έρευνα υποδηλώνει ότι οι υπηρεσίες δημόσιας υγείας πρέπει να αξιολογήσουν την ποιότητα και το περιεχόμενο των επικοινωνιών κρίσεων, ειδικά για την κρίση του κορονοϊού, και να αναπτύξουν μια συνοπτική λίστα ελέγχου των κατευθυντήριων γραμμών επικοινωνίας κρίσεων στα social media.

**Λέξεις κλειδιά:** Επικοινωνιακή Διαχείριση, Κορονοϊός, Covid-19, Κρίση Υγείας, Κρίσεις, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Διαδικτυακό Περιβάλλον, Φορείς Υγείας

## **Abstract**

During COVID-19, social media has played an important role for public health agencies and government agencies in disseminating information about situations, risks, and personal protection measures that inhibit the spread of the disease. Despite the ability of public health to detect and respond quickly to emergencies, communication about these crises and their proposed measures remains a particularly important challenge. The main purpose of this thesis is to guide the way of managing the coronavirus crisis in the communication policy of public health agencies, both in social-media and in general on the internet, through the search and analysis of the communication policy and management of the coronavirus crisis by the public institutions of Greece, mainly health agencies, using the software of Similar Web. A case study was conducted as well as the method of benchmarking among EODY, Ministry of Health and government coronavirus website. The study presents a new, comprehensive framework of the factors that engage the public in government and public agency coronavirus communication, through empirical testing of measures of health content websites and contexts, social media, messaging style and interactive features. Utilizing this knowledge and harnessing the power of today's internet era but especially social media, governments, public bodies and health organizations can determine their audience and universality, how to attract them, and more importantly, which aspects they will focus on in an effort to reduce the spread of the new disease. This thesis study demonstrated the need to assess the quality and content of crisis communication, especially the coronavirus crisis, by public health agencies, but also the need to develop a concise list of guidelines for crisis communication on social media.

**Keywords:** Communication Management, Coronavirus, Covid-19, Health Crisis, Crises, Social-Media, Online Environment / Internet, Health Agencies

## Κεφάλαιο 1 - Εισαγωγή

Το σήμερα μπορεί να χαρακτηριστεί από σημαίνουσες αλλαγές και εξελίξεις σε πολλούς τομείς της καθημερινής ζωής, με την «Ψηφιακή Επανάσταση» στο αποκορύφωμά της να επηρεάζει την κοινωνική ζωή των ανθρώπων και να επιφέρει σημαντικές αλλαγές σε διάφορους τομείς. Στην εποχή του κορονοϊού, τα social media διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στις υπηρεσίες δημόσιας υγείας και στις κρατικές υπηρεσίες που διαδίδουν πληροφορίες σχετικά με τις συνθήκες, τους κινδύνους και τα μέτρα ατομικής προστασίας για τον περιορισμό της εξάπλωσης της νόσου. Παρά την ικανότητα της δημόσιας υγείας να ανιχνεύει και να ανταποκρίνεται γρήγορα σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης, η επικοινωνία σχετικά με αυτές τις κρίσεις και τα προτεινόμενα μέτρα τους παραμένει μια ιδιαίτερα σημαντική πρόκληση (WHO, 2005· Quinn, 2018).

Στην παρούσα εργασία, αρχικά, αναγνωρίζεται η ανάγκη της αξιολόγησης της ποιότητας και του περιεχομένου της επικοινωνίας των κρίσεων και δη της κρίσης του κορονοϊού από τους φορείς της δημόσιας υγείας, αλλά και η αναγκαιότητα να αναπτυχθεί μια συνοπτική λίστα κατευθυντήριων γραμμών για την επικοινωνία κρίσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιδιώκεται επίσης να αναδειχθεί το πόσο αναγκαίο κρίνεται να γίνει χρήση του διαδικτύου και δη των social media για την αποτελεσματικότερη επικοινωνία προς το κοινό σχετικά με τις κρίσεις γενικότερα, αλλά και τις καταστάσεις έκτακτης ανάγκης και τις υγειονομικές κρίσεις, και φυσικά πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν αυτά, κυρίως λόγω της νέας εποχής που διανύει η ανθρωπότητα με την «Ψηφιακή Επανάσταση» και τον «Ψηφιακό Μετασχηματισμό». Εξετάζεται η απήχηση που είχαν οι ιστοσελίδες του ΕΟΔΥ και Υπουργείου Υγείας, οι πηγές της επισκεψιμότητας και άλλα στοιχεία, και κατά πόσο το κοινό πλέον κατευθύνεται στις συγκεκριμένες ιστοσελίδες για να ενημερωθεί σχετικά με θέματα υγείας.

Το ξέσπασμα της νέας νόσου του κορονοϊού (COVID-19) του 2020 που προκλήθηκε από το σοβαρό οξύ αναπνευστικό σύνδρομο κορονοϊού 2 (SARS-CoV-2) τον Ιανουάριο του 2020, είχε ως αποτέλεσμα την εκρηκτική και κλιμακούμενη επικοινωνία σε διαδικτυακά περιβάλλοντα που σχετίζονται με την ασθένεια, επιπτώσεις στην ανθρώπινη θνησιμότητα και παγκόσμιες και τοπικές επιπτώσεις που αντιμετώπισαν, και σε κάποιες περιπτώσεις ακόμα καλούνται να αντιμετωπίσουν οι κυβερνήσεις και οι υπηρεσίες του συστήματος υγείας. Για μια νέα ασθένεια όπως αυτή του κορονοϊού, η αποτελεσματική επικοινωνία για την πανδημία είναι ζωτικής σημασίας για την ενημέρωση του κοινού σχετικά με τις πιο

πρόσφατες ενημερώσεις της νόσου, την παρακίνηση να υιοθετήσει προληπτικά μέτρα για την ελαχιστοποίηση της μετάδοσης της νόσου και να τους διαβεβαιώσει ότι η κυβέρνηση είναι σε θέση να χειρισμός της κατάστασης (Jones et al., 2010; Strekalova, 2017; Zhao et al., 2020). Πολλές μελέτες σχετικά με την επικοινωνία επιδημιών και πανδημιών υπάρχουν σε παραδοσιακά μέσα (Jones et al., 2010; Ophir, 2018; Sandell, 2013), υποδηλώνοντας ότι το κοινό μαθαίνει για τους κινδύνους για την υγεία που συνδέονται με την πανδημία από τα μέσα ενημέρωσης (Roche and Muskavitch, 2016; Frewer, 2016), γεγονός που επηρεάζει φυσικά τον τρόπο με τον οποίο ανταποκρίνεται σε αυτές (Hall, 2009). Είναι αδιαμφισβήτητο, ότι η νόσος του COVID-19 έχει θέσει μια άνευ προηγουμένου πρόκληση για τις κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο, και η αποτελεσματική κυβερνητική επικοινωνία των πληροφοριών σχετικά με τον COVID-19 με το κοινό είναι ζωτικής σημασίας. Ο αυξανόμενος ρυθμός ανιχνευόμενων περιστατικών COVID-19 μαζί με τεράστιες ποσότητες σχετικών αναρτήσεων έχει προκαλέσει αποκλίνουσες αντιδράσεις (Shimizu, 2020) και αλληλεπιδράσεις μεταξύ κυβερνητικών υπηρεσιών και ενδιαφερομένων σε διάφορα επίπεδα.

Τα τελευταία χρόνια, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν όλο και πιο σημαντικό ρόλο στην προώθηση της επικοινωνίας κινδύνου για την υγεία κατά τη διάρκεια μιας επιδημίας (Househ, 2016; Gui et al., 2017). Έρευνα σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τη διερεύνηση της προσοχής του κοινού σε νέες επιδημίες έχει διεξαχθεί, όπως με τον H7N9 (Gu et al., 2014; Chen, 2019; Xie, 2014) το ξέσπασμα του Έμπολα (Strekalova, 2017) και την πανδημία H1N1 το 2009 (Liu and Kim, 2011). Έτσι, κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, και κυρίως με την γρήγορη και εκθετική εξάπλωσή του, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πυροδοτήθηκαν με μια ποικιλία πληροφοριών και έγιναν βασικό εργαλείο για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και την παροχή ενημερωμένων πληροφοριών για την υγεία. Πρόσφατες εκτιμήσεις δείχνουν ότι περίπου 3,8 δισεκατομμύρια άνθρωποι ή αλλιώς σχεδόν το 60% του παγκόσμιου πληθυσμού, χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Kemp, 2020). Ωστόσο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με την αποκεντρωμένη και ταχέως κινούμενη διάχυση πληροφοριών είναι παράλληλα και επιρρεπή σε παραπληροφόρηση και διάδοση ψευδών ειδήσεων (fake news). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (ΠΟΥ) έχει αναφερθεί στο εύρος και την ταχύτητα της διάδοσης ψευδών πληροφοριών που συνδέονται με τον COVID-19 ως «πληροφοριακή επιδημία» που χρειάζεται ταχεία αντιμετώπιση. Οι διαδικτυακοί χρήστες έχουν τη δυνατότητα να καταπολεμήσουν την παραπληροφόρηση, ωστόσο οι μέσοι χρήστες σπάνια χρησιμοποιούν πόρους για να επαληθεύσουν την ακρίβεια και την αξιοπιστία του

περιχομένου ενός ιστότοπου, ιδίως πληροφορίες που σχετίζονται με την υγεία (Khan and Idris, 2019). Εν μέσω κρίσεων και καταστροφών, ο ρόλος των επίσημων υγειονομικών υπηρεσιών γίνεται εξαιρετικά σημαντικός όσον αφορά όχι μόνο την εκπαίδευση του κοινού και τη διασφάλιση μηνυμάτων υγείας βασισμένα σε γεγονότα, αλλά και για την εξάλειψη μύθων και την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης (Gesser-Edelsburg et al., 2018; Kankanamge et al., 2020). Μια βασική πρόκληση στον τομέα της έρευνας της επικοινωνίας για την υγεία ήταν η έλλειψη κατευθυντήριων θεωρητικών μοντέλων (Veil et al., 2008). Μέρος αυτής της πρόκλησης είναι ότι «καμία θεωρία και κανένα μοντέλο δεν είναι απολύτως επαρκή για το σχεδιασμό εκστρατειών δημόσιας επικοινωνίας» (Backer et al., 1992). Ενώ ιδρύματα και μελετητές έχουν αναπτύξει αρκετά μοντέλα και πλαίσια επικοινωνίας κινδύνου και κρίσεων, συχνά αυτά υπολείπονται όταν δοκιμάζεται η πρακτικότητά τους. Ωστόσο, υπάρχουν λίγες μελέτες που έχουν υιοθετήσει την ανάλυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την εξέταση της επικοινωνίας των κυβερνητικών μέσων με το κοινό και της ανταπόκρισης του κοινού στη νέα πανδημία του κορονοϊού. Επειδή απαιτείται έγκαιρη δημόσια δράση για τον περιορισμό της εξάπλωσης της νέας ασθένειας, είναι επείγουσας σημασίας να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο η επικοινωνία των κυβερνητικών μέσων εμπλέκει το κοινό. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να παρέχουν πληροφορίες για το τι μπορούν να κάνουν περαιτέρω τα μέσα ενημέρωσης, οι οργανώσεις υγείας και η κυβέρνηση για τη διάδοση πληροφοριών στο κοινό, ώστε το τελευταίο να μπορεί να λάβει τα κατάλληλα μέτρα για να περιορίσει την εξάπλωση του ιού.

Συνοπτικά, ο βασικός σκοπός της διπλωματικής αυτής μελέτης είναι ο προσανατολισμός στον τρόπο διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού στην επικοινωνιακή πολιτική των δημόσιων φορέων υγείας τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα, τόσο στα κοινωνικά δίκτυα όσο και γενικότερα στο διαδίκτυο. Ο κύριος στόχος της διπλωματικής θα είναι η αναζήτηση και ανάλυση της επικοινωνιακής πολιτικής και διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού από τους δημόσιους φορείς της Ελλάδας, κυρίως υγείας που σχετίστηκε άμεσα με την κρίση του κορονοϊού, δηλαδή τον ΕΟΔΥ και του Υπουργείου Υγείας κυρίως στο διαδίκτυο (δηλαδή στις επίσημες ιστοσελίδες των φορέων), αλλά στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης. Συνοπτικά, ο βασικός σκοπός είναι η διερεύνηση της επισκεψιμότητας των ιστοσελίδων των συγκεκριμένων οργανισμών, ανάλυση των πηγών και άλλων στοιχείων επισκεψιμότητας και η σύγκριση μεταξύ τους για μία συγκεκριμένη περίοδο. Με αυτό το τρόπο διερευνάται κατά πόσο οι συγκεκριμένοι οργανισμοί κέντρισαν το ενδιαφέρον των χρηστών για πληροφόρηση σε μία περίοδο που υπήρχε ανησυχία των πολιτών λόγω της υγειονομικής κρίσης. Γι' τους προαναφερθείς στόχους θα πραγματοποιηθεί μια μελέτη περίπτωσης

(ΕΟΔΥ & Υπουργείο Υγείας Ελλάδας) αλλά και μέσω της μεθόδου της συγκριτικής προτυποποίησης (benchmarking) βέλτιστων πρακτικών. Η παρούσα εργασία επιδιώκει να συνεισφέρει στην εξέταση του ζητήματος με διττό τρόπο: αφενός, να αποτιμήσει κριτικά την μέχρι τώρα βιβλιογραφία πάνω στο συγκεκριμένο πρόβλημα και αφετέρου, να προβεί σε μια εμπειρική ανάλυση για την εξαγωγή καίριων συμπερασμάτων μέσα από την μέθοδο της μελέτης περίπτωσης.

Η υπόλοιπη εργασία έχει διαρθρωθεί ως εξής: η ενότητα που ακολουθεί αναλύει το θεωρητικό υπόβαθρο της μελέτης, παρουσιάζοντας λεπτομερώς τους ορισμούς, τις έννοιες και τις παραμέτρους της κρίσης και της επικοινωνίας, μαζί με κάποιες θεωρίες επικοινωνίας, αλλά και πιο συγκεκριμένα αναλύεται η επικοινωνία των κρίσεων μέσα από ορισμούς και διαχρονικές μελέτες, ενώ παράλληλα παρουσιάζεται θεωρητικά ο ρόλος του διαδικτυακού περιβάλλοντος και των κοινωνικών μέσων στην ενημέρωση και την επικοινωνιακή διαχείριση για τον κορονοϊό. Στην τρίτη ενότητα, ανασκοπείται η υπάρχουσα βιβλιογραφία, όχι μόνο σε εγχώριο επίπεδο αλλά και σε Ευρωπαϊκό και διεθνές. Στην 4η ενότητα περιγράφεται η καθορισμένη μεθοδολογία έρευνας και τα δεδομένα, ενώ στο κεφάλαιο 5 γίνεται η παρουσίαση της μελέτης περίπτωσης. Τέλος, στην τελευταία ενότητα γίνεται συζήτηση γύρω από την μελέτη και παρουσιάζονται αναλυτικά τα συμπεράσματα, οι μελλοντικές προτάσεις, και οι περιορισμοί της έρευνας μαζί με καταληκτικές παρατηρήσεις.



## Κεφάλαιο 2 – Θεωρητικό Υπόβαθρο

### 2.1 Η έννοια της κρίσης

Σύμφωνα με τους Koselleck και Richter (2006), για τους αρχαίους Έλληνες ο όρος «κρίση» είχε σχετικά σαφώς οριοθετημένες έννοιες στους τομείς του δικαίου, της ιατρικής και της θεολογίας. Η ιδέα επέβαλε επιλογές ανάμεσα σε έντονες εναλλακτικές λύσεις - σωστές ή λάθος, σωτηρία ή καταδίκη, ζωή ή θάνατος. Μέχρι την πρώιμη σύγχρονη περίοδο η ιατρική έννοια, η οποία συνέχιζε να χρησιμοποιείται τεχνικά, παρέμενε κυρίαρχη ουσιαστικά χωρίς διακοπή. Από τον δέκατο έβδομο αιώνα και μετά, ο όρος, που χρησιμοποιείται ως μεταφορά, επεκτάθηκε στην πολιτική, την οικονομία, την ιστορία, την ψυχολογία. Προς το τέλος του δέκατου όγδοου αιώνα, ο όρος πήρε και πάλι θρησκευτική και θεολογική σημασία. αλλά με την εφαρμογή του στα γεγονότα της γαλλικής και της αμερικανικής επανάστασης, το αποκαλυπτικό όραμα της τελευταίας κρίσης απέκτησε πλέον κοσμικό νόημα. Λόγω της μεταφορικής της ευελιξίας, η έννοια αποκτά σημασία, μπαίνει στην καθημερινή γλώσσα και γίνεται κεντρική λέξη. Στον σημερινό αιώνα, δεν υπάρχει ουσιαστικά κανένας τομέας της ζωής που να μην έχει εξεταστεί και ερμηνευτεί μέσω αυτής της έννοιας με την εγγενή απαίτηση για αποφάσεις και επιλογές. Εφαρμοσμένη στην ιστορία, η «κρίση», από το 1780, έχει γίνει έκφραση μιας νέας αίσθησης του χρόνου, η οποία έδειξε και ενέτεινε το τέλος μιας εποχής. Οι αντιλήψεις για μια τέτοια αλλαγή της εποχής μπορούν να μετρηθούν από την αυξημένη χρήση της κρίσης. Αλλά η έννοια παραμένει τόσο πολυεπίπεδη και διαφορούμενη όσο και τα συναισθήματα που συνδέονται με αυτήν. Θεωρούμενη ως χρόνια, η «κρίση» μπορεί επίσης να υποδηλώνει μια κατάσταση μεγαλύτερης ή μικρότερης μονιμότητας, όπως σε μια μακρύτερη ή μικρότερη μετάβαση προς κάτι καλύτερο ή χειρότερο ή προς κάτι εντελώς διαφορετικό. Η «κρίση» μπορεί να προαναγγέλλει ένα επαναλαμβανόμενο γεγονός, όπως στην οικονομία, ή να είναι υπαρξιακός όρος ανάλυσης, όπως στην ψυχολογία και τη θεολογία. Όλες αυτές οι πιθανές χρήσεις μπορούν να εφαρμοστούν στην ίδια την ιστορία.

Η Κρίσις έχει τις ρίζες του στο ελληνικό ρήμα κρίνω: «χωρίζω» (χωρίζω, χωρίζω), «διαλέγω», «κρίνω», «αποφασίζω», ως μέσο «μέτρησης του εαυτού σου», ή για «τσακωμό». Αυτό δημιούργησε ένα σχετικά ευρύ φάσμα σημασιών. Στα κλασικά ελληνικά, ο όρος ήταν κεντρικός στην πολιτική. Δεν σήμαινε μόνο «διαζύγιο» και «καβγά», αλλά και «απόφαση» με την έννοια να φτάσει κανείς σε ένα κρίσιμο σημείο που θα έριχνε τη ζυγαριά. Με αυτή την έννοια χρησιμοποίησε τη λέξη ο Θουκυδίδης όταν συνέδεσε την ταχεία ολοκλήρωση των Περσικών Πολέμων με τέσσερις μάχες». Αλλά «κρίση» σήμαινε επίσης «απόφαση» με

την έννοια της ετυμολογίας ή κρίσης, αυτό που σήμερα σημαίνει κριτική. Έτσι, στα κλασικά ελληνικά ο μετέπειτα διαχωρισμός σε δύο νοηματικούς τομείς -αυτόν της «υποκειμενικής κριτικής» και μιας «αντικειμενικής κρίσης»- καλύπτονταν ακόμα από τον ίδιο όρο, συγχωνεύοντας εννοιολογικά και τις δύο σφαίρες. Πάνω απ' όλα, με την έννοια της «κρίσης», της «δίκης», της «νόμιμης απόφασης» και εν τέλει του «δικαστηρίου» η κρίση πέτυχε ένα υψηλό συνταγματικό καθεστώς, μέσω του οποίου ο μεμονωμένος πολίτης και η κοινότητα συνδέονταν μεταξύ τους. Το «υπέρ και κατά» ήταν επομένως παρόν στην αρχική σημασία της λέξης και αυτό με τρόπο που ήδη εννοιολογικά προέβλεπε την κατάλληλη κρίση. Ο Αριστοτέλης χρησιμοποιούσε συχνά τη λέξη με αυτόν τον τρόπο. Ως νόμιμος τίτλος και νομικός κώδικας η κρίσις ορίζει την τάξη της αστικής κοινότητας. Από τη συγκεκριμένη νομική σημασία ο όρος αρχίζει να αποκτά πολιτική σημασία. Επεκτείνεται σε εκλογικές αποφάσεις, κυβερνητικά ψηφίσματα, αποφάσεις πολέμου και ειρήνης, θανατικές ποινές και εξορία, στην αποδοχή επίσημων εκθέσεων και, κυρίως, στις κυβερνητικές αποφάσεις καθ'αυτές. Έτσι, κρίσις / κρίση είναι το πιο απαραίτητο για την κοινότητα, αντιπροσωπεύοντας αυτό που είναι ταυτόχρονα δίκαιο και σωτήριο, και έτσι, μόνο ένας που συμμετείχε ως κριτής θα μπορούσε να είναι πολίτης (αρχή της κριτικής). Για τους Έλληνες, λοιπόν, η «κρίση» ήταν μια κεντρική έννοια με την οποία η δικαιοσύνη και η πολιτική τάξη μπορούσαν να εναρμονιστούν μέσω της κατάλληλης νομικής απόφασης (Koselleck & Richter, 2006).

Σήμερα, μερικές ακόμα από τις έννοιες που χρησιμοποιούνται για να εκφράσουν την κρίση συνοψίζονται εδώ. Ο Μπαμπινιώτης (2008) υπογραμμίζει τη διατάραξη της ομαλής πορείας ή τη κακή λειτουργία ενεργειακού και οικονομικού περιεχομένου, αξιών ή θεσμών. Από την άλλη, με τον όρο «κρίση» προσδιορίζεται μια περίοδος ανώμαλης κατάστασης, δυσχερούς και επικίνδυνης εκτροπής από τις κανονικές συνθήκες της ζωής (Φιλολιά και συν., 2005). Σύμφωνα με την Fearn-Banks, (2010), «κρίση» είναι ένα σημαντικό συμβάν με δυνητικά αρνητικές επιπτώσεις που επηρεάζει τον οργανισμό, την εταιρία ή τον κλάδο, καθώς και το αντίστοιχο κοινό, τα προϊόντα, τις υπηρεσίες ή το καλό όνομά τους, ενώ ο Foster (1980), υποστηρίζει ότι «κρίση» είναι μια επείγουσα ανάγκη για αποφάσεις, έντονη έλλειψη προσωπικού, έντονη έλλειψη υλικών και έντονη έλλειψη χρόνου. Οι Rosenthal and Rijnenburg (1991), διατυπώνουν πως η έννοια της κρίσης είναι σχετική με καταστάσεις που χαρακτηρίζονται από σοβαρή απειλή, αβεβαιότητα και την αίσθηση του επείγοντος. Επίσης, οι κρίσεις μπορεί να είναι απειλητικές καταστάσεις, οι οποίες απαιτούν γρήγορη αντίδραση, αφού είναι αβέβαιες εκ φύσεως. Ο Boston (1993), αναφέρει ότι η κρίση είναι ένα μεγάλο και ξαφνικό γεγονός που πιθανώς έχει αρνητικά αποτελέσματα και οι συνέπειές του

μπορούν να βλάψουν σοβαρά έναν οργανισμό και τους εργαζομένους του, τα προϊόντα, τις υπηρεσίες, την οικονομική κατάσταση και την υπόληψη.

Γενικότερα, η διαχείριση κρίσεων έχει δύο κύριες διαστάσεις, την ικανότητα διακυβέρνησης και την νομιμότητα διακυβέρνησης (Christensen et al., 2016), που επηρεάζουν ξεχωριστά και δυναμικά τον τρόπο με τον οποίο οι πολιτικοί και διοικητικοί παράγοντες μετριάζουν, ορίζουν, χειρίζονται και μαθαίνουν από τις κρίσεις (Boin et al. 2017). Η ικανότητα διακυβέρνησης υποδηλώνει ποιες δομές και πόροι είναι προσβάσιμοι για την αντιμετώπιση μιας κρίσης, αλλά και πώς χρησιμοποιούνται στην πράξη. Οι Lodge και Wegrich (2014) χωρίζουν την ικανότητα διακυβέρνησης σε τέσσερις τύπους: αναλυτική, συντονιστική, ρυθμιστική και ικανότητα παράδοσης. Η νομιμότητα της διακυβέρνησης αφορά το πώς το περιβάλλον ενός κυβερνητικού συστήματος, δηλαδή ουσιαστικά οι πολίτες και τα μέσα ενημέρωσης, βιώνουν και αξιολογούν τις κυβερνητικές προσπάθειες κατά τη διάρκεια μιας κρίσης (Christensen & Lægreid, 2020). Αυτό μπορεί να λάβει τη μορφή αυτού που ο Easton (1965) ονομάζει «διάχυτη υποστήριξη», που σημαίνει εμπιστοσύνη σε θεσμούς και πολιτικο-διοικητικούς παράγοντες με την πάροδο του χρόνου, αλλά και «συγκεκριμένη υποστήριξη», υπονοώντας την εμπιστοσύνη σε συγκεκριμένους παράγοντες ή μέτρα σε συγκεκριμένες καταστάσεις. Εάν μια κρίση αντιμετωπιστεί σωστά, συχνά προκύπτει υψηλό επίπεδο εμπιστοσύνης και νομιμότητας, ενώ η χαμηλή βαθμολογία στη νομιμότητα μπορεί να υπονομεύσει την ικανότητα διακυβέρνησης. Σε μια κατάσταση κρίσης, η νομιμότητα συνδέεται συχνά με τη λογοδοσία, όχι κυρίως με εσωτερική πολιτική, διοικητική ή επαγγελματική λογοδοσία, αλλά αυτό που ο Schillemens (2008) ονομάζει οριζόντια ή κοινωνική λογοδοσία, όπου οι πολιτικοί ηγέτες προσπαθούν να δικαιολογήσουν ή να επιχειρηματολογήσουν για τα μέτρα που λαμβάνονται, κάτι που είναι ένα πολύ σημαντικό δημοκρατικό χαρακτηριστικό.

## **2.2 Επικοινωνία & θεωρίες επικοινωνίας**

Η θεωρία του ενοφθαλμισμού που αναπτύχθηκε αρχικά από τους Anderson and McGuire (1965) και στην συνέχεια από τον McGuire (1970) προτείνει ότι αν δοθεί στους ανθρώπους το χειρότερο σενάριο όταν υπάρχει μόνο ένας υποθετικός κίνδυνος καταστροφής, θα επεξεργαστούν το ζήτημα λιγότερο επικίνδυνα, θα συμβιβαστούν με αυτό και θα λιγότερο πιθανό να πανικοβληθούν σε περίπτωση που παρουσιαστεί το πρόβλημα, παρά να παραμείνουν σε μη ενημερωμένη κατάσταση. Δηλαδή, εν προκειμένω το να μάθει κανείς τι πραγματικά πρόκειται να κάνει μια πανδημία κορονοϊού την ίδια στιγμή που μαθαίνει ότι έχει ξεσπάσει η πανδημία αυτή, φαντάζει πιο ευνοϊκό για να προκαλέσει μια αντίδραση

πανικού. Από την άλλη, αξίζει να σημειωθεί ότι το κοινωνικό μάρκετινγκ είναι ευρέως αποδεκτό ότι είναι ένα ισχυρό και αποτελεσματικό εργαλείο το οποίο, εάν χρησιμοποιηθεί σωστά, μπορεί να επιφέρει αλλαγή συμπεριφοράς προς όφελος ατόμων, ομάδων και κοινωνιών (Jones et al., 2010). Υπάρχουν στοιχεία που υποδηλώνουν ότι πιθανώς τα αποτελέσματα που απαιτούνται για την αντιμετώπιση μιας πιθανής πανδημίας είναι τα αποτελέσματα που μπορούν να επιτευχθούν με αποτελεσματικό κοινωνικό μάρκετινγκ (δηλαδή, εθελοντική αλλαγή συμπεριφοράς), αν και η ίδια η ασθένεια είναι θεμελιωδώς διαφορετική από τις περισσότερες συνθήκες στις οποίες το κοινωνικό μάρκετινγκ έχει υποβληθεί. Για παράδειγμα, η λίστα του Kotler με τα 50 κύρια ζητήματα που μπορεί να ωφελήσει το κοινωνικό μάρκετινγκ περιλαμβάνει 22 θέματα για τη βελτίωση της υγείας, 20 από τα οποία σχετίζονται με χρόνιες παθήσεις όπως η χρήση καπνού, η σωματική αδράνεια και η διατροφική πρόσληψη), αλλά μόνο δύο σχετίζονται με μεταδοτικές ασθένειες και τα δύο από αυτά έχουν απλές και αποδεδειγμένες προληπτικές στρατηγικές (δηλαδή, ανοσοποίηση και χρήση προφυλακτικών) (Kotler et al., 2002).

Σχετικά με την θεωρία του πλούτου των μέσων (Media Richness Theory – MRT), που προτάθηκε από τους Daft και Lengel (1986), η οποία υποστηρίζει ότι τα μέσα επικοινωνίας έχουν διαφοροποιημένες ικανότητες στη διευκόλυνση της κατανόησης, αυτή αναφέρεται στο πιθανό φορτίο πληροφοριών των μέσων επικοινωνίας, δίνοντας έμφαση στις ικανότητες προώθησης κοινών νοημάτων (Daft & Lengel, 1986). Τα κριτήρια κρίσης του πλούτου των μέσων περιλαμβάνουν την επικαιρότητα της ανάδρασης, τις πολλαπλές ενδείξεις, τη γλωσσική ποικιλομορφία και την προσωπική εστίαση (Daft et al., 1987), που επεξηγούν περαιτέρω τους τέσσερις τύπους πλούτου μέσων από πάνω προς τα κάτω, δηλαδή: επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, τηλέφωνο, γραπτά έγγραφα και μη επεξεργασμένα έγγραφα. Η θεωρία τονίζει ότι ο υψηλότερος πλούτος μέσων δεν είναι πάντα καλύτερος. Αυτό εξαρτάται από το συγκεκριμένο περιεχόμενο της οργανωτικής εργασίας (Daft et al., 1987). Με άλλα λόγια, τα καλύτερα εφέ μπορούν να επιτευχθούν όταν ο πλούτος των μέσων ταιριάζει με την εργασία. Σήμερα, οι εξελίξεις της νέας τεχνολογίας πολυμέσων επιτρέπουν στους ανθρώπους να δημιουργούν, να επικοινωνούν και να χρησιμοποιούν πιο εύκολα περιεχόμενο πολυμέσων. Το περιεχόμενο που δημοσιεύεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρουσιάζεται συνήθως σε απλό κείμενο, εικόνες ή βίντεο, ενώ ο πλούτος των μέσων τους ποικίλλει από χαμηλό έως υψηλό (Denktaş-Şakar and Sürücü, 2018; Yue, et al., 2019). Για παράδειγμα, λόγω του περιορισμού των λέξεων, οι χρήστες του Twitter συνήθως επεκτείνουν αυτό που θέλουν να εκφράσουν συμπεριλαμβάνοντας συμπληρωματικό υλικό, όπως εικόνες ή βίντεο (Lee & Xu, 2018).

Η Θεωρία Διαλογικής Επικοινωνίας (Dialogic Communication Theory – DCT) που δημιουργήθηκε, που προτάθηκε από τους Kent και Taylor (1998), χρησιμοποιείται για τη μελέτη της οργανωτικής επικοινωνίας σε ιστότοπους. Τα τελευταία χρόνια, η θεωρία έχει εφαρμοστεί σε μελέτες σχετικά με τη συμμετοχή των πολιτών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η διαλογική επικοινωνία αναφέρεται στη διαπραγματευόμενη ανταλλαγή ιδεών και απόψεων (Wirtz & Zimbres, 2018). Ο διάλογος συχνά ακολουθεί δύο αρχές, δηλαδή: την πραγματοποίηση της αμοιβαίας ικανοποίησης και τη δημιουργία κοινού νοήματος (Wirtz & Zimbres, 2018). Οι Kent και Taylor (1998) δήλωσαν ότι η διαλογική επικοινωνία πρέπει να ακολουθεί πέντε αρχές για να επιτευχθεί επιτυχία: (1) Διαλογικός βρόχος, που σημαίνει ότι ο οργανισμός που δημοσιεύει περιεχόμενο στα κοινωνικά δίκτυα μπορεί να τονώσει τον δημόσιο διάλογο, παρέχοντας το κανάλι διαλόγου για το κοινό και ανταποκρινόμενη στη δημόσια ανατροφοδότηση έγκαιρα; (2) Χρησιμότητα των πληροφοριών, που σημαίνει ότι ο οργανισμός που συνεισφέρει θα πρέπει να παρέχει χρήσιμο περιεχόμενο για τους επισκέπτες, δημιουργώντας τόσο οργανωτικά οφέλη όσο και δημόσια οφέλη. (3) Generation of Return Visits, η οποία δίνει έμφαση όχι μόνο στη στρατηγική που χρησιμοποιείται για την ανανέωση του καθημερινού περιεχομένου, αλλά και στα μοτίβα δημόσιων ερωτήσεων και στα διαδικτυακά φόρουμ. (4) Διαισθητικότητα ή αλλιώς ευκολία της διεπαφής, τονίζοντας ότι ο σχεδιασμός και η δομή των ιστότοπων πρέπει να είναι βολικές για τους χρήστες να αναζητούν και να βρίσκουν πληροφορίες. και (5) Κανόνας Διατήρησης Επισκεπτών, τονίζοντας ότι πρέπει να δοθεί σημασία στους επισκέπτες του ιστότοπου και να περιοριστεί ο αριθμός των εξωτερικών συνδέσμων και των διαφημίσεων. Το DCT και οι πέντε αρχές του έχουν χρησιμοποιηθεί για τη μελέτη της επικοινωνίας μέσω κοινωνικών μέσων από το 2009 (Wirtz & Zimbres, 2018). Οι Rybalko και Seltzer (2010) χρησιμοποίησαν για πρώτη φορά το DCT για να διερευνήσουν πώς οι εταιρείες του Fortune 500 χρησιμοποιούν το Twitter για να τονώσουν τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων.

### **2.3 Επικοινωνία Κρίσεων**

Όπως προ-αναφέρθηκε εκτενώς, οι κρίσεις είναι καταστάσεις στις οποίες απειλούνται άμεσα κοινωνικά, θεσμικά και οργανωτικά συμφέροντα, οδηγώντας στην ανάγκη για άμεση δράση και αβέβαια αποτελέσματα (Rosenthal et al., 1991). Τα γεγονότα κρίσης περιλαμβάνουν φυσικές και τεχνικές καταστροφές, τρομοκρατικές επιθέσεις, διεθνείς συγκρούσεις, πυρηνικές απειλές, εμφύλιες αναταραχές και παγκόσμιες πανδημίες (Pan & Meng, 2016; Rosenthal et al., 1991). Η αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων απαιτεί έγκαιρη επικοινωνία και συντονισμό μεταξύ των κυβερνητικών φορέων και των ενδιαφερομένων

(Elbanna et al., 2019; Reddy et al., 2009). Ωστόσο, οι κρίσεις είναι συχνά δυναμικές και πολύπλοκες, γεγονός που προκαλεί πολλές δυσκολίες, όπως εκτεταμένη γραφειοκρατία, περιορισμούς που σχετίζονται με την πολιτική και έλλειψη πόρων (Harrison & Johnson, 2019; Panagiotopoulos et al., 2014; Reddy et al., 2009). Οι ΤΠΕ (Τεχνολογίες Πληροφοριών & Επικοινωνιών) είναι μια αποτελεσματική μέθοδος για την αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων (Reddy et al., 2009). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αναδειχθεί ως ένα σημαντικό μέσο για τις κυβερνήσεις και τους πολίτες για να καταγράψουν και να εξηγούν καταστάσεις κρίσης, να λαμβάνουν δημόσιες αποφάσεις και να λαμβάνουν ανάλογα μέτρα (Panagiotopoulos et al., 2016). Κυβερνητικές υπηρεσίες σε διάφορες χώρες έχουν χρησιμοποιήσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την επικοινωνία και τη διαχείριση κρίσεων (Chatfield & Reddick, 2018).

Η επικοινωνία που σχετίζεται με τους κινδύνους για την υγεία εξαρτάται από την πειθώ για τη διαμόρφωση του μηνύματος που ενημερώνει το κοινό για σημαντικές πληροφορίες και το παρακινεί να δράσει (McMakin & Lundgren, 2018). Το πλαίσιο αναφέρεται στο πώς ένα κείμενο ή ένα μήνυμα ορίζει ένα ζήτημα και παρέχει το απαραίτητο πλαίσιο (Entman, 2003; Tankard, 2001). Ο Entman (1993) επεσήμανε ότι «το πλαίσιο σημαίνει να επιλέγεις ορισμένες πτυχές μιας αντιληπτής πραγματικότητας και να τις κάνεις πιο εμφανείς σε ένα κείμενο επικοινωνίας». Με βάση την ανάλυση πλαισίων, μπορεί κανείς να εντοπίσει πώς οι οργανισμοί και η κυβέρνηση πλαισιώνουν τα μηνύματά τους σχετικά με κρίσιμα ζητήματα για το κοινό (Murphre et al., 2009), επηρεάζοντας έτσι την αποτελεσματικότητα των πληροφοριών που διαδίδονται (Avery, 2009). Εδώ, αξίζει να σημειωθεί μια άλλη πλευρά της επικοινωνίας, αυτή της παραπληροφόρησης. Οι διαδικτυακοί χρήστες έχουν τη δυνατότητα να καταπολεμήσουν την παραπληροφόρηση, ωστόσο οι μέσοι χρήστες σπάνια χρησιμοποιούν πόρους για να επαληθεύσουν την ακρίβεια και την αξιοπιστία του περιεχομένου ενός ιστότοπου, ιδίως πληροφορίες που σχετίζονται με την υγεία (Khan & Idris, 2019). Εν μέσω κρίσεων και καταστροφών, ο ρόλος των επίσημων υγειονομικών υπηρεσιών γίνεται εξαιρετικά σημαντικός όσον αφορά όχι μόνο την εκπαίδευση του κοινού και τη διασφάλιση μηνυμάτων υγείας βασισμένα σε γεγονότα, αλλά και για την εξάλειψη μύθων και την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης (Gesser-Edelsburg et al., 2018; Luna & Pennock, 2018; Kankanamge et al., 2020). Μια βασική πρόκληση στον τομέα της έρευνας της επικοινωνίας για την υγεία ήταν η έλλειψη κατευθυντήριων θεωρητικών μοντέλων (Veil, 2008). Μέρος αυτής της πρόκλησης είναι ότι «καμία θεωρία και κανένα μοντέλο δεν είναι απολύτως επαρκή για το σχεδιασμό εκστρατειών δημόσιας επικοινωνίας» (Backer et al., 1992). Ενώ ιδρύματα και μελετητές έχουν αναπτύξει αρκετά μοντέλα και πλαίσια

επικοινωνίας κινδύνου και κρίσεων, συχνά αυτά υπολείπονται όταν δοκιμάζεται η πρακτικότητά τους.

Έρευνα στην επικοινωνία που σχετίζεται με προειδοποιήσεις για την υγεία υποδηλώνει ότι η συνάφεια των μηνυμάτων μπορεί να προκαλέσει σημασιολογικά αποτελέσματα που αυξάνουν την ευχέρεια επεξεργασίας των παραληπτών μηνυμάτων και βελτιώνουν την ανάκληση προσοχής των σχετικών πληροφοριών (Lochbuehler et al., 2018). Η έγκαιρη και διαφανής διάδοση ακριβών, βασισμένων στην επιστήμη πληροφοριών σχετικά με τον ιό και την πανδημία και την πρόοδο της ανταπόκρισης μπορεί να οικοδομήσει με αξιοπιστία την εμπιστοσύνη του κοινού (Reynolds et al., 2002). Τα εμπόδια στην αποτελεσματική επικοινωνία της κατάστασης, ο κίνδυνος και οι ενέργειες ελέγχου μπορούν επίσης να προκαλέσουν σύγχυση. Αυτό το φαινόμενο μπορεί να οδηγήσει σε ακατάλληλη μεταδοτικότητα συμπεριφοράς που μπορεί να περιλαμβάνει μια συνέχεια αγνόησης των συστάσεων για φυσική απόσταση και αυτό-καραντίνα από τη μια άκρη του φάσματος έως την αγορά πανικού, την επιθετικότητα και τις περιττές επισκέψεις σε εγκαταστάσεις υγειονομικής περίθαλψης από την άλλη. Όλα αυτά μπορεί να έχουν καταστροφικές συνέπειες - επιβαρύνοντας το ιατρικό σύστημα και προκαλώντας περιττό άγχος ή θανάτους (Kalaichandran, 2009). Η επικοινωνία που προκαλεί μια συγκεκριμένη συμπεριφορική απόκριση από τους προβλεπόμενους παραλήπτες του μηνύματος τονίζει την ανάγκη κατανόησης του πλαισίου της πειθούς, της συνάφειας του περιεχομένου και της στρατηγικής για δράση (Oinas-Kukkonen και Harjuma, 2008).

Οι υπάρχουσες μελέτες για την επικοινωνία κινδύνου, όπου μερικές από αυτές παρουσιάζονται και αναλύονται στο επόμενο κεφάλαιο της βιβλιογραφικής επισκόπησης, εστιάζονται κυρίως στη διαχείριση καταστροφών και έκτακτης ανάγκης κατά τη διάρκεια φυσικών ή ανθρωπογενών κινδύνων (π.χ. τυφώνες και σεισμοί). Η ικανότητα διερεύνησης της επικοινωνίας κινδύνου από άποψη συνέπειας και συνάφειας πληροφοριών κατά τη διάρκεια μιας σχετικά μακροχρόνιας πανδημίας, όπως είναι για παράδειγμα αυτή του COVID-19 σε διαδικτυακά περιβάλλοντα είναι μια νέα και ιστορικά απaráμιλλη ευκαιρία. Οι έγκυρες ερευνητικές κοινότητες παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες και μεθόδους για την αντιμετώπιση των προκλήσεων στην επικοινωνία πληροφοριών σχετικά με τον SARS-CoV-2 και τον COVID-19 (Wand et al., 2021). Ωστόσο, η άνευ προηγουμένου παγκόσμια έκτακτη ανάγκη απαιτεί πιο έγκαιρη, συγκεκριμένη έρευνα για τον τομέα και το πλαίσιο για την κατανόηση της δυναμικής της επικοινωνίας τόσο στο διαδικτυακό περιβάλλον όσο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

## 2.4 Ο ρόλος του διαδικτυακού περιβάλλοντος & των κοινωνικών μέσων στην κρίση του Covid-19

Στη διαχείριση μιας κρίσης υγείας, τα μέσα ενημέρωσης και η κυβέρνηση τείνουν να χρησιμοποιούν έξι πλαίσια στην παράδοση μηνυμάτων: σύγκρουση (όψεις κρίσεων που φέρνουν εντάσεις μεταξύ των μερών), δράση (προηγούμενες ή τρέχουσες ενέργειες αντιμετώπισης κρίσεων), συνέπεια (τα αποτελέσματα ή η σοβαρότητα των η κρίση), νέα στοιχεία (ανακάλυψη νέων στοιχείων που συμβάλλουν στην κατανόηση της κρίσης), αβεβαιότητα (πλευρές όπως η εξάπλωση της επιδημίας, η θεραπεία και ό,τι είναι άγνωστο) και η διαβεβαίωση (καθησυχάζοντας το κοινό) (Liu & Kim, 2011; Shih et al., 2008). Κατά τον χειρισμό της επικοινωνίας θεμάτων υγείας, σημειώνονται πέντε πλαίσια στην παράδοση μηνυμάτων υγείας, και συγκεκριμένα, ανίχνευση ασθένειας (συμπτώματα που δείχνουν πώς εξαπλώνεται η ασθένεια), πρόληψη ασθενειών (λήψη προληπτικών μέτρων), υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης (οι ενέργειες που η υγεία λαμβάνει το σύστημα φροντίδας), επιστημονικές προόδους (ανακάλυψη νέων στοιχείων που δείχνουν πώς εξαπλώνεται η ασθένεια) και παράγοντες κινδύνου στον τρόπο ζωής (προσωπικές συνήθειες που είναι πιθανό να οδηγήσουν στη νόσο) (Liu & Kim, 2011; Higgins et al., 2006; ) Umphrey, 2003). Κατά την εφαρμογή αυτών των πλαισίων, οι Liu και Kim (2011) σημείωσαν ότι οι περισσότεροι εταιρικοί και κυβερνητικοί οργανισμοί στις Ηνωμένες Πολιτείες χρησιμοποίησαν τα πλαίσια των κρίσεων υγείας και των θεμάτων υγείας πολύ περισσότερο μέσω των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης παρά μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τη διάδοση μηνυμάτων σχετικά με την πανδημία γρίπης H1N1 του 2009 (Liu & Kim, 2011). Ωστόσο, οι εταιρικοί οργανισμοί πλαισίωσαν την πανδημία ως κρίση υγείας και όχι ως γενικό ζήτημα υγείας, πράγμα που σημαίνει ότι δεν έδωσαν έμφαση στις μακροπρόθεσμες ενέργειες που θα μπορούσαν να αποτρέψουν την εμφάνιση του ζητήματος υγείας στο μέλλον. Επιπλέον, οι Liu και Kim (2011) σημείωσαν ότι οι κυβερνητικοί οργανισμοί ήταν πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν την αβεβαιότητα που εντάσσεται στο πλαίσιο της κρίσης υγείας, ενώ οι εταιρικοί οργανισμοί έτειναν να χρησιμοποιούν τον δείκτη σύγκρουσης. Σε μια άλλη μελέτη, οι Shih et al. (2008) σημείωσαν ότι τα πλαίσια της κυβερνητικής δράσης και των συνεπειών χρησιμοποιήθηκαν κυρίως από δημοσιογράφους για να δημιουργήσουν ιστορίες σχετικά με επιδημίες όπως η νόσος των τρελών αγελάδων, ο ιός του Δυτικού Νείλου και η γρίπη των πτηνών στην έντυπη έκδοση των New York Times (Shih et al., 2008).

Συλλογικά, το ίντερνετ και δη τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα ισχυρό κανάλι επικοινωνίας που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη διάδοση πληροφοριών σε μεγάλο κοινό



(Ho, 2014). Γενικά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να οριστούν ως ένα περιβάλλον που διευκολύνει τη δημιουργία και την ανταλλαγή περιεχομένου που δημιουργείται από τους χρήστες (Rains et al., 2014). Ένας αυξανόμενος όγκος ερευνών δείχνει ότι η επικοινωνία μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι μια ευπρόσδεκτη τάση μεταξύ των καταναλωτών υγείας (Clayman et al., 2010; Fisher & Clayton, 2012; Thackeray et al., 2013) και μια πρακτική υιοθετήθηκε ευρέως από οργανισμούς δημόσιας υγείας (Kim & Liu, 2012). Πιο συγκεκριμένα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν ξεχωριστά οφέλη και παρουσιάζουν μοναδικές προκλήσεις για την επικοινωνία και την εκπαίδευση για την υγεία. Συγκεκριμένα, παρέχουν μια πλατφόρμα για γρήγορη διάδοση πληροφοριών σχετικά με τους κινδύνους για τη δημόσια υγεία, αλλά μπορεί να προκαλέσουν ανεπιθύμητες συνέπειες όταν το κοινό μοιράζεται ενεργά τις ερμηνείες των πληροφοριών και συμβάλλει στην ενίσχυση των αντιλήψεων κινδύνου (Merchant et al., 2011). Αυτές οι προκλήσεις μπορεί να είναι ιδιαίτερα τρομερές για κυβερνητικούς οργανισμούς (Larson & Heymann, 2010). Ωστόσο, η δυνατότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως καναλιού διάδοσης έχει αναγνωριστεί από τις υπηρεσίες δημόσιας υγείας (Thackeray et al., 2012) και ενώ οι περισσότεροι κρατικοί φορείς δημόσιας υγείας των ΗΠΑ έχουν μικρό κοινό στο Facebook (Thackeray et al., 2012), η σελίδα CDC είχε τον τεράστιο αριθμό των 4,2 εκατομμυρίων ακολούθων στις 31 Δεκεμβρίου 2022 (Facebook, 2022).

### Κεφάλαιο 3 – Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Πραγματοποιήθηκε μια ολοκληρωμένη βιβλιογραφική ανασκόπηση για να διευκρινιστεί η κατανόηση σχετικά με τη σημασία της επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων, και δη του κορονοϊού, και την αναζήτηση και ανάλυση της επικοινωνιακής πολιτικής ως εργαλείου διαχείρισης τόσο των κρίσεων γενικότερα όσο και της κρίσης του κορονοϊού ειδικότερα. Η συζήτηση για την σημασία της επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων παραμένει σήμερα πιο επίκαιρη από ποτέ, κυρίως λόγω της έξαρσης της πανδημίας του covid-19 την προηγούμενη διετία, και αποτελεί ένα ζωτικής σημασίας ζήτημα για τον τρόπο διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού στην επικοινωνιακή πολιτική, και πιο συγκεκριμένα από τους δημόσιους φορείς, κύριο ζήτημα έρευνας και της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

Στον τομέα της δημόσιας υγείας, πολλές κατευθυντήριες γραμμές και πολιτικές επικοινωνίας για τους κινδύνους και τις κρίσεις που δημοσιεύθηκαν την τελευταία δεκαετία έχουν ενσωματώσει μια γενική εισαγωγή της σημασίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε μια τέτοια επικοινωνία (Wang et al., 2021). Για παράδειγμα, μια κατευθυντήρια γραμμή του ΠΟΥ (2017) για την πολιτική και την πρακτική επικοινωνίας κινδύνου έκτακτης ανάγκης υπογράμμισε τον ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης «να προσελκύσει το κοινό, να διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ ομοτίμων, να δημιουργήσει επίγνωση της κατάστασης, να παρακολουθεί και να ανταποκρίνεται σε φήμες, αντιδράσεις του κοινού και ανησυχίες κατά τη διάρκεια μιας έκτακτης ανάγκης και για τη διευκόλυνση των απαντήσεων σε τοπικό επίπεδο». Το εγχειρίδιο επικοινωνίας του Κέντρου Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων (2014) του Κέντρου Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων των ΗΠΑ (2014) προσδιόρισε επίσης τον σημαντικό ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη συλλογή και τη διάδοση πληροφοριών και τα πλεονεκτήματά τους στη γρήγορη επικοινωνία (διάλυση φημών και παροχή ακριβών πληροφοριών). Επομένως, κυβερνητικά και μη κυβερνητικά ιδρύματα χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως στρατηγικό εργαλείο για να προβληθούν στο κοινό. Η παγκόσμια εξάπλωση, η ταχύτητα και οι δυνατότητες διαλόγου καθιστούν αυτές τις πλατφόρμες ιδανικές για παρακολούθηση της δημόσιας υγείας και επικοινωνία έκτακτης ανάγκης σε διάφορες κρίσεις, όπως είναι αυτή του COVID-19.

Βασιζόμενοι στο πλαίσιο επικοινωνίας για την κρίση και τον κίνδυνο έκτακτης ανάγκης, οι Malik και συν. (2021) προσπάθησαν να εξετάσουν πώς κορυφαίοι οργανισμοί υγείας χρησιμοποιούν το Instagram για επικοινωνία και συμμετοχή κατά τη διάρκεια της

πανδημίας COVID-19. Έτσι, ανάκτησαν αναρτήσεις στο Instagram μαζί με σχετικά μεταδεδομένα τεσσάρων οργανισμών υγείας (WHO, CDC, IFRC και NHS) που κοινοποιήθηκαν μεταξύ 1ης Ιανουαρίου 2020 και 30 Απριλίου 2020 και κωδικοποίησαν χειροκίνητα το αναλυτικό δείγμα 269 αναρτήσεων που σχετίζονται με τον COVID-19 σε διαστάσεις, συμπεριλαμβανομένου του θέματος περιεχομένου, της απεικόνισης φύλου, της απεικόνισης ατόμου και του τύπου εικόνας. Επιπλέον, αναλύθηκαν οι δείκτες αφοσίωσης που σχετίζονται με τις κωδικοποιημένες διαστάσεις. Το CDC και ο ΠΟΥ ήταν οι πιο δραστήριοι από όλους τους οργανισμούς όσον αφορά τον αριθμό των θέσεων, την προσέγγιση χρηστών και τους δείκτες δέσμευσης. Οι περισσότερες από τις αναρτήσεις αφορούσαν προσωπικά προληπτικά μέτρα, γενικές συμβουλές και επαγρύπνηση, καθώς και ένδειξη ευγνωμοσύνης και ανθεκτικότητας. Παρατηρήθηκε ένα συντριπτικό επίπεδο αφοσίωσης για αναρτήσεις που αντιπροσωπεύουν διασημότητες, διευκρινίσεις και γραφήματα. Το Instagram μπορεί να είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο για τους οργανισμούς υγείας για να μεταφέρουν τα μηνύματά τους κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας κρίσεων, ιδίως μέσω της συμμετοχής διασημοτήτων, των διευκρινιστικών αναρτήσεων και της χρήσης γραφημάτων. Υπάρχουν πολλές ευκαιρίες να ενισχυθεί ο ρόλος των οργανισμών υγείας στην αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχοντας ακριβείς πληροφορίες, κατευθύνοντας τους χρήστες σε αξιόπιστες πηγές και λειτουργώντας ως έλεγχος στοιχείων για ψευδείς πληροφορίες.

Και οι Wang και συν. (2021) συμφωνούν ότι κατά τη διάρκεια του COVID-19, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έπαιξαν σημαντικό ρόλο για τις υπηρεσίες δημόσιας υγείας και τους κυβερνητικούς φορείς για τη διάδοση πληροφοριών σχετικά με καταστάσεις, κινδύνους και μέτρα ατομικής προστασίας που αναστέλλουν την εξάπλωση της νόσου. Ωστόσο, σύμφωνα με την μελέτη τους, υπήρξαν αξιοσημείωτες ανεπαρκείς και ασυνεπείς επικοινωνίες σχετικά με την πανδημία και τους κινδύνους της, κάτι που ήταν ιδιαίτερα εμφανές στα αρχικά στάδια. Η επάρκεια, η συνάφεια και η συνέπεια στην επικοινωνία κινδύνου για την υγεία έχουν σημαντικές επιπτώσεις για την αποτελεσματική οδηγία για την ασφάλεια της υγείας καθώς και για την ερμηνεία και την ανάκληση κρίσιμου περιεχομένου. Επηρεάζει επίσης τις απαντήσεις σε ατομικό και κοινοτικό επίπεδο στις πληροφορίες. Αυτή η έρευνα χρησιμοποιεί τεχνικές εξόρυξης κειμένου και δυναμική ανάλυση δικτύου για τη διερεύνηση του κινδύνου και της επικοινωνίας κρίσεων των φορέων στο Twitter σχετικά με τους τύπους μηνυμάτων, την επάρκεια επικοινωνίας, την επικαιρότητα, τη συνοχή, τη συνέπεια και τον συντονισμό. Έτσι, μελετήθηκαν 13.598 tweets σχετικά με την πανδημία που δημοσιεύτηκαν από τον Ιανουάριο έως τον Απρίλιο από 67 ομοσπονδιακούς και κρατικούς φορείς και

ενδιαφερόμενους φορείς στις ΗΠΑ. Η έρευνα εντόπισε ασυνέπειες και ασυμφωνίες σε τέσσερα κρίσιμα θέματα και εξετάζει τις χωρικές ανισότητες, την επικαιρότητα και την επάρκεια μεταξύ των παραγόντων και των τύπων μηνυμάτων στην επικοινωνία του COVID-19. Η ανάλυση δικτύου αποκαλύπτει επίσης αυξημένο συντονισμό επικοινωνίας με την πάροδο του χρόνου. Τα ευρήματα παρέχουν μια άνευ προηγουμένου εικόνα της διάδοσης πληροφοριών COVID-19 στο Twitter, η οποία μπορεί να βοηθήσει στην ενημέρωση των φορέων δημόσιας υγείας και των κυβερνητικών φορέων για μελλοντικές επικοινωνιακές στρατηγικές κινδύνου και κρίσεων που σχετίζονται με παγκόσμιους κινδύνους σε ψηφιακά περιβάλλοντα.

Σύμφωνα με τους MacKay και συν. (2021), τα αυξανόμενα κρούσματα COVID-19 στον Καναδά στις αρχές του 2021, σε συνδυασμό με διάχυτη παραπληροφόρηση και παραπληροφόρηση, καταδεικνύουν την κρίσιμη σχέση μεταξύ της αποτελεσματικής επικοινωνίας κρίσεων, της εμπιστοσύνης και της τήρησης των μέτρων προστασίας από τον κίνδυνο από τους πολίτες. Η εμπιστοσύνη στην επικοινωνία κρίσεων και διαχείρισης αυτών επηρεάζεται από τα χαρακτηριστικά της επικοινωνίας, όπως η διαφάνεια, η επικαιρότητα, η ενσυναίσθηση και η σαφήνεια, καθώς και η πηγή και τα κανάλια επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται. Η επικοινωνία κρίσης εμφανίζεται σε μια ρητορική αρένα όπου διάφοροι παράγοντες, συμπεριλαμβανομένης της δημόσιας υγείας, των μέσων ενημέρωσης και του κοινού, παράγουν από κοινού και ανταποκρίνονται αντίστοιχα σε μηνύματα. Οι ρητορικοί χώροι πρέπει να παρακολουθούνται για την αξιολόγηση της αποδοχής των μηνυμάτων. Στην μελέτη των MacKay και συν. (2021), λοιπόν, αξιολογήθηκαν η ποιότητα και το περιεχόμενο της канаδικής επικοινωνίας κρίσεων δημόσιας υγείας και ειδήσεων στο Facebook έτσι ώστε να κατανοηθεί η χρήση βασικών κατευθυντήριων αρχών αποτελεσματικής επικοινωνίας κρίσεων, η εστίαση της επικοινωνίας και η επακόλουθη δημόσια συναισθηματική ανταπόκριση στις συμπεριλαμβανόμενες αναρτήσεις. Η έρευνα περιλάμβανε 438 αναρτήσεις και 26.774 ανώνυμα σχόλια που συλλέχθηκαν και αναλύθηκαν, ενώ εντοπίστηκε ότι συνολικά, οι κατευθυντήριες αρχές για αποτελεσματική επικοινωνία κρίσεων εφαρμόστηκαν και συνδυάστηκαν με ασυνέπεια. Ένας περιορισμένος συνδυασμός κατευθυντήριων αρχών, ειδικά εκείνων που αποδεικνύουν αξιοπιστία, πιθανότατα οδήγησε το αρνητικό συναίσθημα που αποκαλύφθηκε στα σχόλια. Η δημόσια υγεία και τα μέσα ενημέρωσης θα πρέπει να χρησιμοποιούν τις κατευθυντήριες αρχές με συνέπεια για να αυξήσουν το θετικό συναίσθημα και να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη μεταξύ των ακολούθων.

Στον Ελλαδικό χώρο, η μελέτη της Βαμβακίδου (2021), στόχευσε στη διερεύνηση της επικοινωνιακής διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού από τους δημόσιους φορείς υγείας, όπως είναι ο ΕΟΔΥ και το Υπουργείο Υγείας) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η ερευνήτρια συνέλεξε και ανέλυσε τόσο αναρτήσεις μέσα από τους λογαριασμούς των διάφορων μέσων, όσο και κοινοποιήσεις που έγιναν από άλλους φορείς ή πολιτικούς εκπροσώπους της κυβέρνησης στο (Facebook και Twitter του ΕΟΔΥ και του Υπουργείου αντίστοιχα, ενώ συμπεριλήφθηκαν τόσο αναρτήσεις με απλό κείμενο, αλλά και απλά η κοινοποίηση μιας εικόνας ή/και κάποιου βίντεο. Επίσης, το περιεχόμενο των παραπάνω κατηγοριοποιήθηκε σε τέσσερις βασικούς πυλώνες προς ανάλυση: α) οδηγίες και εκκλήσεις, β) ενημέρωση για πορεία νόσου, γ) ενημέρωση για μέτρα κυβέρνησης και δ) impression management». Τα αποτελέσματα των 2.602 αναρτήσεων που αναζήτησε για το διάστημα Μάρτιος με Δεκέμβριος 2020, ανέδειξαν διάφορα ζητήματα, όπως η ενεργή συμμετοχή στην διαχείριση της κρίσης επικοινωνιακά από τον ίδιο τον Υπουργό Υγείας, Βασίλη Κικίλια, η μεγαλύτερη βαρύτητα έπεσε στο Twitter, ενώ η πλειοψηφία των αναρτήσεων είχαν κείμενο στα κοινωνικά μέσα, ενώ το ποσοστό χρήσης εικόνας και βίντεο ήταν μικρότερο. Μεγαλύτερης σπουδαιότητας και αριθμού σχετιζόταν με την ενημέρωση για τα μέτρα από την κυβέρνηση, και μετά η ενημέρωση για τη πορεία της νόσου.

Η Καραπάνου (2021) προχώρησε ένα βήμα παραπέρα στην έρευνά της και δημοσίευσε μια παρουσίαση και σύγκριση της διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού και του τρόπου επικοινωνίας αυτής προς τους πολίτες μεταξύ της Ελλάδας και του Ηνωμένου Βασιλείου. Τονίζοντας την σπουδαιότητα και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που παρέχει στις κυβερνήσεις η σωστή και έγκαιρη επικοινωνία της διαχείρισής του covid-19 ως προς την πρόληψη και καταπολέμησή του, υπογραμμίζει τις διαφορές που εντοπίζονται σε αυτήν την επικοινωνιακή διαχείριση μεταξύ των κρατών, ακόμα και σε αυτές που ανήκουν στην ίδια ήπειρο. Έτσι, η Ελλάδα είναι από τα κράτη μέλη της ΕΕ τα οποία κατά τη διάρκεια του πρώτου κύματος ακολούθησαν στρατηγικές διαχείρισης και επικοινωνίας που απέσπασαν θετικά σχόλια και σε πολλές περιπτώσεις χαρακτηρίστηκαν ως «παράδειγμα προς μίμηση», ενώ από την άλλη το Η.Β. δεν αντέδρασε άμεσα και κατακρίθηκε για την διαχείριση που ακολούθησε. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μελέτη υπογράμμισε την σπουδαιότητα της εκπαίδευσης των πολιτών, ώστε να έχουν ενεργό ρόλο στην αντιμετώπιση παρόμοιων κρίσεων, είτε τώρα είτε στο μέλλον, που δεν αποτέλεσε στοιχείο της επικοινωνιακής διαχείρισης από τα δύο κράτη υπό εξέταση.

## Κεφάλαιο 4 - Μεθοδολογία Έρευνας

Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζεται μια λεπτομερής ανάλυση των μεθοδολογιών που χρησιμοποιήθηκαν, στο πρώτο υπό-κεφάλαιο γίνεται αναφορά στον ερευνητικό σχεδιασμό, και στο επόμενο υπό-κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην μέθοδο του benchmarking ή αλλιώς στα ελληνικά της μεθόδου συγκριτικής προτυποποίησης, ενώ τέλος παρουσιάζεται το δείγμα, πως έγινε η συλλογή δεδομένων, αλλά και η ανάλυση.

### 4.1 Ερευνητικός Σχεδιασμός

Η μεθοδολογία που θα ακολουθηθεί στην παρούσα εργασία είναι εξερευνητική ή επεξηγηματική (exploratory research) με έμφαση στην ανάλυση δευτερογενών δεδομένων, η οποία απαντά σε ερωτήσεις «γιατί» και «πώς», οδηγώντας σε βελτιωμένη κατανόηση ενός προηγούμενως άλυτου προβλήματος ή παρέχοντας σαφήνεια για σχετικές μελλοντικές ερευνητικές πρωτοβουλίες. είναι να περιγράψει τα χαρακτηριστικά ενός πληθυσμού στα ερωτήματα «ποιος, που, πότε, τι». Η εν λόγω μεθοδολογία θα αφορά βιβλιογραφική έρευνα, με εις βάθος διερεύνηση των δευτερογενών δεδομένων, ώστε να κατανοηθεί καλύτερα το θέμα που η εργασία πραγματεύεται και να δοκιμαστεί η σκοπιμότητα της μελέτης και η αναμενόμενη αποτελεσματικότητά της (Herbst and Coldwell, 2004). Επιπροσθέτως, θα είναι και ποιοτική έρευνα που θα επιτευχθεί μέσω της μεθόδου μελέτης περίπτωσης (ΕΟΔΥ & Υπουργείο Υγείας Ελλάδας) αλλά και μέσω της μεθόδου της συγκριτικής προτυποποίησης (benchmarking) βέλτιστων πρακτικών άλλων παρεμφερών επιχειρήσεων. Η παρούσα εργασία επιδιώκει να συνεισφέρει στην εξέταση του ζητήματος με διττό τρόπο: αφενός, να αποτιμήσει κριτικά την μέχρι τώρα βιβλιογραφία πάνω στο συγκεκριμένο πρόβλημα και αφετέρου, να προβεί σε μια εμπειρική ανάλυση για την εξαγωγή καίριων συμπερασμάτων μέσα από την μέθοδο της μελέτης περίπτωσης.

Η επεξηγηματική έρευνα ή αλλιώς exploratory research είναι μια ερευνητική μέθοδος που διερευνά γιατί συμβαίνει κάτι όταν υπάρχουν περιορισμένες πληροφορίες και μπορεί να βοηθήσει την έρευνα ως προς την βελτίωση της κατανόησης για ένα δεδομένο θέμα, ή για να εξακριβωθεί πώς ή γιατί συμβαίνει ένα συγκεκριμένο φαινόμενο και τέλος ακόμα και να προβλεφθούν μελλοντικά περιστατικά (George & Merkus, 2022). Η διερευνητική έρευνα μπορεί επίσης να εξηγηθεί ως μοντέλο «αιτίας και αποτελέσματος», που διερευνά πρότυπα και τάσεις σε υπάρχοντα δεδομένα που δεν έχουν διερευνηθεί προηγούμενως, και για το λόγο αυτό, θεωρείται συχνά ένα είδος αιτιώδους έρευνας. Επιπλέον, είναι «η προκαταρκτική έρευνα για την αποσαφήνιση της ακριβούς φύσης του προβλήματος που πρέπει να λυθεί»

και χρησιμοποιείται για να διασφαλιστεί ότι λαμβάνεται υπόψη πρόσθετη έρευνα κατά τη διάρκεια ενός πειράματος, καθώς και για τον καθορισμό ερευνητικών προτεραιοτήτων, τη συλλογή δεδομένων και την ολοκλήρωση σε ορισμένα θέματα που μπορεί να είναι δύσκολο να ληφθούν υπόψη χωρίς διερευνητική έρευνα. Μπορεί να περιλαμβάνει τεχνικές, όπως οι παρακάτω:

- δευτερογενής έρευνα - όπως ανασκόπηση της διαθέσιμης βιβλιογραφίας ή/και δεδομένων, όπως στην παρούσα μελέτη·
- άτυπες ποιοτικές προσεγγίσεις, όπως συζητήσεις με καταναλωτές, εργαζόμενους, διοίκηση ή ανταγωνιστές· και
- επίσημη ποιοτική έρευνα μέσω εις βάθος συνεντεύξεων, ομάδων εστίασης, προβολικών μεθόδων, περιπτωσιολογικών μελετών ή πιλοτικών μελετών, όπως θα γίνει στην παρούσα διπλωματική εργασία με την χρήση case study και ανάλυσης benchmarking (βλ. παρακάτω).

Σύμφωνα με τον Stebbins (2001) «η εξερεύνηση της κοινωνικής επιστήμης είναι μια ευρείας κλίμακας, σκόπιμη, συστηματική προκαθορισμένη επιχείρηση που έχει σχεδιαστεί για να μεγιστοποιήσει την ανακάλυψη γενικεύσεων που οδηγούν σε περιγραφή και κατανόηση» και σε αυτό το βιβλίο του υποστηρίζει ότι η διερευνητική έρευνα δεν πρέπει να χρησιμοποιεί επιβεβαιωτικούς μηχανισμούς όπως υποθέσεις. Θα πρέπει να είναι ποιοτική και να βασίζεται σε επαγωγικές ερευνητικές μεθόδους όπως η θεμελιωμένη θεωρία που εισήγαγαν οι Glaser και Strauss (1967). Η ποιοτική διερευνητική έρευνα που χρησιμοποιεί επαγωγική προσέγγιση δεν χρησιμοποιεί προηγούμενες θεωρίες ούτε βασίζεται σε προηγούμενη έρευνα. Οι Casula και συν. (2021) υποστηρίζουν ότι η διερευνητική έρευνα δεν πρέπει να περιορίζεται σε επαγωγικές προσεγγίσεις και προτείνουν ότι η υπόθεση εργασίας είναι ένα χρήσιμο πλαίσιο για την επαγωγική διερευνητική έρευνα που θα πρέπει να αποτελεί μέρος της τσάντας εργαλείων του κοινωνικού επιστήμονα.

#### **4.2 Μέθοδος Συγκριτικής Προτυποποίησης – Benchmarking**

Ο όρος συγκριτική προτυποποίηση / αξιολόγηση ή αλλιώς benchmarking αφορά την διαδικασία σύγκρισης των πληροφοριών ή της απόδοσης μιας εταιρείας με μια άλλη, συνήθως μεταξύ οργανισμών που ανήκουν στον ίδιο κλάδο, και ως προς όσον τις ίδιες τις επιχειρήσεις, αλλά και τις λειτουργίες ή τις διαδικασίες που ακολουθούν (Vitez, 2023). Η συγκριτική αξιολόγηση έχει σχεδιαστεί για να συγκρίνει τις λειτουργίες των ανταγωνιστικών εταιρειών και να προτείνει ιδέες των οποίων η εφαρμογή οδηγεί σε

βελτιώσεις σε διαδικασίες, μεθόδους και τεχνολογίες που ελαχιστοποιούν το κόστος, επιτυγχάνουν κερδοφορία και ενισχύουν την εμπιστοσύνη του κοινού και την ικανοποίηση των πελατών. Ως εκ τούτου, φαίνεται να είναι ένα εξαιρετικά σημαντικό στοιχείο κατά την προσπάθεια για συνεχή βελτίωση και την υιοθέτηση ενός προγράμματος ποιότητας.

Αυτή η δραστηριότητα είναι αρκετά διαδεδομένη μεταξύ των επιχειρήσεων, ενώ από το 1990 και στο εξής το benchmarking έχει αποτελέσει ένα σπουδαίας σημασίας εργαλείο διαχείρισης στο χώρο των επιχειρήσεων μέσω του οποίου παρέχεται πληροφόρηση σχετικά με την πιθανή επιτυχία ή αποτυχία μιας επιχείρησης (Foster, 1992· Richardson & Taylor, 1993· MacNeil & Rimmer, 1993). Υπάρχουν πολλές διαφορετικές μέθοδοι ανάλυσης. Για παράδειγμα, μια εταιρεία μπορεί να συγκρίνει την οικονομική της απόδοση, την ποιότητα των προϊόντων, τις διαδικασίες παραγωγής ή τις εκστρατείες μάρκετινγκ με τα πρότυπα του κλάδου. Σκοπός του είναι να βοηθήσει μια εταιρεία να γίνει καλύτερη στην επίτευξη στόχων μέσω σύγκρισης με πολύ πιο επιτυχημένες εταιρείες. Η εφαρμογή του benchmarking για κάποιον οργανισμό σημαίνει ότι υπάρχει κάποια συγκεκριμένη λειτουργία ή/και διαδικασία που δύναται ενίσχυσης. Φυσικά, υπάρχουν οργανισμοί που εφαρμόζουν αυτήν την πρακτική για βελτίωση σε διάφορους τομείς τους και για παρακολούθηση των στρατηγικών και των προσεγγίσεων που ακολουθούν οι ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, αλλά και για να μπορέσουν να τις αλλάξουν. Έτσι, πέρα από την ύπαρξη κινήτρων και την ανάγκη ενίσχυσης της εικόνας των εταιριών ή φορέων σε έναν κλάδο, είναι και μια πολύτιμη και αποτελεσματική διοικητική πρακτική στο πλαίσιο του διαρκώς μεταβαλλόμενου σύγχρονου κόσμου (Reh, 2022).

Η εμπορική επιτυχία σε οποιονδήποτε τομέα της οικονομίας επηρεάζεται από τη συμμετοχή των εταιριών του σε διάφορες πρακτικές που συμβάλλουν στη διατήρηση υψηλών επιπέδων απόδοσης. Οι σύγχρονες μέθοδοι συγκριτικής αξιολόγησης είναι το αποτέλεσμα των αρχικών προσπαθειών των επιχειρήσεων να αποκτήσουν και στη συνέχεια να διατηρήσουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, παρέχοντάς τους σαφείς πληροφορίες σχετικά με την επιτυχία ή την αποτυχία τους, γεγονός που την καθιστά εξαιρετικά δημοφιλές ως εργαλείο διαχείρισης των επιχειρήσεων από τη δεκαετία του 1990 και μετά (Cox & Thompson, 1998; MacNeil & Rimmer, 1993).

#### **4.3 Δείγμα, Συλλογή Δεδομένων & Ανάλυση**

Κύριος σκοπός της εργασίας είναι ο προσανατολισμός στον τρόπο διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού στην επικοινωνιακή πολιτική των δημόσιων φορέων υγείας τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα, τόσο στα κοινωνικά δίκτυα όσο και γενικότερα στο διαδίκτυο. Ο



κύριος στόχος της διπλωματικής θα είναι η αναζήτηση και ανάλυση της επικοινωνιακής πολιτικής και διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού από τους δημόσιους φορείς της Ελλάδας, κυρίως υγείας, δηλαδή τον ΕΟΔΥ και του Υπουργείου Υγείας κυρίως στο διαδίκτυο (δηλαδή στις επίσημες ιστοσελίδες των φορέων), αλλά στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης. Πιο συγκεκριμένα, είναι η διερεύνηση της επισκεψιμότητας των ιστοσελίδων των συγκεκριμένων οργανισμών, ανάλυση των πηγών και άλλων στοιχείων επισκεψιμότητας και η σύγκριση μεταξύ τους για μία συγκεκριμένη περίοδο, ενώ με αυτό το τρόπο διερευνάται κατά πόσο οι συγκεκριμένοι οργανισμοί κέντρισαν το ενδιαφέρον των χρηστών για πληροφόρηση σε μία περίοδο που υπήρχε ανησυχία των πολιτών λόγω της υγειονομικής κρίσης.

Τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν στα πλαίσια της παρούσας εργασίας συλλέχθηκαν από τους επίσημους ιστοτόπους των δύο οργανισμών του δείγματος, και από τα αποτελέσματα της ιστοσελίδας <https://www.similarweb.com/>, όπου είναι μια εφαρμογή τεχνητής νοημοσύνης (AI) που μπορεί να αντλήσει στοιχεία για τη δραστηριότητα μιας ιστοσελίδας στο διαδίκτυο, αλλά και για την δραστηριότητα των λογαριασμών που διαθέτει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ μπορεί να κάνει συγκρίσεις μεταξύ των φορέων (ΕΟΔΥ & Υπουργείο Υγείας εν προκειμένω). Στη συγκεκριμένη εργασία, τα δεδομένα που συλλέχθηκαν για τον καθένα από τους δύο οργανισμούς του δείγματος αναλύθηκαν ως προς πολλά στοιχεία, όπως για παράδειγμα την απόδοση της ιστοσελίδας, τα δίκτυα μάρκετινγκ και την χρήση του μάρκετινγκ κοινωνικών δικτύων (social media marketing), την κίνηση και το «engagement» των χρηστών και πολλά άλλα. Αναλυτικά, για κάθε έναν οργανισμό του δείγματος της έρευνας, πραγματοποιήθηκε αρχικά μία σύντομη περιγραφή του προφίλ τους και στη συνέχεια καταγράφηκαν στοιχεία για την διαδικτυακή τους παρουσία και την παρουσία τους στα social media, καθώς και κάποια στοιχεία για την επικοινωνιακή διαχείριση και πολιτική που ακολούθησαν για την έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση του πληθυσμού για την πανδημία του κορονοϊού. Τέλος, έγινε συγκριτική ανάλυση μεταξύ των δύο με βάση και την μέθοδο του benchmarking που αναλύθηκε λεπτομερώς παραπάνω και στοιχεία από το λογισμικό της ιστοσελίδας Similar Web. Εδώ, αξίζει να σημειωθεί ότι ο ερευνητής διαθέτει την δωρεάν συνδρομή του λογισμικού της Similar Web, η οποία διαθέτει ιστορικά στοιχεία μόνο για το τελευταίο εξάμηνο, οπότε και ότι στοιχεία παρουσιάζονται από εκεί περιλαμβάνουν το διάστημα Ιούλιος 2022 έως Δεκέμβριος 2022.

## Κεφάλαιο 5 – Μελέτη Περίπτωσης / Αποτελέσματα

### 5.1 ΕΟΔΥ

Ο Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας (ΕΟΔΥ) στην Ελλάδα, πρώην Κέντρο Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων (ΚΕΕΛΠΝΟ) αποτελεί το επιχειρησιακό κέντρο για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων προστασίας της υγείας στη χώρα και είναι υπεύθυνος για την επιτήρηση και τον έλεγχο των ασθενειών στην Ελλάδα. Εποπτεύεται από το Ελληνικό Υπουργείο Υγείας και η έδρα του βρίσκεται στο Μαρούσι Αττικής (ΕΟΔΥ, 2022) και ο σημερινός πρόεδρος της οργάνωσης είναι ο Παναγιώτης Αρκουμανέας. Σύμφωνα με την τελευταία νομοθεσία, ο ΕΟΔΥ διοικείται από το επταμελές Διοικητικό Συμβούλιο (ΔΣ), τον Πρόεδρο και τους δύο Αντιπροέδρους (βλ. πίνακα παρακάτω), εκ των οποίων ο ένας είναι αρμόδιος για τα λοιμώδη νοσήματα και ο άλλος για τα μη μεταδοτικά νοσήματα. Τα επτά μέλη του ΔΣ, ο Πρόεδρος και οι Αντιπρόεδροι του ορίζονται με απόφαση του Υπουργού Υγείας και η θητεία τους είναι τριετής με δυνατότητα ανανέωσης για μία ακόμη θητεία (ΕΟΔΥ, 2022). Ο ΕΟΔΥ ένα νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου που ιδρύθηκε αρχικά με τον Ν. 4600 τον Μάρτιο του 2019 (ως νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου) και πήρε τη σημερινή του μορφή με τον νόμο 4633 τον Οκτώβριο του 2019. Είναι ο πλήρης διάδοχος του πρώην Κέντρου Ασθενειών Ελέγχου και Πρόληψης, που αντικαταστάθηκε με τον Ν. 4600/2019 (Νόμος 4600/2019). Ο ΕΟΔΥ βρέθηκε σε κεντρική θέση κυρίως από το 2020 και έπειτα, για τη διατήρηση της κατάστασης εικόνας της Ελλάδας κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19 που ξεκίνησε το 2020 και έγινε ευρέως διαδεδομένος μέσα από τις ημερήσιες και εβδομαδιαίες εκθέσεις ενημέρωσης για τον COVID-19 και την πορεία της νόσου στην Ελλάδα.

Σκοπός του Ελληνικού Εθνικού Οργανισμού Δημόσιας Υγείας είναι η προστασία και η βελτίωση της υγείας και η αύξηση του προσδόκιμου ζωής του πληθυσμού στην χώρα. Για το λόγο αυτό, ο ΕΟΔΥ συνδράμει άλλες υπηρεσίες δημόσιας υγείας για την προστασία του πληθυσμού και την αντιμετώπιση οποιωνδήποτε απειλών για την ανθρώπινη υγεία προέρχονται από μολυσματικές ασθένειες μέσω της έγκαιρης ανίχνευσης, παρακολούθησης και αξιολόγησης των κινδύνων και μέσω της υποβολής προτάσεων και μέτρων παρέμβασης κυρίως μέσω της αποτελεσματικής επικοινωνιακής διαχείρισης της εκάστοτε κρίσης στον πληθυσμό. Επίσης, αναπτύσσει και προωθεί επίσης δράσεις για την προαγωγή της υγείας και οι κύριες λειτουργίες του περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, επιδημιολογική επιτήρηση,

εκτίμηση κινδύνου, επιστημονικές συμβουλές, καθώς και παροχή επιδημιολογικών και στατιστικών στοιχείων σε εθνικές, ευρωπαϊκές και διεθνείς αρχές.

Κάποια βασικά στοιχεία – χαρακτηριστικά του οργανισμού συνοψίζονται στον παρακάτω πίνακα:

### **ΕΘΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΥΓΕΙΑΣ – ΕΟΔΥ**

<b>ΙΔΡΥΣΗ</b>	Μάρτιος 2019 (τωρινή μορφή Οκτώβριος 2019) – Ελληνικό Κοινοβούλιο
<b>ΝΟΜΙΚΗ ΥΠΟΣΤΑΣΗ</b>	Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου (ΝΠΙΔ)
<b>ΠΡΟΕΔΡΟΣ</b>	Παναγιώτης Αρκουμανέας
<b>ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ ΑΡΜΟΔΙΟΣ ΓΙΑ ΤΑ ΛΟΙΜΩΔΗ ΝΟΣΗΜΑΤΑ</b>	Γεώργιος Παναγιωτακόπουλος
<b>ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ</b>	Μαρία Πιάγκου Γεώργιος Σουρβίνος Αγγελική Δρελιόζη Ευθύμιος Αναγνωστόπουλος Αριστέα Διαμαντοπούλου Άγγελος Παπανικολάου Αικατερίνη Τσατσαράγκου
<b>ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ</b>	<a href="https://eody.gov.gr/">https://eody.gov.gr/</a>
<b>ΠΡΟΦΙΛ SOCIAL MEDIA</b>	
<b>FACEBOOK</b>	<a href="https://www.facebook.com/eody.gr">https://www.facebook.com/eody.gr</a>
<b>TWITTER</b>	<a href="https://twitter.com/eody_gr">https://twitter.com/eody_gr</a>

<b>INSTAGRAM</b>	<a href="https://www.instagram.com/eody_gr/">https://www.instagram.com/eody_gr/</a>
<b>YOUTUBE</b>	<a href="https://www.youtube.com/channel/eody">https://www.youtube.com/channel/eody</a>

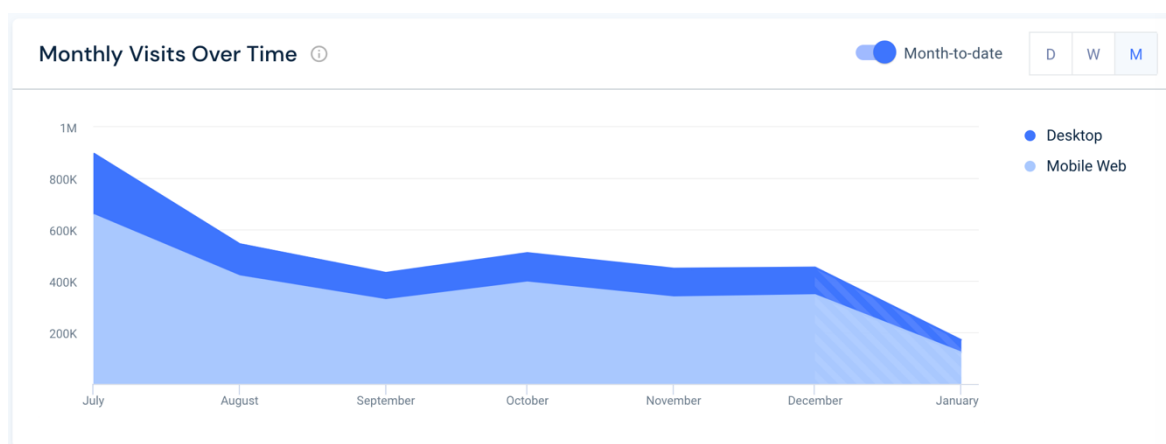
*Πίνακας 1: Βασικά Στοιχεία Οργανισμού ΕΟΔΥ*

Ως προς την διαχείριση του covid-19, ήδη από τις αρχές Ιανουαρίου του 2020, οπότε και οι υγειονομικές αρχές της Κίνας ανακοίνωσαν την εμφάνιση του στελέχους SARS που οδήγησε στην εξάπλωση του κορονοϊού (SARS-CoV-2), ο ΕΟΔΥ άρχισε να παρακολουθεί τις εξελίξεις και να βρίσκεται σε συνεχή επικοινωνία με το Ευρωπαϊκό Κέντρο Πρόληψης και Ελέγχου Νοσημάτων (ECDC) και με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (WHO). Ο ΕΟΔΥ παραμένει σε επαγρύπνηση σχετικά με ενδεχόμενα κρούσματα της νόσου σε ταξιδιώτες, ενώ δεν έχει σταματήσει να ενημερώνει τον πληθυσμό για την πορεία του κορονοϊού, συμπεριλαμβανομένων οδηγιών και κανόνων για την σωστή προφύλαξη του πληθυσμού από τον ιό.

Ως προς την επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης του Covid-19 εδώ θα γίνει μια παρουσίαση κάποιων στοιχείων από το πρόγραμμα της Similar Web ως προς την παρουσία του οργανισμού γενικότερα στο διαδίκτυο, αλλά και στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης (παρουσία και στο Facebook, Instagram, Twitter και YouTube). Αρχικά, ξεκινώντας από τις επισκέψεις στην ιστοσελίδα, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία προέρχεται από κινητά τηλέφωνα με ποσοστό που ξεπερνά το 70% έναντι των υπολογιστών που δεν ξεπερνά το 30%. Φυσικά, αυτό αποδίδεται στο γεγονός ότι πλέον οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν και χρησιμοποιούν περισσότερο το smartphone τους έναντι ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, και κυρίως για να κάνουν τις αναζητήσεις τους στο διαδίκτυο. Σε ένα άρθρο του Holcombe (2022), υποστηρίζεται ότι την τελευταία δεκαετία, η επισκεψιμότητα από κινητά έχει πραγματικά αυξηθεί και με τα smartphone και τα tablet να γίνονται όλο και πιο δημοφιλή, ο αριθμός των ατόμων που συνδέονται στο διαδίκτυο μέσω φορητών συσκευών συνεχίζει να αυξάνεται, ενώ φαίνεται ότι τώρα τουλάχιστον το 50% της επισκεψιμότητας στον ιστό προέρχεται πλέον από κινητές συσκευές, ενώ για παράδειγμα χρήση ενός iPad έναντι ενός επιτραπέζιου υπολογιστή είναι απλώς πιο ιδανική για τόσους πολλούς ανθρώπους. Βέβαια, στο παρελθόν, ο επιτραπέζιος υπολογιστής ήταν κατά βάση η κύρια μέθοδος πρόσβασης των ανθρώπων στο διαδίκτυο, όμως δεν είναι πλέον η κύρια συσκευή που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι για πρόσβαση στον Ιστό (Holcombe, 2022).

Φυσικά, η πληθώρα των επισκεπτών προέρχεται σταθερά από την Ελλάδα με ποσοστό που αγγίζει το 95%, ενώ ακολουθούν Κύπρος (~2%), Αμερική (~1%), Αλβανία και Γαλλία (<1%). Επίσης, είναι φανερό ότι από τον Ιούλιο του 2022 και μέχρι και τον Δεκέμβριο του 2022 η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας έπεσε κατακόρυφα αγγίζοντας μια μείωση της τάξης του 80% σε διάστημα έξι μηνών, με μικρή ανάκαμψη τον μήνα Οκτώβριο, που υπήρχαν όμως και αυξανόμενα κρούσματα του ιού (κυρίως λόγω της κλιμάκωσης των κρουσμάτων λόγω της επανέναρξης των σχολείων για την νέα χρονιά). Φυσικά αυτό δικαιολογείται μέσα από τρεις παράγοντες:

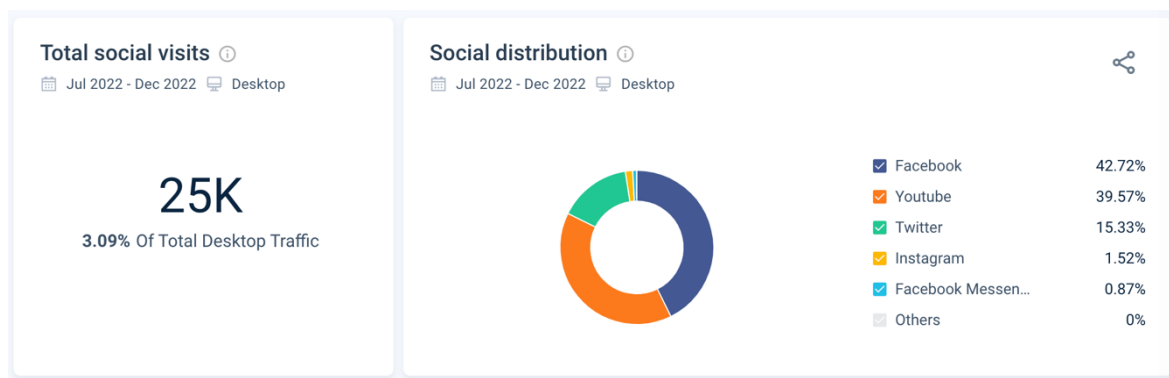
1. Τα κρούσματα άρχισαν να μειώνονται αισθητά κάθε βδομάδα (με μικρές αυξομειώσεις) σε σχέση με την ίδια περίοδο τον προηγούμενο χρόνο (Ιούλιος – Δεκέμβριος 2021),
2. Πλέον τα μέτρα κατά της εξάπλωσης του ιού είναι σχεδόν μηδαμινά, ενώ και ο ίδιος ο ιός έχει εξασθενήσει καθώς ο πληθυσμός έχει ενισχύσει το ανοσοποιητικό του έναντι του και επομένως δεν χρήζει πλέον τόσο στενή παρακολούθηση από τους πολίτες, και
3. Η έκθεση επιδημιολογικής επιτήρησης αναπνευστικών λοιμώξεων σταμάτησε από τον Αύγουστο του 2022 να παρουσιάζεται σε ημερήσια βάση και έγινε σε εβδομαδιαία βάση.



Γράφημα 1: Μηνιαίες Επισκέψεις ΕΟΔΥ Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web

Επίσης, παρακάτω (Γράφημα 2) φαίνονται και αναλυτικά οι συνολικές επισκέψεις που έγιναν στα Social Media του ΕΟΔΥ την περίοδο αναφοράς με το Facebook να κυριαρχεί ως μέσο ενημέρωσης προς το κοινό, όμως και το YouTube να βρίσκεται δυναμικά ψηλά με 40% μερίδιο, αποδεικνύοντας ότι το κοινό χρειάζεται πιο διαδραστικό υλικό για να μένει “engaged” και να επιτυγχάνεται αποτελεσματικότερη επικοινωνιακή διαχείριση. Όσον αφορά το Facebook, ο οργανισμός διαθέτει πάνω από 190,000 ακόλουθους (όπως φαίνεται και στην Εικόνα 1 παρακάτω), αλλά μόλις 30,000 στο Twitter (Εικόνα 2) και μόλις οριακά

2,500 subscribers στο YouTube (Εικόνα 3). Επίσης, σημειώνεται ότι οι συνολικές επισκέψεις χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του ΕΟΔΥ για το διάστημα υπό εξέταση ανέρχονται σε 25,000 και αποτελεί ένα αρκετά υψηλό νούμερο, αν αναλογιστεί κανείς ότι η περίοδος περιλαμβάνει και καλοκαιρινούς μήνες που, ειδικά στην Ελλάδα, η πρόσβαση μειώνεται.



Γράφημα 2: Συνολικές Επισκέψεις ΕΟΔΥ Social Media Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web



Εικόνα 1: Αρχική Σελίδα Facebook ΕΟΔΥ



Εικόνα 2: Αρχική Σελίδα Twitter ΕΟΔΥ



Εικόνα 3: Αρχική Σελίδα YouTube ΕΟΔΥ

## 5.2 Υπουργείο Υγείας

Το Υπουργείο Υγείας είναι η κυβερνητική υπηρεσία που είναι αρμόδια για τη διαχείριση του συστήματος υγείας της Ελλάδας και ο εν ενεργεία υπουργός είναι ο Θάνος Πλεύρης της Νέας Δημοκρατίας, Αναπληρώτρια Υπουργός Υπηρεσιών Υγείας είναι η Μίνα Γκάγκα, ενώ Υφυπουργός Ψυχικής Υγείας η Ζωή Ράπτη. Αξίζει να σημειωθεί ότι την περίοδο που πρώτα εκδηλώθηκε, ξέσπασε και αναπτύχθηκε ραγδαία η νόσος της πανδημίας του covid-19 και αναγκάστηκαν οι κυβερνήσεις και οι δημόσιοι φορείς να πάρουν σκληρές αποφάσεις, εν ενεργεία Υπουργός Υγείας ήταν τότε ο Βασίλιας Κικίλιας (τωρινός Υπουργός Τουρισμού),

ο οποίος ανέλαβε το υπουργείο τον Ιούλιο του 2019 και παρέδωσε στον κ. Πλεύρη τον Αύγουστο του 2021.

Η αποστολή του Υπουργείου Υγείας συνοψίζεται στο να προασπίζεται, προστατεύει, διατηρεί και προάγει την υγεία του ελληνικού πληθυσμού μέσω της πρόληψης και της ολικής και ισότιμης πρόσβασης στις υπηρεσίες δημόσιας υγείας αλλά και στην παροχή ποιοτικά και ποσοτικά επαρκών υπηρεσιών υγειονομικής φροντίδας από το Εθνικό Σύστημα Υγείας, και του προγραμματισμού και της υλοποίησης πολιτικών Δημόσιας Υγείας, με όραμα την επιθυμία συνεχώς βελτιωμένων, διευρυμένων και οικονομικά βιώσιμων υπηρεσιών υγείας της Ελλάδας για όλους τους πολίτες της αλλά φυσικά και για τον πληθυσμό των επόμενων γενεών που έρχονται. Το Υπουργείο έχει επίσης ως αποστολή και τη ρύθμιση της λειτουργίας και την άσκηση εποπτείας στους Φορείς υγειονομικής φροντίδας του ιδιωτικού τομέα με τις αξίες του να έγκειται στην διαφάνεια και αντικειμενικότητα στις διαδικασίες λήψης απόφασης με στόχο την ανεπηρέαστη, δίκαιη μεταχείριση και εξυπηρέτηση των πολιτών· την πρωτοβουλία με σκοπό τη διαρκή ανάπτυξη και εξέλιξη του Υπουργείου και των στελεχών του· την λογοδοσία μέσω της αιτιολόγησης των πράξεων των επαγγελματιών υγείας και ανάληψη ευθύνης, ως ένδειξη επαγγελματικής ακεραιότητας· την καινοτομία και μάθηση για διαρκή βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών· και τον σεβασμό απέναντι στους ανθρώπους που κατοικούν ή και επισκέπτονται την χώρα και τους δημόσιους και ιδιωτικούς Φορείς υγείας και μη (ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 121).

## **ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΥΓΕΙΑΣ**

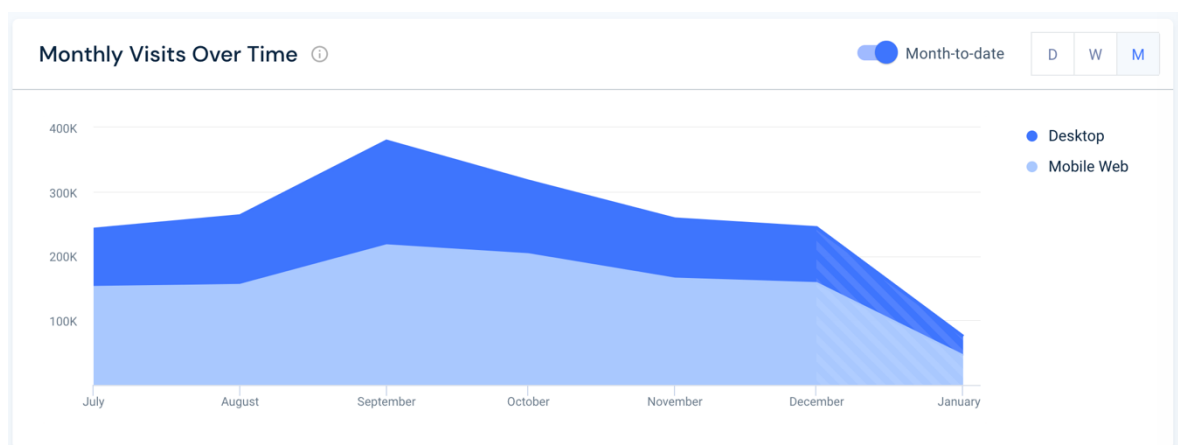
<b>ΙΔΡΥΣΗ</b>	1984 – Ελληνικό Κοινοβούλιο
<b>ΝΟΜΙΚΗ ΥΠΟΣΤΑΣΗ</b>	Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου (ΝΠΔΔ)
<b>ΠΡΟΕΔΡΟΣ / ΥΠΟΥΡΓΟΣ</b>	Αθανάσιος Πλεύρης (Υπουργός Υγείας)
<b>ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΥΠΟΥΡΓΟΣ</b>	Μίνα Γκάγκα
<b>ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ</b>	Ζωή Ράπτη



<b>ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ</b>	<a href="https://www.moh.gov.gr/">https://www.moh.gov.gr/</a>
<b>ΠΡΟΦΙΛ SOCIAL MEDIA</b>	
<b>FACEBOOK</b>	<a href="https://www.facebook.com/YpYgGR">https://www.facebook.com/YpYgGR</a>
<b>TWITTER</b>	<a href="https://twitter.com/YpYgGR">https://twitter.com/YpYgGR</a>
<b>INSTAGRAM</b>	<a href="https://www.instagram.com/ypourgeio_ygeias/?hl=el">https://www.instagram.com/ypourgeio_ygeias/?hl=el</a>
<b>YOUTUBE</b>	<a href="https://www.youtube.com/channel/YpYgGR">https://www.youtube.com/channel/YpYgGR</a>

Πίνακας 2: Βασικά Στοιχεία Υπουργείου Υγείας

Ως προς την επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης του Covid-19 εδώ θα γίνει μια παρουσίαση κάποιων στοιχείων από το πρόγραμμα της Similar Web ως προς την παρουσία του Υπουργείου γενικότερα στο διαδίκτυο, αλλά και στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης (παρουσία και στο Facebook, Instagram, Twitter και YouTube).



Γράφημα 3: Μηνιαίες Επισκέψεις ΥΥ Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web

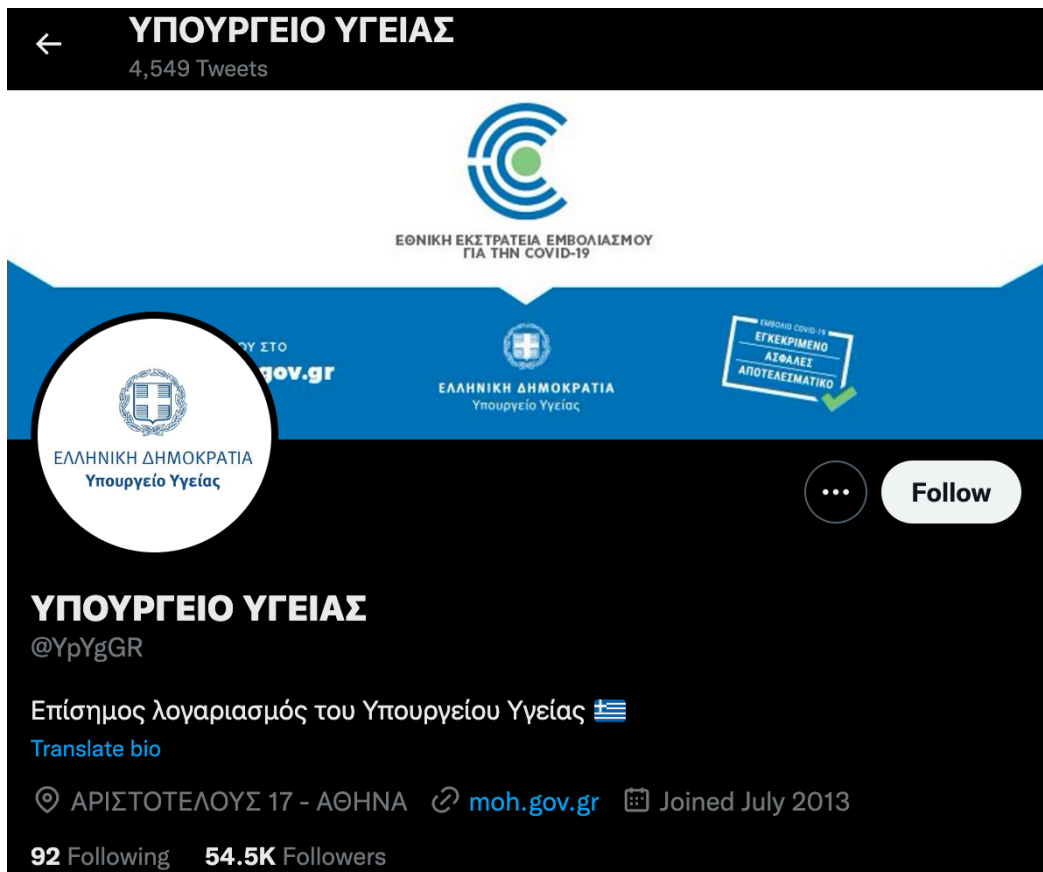


Γράφημα 4: Συνολικές Επισκέψεις ΥΥ Social Media Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web

Επίσης, παραπάνω (Γράφημα 4) φαίνονται και αναλυτικά οι συνολικές επισκέψεις που έγιναν Social Media του ΕΟΔΥ την περίοδο αναφοράς με το Facebook να κυριαρχεί ως μέσο ενημέρωσης προς το κοινό, όμως και το Twitter να βρίσκεται παραδόξως δυναμικά ψηλά με σχεδόν 20% μερίδιο. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί, ο συνολικός αριθμός των επισκέψεων στα social media που ξεπερνάει τις 20,000 και είναι πραγματικά ένα πολύ υψηλό νούμερο για κοινωνικά δίκτυα δημόσιου φορέα και δη υπουργείου. Όσον αφορά το Facebook, ο οργανισμός διαθέτει πάνω από 65,000 ακόλουθους (όπως φαίνεται και στην Εικόνα 4 παρακάτω), και σχεδόν 55,000 στο Twitter (Εικόνα 5).



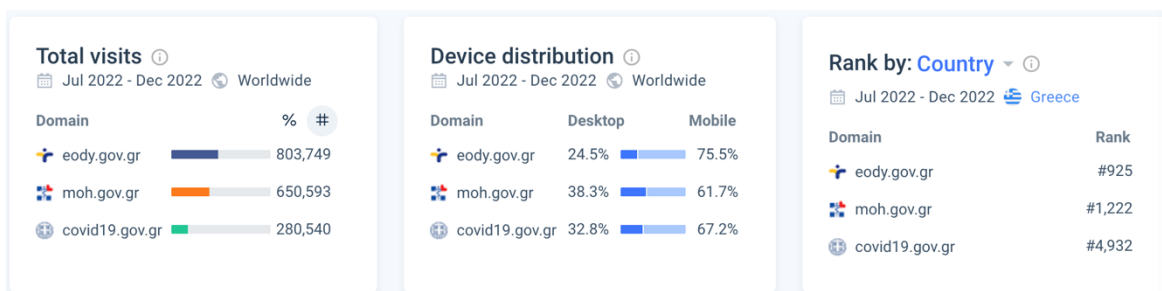
Εικόνα 4: Αρχική Σελίδα Facebook ΥΥ



Εικόνα 5: Αρχική Σελίδα Twitter ΥΥ

### 5.3 Συγκριτική Ανάλυση

Γενικότερα, είναι εμφανές ότι η διαδικτυακή παρουσία του ΕΟΔΥ είναι πολύ πιο ισχυρή έναντι του Υπουργείου Υγείας και της ιστοσελίδας της κυβέρνησης για τον κορονοϊό σε όλα τα επίπεδα, αποδεικνύοντας ότι ο οργανισμός έχει επενδύσει την διαδικτυακή του παρουσία, αλλά και αφιερώνει χρόνο να ασχολείται με τα social media, και επομένως έχει δώσει βαρύτητα στην επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης του κορονοϊού και στην έγκυρη, έγκαιρη και σωστή ενημέρωση και επικοινωνία του πληθυσμού. Ως προς τον συνολικό αριθμό επισκεπτών για το εξάμηνο αναφοράς, είναι φανερό ότι ο ΕΟΔΥ έχει μεγάλη διαφορά και από τους άλλους δύο οργανισμούς / διαδικτυακές παρουσίες, έχοντας σχεδόν 20% διαφορά με το ΥΥ και πάνω από διπλάσια με την ιστοσελίδα της κυβέρνησης για τον covid-19, όμοια με το ΥΥ και την ιστοσελίδα της κυβέρνησης. Ως προς τον διαμοιρασμό πρόσβασης στις ιστοσελίδες, μπορεί κανείς να διακρίνει το μοτίβο που προαναφέρθηκε ως προς την υπεροχή πρόσβασης από κινητή συσκευή έναντι επιτραπέζιου υπολογιστή. Τέλος, ο ιστότοπος του ΕΟΔΥ βρίσκεται στην 925 θέση στην Ελλάδα έναντι 1,222 του ΥΥ και μόλις λίγο πάνω από την 5,000 θέση για την ιστοσελίδα της κυβέρνησης για τον covid-19.



Γράφημα 5: Εξάμηνες Επισκέψεις Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web

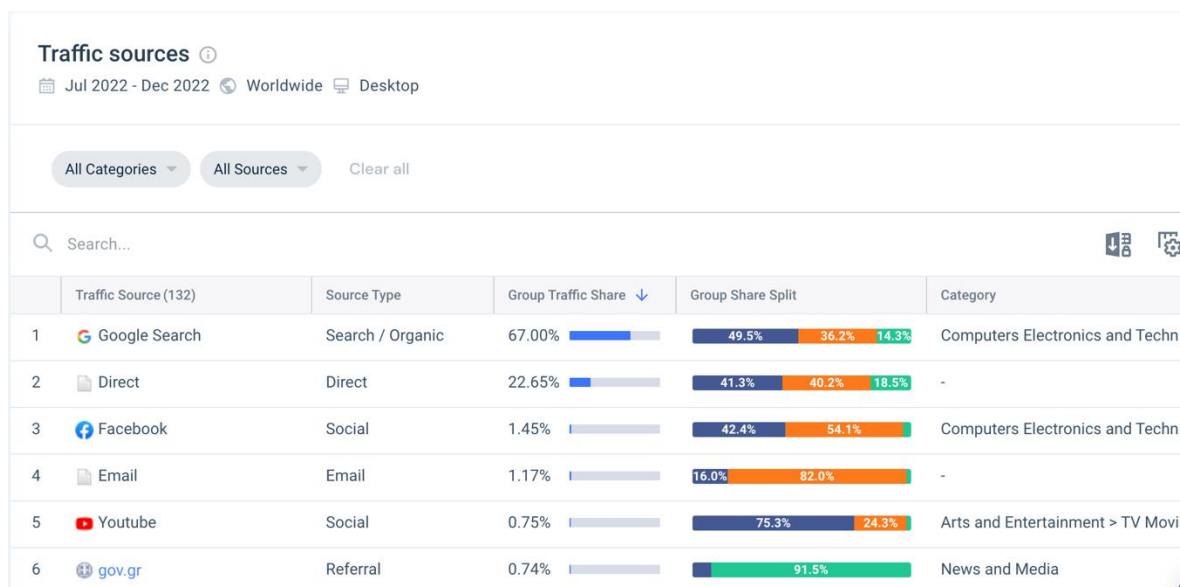
Ως προς την απήχηση και το engagement των ιστοσελίδων στο κοινό βλέπουμε να ακολουθείτε το ίδιο ακριβώς μοτίβο. Η ιστοσελίδα του ΕΟΔΥ σταθερά μπροστά με μέσο όρο επισκεπτών που ξεπερνά τις 130 χιλιάδες μηνιαίως έναντι 108 χιλιάδων του ΥΥ και μόλις 46 χιλιάδων του covid19.gov.gr, ενώ και οι μοναδικοί επισκέπτες είναι πολύ περισσότεροι στην ιστοσελίδα του ΕΟΔΥ. Από την άλλη, παρατηρείται ένα παράδοξο. Η αποδοτικότητα των χρηστών της ιστοσελίδας του ΥΥ φαίνεται να είναι μεγαλύτερη, καθώς αφιερώνουν αρκετό χρόνο στην περιήγησή τους (42 λεπτά μέσο όρο έναντι μόλις δύο λεπτών στον ΕΟΔΥ και ούτε καν ενός λεπτού στην ιστοσελίδα της κυβέρνησης για τον covid-19), ενώ και οι σελίδες που κοιτούν ανά επίσκεψη είναι 11 έναντι μόλις 2,5 για τον ΕΟΔΥ (και 1,5 για την 3<sup>η</sup> ιστοσελίδα σύγκρισης), ενώ και το ποσοστό εγκατάλειψης της σελίδας είναι πολύ μικρότερο για το Υπουργείο (σχεδόν 48% έναντι 63% για τον οργανισμό του ΕΟΔΥ και 76% για το covid19.gov.gr).

Engagement (Jul 2022 - Dec 2022, Worldwide, Desktop)			
Metric	eody.gov.gr	moh.gov.gr	covid19.gov.gr
Monthly visits	133,958	108,432	46,757
Monthly unique visitors	86,608	65,648	31,236
Visits / Unique visitors	1.55	1.65	1.50
Visit duration	00:02:07	00:42:05	00:00:53
Pages per visit	2.53	10.93	1.52
Bounce rate	62.98%	47.8%	75.97%

Γράφημα 6: Engagement Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web

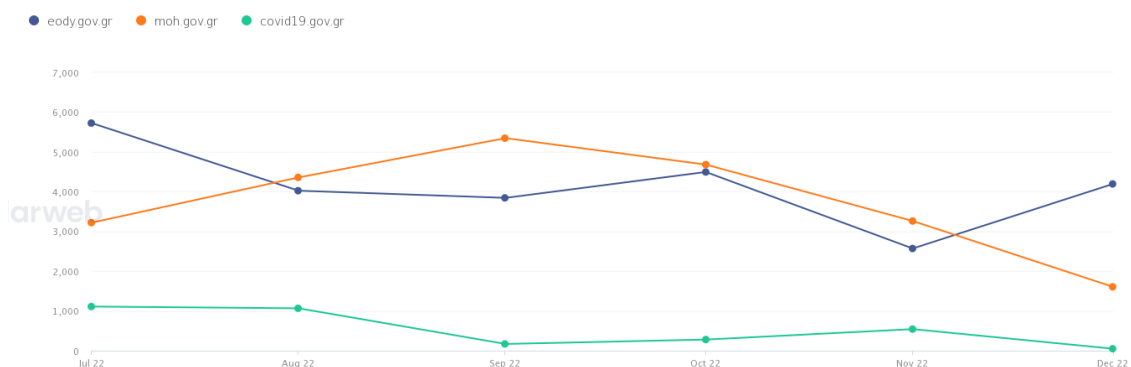
Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η πλειοψηφία της κίνησης στις ιστοσελίδες προέρχεται φυσικά από την μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης στον κόσμο, το Google, με ποσοστό μάλιστα 67% (50% για τον ΕΟΔΥ και 36% για το ΥΥ, με μόλις 14% για το covid19.gov.gr), ενώ δεύτερη με σχεδόν 23% βρίσκεται η απευθείας αναζήτηση της εκάστοτε ιστοσελίδας (με σχεδόν ισότιμη κατανομή της τάξης του ~40% για ΕΟΔΥ και ΥΥ) και ακολουθούν

Facebook, Email, YouTube και η ιστοσελίδα της κυβέρνησης, όπου εκεί θριαμβεύει φυσικά, όπως είναι λογικό, στον διαμοιρασμό το site της κυβέρνησης για τον κορονοϊό.



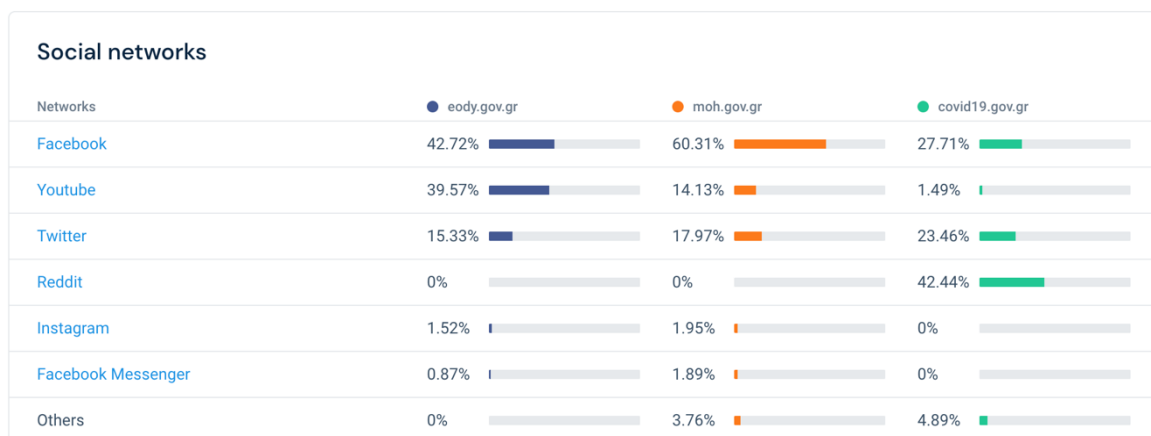
Γράφημα 7: Πηγή Κίνησης Ιστοσελίδων Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web

Ως προς την κίνηση στους λογαριασμούς των κοινωνικών δικτύων παρουσιάστηκε, όπως φαίνεται και στο γράφημα παρακάτω, ένα παράδοξο που δεν συνάδει με τα μέχρι τώρα αποτελέσματα. Από τον Αύγουστο και μετά, παρατηρείται έντονη αύξηση των social media του Υπουργείου Υγείας, ενώ παράλληλα αντίθετη μειωτική πορεία ακολουθούν του ΕΟΔΥ. Αυτό σταματάει και φαίνεται να αλλάζει προς την κατεύθυνση του ΕΟΔΥ, όπου για τον μήνα Δεκέμβριο αυξάνεται κατακόρυφα ξεπερνώντας σε επισκέψεις τον λογαριασμό του ΥΥ, ο οποίος και μειώνεται σταδιακά, μείωση που ξεκίνησε από τον Οκτώβρη αλλά παρέμενε σε νούμερα υψηλότερα από τον ΕΟΔΥ. Οι λογαριασμοί social media της ιστοσελίδας της κυβέρνησης για τον κορονοϊό βρίσκονται σταθερά αλλά χαμηλά όλο το εξάμηνο αναφοράς.



Γράφημα 8: Πηγή Κίνησης Social Media Ιστοσελίδων Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web

Επίσης, τα συνολικά νούμερα και διαχωρισμοί ως προς τα κοινωνικά δίκτυα του κάθε οργανισμού φαίνονται στο διάγραμμα παρακάτω (Γράφημα 9), όπου μπορούν να εξαχθούν σημαντικά συμπεράσματα. Αρχικά, το Facebook αποτελεί το κυρίαρχο μέσο πηγής ακολούθων γι' όλες τις ιστοσελίδες των οργανισμών, και φυσικά αυτό οδηγεί και στο συμπέρασμα ότι θα πρέπει να αποτελέσει, γι' όλους τους φορείς υπό εξέταση, το κύριο μέσο επικοινωνίας με το κοινό και διαμοιρασμού μηνμάτων. Αξίζει να σημειωθεί, ότι παρά το γεγονός ότι ο ΕΟΔΥ διαθέτει πάνω από 100,000 περισσότερους ακόλουθους από το ΥΥ στο Facebook, αυτό δεν είναι το μόνο δυνατό του μέσο κοινωνικής δικτύωσης και με λίγο πάνω από 40% έρχεται σχεδόν στην ίδια θέση με το YouTube επίσης κοντά στο 40%, ενώ ο λογαριασμός Facebook του ΥΥ αποτελεί το 60% των χρηστών social media του Υπουργείου γενικά. Επιπλέον, όσον αφορά το Twitter, εκεί το υπουργείο ξεπερνά τον ΕΟΔΥ, τόσο ως προς το ποσοστό που το επιλέγει ανάμεσα στους χρήστες και ακόλουθους των μέσων τους, όσο και γενικά σε αριθμό ακολούθων (περίπου 55,000 το ΥΥ έναντι μόλις 30,000 του ΕΟΔΥ).



Γράφημα 9: Social Media Ιστοσελίδων Σύγκριση Ιούλιος 2022 – Δεκέμβριος 2022, Πηγή: Similar Web

## Κεφάλαιο 6 – Συζήτηση & Συμπεράσματα

Η τεχνολογική και ψηφιακή επανάσταση, που βρίσκονται στο απόγειο τους, η ταχεία ανάπτυξη της τεχνολογίας των πληροφοριών (IT), καθώς και η φάση της κοινωνικής, οικονομικής και υγειονομικής κρίσης του covid-19, σε συνδυασμό με την επακόλουθη ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν επηρεάσει σημαντικά και αναδιαμορφώσει όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας. Η χρήση του Διαδικτύου και άλλων τεχνολογιών επικοινωνίας πληροφοριών οδηγεί σε μια νέα εποχή για την παγκόσμια οικονομία. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνεχίζουν να αναπτύσσονται και να επηρεάζουν ολοένα και περισσότερες κοινωνικές και οικονομικές πτυχές τόσο της ανθρώπινης καθημερινότητας, της οικονομίας και της κοινωνίας γενικότερα, όσο και πιο συγκεκριμένα του κλάδου της υγείας, που είναι το αντικείμενο της παρούσας έρευνας. Το διαδίκτυο και δη τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκαλούν επίσης τις υπάρχουσες διαδικασίες ενημέρωσης των πολιτών από την κυβέρνηση και τους δημόσιους φορείς και παρέχουν νέους τρόπους στους οργανισμούς υγείας να επικοινωνήσουν με τον πληθυσμό και να παρέχουν με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο ενημέρωση, βοηθώντας την μείωση της εξάπλωσης οποιαδήποτε απειλητικής κατάστασης ή ασθένειας για την ανθρώπινη ζωή.

Όπως αναλύθηκε παραπάνω, για μια νέα ασθένεια όπως αυτή του κορονοϊού, η αποτελεσματική επικοινωνία για την πανδημία είναι ζωτικής σημασίας για την ενημέρωση του κοινού σχετικά με τις πιο πρόσφατες ενημερώσεις της νόσου, την παρακίνηση να υιοθετήσει προληπτικά μέτρα για την ελαχιστοποίηση της μετάδοσης της νόσου και να τους διαβεβαιώσει ότι η κυβέρνηση είναι σε θέση να χειρισμός της κατάστασης (Jones et al., 2010; Strelakova, 2017; Zhao et al., 2020). Πολλές μελέτες σχετικά με την επικοινωνία επιδημιών και πανδημιών υπάρχουν σε παραδοσιακά μέσα (Jones et al., 2010; Ophir, 2018; Sandell, 2013), υποδηλώνοντας ότι το κοινό μαθαίνει για τους κινδύνους για την υγεία που συνδέονται με την πανδημία από τα μέσα ενημέρωσης (Roche and Muskavitch, 2016; Frewer, 2016), γεγονός που επηρεάζει φυσικά τον τρόπο με τον οποίο ανταποκρίνεται σε αυτές (Hall, 2009). Είναι αδιαμφισβήτητο, ότι η νόσος του COVID-19 έχει θέσει μια άνευ προηγουμένου πρόκληση για τις κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο, και η αποτελεσματική κυβερνητική επικοινωνία των πληροφοριών σχετικά με τον COVID-19 με το κοινό είναι ζωτικής σημασίας. Ο αυξανόμενος ρυθμός ανιχνευόμενων περιστατικών COVID-19 μαζί με τεράστιες ποσότητες σχετικών αναρτήσεων έχει προκαλέσει αποκλίνουσες αντιδράσεις (Shimizu, 2020) και αλληλεπιδράσεις μεταξύ κυβερνητικών υπηρεσιών και ενδιαφερομένων σε διάφορα επίπεδα.

Τα τελευταία χρόνια, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν όλο και πιο σημαντικό ρόλο στην προώθηση της επικοινωνίας κινδύνου για την υγεία κατά τη διάρκεια μιας επιδημίας (Househ, 2016; Gui et al., 2017). Έρευνα σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τη διερεύνηση της προσοχής του κοινού σε νέες επιδημίες έχει διεξαχθεί, όπως με τον H7N9 (Gu et al., 2014; Chen, 2019; Xie, 2014) το ξέσπασμα του Έμπολα (Strekalova, 2017) και την πανδημία H1N1 το 2009 (Liu and Kim, 2011). Έτσι, κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, και κυρίως με την γρήγορη και εκθετική εξάπλωσή του, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πυροδοτήθηκαν με μια ποικιλία πληροφοριών και έγιναν βασικό εργαλείο για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και την παροχή ενημερωμένων πληροφοριών για την υγεία. Πρόσφατες εκτιμήσεις δείχνουν ότι περίπου 3,8 δισεκατομμύρια άνθρωποι ή αλλιώς σχεδόν το 60% του παγκόσμιου πληθυσμού, χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Kemp, 2020). Ωστόσο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με την αποκεντρωμένη και ταχέως κινούμενη διάχυση πληροφοριών είναι παράλληλα και επιρρεπή σε παραπληροφόρηση και διάδοση ψευδών ειδήσεων (fake news). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (ΠΟΥ) έχει αναφερθεί στο εύρος και την ταχύτητα της διάδοσης ψευδών πληροφοριών που συνδέονται με τον COVID-19 ως «πληροφοριακή επιδημία» που χρειάζεται ταχεία αντιμετώπιση. Οι διαδικτυακοί χρήστες έχουν τη δυνατότητα να καταπολεμήσουν την παραπληροφόρηση, ωστόσο οι μέσοι χρήστες σπάνια χρησιμοποιούν πόρους για να επαληθεύσουν την ακρίβεια και την αξιοπιστία του περιεχομένου ενός ιστότοπου, ιδίως πληροφορίες που σχετίζονται με την υγεία (Khan and Idris, 2019). Εν μέσω κρίσεων και καταστροφών, ο ρόλος των επίσημων υγειονομικών υπηρεσιών γίνεται εξαιρετικά σημαντικός όσον αφορά όχι μόνο την εκπαίδευση του κοινού και τη διασφάλιση μηνυμάτων υγείας βασισμένα σε γεγονότα, αλλά και για την εξάλειψη μύθων και την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης (Gesser-Edelsburg et al., 2018; Kankanamge et al., 2020). Μια βασική πρόκληση στον τομέα της έρευνας της επικοινωνίας για την υγεία ήταν η έλλειψη κατευθυντήριων θεωρητικών μοντέλων (Veil et al., 2008). Μέρος αυτής της πρόκλησης είναι ότι «καμία θεωρία και κανένα μοντέλο δεν είναι απολύτως επαρκή για το σχεδιασμό εκστρατειών δημόσιας επικοινωνίας» (Backer et al., 1992). Ενώ ιδρύματα και μελετητές έχουν αναπτύξει αρκετά μοντέλα και πλαίσια επικοινωνίας κινδύνου και κρίσεων, συχνά αυτά υπολείπονται όταν δοκιμάζεται η πρακτικότητά τους.

Ωστόσο, υπάρχουν λίγες μελέτες που έχουν υιοθετήσει την ανάλυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την εξέταση της επικοινωνίας των κυβερνητικών μέσων με το κοινό και της ανταπόκρισης του κοινού στη νέα πανδημία του κορονοϊού. Επειδή απαιτείται έγκαιρη



δημόσια δράση για τον περιορισμό της εξάπλωσης της νέας ασθένειας, είναι επείγουσας σημασίας να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο η επικοινωνία των κυβερνητικών μέσων εμπλέκει το κοινό. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να παρέχουν πληροφορίες για το τι μπορούν να κάνουν περαιτέρω τα μέσα ενημέρωσης, οι οργανώσεις υγείας και η κυβέρνηση για τη διάδοση πληροφοριών στο κοινό, ώστε το τελευταίο να μπορεί να λάβει τα κατάλληλα μέτρα για να περιορίσει την εξάπλωση του ιού. Έτσι, ένας από τους πρωταρχικούς στόχους σε αυτήν την μελέτη ήταν να ολοκληρωθεί μια βιβλιογραφική επισκόπηση πάνω στο ζήτημα της επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων, και παγκοσμίως αλλά και στην Ελλάδα, και φυσικά πιο συγκεκριμένα η γενικότερη επικοινωνιακή διαχείριση από φορείς δημοσίου. Επιπλέον, στην βιβλιογραφική έρευνα δόθηκε βαρύτητα στην επικοινωνιακή διαχείριση της πανδημίας του κορονοϊού από τους δημόσιους φορείς παγκοσμίως, και πως αυτό φυσικά αντιμετωπίστηκε και στην Ελλάδα και τι ανέδειξαν η ακαδημαϊκές έρευνες εδώ.

Φυσικά, η παρούσα μελέτη επικεντρώθηκε στο να διερευνήσει ως προς την επισκεψιμότητα των ιστοσελίδων των συγκεκριμένων οργανισμών υπό εξέταση (ΕΟΔΥ και Υπουργείο Υγείας), να αναλύσει τις πηγές άλλα στοιχεία επισκεψιμότητας, και τέλος να διενεργήσει μια σύγκριση μεταξύ τους για μία συγκεκριμένη περίοδο έξι μηνών (Ιούνιος 2022 με Δεκέμβριος 2022). Με αυτό το τρόπο διερευνάται κατά πόσο οι συγκεκριμένοι οργανισμοί κέντρισαν το ενδιαφέρον των χρηστών για πληροφόρηση σε μία περίοδο που υπήρχε ανησυχία των πολιτών λόγω της υγειονομικής κρίσης. Μέσα από αυτή την αναζήτηση και την ανάλυση της επικοινωνιακής πολιτικής και διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού από τους δημόσιους φορείς της Ελλάδας, μέσα από την βοήθεια του λογισμικού της Similar Web, αλλά στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης αναδείχθηκαν πολύ σημαντικά συμπεράσματα. Η παρούσα εργασία επιδιώκει να συνεισφέρει στην εξέταση του ζητήματος με διττό τρόπο: αφενός, να αποτιμήσει κριτικά την μέχρι τώρα βιβλιογραφία πάνω στο συγκεκριμένο πρόβλημα και αφετέρου, να προβεί σε μια εμπειρική ανάλυση για την εξαγωγή καίριων συμπερασμάτων μέσα από την μέθοδο της μελέτης περίπτωσης.

Συνοπτικά, αυτή η μελέτη παρουσιάζει ένα νέο, ολοκληρωμένο πλαίσιο των παραγόντων που εμπλέκουν το κοινό στην επικοινωνία του COVID-19 από την κυβέρνηση και τους δημόσιους φορείς τόσο στο διαδίκτυο γενικότερα, όσο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ειδικότερα, μέσω εμπειρικών δοκιμών των μετρήσεων των ιστοσελίδων και πλαισίων περιεχομένου υγείας (ΕΟΔΥ, Υπουργείο Υγείας, ιστοσελίδα της κυβέρνησης για τον κορονοϊό), των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, του στυλ των μηνυμάτων και των διαδραστικών χαρακτηριστικών που διαθέτουν. Αξιοποιώντας αυτή τη γνώση και αξιοποιώντας τη δύναμη που έχει την σημερινή εποχή το διαδίκτυο αλλά κυρίως τα μέσα

κοινωνικής δικτύωσης, οι κυβερνήσεις, οι δημόσιοι φορείς και οι οργανισμοί υγείας μπορούν να καθορίσουν το κοινό και την καθολικότητά τους, πως θα το προσελκύσουν, και σπουδαιότερα, σε ποιες πτυχές θα δώσουν έμφαση σε μια προσπάθεια να μειώσουν την εξάπλωση της νέας ασθένειας. Τέλος, αυτή η μελέτη κατέδειξε την ανάγκη της αξιολόγησης της ποιότητας και του περιεχομένου της επικοινωνίας των κρίσεων και δη της κρίσης του κορονοϊού από τους φορείς της δημόσιας υγείας, αλλά και η αναγκαιότητα να αναπτυχθεί μια συνοπτική λίστα κατευθυντήριων γραμμών για την επικοινωνία κρίσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ένας από τους περιορισμούς της έρευνας ήταν ότι δεν έγινε ποσοτική μελέτη με στατιστική ανάλυση του ποσοστού των αναρτήσεων και των κοινοποιήσεων ανά λογαριασμό κοινωνικής δικτύωσης, όπως και ανάλυση ως προς το είδος των αναρτήσεων (αυτών που περιείχαν κείμενο, εικόνα και βίντεο), αλλά και ποιοτική ανάλυση ως προς το περιεχόμενο των αναρτήσεων και πιθανής κατηγοριοποίησής με στόχο την διερεύνηση των στρατηγικών αναρτήσεων σε κάθε λογαριασμό, όπως σε άλλες μελέτες (Βαμβακίδου, 2021; Καραπάνου, 2021). Επίσης, δευτερευόντως, εξετάστηκε μόνο μια μικρή και συγκεκριμένη περίοδος για την υγειονομική κρίση του Covid-19, λόγω του περιορισμού της δωρεάν δοκιμαστικής συνδρομής του Similar Web, δηλαδή Ιούλιος 2022 με Δεκέμβριο 2022, κάτι το οποίο περιόρισε τον αριθμό του δείγματος ενώ θα μπορούσε να ξεπεράσει το ποσοστό που ερευνήθηκε. Τέλος, η έρευνα έγινε μόνο στην Ελλάδα και αφορούσε μόνο εγχώριους υγειονομικούς και δημόσιους φορείς, οπότε και δεν μπορούν να γενικευτούν τα αποτελέσματα.

Ως προς τις προτάσεις μελλοντικής διερεύνησης, προτείνεται σε μελλοντικούς μελετητές του θέματος του τρόπου διαχείρισης της κρίσης του κορονοϊού ή υγειονομικών κρίσεων γενικότερα στην επικοινωνιακή πολιτική των δημόσιων φορέων υγείας τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα, τόσο στα κοινωνικά δίκτυα όσο και γενικότερα στο διαδίκτυο να ακολουθήσουν έναν συνδυασμό ποιοτικής με ποσοτική έρευνα, καθώς και μελέτης περίπτωσης με συγκριτικές αναλύσεις για πιο εμπειριστατωμένα και ολοκληρωμένα αποτελέσματα. Επιπλέον, να κάνουν τη συλλογή δεδομένων και με σχεδιασμό ερωτηματολογίου αλλά πιθανώς και συνεντεύξεων αρμόδιων, για να εξεταστεί και με άλλο τρόπο η έρευνα σε ένα αρκετά μεγάλο δείγμα ερωτώμενων και με περίοδο έρευνας που να καλύπτει όλο το φάσμα της έξαρσης του ιού ή της εκάστοτε κρίσης.

## Βιβλιογραφία

### Ξενόγλωσση

Avery, E.J. and Kim, S., 2009. Anticipating or precipitating crisis? Health agencies may not be heeding best practice advice in avian flu press releases. *Journal of Public Relations Research*, 21(2), pp.187-197.

Backer, T.E., Rogers, E. and Sopory, P., 1992. *Designing health communication campaigns: What works?.* Sage Publications.

Boin, A., Stern, E. and Sundelius, B., 2016. *The politics of crisis management: Public leadership under pressure.* Cambridge University Press.

Casula, M., Rangarajan, N. and Shields, P., 2021. The potential of working hypotheses for deductive exploratory research. *Quality & Quantity*, 55(5), pp.1703-1725.

Chatfield, A.T. and Reddick, C.G., 2018. All hands on deck to tweet# sandy: Networked governance of citizen coproduction in turbulent times. *Government information quarterly*, 35(2), pp.259-272.

Chen, Y., Zhang, Y., Xu, Z., Wang, X., Lu, J. and Hu, W., 2019. Avian Influenza A (H7N9) and related Internet search query data in China. *Scientific reports*, 9(1), pp.1-9.

Christensen, T. and Lægreid, P., 2020. The coronavirus crisis—crisis communication, meaning-making, and reputation management. *International Public Management Journal*, 23(5), pp.713-729.

Christensen, T., P. Lægreid, and L. H. Rykkja. 2016. “Organizing for Crisis Management: Building Governance Capacity and Legitimacy.” *Public Administration Review*. 76(6), pp. 887–97. doi: 10.1111/puar.12558.

Easton, D., 1965. *A Systems Analysis of Political Life*, New York: John Wiley.

Elbanna, A., Bunker, D., Levine, L. and Sleigh, A., 2019. Emergency management in the changing world of social media: Framing the research agenda with the stakeholders through engaged scholarship. *International Journal of Information Management*, 47, pp.112-120.

- Entman, R.M., 1993. Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *McQuail's reader in mass communication theory*, 390, p.397.
- Entman, R.M., 2003. Cascading activation: Contesting the White House's frame after 9/11. *Political Communication*, 20(4), pp.415-432.
- Fear-Banks K., 2010. *Crisis Communications: A casebook approach (4th ed.)*. Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum
- Fearn-Banks K., 2001. *Crisis communications: A casebook approach, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. (2nd ed.)*. pp. 18-33, pp. 63-71
- Foster H. D., 1980, *Disaster Planning: The Preservation of Life and Property*. New York: Springer-Verlag
- Frewer, L.J., Miles, S., Brennan, M., Kuznesof, S., Ness, M. and Ritson, C., 2002. Public preferences for informed choice under conditions of risk uncertainty. *Public understanding of science*, 11(4), p.363.
- Gesser-Edelsburg, A., Diamant, A., Hijazi, R. and Mesch, G.S., 2018. Correcting misinformation by health organizations during measles outbreaks: a controlled experiment. *PloS one*, 13(12), p.e0209505.
- Glaser, B.G. and Strauss, A.L., 2017. *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.
- Gu, H., Chen, B., Zhu, H., Jiang, T., Wang, X., Chen, L., Jiang, Z., Zheng, D. and Jiang, J., 2014. Importance of Internet surveillance in public health emergency control and prevention: evidence from a digital epidemiologic study during avian influenza A H7N9 outbreaks. *Journal of medical Internet research*, 16(1), p.e2911.
- Gui, X., Wang, Y., Kou, Y., Reynolds, T.L., Chen, Y., Mei, Q. and Zheng, K., 2017. Understanding the patterns of health information dissemination on social media during the Zika outbreak. In *AMIA Annual Symposium Proceedings (Vol. 2017, p. 820)*. American Medical Informatics Association.
- Hall, L., 2009. Swine flu cases rise to 1157. *The Sydney Morning Herald*, p.2. Available at: <https://www.smh.com.au/national/swine-flu-cases-rise-to-1157-20090704-d86j.html>  
[Accessed 10 December 2022]

- Harrison, S. and Johnson, P., 2019. Challenges in the adoption of crisis crowdsourcing and social media in Canadian emergency management. *Government Information Quarterly*, 36(3), pp.501-509.
- Higgins, J.W., Naylor, P.J., Berry, T., O'Connor, B. and McLean, D., 2006. The health buck stops where? Thematic framing of health discourse to understand the context for CVD prevention. *Journal of Health Communication*, 11(3), pp.343-358.
- Holcombe, J., 2022. *Mobile Vs Desktop: Where Are Your Website Visitors Coming From?*. Green Geeks. Online Article. Available at: <https://www.greengeeks.com/blog/mobile-desktop/> [Accessed 27 December 2022]
- Househ, M., 2016. Communicating Ebola through social media and electronic news media outlets: A cross-sectional study. *Health informatics journal*, 22(3), pp.470-478.
- Jones, S.C., Waters, L., Holland, O., Bevins, J. and Iverson, D., 2010. Developing pandemic communication strategies: Preparation without panic. *Journal of business research*, 63(2), pp.126-132.
- Kankanamge, N., Yigitcanlar, T. and Goonetilleke, A., 2020. How engaging are disaster management related social media channels? The case of Australian state emergency organisations. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 48, p.101571.
- Khan, M.L. and Idris, I.K., 2019. Recognise misinformation and verify before sharing: a reasoned action and information literacy perspective. *Behaviour & Information Technology*, 38(12), pp.1194-1212.
- Kemp, S., 2020. Digital 2020: 3.8 billion people use social media. *We are social*, 30. Available at: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> [Accessed 29 December 2022]
- Koselleck, R. and Richter, M.W., 2006. *Crisis. Journal of the History of Ideas*, 67(2), pp.357-400.
- Liu, B.F. and Kim, S., 2011. How organizations framed the 2009 H1N1 pandemic via social and traditional media: Implications for US health communicators. *Public relations review*, 37(3), pp.233-244.

- Luna, S. and Pennock, M.J., 2018. Social media applications and emergency management: A literature review and research agenda. *International journal of disaster risk reduction*, 28, pp.565-577.
- Lodge, M. and Wegrich, K. eds., 2014. *The problem-solving capacity of the modern state: Governance challenges and administrative capacities*. Hertie Governance Report. Oxford: Oxford University Press.
- McMakin, A.H. and Lundgren, R.E., 2018. *Risk communication: A handbook for communicating environmental, safety, and health risks*. John Wiley & Sons.
- Murphree, V., Reber, B.H. and Blevens, F., 2009. Superhero, instructor, optimist: FEMA and the frames of disaster in Hurricanes Katrina and Rita. *Journal of Public Relations Research*, 21(3), pp.273-294.
- Ophir, Y., 2018. Coverage of epidemics in American newspapers through the lens of the crisis and emergency risk communication framework. *Health security*, 16(3), pp.147-157.
- Pan, P.L. and Meng, J., 2016. Media frames across stages of health crisis: A crisis management approach to news coverage of flu pandemic. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 24(2), pp.95-106.
- Panagiotopoulos, P., Barnett, J., Bigdeli, A.Z. and Sams, S., 2016. Social media in emergency management: Twitter as a tool for communicating risks to the public. *Technological Forecasting and Social Change*, 111, pp.86-96.
- Panagiotopoulos, P., Bigdeli, A.Z. and Sams, S., 2014. Citizen–government collaboration on social media: The case of Twitter in the 2011 riots in England. *Government information quarterly*, 31(3), pp.349-357.
- Reddy, M.C., Paul, S.A., Abraham, J., McNeese, M., DeFlicht, C. and Yen, J., 2009. Challenges to effective crisis management: using information and communication technologies to coordinate emergency medical services and emergency department teams. *International journal of medical informatics*, 78(4), pp.259-269.
- Roche, J.P. and Muskavitch, M.A., 2003. Limited precision in print media communication of West Nile virus risks. *Science communication*, 24(3), pp.353-365.

- Rosenthal U., Pijnenburg B., 1991. *Crisis Management and Decision Making: Simulation oriented Scenarios*. Dordrecht: Kluwer, pp. 1-6
- Rosenthal, U., Hart, P.T. and Kouzmin, A., 1991. The bureau-politics of crisis management. *Public administration*, 69(2), pp.211-233.
- Sandell, T., Sebar, B. and Harris, N., 2013. Framing risk: communication messages in the Australian and Swedish print media surrounding the 2009 H1N1 pandemic. *Scandinavian journal of public health*, 41(8), pp.860-865.
- Schillemans, T., 2008. Accountability in the shadow of hierarchy: The horizontal accountability of agencies. *Public Organization Review*, 8(2), pp.175-194. Doi: 10.1007/s11115-008-0053-8.
- Shih, T.J., Wijaya, R. and Brossard, D., 2008. Media coverage of public health epidemics: Linking framing and issue attention cycle toward an integrated theory of print news coverage of epidemics. *Mass Communication & Society*, 11(2), pp.141-160.
- Shimizu, K., 2020. 2019-nCoV, fake news, and racism. *The lancet*, 395(10225), pp.685-686.
- Similar Web, 2022. Online Website. Available at: <https://www.similarweb.com/> [Accessed 27 December 2022]
- Stebbins, R.A., 2001. *Exploratory research in the social sciences* (Vol. 48). Sage.
- Strekalova, Y.A., 2017. Health risk information engagement and amplification on social media: News about an emerging pandemic on Facebook. *Health Education & Behavior*, 44(2), pp.332-339.
- Tankard Jr, J.W., 2001. *The empirical approach to the study of media framing*. In *Framing public life* (pp. 111-121). Routledge.
- Umphrey, L.R., 2003. The effects of message framing and message processing on testicular self-examination attitudes and perceived susceptibility. *Communication Research Reports*, 20(2), pp.97-105.
- Veil, S., Reynolds, B., Sellnow, T.L. and Seeger, M.W., 2008. CERC as a theoretical framework for research and practice. *Health promotion practice*, 9(4\_suppl), pp.26S-34S.

Xie, T., Yang, Z., Yang, S., Wu, N. and Li, L., 2014. Correlation between reported human infection with avian influenza A H7N9 virus and cyber user awareness: what can we learn from digital epidemiology?. *International Journal of Infectious Diseases*, 22, pp.1-3.

Zhao, Y., Cheng, S., Yu, X. and Xu, H., 2020. Chinese public's attention to the COVID-19 epidemic on social media: observational descriptive study. *Journal of medical Internet research*, 22(5), p.e18825.

### Ελληνική

Βαμβακίδου, Δ., 2021. *Η επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης του Covid-19 από τους φορείς Υγείας (ΕΟΔΥ, Υπουργείο Υγείας) στα κοινωνικά μέσα*. Διπλωματική Εργασία. Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας

Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας, 2022. Ιστότοπος. Διαθέσιμο στο: <https://eody.gov.gr/>. [Πρόσβαση 19 Δεκεμβρίου 2022]

Καραπάνου, Μ., 2021. *Η κρίση του κορωνοϊού και η σύγκριση της επικοινωνιακής διαχείρισής της στην Ελλάδα και το Ηνωμένο Βασίλειο με επίκεντρο την πολιτική προστασία και τα ΜΜΕ (Μάρτιος-Ιούνιος 2020)*. Διπλωματική Εργασία. Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Μπαμπινιώτης Γ., 2008, *Λεξικό για το Σχολείο & το γραφείο*. Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας

Φιλολιά Α., Παπαγεωργίου Η., Στεφανάτου Σ., 2005, *Ολοκληρωμένο Σύστημα Διαχείρισης Κρίσεων και Ανθρώπινος παράγοντας*, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 32